

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



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



**DISEÑO GRÁFICO**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO EQUIVALENTE A TECNOLOGIA  
SUPERIOR

“USO DE RECURSOS GRÁFICOS PARA PROMOCIONAR LOS  
ATRATIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN GONZANAMÁ  
DE LA PROVINCIA DE LOJA, EN EL PERIODO ABRIL / SEPTIEMBRE  
2021.”

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE TECNÓLOGOS EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

AUTOR

Morales Herrera Mishelle Salome

DIRECTOR

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

**Loja, octubre 2021**

## **Certificación**

**Tlga.**

Brigitte Alejandra Pesantez

**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN**

### **CERTIFICA:**

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado: USO DE RECURSOS GRÁFICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA, EN EL PERIODO ABRIL 2021/ SEPTIEMBRE 2021; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, octubre 2021

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

**Brigitte Alejandra Pesantez**

**Autoría**

Yo Mishelle Salome Morales Herrera estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano a continuación certifico que los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos vertidos en el presente proyecto de investigación de fin de carrera son de absoluta responsabilidad de mi persona.

Loja, septiembre 2021

.....  
Mishelle Salome Morales Herrera

C.I. 1105255812

**Declaración juramentada**

Loja, octubre 2021

**Nombres:** Mishelle Salome**Apellidos:** Morales Herrera**Cédula de Identidad:** 1105255812**Carrera:** Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: abril-septiembre

“USO DE RECURSOS GRÁFICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA, EN EL PERIODO ABRIL 2021/ SEPTIEMBRE 2021.”

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

Declaro bajo juramento que:

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

demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o Elaborados.

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

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

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

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

.....  
Mishelle Salome Morales Herrera

C.I. 1105255812

### **Dedicatoria**

Dedico la presente investigación a mis padres; Ricardo y Wilma que me han guiado a cumplir mis objetivos, seguir adelante en mis estudios, y han sido mi inspiración para superarme.

A mi hermana Alexandra Morales que me ayudo incondicionalmente día a día, por sus palabras de apoyo para seguir adelante, dándome confianza para conseguir alcanzar mis metas.

A mi abuelita Dora que ha sido un apoyo incondicional en mi vida estudiantil, gracias a su apoyo y comprensión a lo largo de este proceso.

A mis amigos de carrera por sus palabras de aliento y apoyo moral durante el desarrollo de esta tesis aun estado a la distancia.

### **Agradecimiento**

Principalmente agradezco a mis padres quienes con gran esfuerzo nos han sacado adelante a mí y a mi hermana, han estado ahí en los momentos difíciles de mi vida, me han ayudado incondicionalmente para lograr mis metas, objetivos propuestos y por ser mi ejemplo a seguir. A mi hermana que me acompañó durante mi formación académica.

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Sudamericano, a los docentes de la carrera de Diseño Gráfico, quienes nos apoyaron e impartieron sus conocimientos para tener éxito en nuestra vida profesional.

Mishelle Morales

### **Acta de sección de Derecho**

Acta de cesión de derechos de proyecto de investigación de fin de carrera

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

**PRIMERA.** Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo, por sus propios derechos, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Mishelle Salome Morales Herrera; mayor de edad, por sus propios derechos en calidad de autora del proyecto de investigación de fin de carrera; emite la presente acta de cesión de derechos

**SEGUNDA.** - Declaratoria de autoría y política institucional.

**UNO.** – Mishelle Salome Morales Herrera, realizo la Investigación titulada “Uso de recursos gráficos para promocionar los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá de la provincia de Loja, en el periodo abril 2021/ septiembre 2021.” para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

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

**TERCERA.** - Los comparecientes Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera, Mishelle Salome Morales Herrera como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Uso de recursos gráficos para promocionar los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá de la provincia de Loja, en el periodo

abril 2021/ septiembre 2021.” a favor del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de septiembre del año 2021.

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

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de septiembre

.....

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA

C.I. 1105902348

.....

Mishelle Salome Morales Herrera

AUTORA

C.I. 1105255812

## Índice

Certificación.....	I
Autoría.....	II
Declaración juramentada.....	III
Dedicatoria .....	V
Agradecimiento.....	VI
Acta de sección de Derecho .....	VII
1. Resumen.....	1
2. Abstract.....	2
3. Problematización.....	3
3.1. Formulación Del Problema .....	5
4. Tema.....	6
5. Justificación.....	7
6. Objetivos.....	9
6.1.Objetivo General:.....	9
6.2.Objetivos específicos: .....	9
7. Marco teórico .....	10
7.1. Marco Institucional .....	10
7.1.1. Reseña Histórica.....	10
7.1.2. Misión, Visión y Valores .....	13
7.1.3. Referentes Académicos.....	13
7.1.4. Políticas Institucionales.....	14
7.1.5. Objetivos Institucionales.....	15
7.1.6. Estructura Del Modelo Educativo Y Pedagógico Del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano.....	17
7.1.7. Plan Estratégico de Desarrollo .....	17
7.3. ¿Qué es el Turismo Cultural?.....	19
7.3.1. Importancia del Turismo Cultural.....	19
7.3.2. Tipos de Turismo Cultural .....	19
7.3.3. Ventajas y Desventajas del Turismo Cultural.....	20
7.4. Historia de Gonzanamá.....	21
7.5. Gastronomía Gonzanameña .....	22
7.6. Sitios turísticos de cantón Gonzanamá .....	22
Cascada de La Banda. ....	22

7.6.1. Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen. ....	23
7.6.2. El Cerro Colambo .....	23
7.6.3. La feria Agrícola Ganadera y Artesanal.....	23
7.6.4. Piedra Grande.....	25
7.6.5. Pailas Rotas.....	25
7.7. Proceso de elaboración de una campaña publicitaria.....	27
7.7.9. El público objetivo.....	28
7.7.10. El posicionamiento.....	28
7.7.11. Color en la publicidad.....	28
Capítulo 2.....	30
8. Diseño Metodológico.....	30
8.1. Métodos de la investigación.....	30
8.1.1. Método fenomenológico.....	30
8.1.2. Método hermenéutico.....	30
8.1.3. Método practico proyectual.....	31
8.2. Técnicas De Recolección De Datos.....	31
8.2.1. Observación.....	32
8.2.2. Encuestas.....	32
8.2.3. Entrevista.....	33
8.3. Determinación de la muestra.....	34
8.3.1. Proyección de la población .....	34
9. Análisis y presentación de resultados .....	36
9.1. Entrevista.....	36
9.2. Observación.....	40
9.3. Encuesta.....	44
10. Propuesta de acción.....	51
10.1. Introducción... ..	51
10.2. Nombre del proyecto.....	51
10.3. Público objetivo .....	51
10.4. Descripción... ..	52
10.5. Desarrollo de la propuesta grafica.....	52
10.5.1. Manual de Marca.....	52
10.5.1.1. La Marca.....	52
10.5.1.2. Conceptualización.....	53

10.5.2. Construcción y aplicación .....	53
10.5.2.1. Modulaci3n.....	53
10.5.2.2. 1rea de reserva.....	54
10.6. Crom1tica de la marca.....	55
10.7. Tipos de tipograf1a .....	56
10.8. Usos no correctos .....	57
10.9. Presupuesto del plan de medios .....	58
10.10.Cronograma del plan de medios.....	59
10.11.Dise1o de guiones de videos y cu1a publicitaria. ....	61
10.11.1. Guiones de videos .....	61
10.11.1.1. Video Gonzanam1 tradici3n y Cultura.....	61
10.11.1.2. Guion de video Gonzanam1 tradici3n y Cultura.....	61
10.11.1.3. Video del Santuario del Se1or del Buen Suceso y Nuestra se1ora del Carmen ...	62
10.11.1.4. Guion de video del Santuario del Se1or del Buen Suceso y Nuestra se1ora del Carmen .....	62
10.11.1.5. Video de la Cascada de la Banda .....	63
10.11.1.6. Guion de video de la cascada de la Banda .....	63
10.11.1.7. Video del video del cerro Colambo .....	64
10.11.1.8. Guion de video de la cascada de la Banda .....	64
10.11.1.9. Video de las Pailas Rotas .....	65
10.11.1.10. Guion de video de la Pailas Rotas.....	65
10.11.1.11. Video de Piedra Grande .....	66
10.11.1.12. Guion de video de la Piedra Grande .....	66
10.11.2. Guion de cu1a... ..	67
10.11.3. Dise1o de artes para redes sociales .....	68
10.11.4. Dise1o de perfil y portada de redes sociales .....	72
11. Conclusiones .....	73
12. Recomendaciones.....	74
13. Bibliograf1a... ..	75
14. Anexos.....	78
14.1. Presupuestos y Recursos .....	78
14.1.1. Recursos tecnol3gicos.....	78
14.2. Presupuestos... ..	79
14.2.1. Presupuesto total .....	80
15. Cronograma.....	81

16.	Certificación de aprobación .....	83
18.	Formato de entrevista.....	86
19.	Matriz del proyecto .....	88
20.	Certificado del Abstract .....	91
21.	Certificado de implementación .....	92

**Índice de figuras**

Figura 1. Logo Institucional.....	10
Figura 2. Modelo Educativo.....	17
Figura 3. Ruta Pailas Rotas .....	26
Figura 4. Entrevista al Lic. Carlos Cañar.....	36
Figura 5. Fotografías del santuario del señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen.....	40
Figura 6. Fotografía de la Cascada de la Banda .....	41
Figura 7. Fotografía de las Pailas rotas .....	41
Figura 8. Fotografía de las Piedra Grande.....	41
Figura 9. Fotografía del cerro Colambo .....	42
Figura 10. Representación gráfica de la primera pregunta de la encuesta. ....	44
Figura 11. Representación gráfica de la segunda pregunta de la encuesta.....	46
Figura 12. Representación gráfica de la tercera pregunta de la encuesta.....	47
Figura 13. Representación gráfica de la cuarta pregunta de la encuesta.....	48

Figura 14. Representación gráfica de la quinta pregunta de la encuesta.....	50
Figura 15. Logo de la Marca 2021 .....	52
Figura 16. Dimensión modular el logo 2021 .....	54
Figura 17. Área de reserva en la impresión del logo.....	54
Figura 18. Códigos de colore usados en la marca .....	55
Figura 19. Aplicaciones cromáticas del logo .....	56
Figura 20. Tipografías usadas en el logo.....	56
Figura 21. Principales usos no correctos del logo.....	57
Figura 22. Captura de pantalla del video Gonzanamá tradición y cultura .....	61
Figura 23. Captura de pantalla del video del Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen .....	62
Figura 24. Captura de pantalla del video de la Cascada de la Banda.....	63
Figura 25. Captura de pantalla del video del cerro Colambo.....	64
Figura 26. Captura de pantalla del video de las Pailas Rotas.....	65
Figura 27. Captura de pantalla del video de Piedra Grande.....	66
Figura 28. Arte para publicación en redes sociales artesanías .....	68
Figura 29. Arte para publicación en redes sociales Piedra Grande .....	68
Figura 30. Arte para publicación en redes sociales Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen. ....	69
Figura 31. Arte para publicación en redes sociales Pailas Rotas .....	69
Figura 32. Arte para publicación en redes sociales monumento ganadero .....	70
Figura 33. Arte para publicación en redes sociales parque de la madre .....	70
Figura 34. Arte para publicación en redes sociales la cruz .....	71
Figura 35. Arte para publicación en redes sociales cascada la Banda .....	71
Figura 36. Diseño de perfil para Facebook e Instagram.....	72
Figura 37. Diseño de fondo de portada para Facebook e Instagram .....	72

Figura 38. Evidencia fotográfica de visita a la ciudad de Gonzanamá .....	93
Figura 39. Evidencia fotográfica de la visita a la cascada de la Banda.....	93
Figura 40. Evidencia fotográfica visita al santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen.....	94
Figura 41. Evidencia fotográfica de la visita a Piedra Grande.....	95
Figura 42. Evidencia fotográfica de las tomas con el dron .....	96
Figura 43. Evidencia de edición de videos en premiere.....	97
Figura 44. Evidencia de edición de cuña en audición .....	97
Figura 45. Evidencia de diseño de las artes para redes sociales .....	98

## Índice de tablas

Tabla 1. ¿Conoce usted cuáles son los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá?.....	44
Tabla 2. ¿De los siguientes atractivos turísticos del cantón Gonzanamá cuales ha visitado? .....	45
Tabla 3. Considera usted que los atractivos naturales y turísticos del Cantón Gonzanamá han sido dados a conocer a nivel local, provincial y nacional .....	47
Tabla 4. ¿Cree importante usted la ejecución de una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá? .....	48
Tabla 5. ¿Cuáles son los medios que considera usted funcionarían para promocionar los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá? .....	49
Tabla 6. Presupuesto del plan de medios .....	58
Tabla 7. Cronograma del plan de medios.....	59
Tabla 8. Guion del video de Gonzanamá tradición y Cultura.....	61
Tabla 9. Guion del video del Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra señoradel Carmen .....	62
Tabla 10. Guion del video de la cascada de la banda.....	63
Tabla 11. Guion del video del cerro Colambo .....	64

Tabla 12. Guion del video de las Pailas Rotas .....	65
Tabla 13. Guion del video de Piedra Grande .....	66
Tabla 14. Guion de la cuña radial .....	67
Tabla 15. Materiales básicos .....	79
Tabla 16. Materiales tecnológicos.....	79
Tabla 17. Presupuesto total .....	80
Tabla 18. Cronograma proceso de titulación .....	81
Tabla 19. Matriz del proyecto .....	89

## 1. Resumen

El turismo se ha visto afectado a escala global debido a la actual crisis sanitaria, en el caso del Ecuador al ser un destino relativamente nuevo, se disminuyó notablemente por la total paralización en este sector, la provincia de Loja cuenta con una gran capacidad de infraestructura turística instalada, lo que complementa la diversidad natural y cultural, sin embargo, en el cantón Gonzanamá, la falta de interés por parte de los habitantes con respecto al mejoramiento, promoción y difusión de los atractivos a limitado la llegada de turistas.

El presente trabajo tiene la intención de difundir los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la provincia de Loja, para ayudar a la reactivación económica del lugar con la llegada de turistas, con esta finalidad se propuso la elaboración de material; gráfico mediante el uso de Softwares y herramientas digitales.

Se realizó una investigación bibliográfica de todos los elementos necesarios para la elaboración e implementación de una campaña publicitaria, la importancia del turismo, así como también se realizó una búsqueda de los diferentes atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.

Mediante la utilización de técnicas de entrevista, encuesta y observación se obtuvo información sobre los lugares con más potencial turístico para difundirlos, cuales serían los medios oportunos para la difusión de estos, etc. Así los lugares seleccionados para promocionar fueron el Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen, el Cerro Colambo y la cascada de la Banda en la cabecera Cantonal de Gonzanamá de la provincia de Loja, las Pailas Rotas en la parroquia rural de Changaimina y Piedra Grande en la parroquia rural de Nambacola.

Los elementos publicitarios que se elaboró fueron artes para redes sociales, spots publicitarios de cada uno de los sitios a promocionar y una cuña radial, para la difusión de la campaña publicitaria, así mismo se elaboró un cronograma de actividades y presupuesto de los costos de la campaña.

Posteriormente, se concluyó que es factible la elaboración e implementación de esta campaña publicitaria, mediante la utilización de material gráfico, debido al encanto que posee cada uno de los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá de la provincia de Loja.

## 2. Abstract

Tourism has been affected on a global scale due to the current health crisis, in the case that Ecuador is a relatively new destination, it decreased notably due to the total paralysis of this sector, the province of Loja has installed a large infrastructure capacity that complements the natural and cultural diversity, however, in Gonzanama canton, the lack of interest by the inhabitants regarding the improvement, promotion and dissemination of attractions has limited the arrival of tourists

The present work has the intention of propagate the attractions of the Gonzanama canton in the province of Loja to help to the economical reactivation of the area with the arrival of tourists, for this purpose it was propose the elaboration of graphic material through the use of software and digital tools.

A bibliographic investigation of the necessary elements was carried out for the elaboration and implementation of an advertising campaign about the importance of tourism as well as a search of different attractions throughout the Gonzanama canton.

Through the use of interview, survey and observation techniques, information was gathered about the sites with the biggest touristic potential for being diffused and which would be the appropriate media for this purpose, etc. In this way, the selected sites for promotion were: Sanctuary of Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen, Colambo Mountain and La Banda Waterfall in the head of the Gonzanama canton of the province of Loja; Pailas Rotas in the rural parish of Changaimina and Piedra Grande in the rural parish of Nambacola.

The advertising elements that were developed were, images for social networks, advertising spots of each one of the sites and radio spots, for the diffusion of the advertising campaign; also, a schedule of activities and a budget for the expenses of the campaign were made.

Subsequently, it is concluded that the development and implementation of this advertising campaign is feasible, through the use of graphic material, due to the charm of each of the tourist attractions of the Gonzanamá canton of the Loja province.

### 3. Problematización

Uno de los sectores más golpeado por la actual crisis es el turismo según la Organización Mundial de Turismo, Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020), la actual crisis sanitaria mostró la fragilidad del sector turístico a escala global, siendo los grandes destinos turísticos los más afectados (Luzuriaga, 2020), el turismo en el 2020 se redujo alrededor de 80%, poniendo en peligro entre millones de empleos, se trata del peor resultado desde 1950 y el fin de un crecimiento sostenido desde el 2009 Organización Mundial del Turismo, (OMT 2020). Sin embargo y aunquemuchos destinos ya están comenzando a abrirse a los turistas, una encuesta realizada en España a mediados del mes de mayo muestra que el 60% de turistas no está dispuesto a viajar a nivel nacional o internacional en un corto plazo (Hernández, 2020)

El caso de Ecuador, al ser un destino relativamente nuevo y que es conocido como uno de los países con mayor riqueza en biodiversidad a nivel mundial (Ulloa C., 2004), se ha visto afectado por la paralización total del sector turístico debido a los constantes desafíos, entre ellos la actual pandemia que ha restringido los viajes, responsabilizando al viajero no solo de su bienestar sino también de los que le rodean (Luzuriaga, 2020), y es que Ecuador constituyen a uno de aquellos países con diferentes niveles de variación climática en cada región, vinculándolo a distintas variedades de flora y fauna, además de los grupos indígenas como los Waorani, Cofán, Quichua, Secoya, Siona, Sápara, Shuar, Achuar y Shiwiar que son un atractivo para los turistas (Haboud, 2010).

Quito, fue declarada por la Unesco como patrimonio cultural de la humanidad en 1978 (Trujillo & Loja Pijal, 2014), poseedora de una historia milenaria precolombina y de un fastuoso legado colonial hispano, en el 2008 por primera vez San Francisco de Quito fue incluida en la lista de las 53 ciudades más visitadas por los norteamericanos, en la cual la ciudad de Quito es reconocida como uno de los mejores destinos turísticos del mundo (Oliveira & Pimentel, 2016). Asimismo en el Ecuador, existen importantes áreas naturales protegidas, y precisamente una de ellas se encuentra en el sur oriental del país en las Provincias de Loja y Zamora Chinchipe, la reserva de Biosfera Podocarpus – El Cóndor, en el Cantón Loja, en cuya zona de amortiguamiento se ubican los valles de Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba. (Armijos & Patiño, 2010)

La provincia de Loja, goza de una gran variedad de campiñas donde es posible desarrollar actividades al aire libre con el propósito de relajarse y disfrutar (Rojas & González, 2011), esto sumado el agradable clima que presenta en cualquier época del año (López, Muñoz, Ordóñez, & Cevallos, 2015), la provincia se encuentra ubicada al sur de la sierra ecuatoriana y es considerada como un lugar enriquecido por la música y la poesía, además de ofrecer a sus visitantes nacionales y extranjeros una gastronomía diversa (Crudele, 2018) así mismo la provincia cuenta con una gran capacidad de infraestructura turística instalada, lo que complementa la diversidad natural y cultura (Loaiza Ramirez, 2020) sin embargo, una de las dificultades que ha experimentado el sector turístico local, es la transportación, ya que en varias ocasiones se ha observado como se cierran las operaciones en la terminal aérea de Catamayo, sitio estratégico para la operatividad en la provincia y que genera malestar en los turistas que deben realizar un largo viaje desde otras provincias (Vallejo Ramírez, Malla Alvarado, Lalangui Lima, & Ochoa Herrera, 2020).

En el Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, coexiste la falta de interés y el desconocimiento del potencial turístico por parte de los habitantes, autoridades del orden público y gubernamentales (Carrion, 2017). En el cantón existe alternativas para realizar actividades turísticas, pero existen algunas debilidades como la falta de señalética turística, que impide orientar e informar a los visitantes; la inexistencia de planes de manejo y conservación de los atractivos turísticos conlleva a un descuido y deterioro de los mismos (Municipio Cantonal de Gonzanamá, 2014), este desconocimiento implica que se destruyan costumbres y tradiciones, propias del sector, lugares turísticos con identidades ancestrales que dan fe de la presencia de nuestros antepasados, El turismo es una actividad reciente en el cantón que está motivando a la población a participar, desde las diferentes posiciones como son alojamiento, alimentación, movilización, etc., además de la creación de microempresas dedicadas a la elaboración de productos artesanales, la cual está generando el interés de turistas, de la Provincia y del país (Jaramillo Carrión, 2016), en este argumento y con el reto de potencializar las riquezas turísticas que posee el Cantón Gonzanamá buscan mejorarlo como destino turístico y permitir la afluencia de más visitantes a la zona.

### **3.1. Formulación Del Problema**

La falta de recursos gráficos ha provocado bajo interés en los turistas y el poco conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, en el periodo abril 2021/septiembre 2021.

#### **4. Tema**

USO DE RECURSOS GRÁFICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA EN EL PERODO ABRIL 2021/ SEPTIEMBRE 2021.

## 5. Justificación

A nivel académico este estudio es un requisito previo para obtener el título de tecnóloga en Diseño Gráfico. La presente investigación se originó debido a la falta de material gráfico para la promoción de atractivos turístico del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, motivo por el cual se utilizará ideas creativas que ayuden al desarrollo del turismo de este sector de la Provincia, enfocándonos en los conocimientos adquiridos durante la formación académica.

A nivel profesional y con la ayuda del Diseño Gráfico se podrían dar soluciones creativas enfocadas a promover el turismo del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, mediante la utilización de recursos gráficos que sean atractivos a la vista de los turistas tanto nacionales como extranjeros y de igual manera dichos recursos ayudaran a mejorar la calidad de los servicios turísticos a ofertarse en el Cantón. Es por ello que el uso de los recursos gráficos no solo trata de mostrar una imagen llamativa si no de atraer la atención del espectador o potencial usuario.

En cuanto al enfoque económico, se propone mediante el uso de estrategias adecuadas se potenciará el turismo para que a su vez se dé a conocer y mejore la imagen del Catón Gonzanamá de la Provincia de Loja, así mismo se desarrolle la economía tanto de los artesanos como de los productores agropecuarios, dándole un valor agregado a los productos locales, al turismo comunitario, la gastronomía y en general a las costumbres y tradiciones del cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja. Las fiestas religiosas y de emancipación política del Cantón sin lugar a dudas serian un gran complemento para el despliegue económico del sector, esta propuesta también se afianza ordenando cronológicamente las distintas actividades para un mejor provecho mercantil.

A nivel personal se realiza este proyecto con la finalidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica mediante la

utilización de material gráfico el cual permitirá dar a conocer los atractivos turísticos y costumbres del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja.

La presente investigación se da en el cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, en vista de que pretende motivar al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Gonzanamá a realizar publicidad turística diferente, única e inolvidable a través de medios de comunicación tecnológicos modernos, el uso de la creatividad en la utilización de insight despertará la motivación de los turistas a visitar un cantón en vías de desarrollo con una amplia oferta turística.

## **6. Objetivos**

### **6.1. Objetivo General:**

Crear material gráfico mediante el uso de softwares y herramientas digitales para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la Provincia Loja.

### **6.2. Objetivos específicos:**

1. Investigar las consecuencias de la baja concurrencia turística en el cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja mediante encuestas, entrevistas, observación para conocer la situación actual.

2. Comprender la importancia del turismo mediante bibliográficas para el sustento del proyecto de investigación.

3. Diseñar material gráfico mediante el uso de softwares y herramientas digitales para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja.

4. Implementar material gráfico a través de medios de comunicación digitales, para evidenciar el proyecto de investigación.

## 7. Marco teórico

### 7.1. Marco Institucional

#### INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR SUDAMERICANO

Figura 1. Logo Institucional.



Fuente: secretaria del Instituto.

#### 7.1.1. Reseña Histórica

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

1. Contabilidad Bancaria
2. Administración de Empresas, y;
3. Análisis de Sistemas

Para el año lectivo 1996-1997, régimen costa y sierra, con dos secciones diurno y nocturno facultando otorgar el Título de Técnico Superior en las especialidades autorizadas.

Posteriormente, con resolución Nro. 4624 del 28 de noviembre de 1997, el Ministerio de Educación y Cultura, autoriza el funcionamiento del ciclo pos bachillerato, en las especialidades de:

1. Secretariado Ejecutivo Trilingüe, y;
2. Administración Bancaria.

Con resolución Nro. 971 del 21 de septiembre de 1999, resuelve el Ministerio de Educación y Cultura, elevar a la categoría de INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PARTICULAR SUDAMERICANO, con las especialidades de:

1. Administración Empresarial
2. Secretariado Ejecutivo Trilingüe
3. Finanzas y Banca, y;
4. Sistemas de Automatización

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

A medida que avanza la demanda educativa el Instituto propone nuevas tecnologías, es así que con Acuerdo Nro. 160 del 17 de noviembre de 2003, la

Dirección Ejecutiva del Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) otorga licencia de funcionamiento en la carrera de:

1. Diseño Gráfico y Publicidad,

Para que conceda títulos de Técnico Superior con 122 créditos de estudios y a nivel Tecnológico con 185 créditos de estudios.

Finalmente, con Acuerdo Nro. 351 del 23 de noviembre de 2006, el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) acuerda otorgar licencia de funcionamiento para las tecnologías en las carreras de:

1. Gastronomía
2. Gestión Ambiental
3. Electrónica, y;
4. Administración Turística.

Otorgando los títulos de Tecnólogo en las carreras autorizadas, previo el cumplimiento de 185 créditos de estudio.

Posteriormente y a partir de la creación del Consejo de Educación Superior (CES) en el año 2008, el Tecnológico Sudamericano se somete a los mandatos de tal organismo y además de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT), del Consejo Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES); así como de sus organismos anexos.

Posterior al proceso de evaluación y acreditación dispuesto por el CEAACES; y, con **Resolución Nro. 405-CEAACES-SE-12-2106**, de fecha 18 de mayo del 2016 se otorga al Instituto Tecnológico Superior Sudamericano la categoría de **“Acreditado” con una calificación del 91% de eficiencia.**

Actualmente las autoridades del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano se encuentran laborando en el proyecto de rediseño curricular de sus carreras con el fin de que se ajusten a las necesidades del mercado laboral y aporten al cambio de la Matriz Productiva de la Zona 7 y del Ecuador.

### **7.1.2. Misión, Visión y Valores**

Desde sus inicios la MISIÓN y VISIÓN, han sido el norte de esta institución y que detallamos a continuación:

#### **Misión:**

“Formar gente de talento con calidad humana, académica, basada en principios y valores, cultivando pensamiento crítico, reflexivo e investigativo, para que comprendan que la vida es la búsqueda de un permanente aprendizaje”

#### **Visión:**

“Ser el mejor Instituto Tecnológico del país, con una proyección internacional para entregar a la sociedad, hombres íntegros, profesionales excelentes, líderes en todos los campos, con espíritu emprendedor, con libertad de pensamiento y acción”

#### **Valores:**

Libertad, Responsabilidad, Disciplina, Constancia y estudio.

### **7.1.3. Referentes Académicos**

Todas las metas y objetivos de trabajo que desarrolla el Instituto Tecnológico Sudamericano se van cristalizando gracias al trabajo de un equipo humano: autoridades, planta administrativa, catedráticos, padres de familia y estudiantes; que día a día contribuyen con su experiencia y fuerte motivación de pro actividad para lograr las metas institucionales y personales en beneficio del desarrollo socio cultural y económico de la Provincia y del país. Con todo este aporte mancomunado la familia sudamericana hace honor a su slogan “gente de talento hace gente de talento”.

Actualmente la Mgs. Ana Marcela Cordero Clavijo, es la Rectora titular; Ing. Patricio Villamarín coronel - Vicerrector Académico.

El sistema de estudio en esta Institución es por semestre, por lo tanto, en cada semestre existe un incremento de estudiantes, el incremento es de un 10% al 15% esto es desde el 2005.

Por lo general los estudiantes provienen especialmente del cantón Loja, pero también tenemos estudiantes de la Provincia de Loja como: Cariamanga, Macará, Amaluza, Zumba, Zapotillo, Catacocha y de otras Provincias como: El Oro (Machala), Zamora, la cobertura académica es para personas que residen en la Zona 7 del país.

#### **7.1.4. Políticas Institucionales**

Las políticas institucionales del Tecnológico Sudamericano atienden a ejes básicos contenidos en el proceso de mejoramiento de la calidad de la educación superior en el Ecuador:

- Esmero en la atención al *estudiante*: antes, durante y después de su preparación tecnológica puesto que él es el protagonista del progreso individual y colectivo de la sociedad.

- Preparación continua y eficiente de los *docentes*; así como definición de políticas contractuales y salariales que le otorguen estabilidad y por ende le faciliten dedicación de tiempo de calidad para atender su rol de educador.
- Asertividad en la *gestión académica* mediante un adecuado estudio y análisis de la realidad económica, productiva y tecnología del sur del país para la propuesta de carreras que generen solución a los problemas.
- Atención prioritaria al *soporte académico* con relevancia a la infraestructura y a la tecnología que permitan que docentes y alumnos disfruten de los procesos enseñanza – aprendizaje.
- Fomento de la *investigación formativa* como medio para determinar problemas sociales y proyectos que propongan soluciones a los mismos.
- Trabajo efectivo en la *administración y gestión* de la institución enmarcado en lo contenido en las leyes y reglamentos que rigen en el país en lo concerniente a educación y a otros ámbitos legales que le competen.
- Desarrollo de *proyectos de vinculación con la colectividad y preservación del medio ambiente*; como compromiso de la búsqueda de mejores formas de vida para sectores vulnerables y ambientales.

#### 7.1.5. Objetivos Institucionales

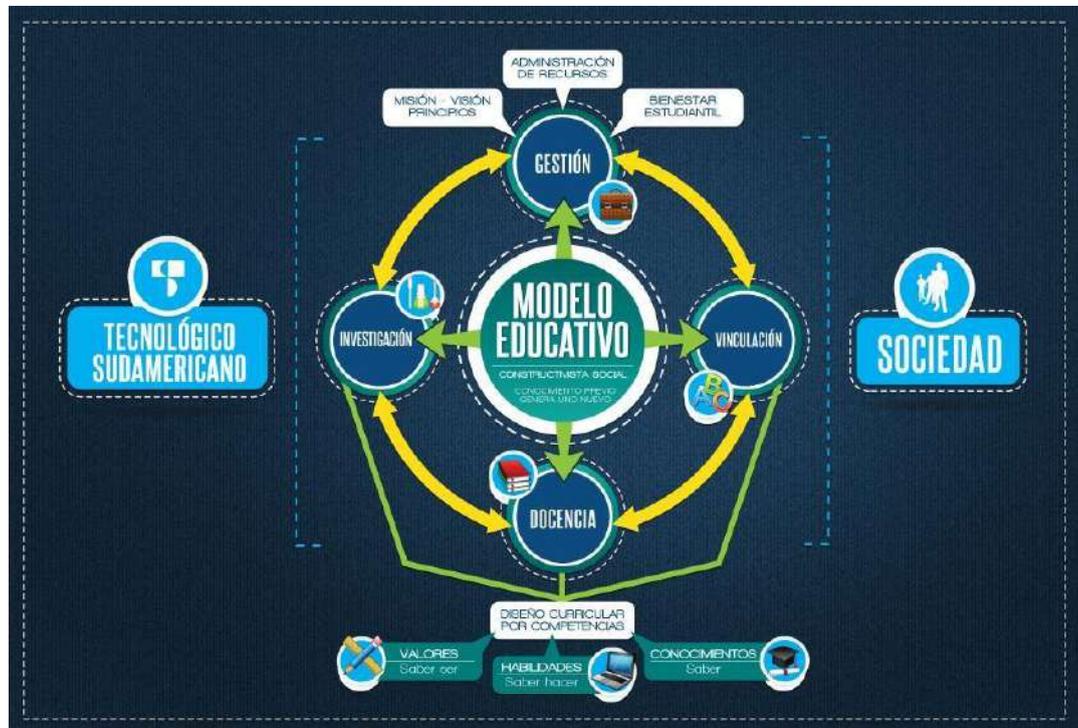
Los objetivos del Tecnológico Sudamericano tienen estrecha y lógica relación con las políticas institucionales, ellos enfatizan en las estrategias y mecanismos pertinentes:

- *Atender* los requerimientos, necesidades, actitudes y aptitudes del estudiante mediante la aplicación de procesos de enseñanza – aprendizaje en apego estricto a la pedagogía, didáctica y psicología que dé lugar a generar gente de talento.

- ***Seleccionar, capacitar, actualizar y motivar*** a los docentes para que su labor llegue hacia el estudiante; por medio de la fijación legal y justa de políticas contractuales.
- ***Determinar*** procesos asertivos en cuanto a la gestión académica en donde se descarte la improvisación, los intereses personales frente a la propuesta de nuevas carreras, así como de sus contenidos curriculares.
- ***Adecuar y adquirir*** periódicamente infraestructura física y equipos tecnológicos en versiones actualizadas de manera que el estudiante domine las TIC'S que le sean de utilidad en el sector productivo.
- ***Priorizar*** la investigación y estudio de mercados; por parte de docentes y estudiantes aplicando métodos y técnicas científicamente comprobados que permitan generar trabajo y productividad.
- ***Planear, organizar, ejecutar y evaluar*** la administración y gestión institucional en el marco legal que rige para el Ecuador y para la educación superior en particular, de manera que su gestión sea el pilar fundamental para lograr la misión y visión.
- ***Diseñar*** proyectos de vinculación con la colectividad y de preservación del medio ambiente partiendo del análisis de la realidad de sectores vulnerables y en riesgo de manera que el Tecnológico Sudamericano se inmiscuya con pertinencia social.

### 7.1.6. Estructura Del Modelo Educativo Y Pedagógico Del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano

*Figura 2: Modelo Educativo.*



Fuente: secretaria del Instituto.

Nota: Mishelle Morales.

### 7.1.7. Plan Estratégico de Desarrollo

El Instituto Tecnológico Superior Sudamericano cuenta con un plan de desarrollo y crecimiento institucional trazado desde el 2016 al 2020; el cual enfoca puntos centrales de atención:

- Optimización de la gestión administrativa
- Optimización de recursos económicos
- Excelencia y carrera docente
- Desarrollo de investigación a través de su modelo educativo que implica proyectos y productos integradores para que el alumno desarrolle: el saber ser, el saber y el saber hacer

- Ejecución de programas de vinculación con la colectividad
- Velar en todo momento por el bienestar estudiantil a través de: seguro estudiantil, programas de becas, programas de créditos educativos internos, impulso académico y curricular
- Utilizar la TIC`S como herramienta prioritaria para el avance tecnológico
- Automatizar sistemas para operativizar y agilizar procedimientos
- Adquirir equipo, mobiliario, insumos, herramientas, modernizar laboratorios a fin de que los estudiantes obtengan un aprendizaje significativo
- Rendir cuentas a los organismos de control como CES, SENESCYT, CEAACES, SNIESE, SEGURO SOCIAL, SRI, Ministerio de Relaciones Laborales; CONADIS, docentes, estudiantes, padres de familia y la sociedad en general
- Adquirir el terreno para la edificación de un edificio propio y moderno hasta finales del año dos mil quince.

La presente información es obtenida de los archivos originales que reposan en esta dependencia.

Tlga. Carla Sabrina Benítez Torres,

SECRETARIA DEL INSTITUTO SUDAMERICANO

## **7.2. Marco Conceptual**

### **Capítulo 1**

#### **7.3. ¿Qué es el Turismo Cultural?**

Turismo Cultural, que se fundamenta en la utilización o conversión de bienes patrimoniales (naturales o culturales) y de producciones culturales en recursos de atracción turística, ha estado identificado por el investigador en turismo Richards, como uno de los elementos clave del “nuevo turismo”, que tiene que remplazar el “viejo” turismo de masas, de forma que, el “nuevo turismo” se tiene que caracterizar por la sensibilidad cultural y el respeto al medio ambiente. Richards lo define como el recurso que permite aprender sobre la cultura del destino y adquirir experiencias nuevas según las formas de cultura que se consumen (G. Diaz, 2017).

Esto describe que no solo se refiere a sitios o monumentos, sino que se encuentra estrechamente relacionado con el concepto de cultura. Si aceptamos que la cultura es el conjunto de aquello que las personas piensan (actitudes, creencias, ideas y valores).

##### **7.3.1. Importancia del Turismo Cultural**

En la actualidad el turismo ya no es un producto de lujo reservado sólo a las personas con tiempo libre y recursos económicos, sino que es reconocido como una necesidad e, incluso, como un derecho que contribuye, a su vez, al desarrollo de los países y regiones (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 1994).

El turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada país y en él se interrelacionan tres elementos patrimonio, turismo y cultura que son difíciles de equilibrar una actividad preponderantemente económica, el patrimonio es una riqueza no renovable que no puede considerarse un producto clásico de consumo.

##### **7.3.2. Tipos de Turismo Cultural**

- Histórico: histórico/artístico, monumental
- De arquitectura popular
- De exposiciones

- Étnico
- Étnico Folklore (Ledhesma, 2018)

En los tipos de turismo se deben conocer la cultura, tradiciones, historia para que el turista tenga mayor conocimiento del lugar que está visitando.

### **7.3.3. Ventajas y Desventajas del Turismo Cultural.**

Así como toda actividad turística tiene efectos positivos así mismo cuenta con los efectos negativos, algunos son visibles y otros no, pero afectan de gran manera el entorno y a las personas también; debido a esto es necesario comentar el lado agradable y el perjudicial del turismo (Ledhesma, 2018).

Las ventajas y desventajas forman parte todo proceso de nuestras vidas para tener un mejor desempeño.

#### ***Ventajas***

- Genera aumento económico favoreciendo al país
- Genera nuevos empleos
- Intercambio cultural
- Adquisición de conocimientos respecto a otras culturas
- Desarrollo del lugar

#### ***Desventajas***

- Deterioro ambiental
- Incremento de basura a grandes masas
- Los extranjeros se apoderan de los lugares más resaltantes para construir comercios
- Empleos mal pagados
- Invasión de ecosistemas
- Crecimiento poblacional
- Genera nuevas necesidades

- Crecimiento industrial
- No se tiene en control las necesidades de la población. (Martos Molina & Pulido Fernández, 2010).

#### 7.4. Historia de Gonzanamá

Gonzanamá es uno de los dieciséis cantones que integran la unidad geopolítica de la Provincia de Loja, su jurisdicción está ubicada en una bella y amplia zona al suroeste del cantón Loja, en el centro mismo de la geografía Provincial (Cueva, 2018).

Se asienta en las faldas del Colambo (cerro encantado) a 2050 m.s.n.m; su nombre proviene según el Prof. Moisés Castañeda de los vocablos Kun-tza-gna-ma, pertenecientes a lenguas aborígenes: **Kun**: dios de las aguas; **tza**: fuerte, duro; **gna**: inflexión del verbo ser; **ma**: primero, origen, principio; según este concepto significaría: Lugar predilecto para el dios de las aguas, que se justifica por haber existido en tiempos remotos algunas fuentes de agua, conservándose en la actualidad muy pocas (Gad Gonzanamá, 2014).

El Prof. Aquiles Pérez define que Gonzanamá se integra con las voces del cayapa Juntza= ese, esa, aquel, aquella; y anamá= tierra de los productores. El Dr. Pío Jaramillo Alvarado por el contrario sostiene que viene del patronímico “Gonza”, cacique de los Anamáes o comunitarios de la tierra (Gad Gonzanamá, 2014).

Gonzanamá ha tenido que sufrir un verdadero viacrucis para obtener su cantonización, la idea surgió desde el año de 1898 en el que se solicita dicha cantonización aprovechando la presidencia del Dr. Manuel B. Cueva Betancourt (Gad Gonzanamá, 2014).

En 1911 se vuelve a plantear la cantonización de Gonzanamá, con el nombre de cantón Espejo; en 1929 otra gestión esta vez con el nombre de cantón Ayora, aprovechando la presidencia del Dr. Isidro Ayora, hasta que por fin en 1938 se consigue el Decreto Supremo N° 336 de Agosto 8, mediante el cual se canoniza Gonzanamá con el nombre de cantón Ojeda, desgraciadamente cae la dictadura del

Gral. Enríquez Gallo, y no se logra publicar el decreto en el registro oficial queda sin efecto este ansiado anhelo de los Gonzanameños (Gad Gonzanamá, 2014).

Las gestiones nunca desmayaron y gracias a la perseverancia de sus grandes hijos el 27 de septiembre de 1943 se aprueba el Decreto Legislativo N° 928, por el cual se crea el cantón Gonzanamá. El decreto fue firmado por el Dr. Carlos Arroyo del Río, Presidente de la República de ese entonces (Gad Gonzanamá, 2014).

La unidad política cantonal está integrada por una parroquia urbana Gonzanamá, que es la cabecera cantonal y por cuatro rurales Changaimina, Nambacola, Purunuma y Sacapalca. (Gad Gonzanamá, 2014)

### **7.5. Gastronomía Gonzanameña**

La gastronomía gonzanameña está relacionada estrechamente con la personalidad de sus habitantes y enmarcada en una tradición cultural que involucra hábitos alimentarios y costumbres familiares. En lo nutricional y gustativo y maneras de elaboración de los alimentos, que, sin lugar a dudas, constituyen la esencia misma de su afamado prestigio es notoria la singular destreza de la población local (Gad Gonzanamá, 2014).

Los platos típicos del sector son pocos, pero de un extraordinario sabor y apropiados para satisfacer exigentes paladares. Entre los principales anotamos los siguientes: arveja con guineo, caldo de gallina, sango de maíz, tamales de carne, humas, repe blanco, longaniza, queso, bollos de cema, bizcochuelos; postres como: dulce de leche, dulce de guayaba, miel con quesillo, higos con miel y queso, empanadillas; bebidas: leche de tigre, diamantina, jugo de caña (Gad Gonzanamá, 2014).

### **7.6. Sitios turísticos de cantón Gonzanamá**

#### **Cascada de La Banda.**

Con sus caídas naturales de agua cristalina sobre rocas de gran tamaño, en la parte baja se forman pequeñas lagunas que permite la recreación de propios y extraños.

Así mismo, a un costado, se forman pequeñas pailas de roca donde vierten aguas sulfurosas nacidas desde las entrañas del coloso Colambo, sirven para la curación de diversos males, especialmente de la piel. La cascada se encuentra a un kilómetro del centro de la ciudad de Gonzanamá (Gad Gonzanamá, 2014).

#### **7.6.1. Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen.**

Se encuentra en la cabecera cantonal de Gonzanamá. Construido entre 1696 - 1700 por el dominico Fray Joseph Ruiz, con el nombre de Santo Domingo de Gonzanamá. Luego de varios años, por su diseño interior y sus grandes tesoros patrimoniales, fue elevada a la categoría de Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen, celebrándose sus fiestas religiosas el 20 de agosto y el 16 de julio respectivamente. La fachada original del templo parroquial, fue construida de cal y ladrillo posteriormente fue demolida y en la actualidad presenta una fachada de hormigón formada por dos torres paralelas y sostienen un antiguo reloj de cuatro esferas (Gad Gonzanamá, 2014).

#### **7.6.2. El Cerro Colambo**

La distancia entre Gonzanamá y el cerro Colambo es de 7km. Para llegar a la cima se recorre un sendero de 1h30 minutos aproximadamente, la mayoría de senderos son de fácil acceso. Considerado en tiempos antiguos como un volcán activo. Se levanta a 3.097m.s.n.m. en sus faldas reposa unas lagunas de agua cristalina en la que los turistas pueden disfrutar de la pesca deportiva.

#### **7.6.3. La feria Agrícola Ganadera y Artesanal.**

La fecha de aniversario de creación de esta Feria se celebra el último domingo del mes de marzo. Lo organiza un Comité de Feria, nombrado con la debida antelación de entre los ganaderos del cantón.

Contando con la presencia de autoridades seccionales y nacionales e invitados especiales, se da inicio y se declara inaugurada la Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal de Gonzanamá. Acto seguido con la participación de un juez calificado por la asociación de Ganaderos, se inician los concursos de ejemplares de diversas razas, categorías, edades y sexo. En su ámbito destaca y resalta la presencia mayoritaria de

ganadería lechera de raza: Holstein, Tersey y Friesian; y de carne: Cebú, Brown Swiss y criolla. Del ganado de leche y de carne, al igual que de reproductores y exposiciones artesanales y agrícolas expuestos se seleccionan los triunfadores, que a renglón seguido son reconocidos y premiados en acto especial organizado por el Comité de Feria.

El producto lácteo recién ordeñado mezclado con anisado compuesto de alcohol, anís y otros ingredientes se brinda generosamente al turista la tradicional bebida denominada DIAMANTINA, cuyo sabor exquisito es único en su especie.

El ir y venir de ganaderos, compradores, vendedores, turistas, mujeres hermosas, niños, jóvenes, ancianos, constituye el marco impresionante de indescriptible colorido en la mañana y tarde soleada de invierno. Las transacciones comerciales fluyen constantemente. El laborioso hombre del agro compra y vende al calor de la libre oferta y demanda.

Las hábiles artesanas, en sus puestos correctamente ubicados, exponen sus vistosos tejidos de algodón, lana y cabuya entre los que se destacan: alforjas, ponchos, jergas, bolsos, hamacas, apliques, etc.

La producción industrializada de lácteos, realizada con visión futurista digna de felicitación, abre al público su floreciente negocio. Los presentes son obsequiados como muestras de queso, dulce y yogures de excelente calidad y listos para el consumo interno y la exportación.

Por la tarde, con un lleno impresionante, el local de la feria se entusiasma y da paso a la celebración con categoría distinguida y verdadero aire de fiesta. La cartelera estratégicamente ubicada anuncia: Desfile de caballos de paso, toros de pueblo, toro gol; en fin, un espectáculo maravilloso, digno de los gustos más exigentes del turista que visita el lugar.

El domingo 27 de diciembre de 1970, el Centro Agrícola celebra una sesión de asamblea, en las instalaciones de la centenaria Escuela “12 de octubre”. En esta sesión, el Señor Jaime Lucio Bravo propone la creación de una Feria Dominical de ganado vacuno, comisionando a los organismos de desarrollo y autoridades la convocatoria a una asamblea popular urgente para nombrar un comité con exclusivas funciones de programar inaugurar y promocionar permanentemente la Feria. la moción es aprobada por unanimidad y se celebra ruidosamente.

La noche del jueves 07 de enero de 1971, la asamblea popular que agrupa a un centenar de patriotas Gonzanameños incluidas las autoridades parroquiales ratifica el proyecto y conforman el primer Comité de Feria Dominical Agrícola y Ganadera.

#### **7.6.4. Piedra Grande**

Es uno de los atractivos turísticos naturales que posee la parroquia de Nambacola, parroquia rural del cantón Gonzanamá, se encuentra localizada a diez minutos de a cabecera parroquial, el visitante se queda impresionado por la presencia de una elevación de roca maciza, desde donde se puede admirar el valle de Gerinoma, esta roca tiene una altura aproximada de ochenta metros y en la parte superior de ella se encuentra una cruz iluminada. Esta piedra se encuentra dentro de la hacienda denominada “Distrito Piedra Grande”, en la actualidad se ha construido una escalinata de estructura metálica para facilitar el ascenso hacia la parte superior de la piedra, tratando así de fomentar el turismo hacia esta zona de la provincia.

#### **7.6.5. Pailas Rotas.**

Este hermoso paisaje se encuentra ubicado en la parroquia Changaimina, Sector Trigopamba, Barrio Puerto Bolívar, una travesía apta para personas que les gusta la adrenalina y los deportes extremos. Existe una ruta alterna por el barrio Lujinuma donde se debe ingresar con una persona guía que conozca el camino.

Figura 3: Ruta Pailas Rotas.



Ing. Paulo Herrera - ALCALDE

"Camino al Progreso"

Fuente:(Gad Gonzanamá, 2014).

Nota: Mishelle Morales.

### **7.7. Proceso de elaboración de una campaña publicitaria**

Una campaña de publicidad tiene como fin último hacer llegar un mensaje, de manera entendible al público objetivo. Por lo tanto, la campaña de publicidad siempre tendrá su origen en la información previa elaborada por el anunciante fundado en una base de datos posteriormente, se elabora la estrategia publicitaria que mejor pueda satisfacer los objetivos de la campaña. (Fernández, 1999)

Para hacer una campaña se debe hacer con un mensaje claro para el público con una base de datos y así poder crear una buena estrategia publicitaria para alcanzar los objetivos.

Entre los elementos indispensables para la elección de la estrategia publicitaria destacan la fase de investigación previa del público a los que queremos dirigir el mensaje, en la mayoría de los casos y facilita el anunciante a la agencia de publicidad mediante la entrega de un documento llamado briefing. (Fernández, 1999)

Entendiéndose que la entrega de la información la da el anunciante a la agencia que contrata.

#### **7.7.1. Campañas publicitarias de todos los existen.**

De propaganda, Aquí vemos campañas de tipo no comercial: promueven ideas y/o personas. Algunos ejemplos, son las campañas a favor y en contra del aborto, las que promueven los derechos de la mujer, las que invitan a votar por algún partido o candidato, etc.

#### **7.7.2. Sociales o cívicas.**

Estas campañas tampoco son comerciales. Su finalidad es impulsar o cambiar ciertos comportamientos, como cuidar el medio ambiente o dejar de fumar.

#### **7.7.3. Institucionales.**

Pueden confundirse con las sociales, pero estas sí tienen un fin comercial. Su objetivo es cultivar una buena imagen para una marca o compañía a veces a través del apoyo a buenas causas.

#### **7.7.4. Industriales.**

Son las campañas realizadas por grupos de fabricantes o comercializadores de un producto en común, como la industria de leche, la carne, los huevos, etc.

**7.7.5. De cobranding.**

Se trata de las campañas realizadas por dos o más marcas que se complementan entre sí y comparten un mismo público objetivo. En estas, todas las partes se ven igualmente beneficiadas.

**7.7.6. De sponsoring o patrocinio.**

Son las campañas en las que una marca manifiesta su respaldo o patrocinio a un evento, actividad, persona, etc.

**7.7.7. Corporativas o de marca.**

Son las campañas que se realizan para exaltar los valores de una marca, con el fin de fortalecer o mejorar su imagen. Buscan que el público se haga una imagen favorable de la compañía y sus productos a largo plazo.

**7.7.8. De producto.**

Estas se realizan para promover productos o servicios concretos y la venta de los mismo. (Sánchez Viamonte, 2020)

**7.7.9. El público objetivo.**

El público objetivo o target es el conjunto de personas al que se dirige una acción de comunicación.

El público objetivo son las personas a las cuales se dirige el producto o servicio.

**7.7.10. El posicionamiento.**

El posicionamiento es la percepción que tiene el público de un producto o de una marca en relación con sus competidores.

Es la percepción que tiene las personas dirigidas referente a su competencia.

**7.7.11. Color en la publicidad.**

La utilización de la adecuada del color en la publicidad ayuda a identificar una marca, producto o servicio.

Todo depende de la buena utilización de la cromática para darle una imagen más poderosa y que resalte el producto o servicio.

Los principales objetivos del color en la publicidad son:

- Captar la atención de los consumidores de una forma inmediata.
- Lograr el factor estético por medio de una disposición armónica de los colores.
- Poder diferenciar las marcas a partir de los colores, sus combinaciones y contrastes.

Con ello se logra garantizar el reconocimiento de la marca, la clasificación clásica de los colores es la siguiente:

- Cromáticos: amarillo, naranja, rojo, azul
- Acromáticos: blanco, negro y gris.(Sánchez Viamonte, 2020)

Estos son los más usados en la publicidad debido a que hacen resaltar al producto o servicio.

## Capítulo 2

### 8. Diseño Metodológico.

#### 8.1. Métodos de la investigación

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

##### 8.1.1. Método fenomenológico.

Investigación que surge como una respuesta al radicalismo de lo objetivable. Se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto. Este enfoque asume el análisis de los aspectos más complejos de la vida humana, de aquello que se encuentra más allá de lo cuantificable (Fuster Guillen, 2019).

De aquí surge como un análisis para llegar a un conocimiento exacto de la investigación, para la campaña publicitaria. Para realizar la primera parte del proyecto se tuvo como base apoyo en el método fenomenológico que inicia con la investigación sobre creación de material gráfico y la utilización de softwares con sus herramientas para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, en el periodo abril 2021/septiembre 2021.

##### 8.1.2. Método hermenéutico.

Hermenéutica proviene de la expresión griega *hermeneúcin* que significa el arte de interpretar. De acuerdo con (Maldonado, 2016), desde la óptica del acceso al conocimiento, la hermenéutica sostiene la no existencia de un saber objetivo, transparente y desinteresado sobre el mundo. Tampoco el ser humano es un espectador imparcial de los fenómenos, cualquier conocimiento de las cosas viene mediado por una serie de prejuicios y expectativas que orientan y limitan nuestra comprensión.

Es una herramienta, método que permite penetrar en la esencia de los procesos y fenómenos de la naturaleza, la sociedad y el pensamiento. En el enfoque e instrumento metodológico para su interpretación desde el planteamiento que desarrolla la reconstrucción un espacio real.

La segunda parte del proyecto se realizará mediante el método hermenéutico inicialmente con la comprensión e investigación de las consecuencias de la baja concurrencia turística en el Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja mediante encuestas, entrevistas, observación para conocer la situación actual y consecuentemente relacionadas con los conocimientos encontrados redactar por escrito la información obtenida para el proyecto en el periodo abril 2021/ septiembre 2021.

### **8.1.3. Método práctico proyectual.**

Este método consiste en una “serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. Para el diseñador es algo modificable si se encuentran valores objetivos que mejoren el proceso (Escobar, Soto, & Abarca, 2008)”

Finalmente, la tercera parte se desarrollará en el contexto del método proyectual que iniciará con el diseño e implementación de material gráfico para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá Provincia de Loja a través de medios de comunicación digitales y continuará con la descripción de los beneficiarios, con cronograma de actividades, recursos, formas de evaluación y terminará con la defensa ante el tribunal de grado y autoridades del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano en el periodo abril 2021/septiembre 2021.

## **8.2. Técnicas De Recolección De Datos.**

Por medio de la ayuda de técnicas y herramientas con las entrevistas, encuestas y la observación, se logrará obtener una recolección de datos que permitirá desarrollar los antecedentes con la finalidad de rescatar información útil para la investigación y poder realizar materia grafica (Escobar et al., 2008).

### **8.2.1. Observación**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos (L. Diaz, 2011).

Esta técnica es aplicada para evaluar un fenómeno, enfocarse y obtener la información sobre los hechos; en el presente proyecto, la observación será encaminada a la conceptualización de material gráfico usando softwares y herramientas para promocionar los atractivos turísticos del catón Gonzanamá de la Provincia de Loja en el periodo abril 2021/setiembre 2021.

### **8.2.2. Encuestas**

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. En el ámbito sanitario son muy numerosas las investigaciones realizadas utilizando esta técnica, como queda demostrado en los 294 artículos encontrados en la base de datos Medline Express, con el descriptor *survey*, para los años 1997-2000 (Alelú, Cantín, López, & Rodríguez, 2010)

Esta recolección de datos da lugar a establecer contacto con las primeras pistas obtenidas de la observación, por medio de un cuestionario compuesto de preguntas para obtener información de los atractivos turísticos y su historia a la población del Cantón en el periodo abril 2021/septiembre 2021.

### **8.2.3. Entrevista**

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial (Peláez et al., 2013).

Esta técnica tiene un propósito específico, utilizando preguntas y respuestas, creando un diálogo mutuo para así obtener una investigación con exactitud; la entrevista se aplicará a los habitantes del cantón, con el fin de sustentar el proyecto de investigación.

### 8.3. Determinación de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se tomó como una parte una parte de la población del Cantón Gonzanamá, que se considera representativa de la misma, datos obtenidos del censo del 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y censo, INEC. Teniendo como datos a 12.576 habitantes

#### 8.3.1. Proyección de la población

F= Año actual:2021

F= Año base: 2010

Constante: 1

I:1.1

N= números a proyectar

FORMULA: f año actual=f año base  $(1+i)^n$

F2021=12,576(1.1%)<sup>11</sup>

2021=12,576 (1,1/100))<sup>11</sup>

2021= 12,576 (1+0.011)<sup>11</sup>

2021= 12,576 (1.011)<sup>11</sup>

2021= 12,576 (1.12)

2021= 14,085.12

2021= 14,085 habitantes

Datos:

n = Tamaño de la muestra

N = Población (Gonzanamá) = 14,085

Z = Nivel de confianza (95%) = 1,96

P = Probabilidad de éxito 50% = 0, 5

Q = Probabilidad de fracaso 50% = 0,5

E = Margen de error 5% = 0, 05

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{[(N - 1) * E^2] + (z^2 * P * Q)}$$

$$n = \frac{14,085 (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{[(14,085 - 1) (0,05)^2] + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{14,085 (3,84) (0,5) (0,5)}{[14,085 * 0,0025] + (3,84) (0,25)}$$

$$n = \frac{14,085 (0,96)}{35,20 + 0,96}$$

$$n = \frac{13521.6}{36.16}$$

$$n = 373.93$$

$$n = 374$$

## 9. Análisis y presentación de resultados

### 9.1. Entrevista



*Figura 4.* Entrevista al Lic. Carlos Cañar

**Entrevistado:** Lic. Carlos Alberto Cañar Herrera

**Cargo:** Docente de la Unidad Educativa Gonzanamá

**Entrevistador:** Mishelle Salome Morales Herrera

**Tema:** Atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá

#### 1. ¿Cuáles son los lugares naturales y turísticos del Cantón Gonzanamá?

Gonzanamá tiene muchos atractivos turísticos, todo depende de lo que quieres buscar, lo que quieres vivir, ósea tener ese espíritu aventurero, mira Gonzanamá tiene en la parte colonial bastantes elementos que visitar el santuario, las casas coloniales y aún conservamos la plaza de castilla que es una de las identidades de la conquista española, tenemos en tradiciones ancestrales por ejemplo los petroglifos que están en la parte baja de Sacapalca y bueno en algunos sectores del cantón Gonzanamá, tenemos las famosas Pailas Rotas que siempre han estado allí y las hemos disfrutado toda la vida, pero con este asunto de las redes sociales se hicieron más conocidas no, también tenemos los senderos que nos llevan hacia el Colambo donde podemos visitar y tener un encuentro con la naturaleza que está aún conservada en una buena parte y un elemento muy fundamental es de que Gonzanamá conserva aún sus tradiciones, sus modismos, sus formas de tratarse, de conversar y la gastronomía, es un lugar donde

podemos disfrutar de unos platos deliciosos y de igual manera en tiempo de verano podemos disfrutar de hermosos atardeceres que son espectaculares en el cantón y de igual manera tenemos en la parte baja en el barrio Lujinuma – Lanzaca las planta emblemáticas como son el arupo que solo son endémicas de la provincia de Loja y las tenemos casi siempre en floración es un paisaje extraordinario u bueno hay muchas cosa más que te podría indicar de Gonzanamá.

**2. ¿Antes de presentarse en la pandemia del COVID 19 considera usted que existía la afluencia de turistas al cantón Gonzanamá?**

Bueno en los primeros meses de la pandemia prácticamente creo pocos o nadie se movilizó por lo tanto fue cero la participación, pero con el pasar de los tiempos ya entendimos la situación y aunque estuvimos restringidos, pero si lo ismos al menos nosotros seguimos con la aventura y visitamos muchos lugares porque la naturaleza está a la vía.

**3. ¿Cuál cree que era el sitio más sitio más visitado?**

Bueno los más visitados en definitiva es sin lugar a dudas Pailas Rotas y la parte alta del Colambo donde tenemos dos senderos y se puede hacer aventura caminado y se le ha dado más importancia a la ruta del downfield. El downfiel es en Gonzanamá es un deporte que ha crecido mucho y los fines de semana especialmente recibimos a muchos turistas, y por ende es un lugar que lo disfrutan mucho los deportistas

**4. ¿Cuáles considera usted que son las limitantes del turismo en el cantón Gonzanamá?**

Bueno las limitantes son en primer lugar es que no hay una estadística real de lo que tenemos, otra limitante que tenemos es de que muchas personas más bien prefieren playas, prefieren lugares cálidos para disfrutar y no hacer mucha aventura y quizás los que más detiene esta promoción es que la autoridad, las personas encargadas de promocionar no lo hacen en definitiva no entendemos lo que tenemos entonces es el gran problema que no se pueda promocionar.

**5. ¿Conoce usted la existencia de alguna campaña publicitaria qué promocióne los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá?**

Pues no hay como te decía en principio Mishelle la promoción de Gonzanamá se ha hecho en los últimos años es por las redes sociales, aquí tenemos un grupo que se llama Yaguarkuntu es grupo el que siempre estamos saliendo haciendo aventura y subimos imágenes, videos sobre la aventura que hacemos de Gonzanamá y esto ha promocionado y muchas personas han venido para que los acompañemos entonces hasta ahí podemos hablar y no hay promoción no existe, como te decía las autoridades como que no le dan importancia o talvez no les da créditos políticos esto del turismo entonces prefieren hacer construcciones de cemento y hierro.

**6. ¿Considera oportuna la creación de una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá?**

Oportuna claro, pero soy una de las personas que antes de hacer una campaña primero debemos sembrar en la comunidad una cultura de conocimiento de lo que tenemos, primero hacer una estadística de lo que realmente hay para poder saber que tenemos para qué sirve o quizás como cuidarlo no podemos decir vamos a tal sitio y por ignorancia vamos y destruimos lo que tenemos bueno te doy un ejemplo cuando se promocionó lo de Pailas Rotas todo el sendero la parte de la encañonada, ahí el cañón que se lo conoce existía muchísimas orquídeas únicas, pero mucha gente llego las destruyó o se llevó por poco se llevan hasta la roca no entonces como no tenemos esa cultura va a hacer difícil para eso tenemos antes que hacer una campaña, primero culturizarnos nosotros los que vivimos aquí para defender y cuidar eso y luego de eso promocionar y la campaña sería importantísima para darle no solo que conozcan la ciudadanía puede servir mucho de hecho nos va a servir en el mejoramiento económico y la dinámica económica de Gonzanamá.

**7. ¿Cuáles considera usted que son los atractivos, que se deberían dar a conocer en esta campaña?**

Bueno de darse la campaña primero buena todo Gonzanamá tiene mucho que dar, mucho que ofrecer no como te digo hay que hacer una estadística de esto, un ordenamiento claro con gente preparada para que acompañen a los turistas, para que las personas cuando van a hacer aventura primero sean preparados para que sepan a qué van y a donde van para que se respeten y para mi todo y para todos los públicos hay

**8. ¿Cuáles son los medios que usted considera funcionarían para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá?**

En lo que estamos viviendo es la era de la tecnología no, la tecnología en el internet creo que las redes sociales son uno de los medios más importantes para promocionar porque si nos vamos a los medios televisivos radiales tal vez los medios estatales o públicos podrían ayudarnos, pero casi es complicado en una emisora o una televisión particular, no cierto no va a promocionar porque necesitamos cancelar entonces yo pienso adecuado por lo pronto las redes sociales.

**Análisis:**

Podemos decir que en el Cantón Gonzanamá hay varios sectores con potencial turismo sin embargo no hay un inventario que recopile información de los mismos por lo cual solo se conoce algunos de ellos, se considera oportuna una campaña publicitaria para darlos a conocer, sin embargo también es importante que los habitantes del cantón los conozcan, no solo para explotar su potencial turístico, sino también para protegerlos y que más generaciones los puedan llegar a conocer, algo que pudimos evidenciar es que se prefiere promocionar los atractivos turísticos por los medios digitales debido a que tienen una mejor acogida con respecto los demás medios de comunicación.

## 9.2. Observación

*Figura 5: Fotografías del santuario del señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.

**Nota:** Mishelle Morales.

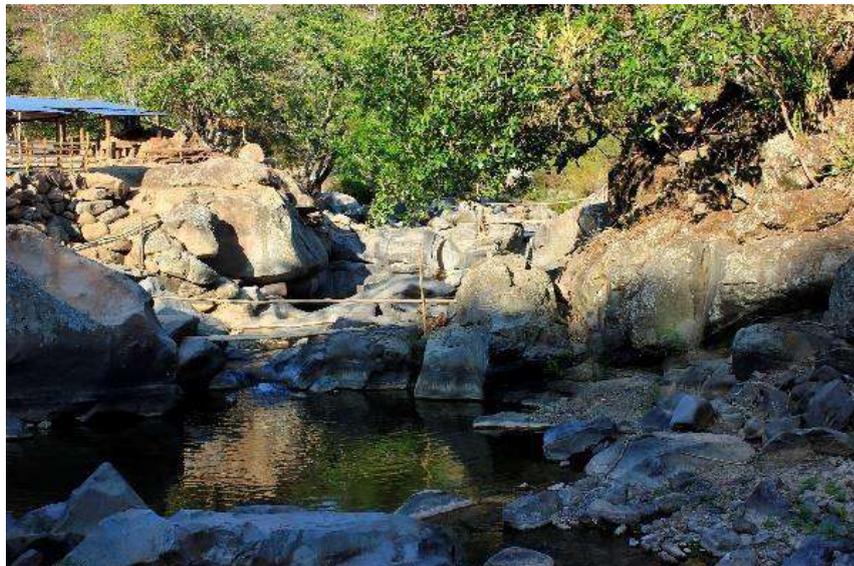
*Figura 6: Fotografía de la cascada de la Banda.*



**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

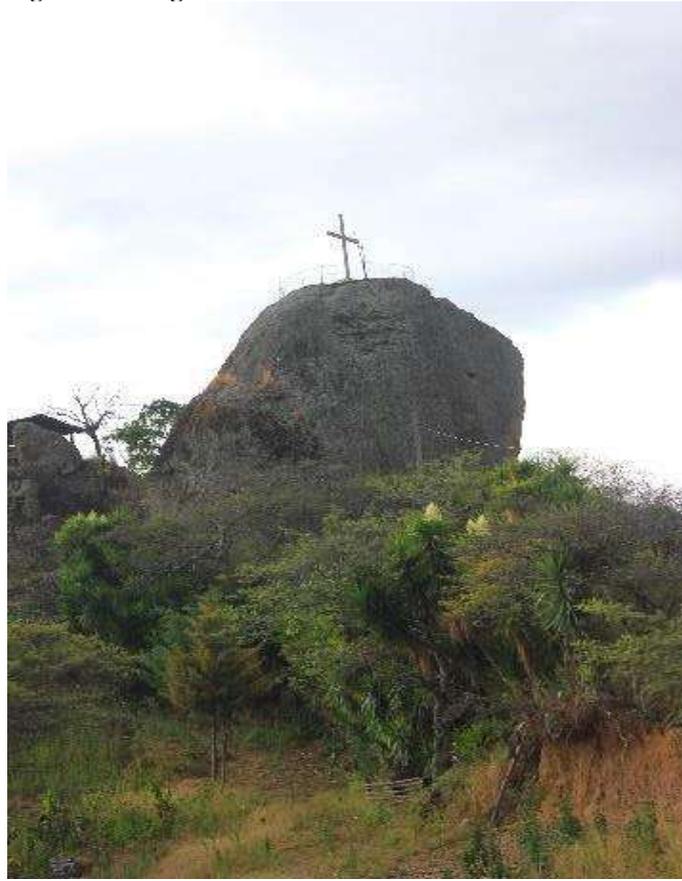
*Figura 7: Fotografía de las pailas rotas.*



**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

*Figura 8: Fotografía de Piedra Grande.*



**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

*Figura 9: Fotografía del cerro Colombo.*



**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

Se visitó los distintos lugares turísticos del cantón Gonzanamá, en los cuales se tomó fotografías para poderlos promocionar y dar a conocer los encantos que tienen cada uno de ellos, en la plaza central se pudo fotografiar el santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen, también se pudo evidenciar las bellas postales que nos muestran tanto la cascada de la banda en sus dos caídas de agua como las Pailas Rotas, así también en mirador natural de Piedra Grande desde donde se puede tomar fotos de exuberantes paisajes.

### 9.3. Encuesta

Para llevar a cabo esta etapa del proceso de investigación, se recolectaron 374 cuestionarios aplicados a la ciudadanía del Cantón Gonzanamá, los cuales definieron el porvenir de la investigación.

A continuación, se muestra la información obtenida:

**Pregunta 1** ¿Conoce usted cuáles son los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá?

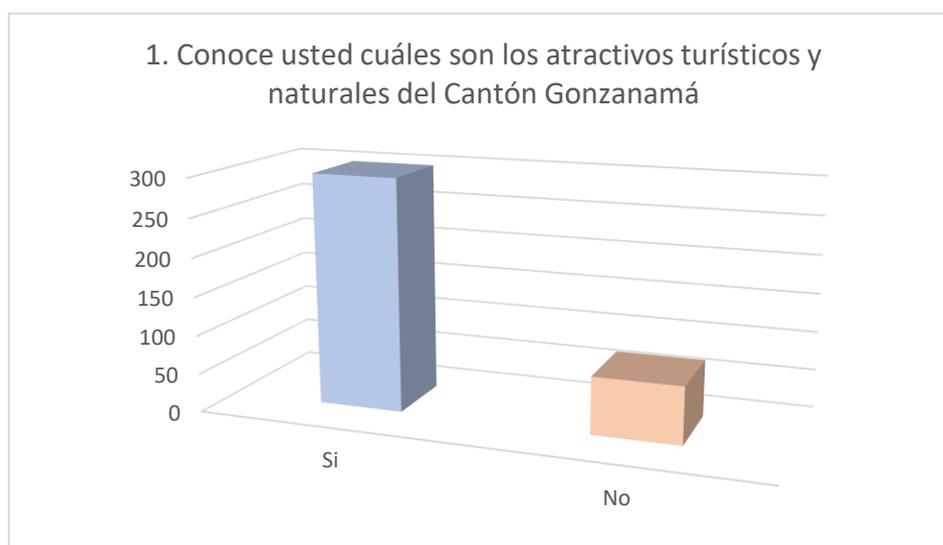
*Tabla 1: ¿Conoce usted cuáles son los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá?*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	80.21
No	74.00	19.79%
Total	374	100%

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

*Figura 10: Representación gráfica de la primera pregunta de la encuesta.*



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

**Análisis cuantitativo:** se puede observar en la tabla 1 del 100% de los habitantes del Cantón Gonzanamá encuestados hay una prevalencia del Sí con el 80.21% que corresponde a 300 personas encuestadas, mientras que del no hay un 19.79% que corresponde a 74 personas, mostrándonos que los habitantes del Cantón si tienen conocimiento de los atractivos turísticos del cantón.

**Análisis cualitativo:** De los resultados obtenidos en la gráfica 1, tal como se observa, la mayoría de los encuestados dijo que, si conocían los atractivos turísticos y naturales del cantón, por otra parte, una cantidad menor demuestra no conocer dichos atractivos turísticos.

**Pregunta 2** ¿De los siguientes atractivos turísticos del cantón Gonzanamá cuales ha visitado?

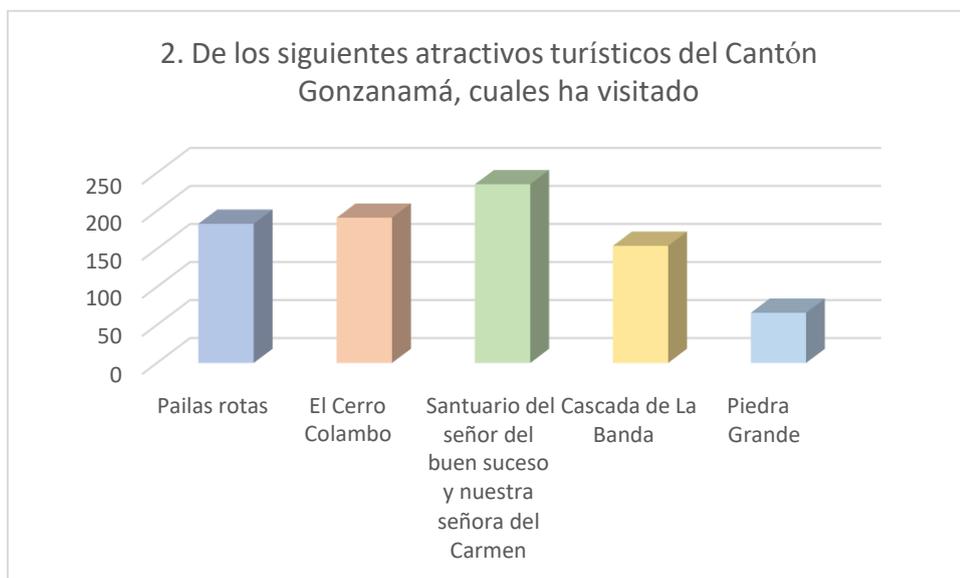
**Tabla 2: ¿De los siguientes atractivos turísticos del cantón Gonzanamá cuales ha visitado?**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pailas rotas	183	48.93%
Cerro Colambo	191	51.07%
Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen	235	62.83%
Cascada de La Banda	154	41.18%
Piedra Grande	66	17,65%
Total	829	100%

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

**Figura 11: Representación gráfica de la segunda pregunta de la encuesta.**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

**Análisis cualitativo:** en la tabla 2 se observa que del total de los habitantes encuestados dentro del periodo académico los habitantes del Cantón Gonzanamá, han visitado las pailas rotas con un porcentaje 48.93% que corresponde a 183 personas encuestadas, el cerro colambo con 51.07% que corresponde a 191 personas encuestadas, el Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen con 62.83% que corresponde a 235 personas encuestadas, la cascada de la Banda con 41.18% que corresponde a 154 personas encuestadas y Piedra Grande con 17.65% que corresponde a 66 personas encuestadas.

**Análisis cualitativo:** en la gráfica 2 se observa que el total de los habitantes encuestados dentro del periodo académico la mayoría a visitado el Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen seguido por el Cerro Colombo, las Pailas Rotas, Cascada de la Banda y el en último lugar Piedra Grande.

**Pregunta 3.** Considera usted que los atractivos naturales y turísticos del Cantón Gonzanamá han sido dados a conocer a nivel local, provincial y nacional

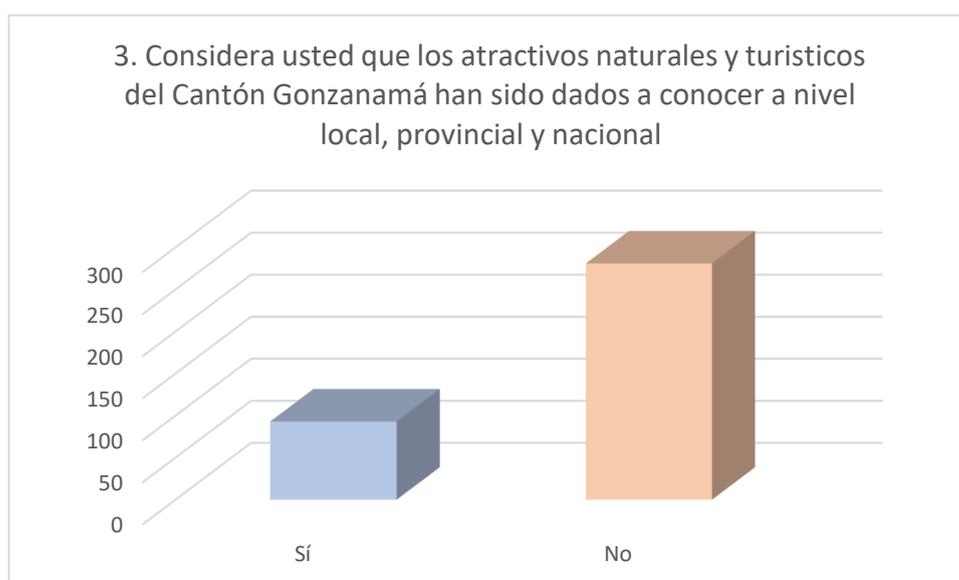
**Tabla 3: Considera usted que los atractivos naturales y turísticos del Cantón Gonzanamá han sido dados a conocer a nivel local, provincial y nacional**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	24.87%
No	281	75.13%
Total	374	100%

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

**Figura 12: Representación gráfica de la tercera pregunta de la encuesta.**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

**Análisis cualitativo:** en tabla 3 se observa que el total de los habitantes encuestados dentro del periodo académico los habitantes del Cantón Gonzanamá la mayoría dijeron no se ha dado a conocer los atractivos turístico y naturales a nivel local, provincial ni nacional con un porcentaje del 75.13% que corresponde a 281 personas encuestadas, mientras que un menor porcentaje de 24.87% que corresponde a 93 personas encuestadas dijo que si se ha dado a conocer dichos atractivos turísticos.

**Análisis cualitativo:** en la gráfica 3 se observa que el total de los habitantes encuestados dentro del periodo académico los habitantes consideran que no es conocido los atractivos turísticos del Cantón y un porcentaje pequeño considera que si se ha dado a conocer.

**Pregunta 4.** ¿Cree importante usted la ejecución de una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá?

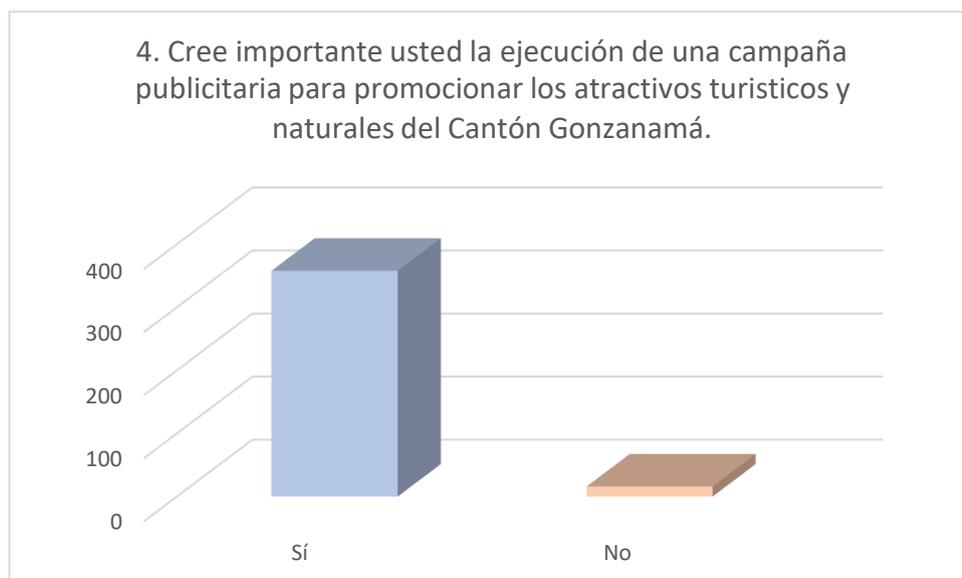
*Tabla 4: ¿Cree importante usted la ejecución de una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos y naturales del Cantón Gonzanamá?*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	358	95.72%
No	16	4,28%
Total	374	100%

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

*Figura 13: Representación gráfica de la cuarta pregunta de la encuesta*



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

**Análisis cualitativo:** En la tabla 4 se observa que el total de los habitantes encuestados dentro del periodo académico los habitantes del cantón Gonzanamá la mayoría dijeron conveniente que se cree una campaña publicitaria para la promoción de los atractivos turísticos del Cantón con 95.72% que corresponde a 358 personas encuestas, y el 4.28% que corresponde a 16 personas encuestadas los cuales dijeron que no lo cree importante.

**Análisis cualitativo:** en la gráfica 4 se observa que el total de los habitantes encuestados dentro del periodo académico la mayoría tiene un interés en que se ejecute una campaña publicitaria, mientras que un pequeño porcentaje considera que no es necesario dicha campaña publicitaria.

**Pregunta 5 ¿Cuáles son los medios que considera usted funcionarían para promocionar los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá?**

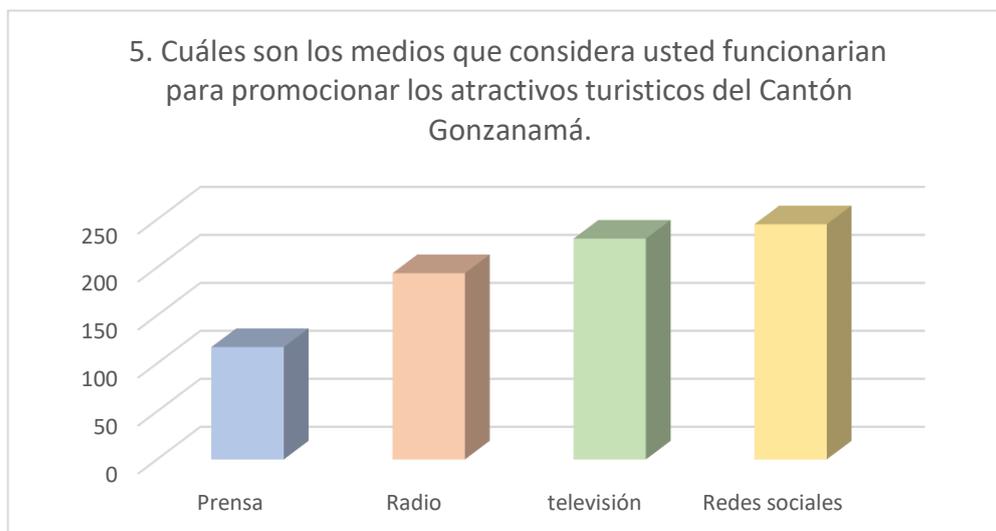
*Tabla 5: ¿Cuáles son los medios que considera usted funcionarían para promocionar los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá?*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	117	31.28%
Radio	194	51.87%
Televisión	230	61.50%
Redes sociales	245	65.51%
Total	786	100%

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Mishelle Morales.

*Figura 14: Representación gráfica de la quinta pregunta de la encuesta.*



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los ciudadanos de Gonzanamá.

**Nota:** Michelle Morales.

**Análisis cualitativo:** en la tabla 5 se observa que el total de los habitantes encuestados del cantón Gonzanamá la mayoría dijeron que use las redes sociales con un porcentaje del 65.51% que corresponde a 245 personas encuestadas, luego televisión con un porcentaje del 61.50% que corresponde a 230 personas encuestadas, seguida de la radio con el 51.87% que corresponde a 194 personas encuestadas, y por último la prensa con el 31.28% que corresponde a 117 personas encuestadas.

**Análisis cualitativo:** en la gráfica 5 se observa que el total de los habitantes encuestados el mayor interés en la promoción de la campaña publicitaria se daría en las redes sociales, en un segundo lugar sería la televisión, en un tercer lugar la radio y por último esta la prensa esto se puede deber a que las redes sociales son las más usadas actualmente a diferencia de los medios impresos que han perdido lugar en la sociedad actual.

## 10. Propuesta de acción

### 10.1. Introducción

El siguiente plan de acción se crea para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá por medio de elementos publicitarios como lo son la marca, videos, cuña publicitaria, y artes para redes sociales.

En el cantón Gonzanamá se encuentran varios sectores con atractivo turístico, tanto por su belleza natural como por su accesibilidad a ellos, esto debido a que se encuentran relativamente cerca unos de otros por lo cual es factible realizar un recorrido por varios de ellos en un mismo día. Esto caracteriza al Cantón Gonzanamá como una zona con potencial turístico, haciendo necesario la implementación de una campaña publicitaria con el objetivo de dar a conocer los atractivos de cada uno de estos sectores.

Al incrementarse el turismo en el cantón se reactivará la economía del mismo, activando sectores como son el de transporte, los hoteles, la gastronomía, la artesanía entre otros así mismo se incrementaría los emprendimientos en la zona permitiendo aumentar el grado de satisfacción de los turistas,

### 10.2. Nombre del proyecto

Este proyecto tiene el nombre de: Gonzanamá tradición y cultura.

### 10.3. Público objetivo

El proyecto está dirigido a tres públicos objetivos

**Turistas locales:** serían los habitantes del cantón, incentivándolos a visitar y conocer los lugares turísticos cercanos a sus hogares

**Turistas Nacionales:** serían las personas que viven dentro del territorio nacional y que se movilizan en sus periodos vacacionales, estas personas al moverse desde distintos puntos del país requieren de información de lugares nuevos a visitar.

**Turistas internacionales:** serían personas extranjeras que se encuentren en el país o estén pensando en viajar al mismo, en este caso es necesario hacer notar algunos de los atractivos más sobresalientes del cantón, junto con otros lugares turísticos cercanos como por ejemplo el valle de Vilcabamba.

#### **10.4. Descripción**

La presente propuesta de acción se desarrolló en torno a los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá, para lo cual se realizó una investigación mediante entrevistas, encuestas y observaciones, las mismas que nos permitieron conocer cuáles son los atractivos turísticos y cuán conocidos están, posteriormente a esto se propuso la creación de una campaña publicitaria para darlos a conocer de mejor manera.

Se procedió a la creación de la marca que representara la campaña publicitaria, los artes gráficos tanto para redes como para impresión, también se realizó una cuña radial y spots promocionales de los diferentes atractivos turísticos del cantón, los cuales de aprobarse la propuesta de acción serán difundidos en los diferentes medios de comunicación.

#### **10.5. Desarrollo de la propuesta grafica**

##### **10.5.1. Manual de Marca**

##### **10.5.1.1. La Marca**

*Figura 15: Logo de la Marca 2021.*



Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### **10.5.1.2. Conceptualización**

Esta marca fue creada con la finalidad de promocional los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá, la marca está compuesta por el cerro Colambo, la palabra “GONZANAMA”, que es el nombre del cantón donde se encuentras los diferentes lugares turísticos a promocionar, el eslogan “tradición y cultura”

El cerro Colambo se encuentra en tonos verdes representando la vegetación que hay en el mismo.

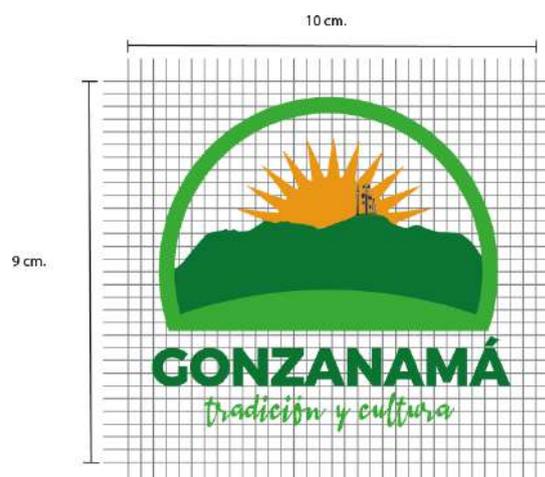
Es eslogan da un claro mensaje la palabra “tradición” debido a las costumbres, creencias y leyendas que se mantienen y que han ido pasando de generación en generación y la palabra “cultura” representando a los artesanos, artistas y las reliquias arqueológicas en el cantón.

En cuanto a la constitución del color se utilizó los tonos verdes tanto en el cerro como el las palabras, para representar la naturaleza de los sitios turísticos a promocionar.

## **10.5.2. Construcción y aplicación**

### **10.5.2.1. Modulación**

**Figura 16: Dimensión modular el logo 2021.**



**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

El isotipo se inscribe en una superficie modular de proporciones 10 x 9. El valor “X” establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

#### 10.5.2.2. Área de reserva

**Figura 17: Área de reserva en la impresión del logo.**



**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

Se establece un área de protección alrededor del isotipo. Esta área debe estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por una media “x” siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el isotipo del resto de elementos de la página ya se en textos o imágenes.

## 10.6. Cromática de la marca

*Figura 18: Códigos de colore usados en la marca.*

C:75.29% R:79 M:0% G:170 Y:100% B:54 K:0% #3BAA35	C:89.02% R:0 M:28.24% G:116 Y:100% B:54 K:16.86% #007433	C:6.05 R:234 M:47.11 G:150 Y:94.53 B:25 K:0.34 #EA961	C:0 R:60 M:0 G:60 Y:0 B:59 K:90 #3C3C3B
			

**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

Los colores usados están en combinación para hacer al isotipo más llamativo, además de que guardan relación con los lugares turísticos a promocionar del cantón Gonzanamá.

## Aplicaciones cromáticas

Figura 19: Aplicaciones cromáticas del logo.



Elaborado: Fotografía Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

## 10.7. Tipos de tipografía

Figura 20. Tipografías usadas en el logo

### Montserrat Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z t

### A Black Crown

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

La familia tipográfica que se utilizó es la Montserrat Bold y A Black Crown., se optó por estas tipografías por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

## 10.8. Usos no correctos

**Figura 21: Principales usos no correctos del logo.**



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.

**Nota:** Mishelle Morales.

Se recomienda tener especial cuidado en evitar usos no correctos que afecten la imagen de la marca.

## 10.9. Presupuesto del plan de medios

Tabla 6: Presupuesto del plan de medios

Motivo	Costo
<b>Elaboración de material</b>	
Producción de cuña radial	50.00
Producción de spots	100.00
1000 trípticos	130.00
1000 volantes	130.00
<b>Gastos varios</b>	
Alquiler de dron	120.00
Piloto de dron	50.00
Transporte	150.00
Difusión de cuña (Radio Zapotillo)	45.00
Difusión de cuña (Radio la Voz del Colambo)	90.00
Edición de material (arte, videos, tríptico, volante)	500.00
<b>TOTAL</b>	<b>1365.00</b>

**Fuente:** Presupuesto del plan de medios.

**Nota:** Mishelle Morales.

### 10.10. Cronograma del plan de medios

Tabla 7: Plan de medios

FECHA	RED SOCIAL	ACIONES	OBJETIVO	TIPOS DE CONTENIDO	FRECUENCIA	HORARIOS	INDICACIONES
17/09/2020	Facebook	- Crear un 1 arte para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	- <b>Arte para redes sociales publicitando los atractivos turísticos del catón Gonzanamá.</b>	1	- 11h00 a.m. - 17h00 p.m.	
18/09/2021	Facebook	- Crear un 1 arte para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Popularizar los atractivos turísticos.	- <b>Arte para redes sociales promocionando los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.</b>	1	- 11h00 a.m. - 13h00 p.m.	
19/09/2021	Instagram	- Crear un 1 arte para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Posesionar los atractivos turísticos	- <b>Arte para redes sociales promocionando los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.</b>	1	- 10h00 a.m. - 9h00 p.m.	
20/09/2021	spot publicitario	- Crear un spot publicitario para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Popularizar los atractivos turísticos.	- <b>Crear un video para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.</b>	1	10h00 1h00	
21/09/2021	Facebook	- Crear un 1 arte para promocionar los atractivos del cantón Gonzanamá.	Popularizar los atractivos turísticos.	- <b>Arte para redes sociales promocionando los atractivos turísticos</b>	1	-8h00 a.m. 13h00 p.m.	

<b>del cantón Gonzanamá.</b>						
<b>22/09/2021</b>	Facebook	- Crear un 1 arte para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Promocionar los atractivos turísticos.	<b>- Arte para redes sociales promocionando los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.</b>	1	- 11h00 a.m. 17h00 p.m.
<b>23/09/2021</b>	Spot publicitario Para radio	- Crear un spot publicitario para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Promocionar los atractivos turísticos.	<b>- Arte para redes sociales promocionando los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.</b>	1	-10h00 a.m. 17h00 p.m.
<b>24/09/2021</b>	Facebook	- Crear un 1 arte para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Promocionar los atractivos turísticos.	<b>- Arte para redes sociales promocionando los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.</b>	1	-10h00 a.m. 14h00 p.m.
<b>25/09/2021</b>	Facebook	- Crear un 1 arte para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.	Promocionar los atractivos turísticos.	<b>- Arte para redes sociales promocionando los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá.</b>	1	-10h00 a.m. 13h00 p.m.

**Fuente: Plan de medios.**

**Nota: Mishelle Morales.**

## 10.11. Diseño de guiones de videos y cuña publicitaria.

### 10.11.1. Guiones de videos

#### 10.11.1.1. Video Gonzanamá tradición y Cultura

Figura 22: Captura de pantalla del video Gonzanamá tradición y cultura



Fuente: Videos de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

#### 10.11.1.2. Guion de video Gonzanamá tradición y Cultura

Tabla 8. Guion del video de Gonzanamá tradición y Cultura

Elaborado: Mishelle Morales, 2021.

Texto	Audio	Video	Tiempo
	Música	Logo de la marca, con fondo blanco	4''
<b>Si no has visitado Gonzanamá, no sabes lo que te estás perdiendo, cada sitio es un paraíso escondido.</b>	Música +vos en off	Plano General del santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen	11''
<b>El Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen, el cerro Colambo, la cascada de la Banda, las Pailas Rotas, Piedra Grande, entre otras.</b>	Música +vos en off	Toma interna del Santuario	5''
<b>Visita Gonzanamá, conoce y disfruta de sus maravillas naturales y colabora con su conservación.</b>	Música +vos en off	Plano General del cerro Colambo	2''
	Música +vos en off	Plano General de la cascada de la Banda	1''
	Música +vos en off	Plano General de las Pailas Rotas	2''
	Música +vos en off	Plano General de Piedra Grande	2''
	Música +vos en off	Panorámica de las Pailas Rotas	8''
<b>Instituto Tecnológico Sudamericano Carrera de diseño gráfico</b>	Música	Logotipos de la marca y del instituto sudamericanoy la carrera de Diseño grafico	6''

Elaborado: Guion del video Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales

### 10.11.1.3. Video del Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen

Figura 23. Captura de pantalla del video del Santuario del Señor del Buen



Fuente: Videos de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.4. Guion de video del Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen

Tabla 9. Guion del video del Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen

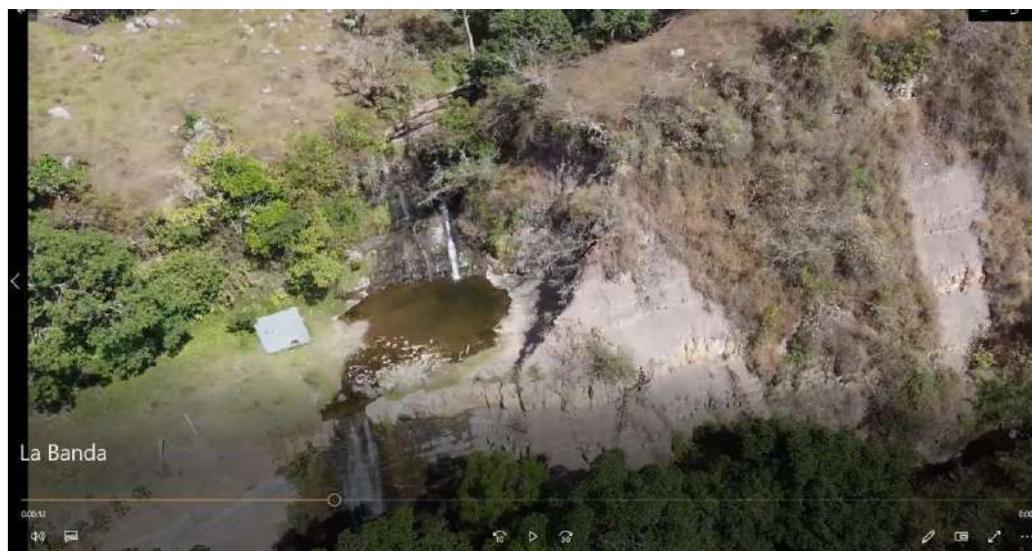
Texto	Audio	Video	Tiempo
	Música	Logo de la marca, línea blanca y título Santuario del señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen en letras blancas con fondo negro	3''
<b>En el centro de la provincia de Loja en el cantón Gonzanamá se levanta majestuoso el santuario del del Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen</b>	Música +vos en off	Plano General del santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen, Se visualiza el santuario en 180°	16''
<b>Se encuentra ubicado en la plaza central de la ciudad de Gonzanamá ven conoce y comparte la religiosidad de su pueblo, Te esperamos con los brazos abiertos</b>	Música +vos en off	Toma desde la parte posterior del santuario hasta el altar	8''
	Música	Logotipos de la marca y logotipos del instituto sudamericano y la carrera de Diseño gráfico	6''

Fuente: Guion del video Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.5. Video de la Cascada de la Banda

Figura 24: Captura de pantalla del video de la Cascada de la Banda.



Fuente: Videos de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.6. Guion de video de la cascada de la Banda

Tabla 10. Guion del video de la cascada de la banda

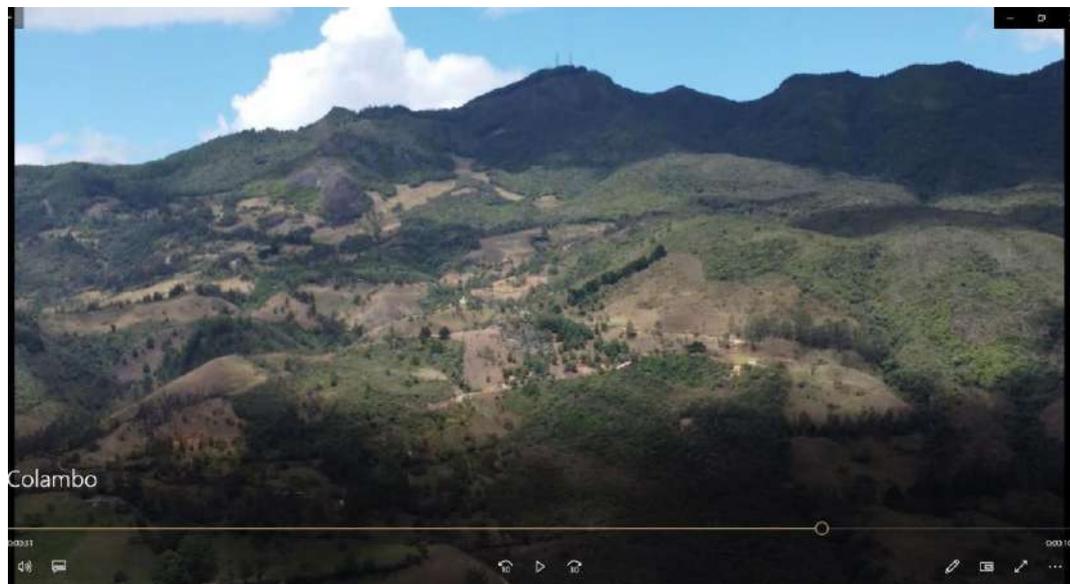
Texto	Audio	Video	Tiempo
	Música	Logo de la marca, línea blanca y título Cascada la Banda en letras blancas con fondo negro	3''
<b>Quieres visitar un lugar único y rustico, entonces que esperas ven y visita la cascada de la Banda, un lugar para dejar volar tu imaginación, se encuentra ubicada a un kilómetro de la ciudad de Gonzanamá</b>	Música +vos en off	Toma acercándose a la cascada	9''
	Música +vos en off	Toma general de la primera caída de la cascada	6''
<b>Ven conoce y disfruta con toda tu familia y recuerda que el paraíso lo tienes al salir de casa</b>	Música +vos en off	La toma se va alejando para dejar ver la segunda caída de la cascada	5''
	Música +vos en off	Toma panorámica alejándose de la de la cascada dejando ver sus alrededores e ingreso	6''
	Música	Logotipos de la marca y logotipos del instituto sudamericano y la carrera de Diseño gráfico	6''

Fuente: Guion del video Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.7. Video del video del cerro Colambo

Figura 25: Captura de pantalla del video del cerro Colambo.



Fuente: Videos de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.8. Guion de video de la cascada de la Banda

Tabla 11. Guion del video del cerro Colambo

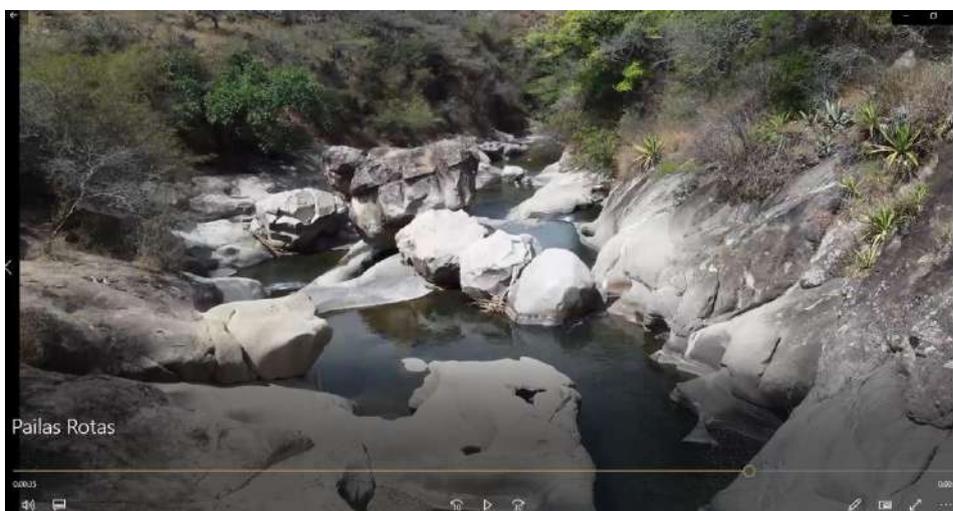
Texto	Audio	Video	Tiempo
	Música	Logo de la marca, línea blanca y título Cerro Colambo en letras blancas con fondo negro	3''
<b>Llevas tiempo pensando en ese lugar escondido solo para ti, ese rinconcito del país o ese cerrito, que te hace soñar con volver a disfrutar el aire libre y sentir el sol en tu piel con volver a salir y caminar, nunca dejes de soñar</b>	Música +vos en off	Toma general visualizando todo el cerro	13''
<b>Visita y conoce El Colambo ubicado a 16 kilómetros de la cabecera cantonal de Gonzanamá te esperamos</b>	Música +vos en off	Toma panorámica de las antenas y parte del bosque.	30''
	Música	Logotipos de la marca y logotipos del institutosudamericano la carrera de Diseño gráfico	5''

Fuente: Guion del video Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.9. Video de las Pailas Rotas

Figura 26. Captura de pantalla del video de las Pailas Rotas.



Fuente: Videos de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.10. Guion de video de la Pailas Rotas

Tabla 12. Guion del video de las Pailas Rotas

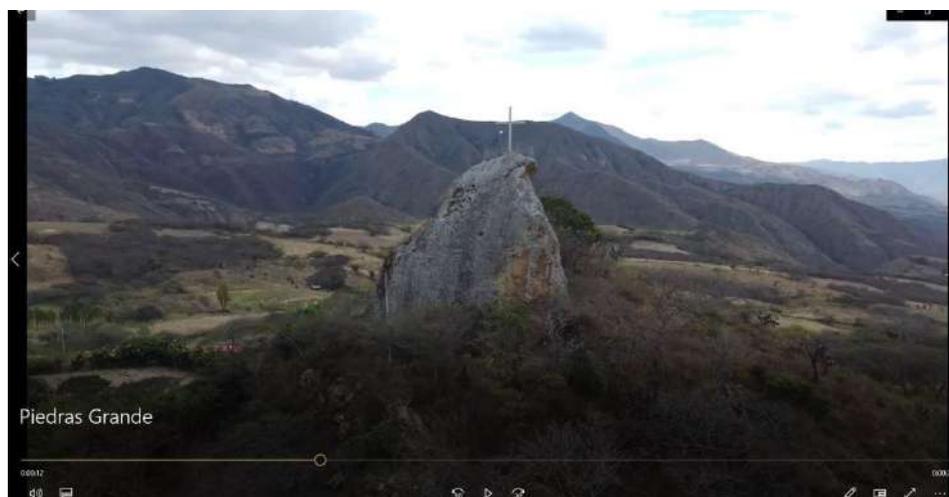
Texto	Audio	Video	Tiempo
	Música	Logo de la marca, línea blanca y título Pailas rotas en letras blancas con fondo negro	3''
<b>Escápate de la ciudad y desenchúfate de la rutina te esperamos visita y disfruta de las Pailas rotas ubicado a siete kilómetros de la cabecera cantonal de Gonzanamá</b>	Música +vos en off	Toma panorámica de las Pailas rotas	5''
<b>Conoce este lugar escondido en donde el agua serpentea abriéndose paso en la roca formando la grieta del cañón y las bellas pailas donde puedes disfrutar de una aventura llena de agua y sol, en las piscinas de piedra más extensas de la provincia de Loja</b>	Música +vos en off	Toma aérea del cañón	21''
	Música +vos en off	Toma aérea del recorrido por las Pailas	5''
	Música +vos en off	Toma de las pailas general de las Pailas	6''
	Música	Logotipos de la marca y logotipos del instituto sudamericano y la carrera de Diseño gráfico	6''

Fuente: Guion del video Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.11. Video de Piedra Grande

Figura 27: Captura de pantalla del video de Piedra Grande.



Fuente: Videos de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.1.12. Guion de video de la Piedra Grande

Tabla 13. Guion del video de Piedra Grande.

Texto	Audio	Video	tiempo
	Música	Logo de la marca, línea blanca título Piedra Grande en letras blancas con fondo negro	3''
<b>Te gusta viajar y conocer nuevos lugares ven y visita Piedra grande un mirador natural desde donde podrás observar el valle de Gerinoma ubicado a un kilómetro de la cabecera parroquial de Nambacola la delicia del alma en el cantón Gonzanamá</b>	Música en off	+vos Toma general visualizando Piedra grande	8''
	Música en off	+vos Toma en 180 grados de piedra grande del valle de Gerinoma.	19''
<b>Ven conoce, disfruta con toda tu familia y ayuda a su conservación</b>	Música	Logotipos de la marca y logotipos del instituto sudamericano y lacarrera de Diseño gráfico	6''

Fuente: Guion del video Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

### 10.11.2. Guion de cuña

Tabla 14. Guion de la cuña radial

<b>Cuña para Carrera de Diseño Gráfico</b>		
<b>Narrador: Ramiro Jiménez</b>		
<b>Empresa: Instituto Superior Tecnológico Sudamericano</b>		
<b>Tiempo: 35 segundos</b>		
<b>Tiempo</b>	<b>Efectos</b>	<b>Narración</b>
2 s	Música de fondo, en donde comienza alto y después baja al momento de la narración	
30 s		Si no has visitado Gonzanamá, no sabes lo que te estás perdiendo, cada sitio es un paraíso escondido.
	Sonidos de naturaleza (sonido de agua corriendo entre las piedras y cantos de las aves)	El Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen, el cerro Colambo, la cascada de la Banda, las Pailas Rotas, Piedra Grande, entre otras.
		Visita Gonzanamá, conoce y disfruta de sus maravillas naturales y colabora con su conservación.
		Instituto Tecnológico Sudamericano Carrera de diseño gráfico
3 s	Efecto de compresión multibanda para el final de la narración	

**Fuente:** Guion de la cuña radial.

**Nota:** Mishelle Morales.

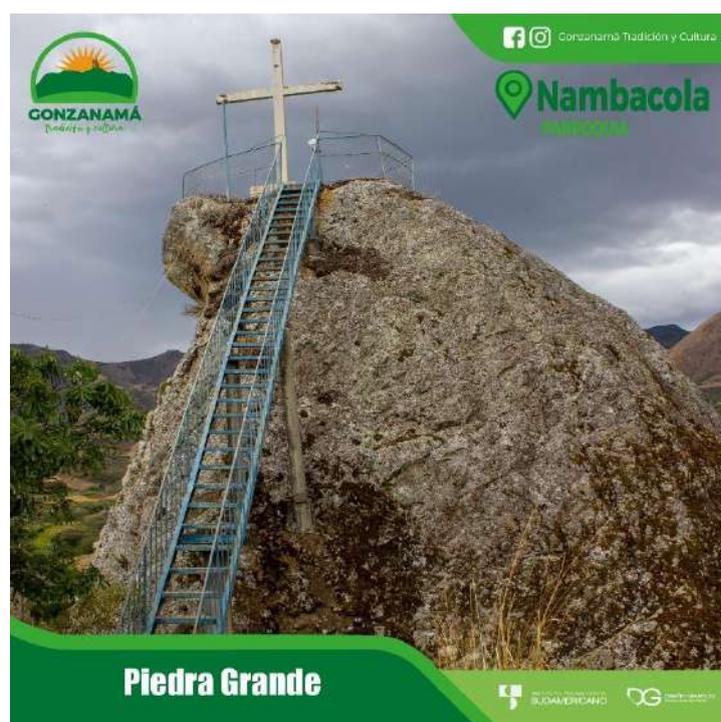
### 10.11.3. Diseño de artes para redes sociales

*Figura 28: Arte para publicación en redes sociales artesanías.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.  
**Nota:** Mishelle Morales

*Figura 29: Arte para publicación en redes sociales Piedra Grande.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.  
**Nota:** Mishelle Morales.

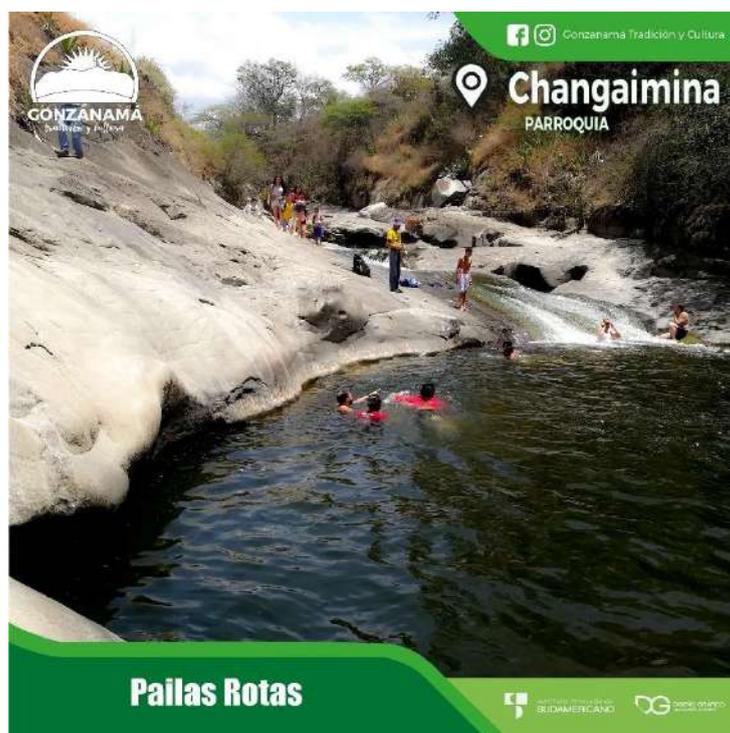
*Figura 30. Arte para publicación en redes sociales Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.

**Nota:** Mishelle Morales.

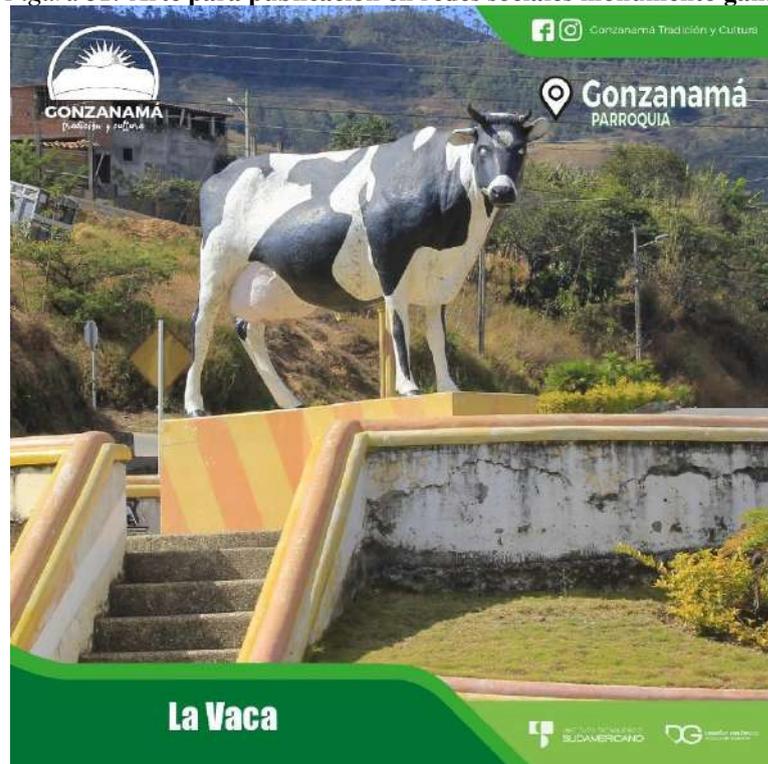
*Figura 31: Arte para publicación en redes sociales Pailas Rotas.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.

**Nota:** Mishelle Morales.

Figura 32: Arte para publicación en redes sociales monumento ganadero.



Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

Figura 33: Arte para publicación en redes sociales parque de la madre.



Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.

*Figura 34: Arte para publicación en redes sociales la cruz.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.

**Nota:** Mishelle Morales.

*Figura 35: Arte para publicación en redes sociales cascada la Banda.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.

**Nota:** Mishelle Morales.

#### 10.11.4. Diseño de perfil y portada de redes sociales

*Figura 36.* Diseño de perfil para Facebook e Instagram



Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.  
Nota: Mishelle Morales.

*Figura 37.* Diseño de fondo de portada para Facebook e Instagram



Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.  
Nota: Mishelle Morales.

## 11. Conclusiones

Una vez terminada la investigación hemos llegado a las siguientes conclusiones:

Una vez realizadas las entrevistas, encuestas y observaciones se puede decir que el cantón Gonzanamá presenta gran potencial turístico sin embargo los atractivos turísticos del cantón son poco conocidos, motivo por el cual son poco visitados tanto por las personas de la misma localidad como turistas externos.

Luego de realizar la investigación sobre la importancia del turismo podemos decir, que actualmente el turismo trata de integrar el patrimonio con la cultura, para de esta manera no solo dar a conocer diferentes sitios, sino que también busca fomentar una cultura de cuidado y protección de los mismos

Los elementos publicitarios como la cuña radial, spots publicitarios trípticos y la marca, se diseñaron con los conocimientos adquiridos durante la carrera y serán utilizados para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá de la provincia de Loja

El material gráfico implementado será difundido por medios digitales en el caso de los artes gráficos se difundirán tanto en las redes sociales como en material impreso, por otra parte, el material audiovisual diseñado será producido en las redes sociales y un canal televisivo y la cuña radial será difundida en una radio local.

## 12. Recomendaciones

Con las conclusiones obtenida en el presente trabajo de campo se recomienda que:

Se recomienda que la difusión de la campaña publicitaria se deberá de hacer de forma masiva para poder dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá y además se deberá buscar financiamiento de las entidades públicas o privadas para llegar a cubrir los costos que representaría dicha difusión.

Se recomienda transmitir a la ciudadanía, la necesidad de conocer sobre los atractivos turísticos presentes en su cantón, generando interés en la comunidad y así poder atraer a más turistas nacionales y extranjeros, además se deberá crear conciencia sobre el cuidado y mantenimiento de ellos para poder mantenerlos a lo largo del tiempo.

Se recomienda que en algunos de los sitios turísticos visitados deberían implementar nueva señalética, debido a que la que presentan actualmente ya ha cumplido su vida útil, y en algunos sitios dicha señalética no existe, además se podría incrementar adecuaciones como cabañas o zonas de descanso para recibir a los turistas.

Se recomienda el correcto uso del manual de marca tanto a las personas o institución que desee continuar con la campaña publicitaria, debido a que este documento contiene la información necesaria para su uso.

### 13. Bibliografía

- Alelú, M., Cantín, S., López, N., & Rodríguez, M. (2010). Estudio de Encuestas. *Métodos de Investigación*, 3, 21. Retrieved from [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf%0Ahttps://drive.google.com/drive/folders/17mnoq-mDw0FrRwEkIVhVawlJMI2Gme5K?usp=sharing](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf%0Ahttps://drive.google.com/drive/folders/17mnoq-mDw0FrRwEkIVhVawlJMI2Gme5K?usp=sharing)
- Armijos, D., & Patiño, A. (2010). Herpetofauna de un Bosque Húmedo Tropical en la Quinta “El Padmi” del Centro de Estudios y Desarrollo para la Amazonía (CEDAMAZ), provincia de Zamora Chinchipe. *Cedamaz*, 1(1), 57–64.
- Carrion, D. (2017). “*Elaboración del inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial de la parroquia nambacola, cantón Gonzanamá, provincia de Loja.*”
- Cueva, J. (2018). *Rrehabilitación arquitectónica de la vivienda patrimonial, propiedad de la familia carrión ubicada en la ciudad de Gonzanamá.*
- Crudele, N. (2018). Estudio de la marca ciudad Loja como atractivo de turismo nacional y extranjero en el Ecuador. *Turydes: Turismo y Desarrollo*, 25, 1–17.
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15, 330–340.
- Díaz, L. (2011). La observación.
- Escobar, M., Soto, N., & Abarca, R. (2008). Transiciones; Actividad pedagógica experimental, basada en un método proyectual de diseño.
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. (1994). El Turismo Conceptos Y Definiciones E Importancia Actual.
- Fernández, D. (1999). E Libro. *Modelo de Sorción de Iones Fosfato Por Suelos y Arcillas*, p. 157 paginas. Retrieved from <https://elibro.net/es/ereader/sudamericanoloja/57747>
- Fuster Guillen, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

- Gad Gonzanamá, M. (2014). Gonzanamá. Retrieved June 10, 2021, from <https://gonzanama.gob.ec/index.php/gonzanama>
- Haboud, M. (2010). Pueblos Y Lenguas Indígenas De La Amazonía Ecuatoriana. *Atlas Sociolinguístico De Pueblos Y Lenguas Indígenas De América Latina*, 1–27. Retrieved from [www.oralidadmodernidad.com](http://www.oralidadmodernidad.com)
- Hernández, M. C. (2020). Viajar después del Covid-19: la pandemia le cambia la cara al turismo. Retrieved June 9, 2021, from <https://www.france24.com/es/20200613-pandemia-cambia-cara-turismo>
- Jaramillo Carrión, M. (2016). *Fortalecimiento de las principales fiestas religiosas, como patrimonio cultural inmaterial del cantón Gonzanamá, provincia de Loja. Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. Universidad Internacional del Ecuador.
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de Turismo. ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires* (Vol. 12).
- Loaiza Ramirez, D. (2020). Diseño de un corredor ciclo turístico en el sector sur oriente del canton Loja ,Ecuador., 2507(February), 1–9.
- López, G., Muñoz, M., Ordóñez, M., & Cevallos, C. (2015). Conociendo Quito, economía, innovación y transformación productiva. *Conociendo Quito. Economía, Innovación y Transformación Productiva En El Distrito Metropolitano de Quito*.
- Luzuriaga, P. G. (2020). Reactivación vs turistificación : los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia Recovery against touristification : Challenges of the cities facing post pandemic tourism, 5(3), 134–150.
- Maldonado, R. (2016). El método hermenéutico en la investigación cualitativa, (May). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3368.5363>
- Martos Molina, M., & Pulido Fernández, J. (2010). Una aproximación al análisis de la actividad turística cultural en la ciudad. *Papers de Turisme*, 0(47–48), 39–57.
- Municipio Cantonal de Gonzanamá. (2014). Actualización Del Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial Del Cantón Gonzanamá 2014-2019. *GAD Gonzanamá*, 399–404.

- Oliveira, M. C. B. de, & Pimentel, T. D. (2016). El Campo Turístico de la ciudad de Quito (Ecuador): un análisis del capital de sus agentes y de la (posible) acción colectiva sobre las políticas de turismo como objeto de disputa. *Revista Investigaciones Turísticas*, (12), 183–209. <https://doi.org/10.14198/inturi2016.12.09>
- ONU. (2020). La COVID-19 y la transformación del turismo. *Barómetro OMT Del Turismo Mundial*, 2–30. <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Barómetro OMT del Turismo Mundial, mayo 2020 – Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19. Barómetro OMT del Turismo Mundial, mayo 2020 – Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19.* World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284421954>
- Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., Pérez, L., Vázquez, A., & González, L. (2013). La Entrevista, 1, 15. Retrieved from [http://www.sc.edu.es/ptwmamac/Capi\\_libro/36c.pdf](http://www.sc.edu.es/ptwmamac/Capi_libro/36c.pdf) [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/Entrevista\\_trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf)
- Rojas, D., & González, C. (2011). *Propuesta de adecuación y señalización del sendero turístico intervalles de las parroquias surorientales de Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba del cantón Loja, provincia de Loja.* Universidad Técnica Particular de Loja. Retrieved from [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1823/3/TESIS\\_TURISMO.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1823/3/TESIS_TURISMO.pdf)
- Sanchez Viamonte, J. (2020). El Color En La Publicidad. *Academia*, 5. Retrieved from <https://www.tramapublicidad.com/blog/el-color-en-la-publicidad/>
- Trujillo, P., & Loja Pijal, R. I. (2014). Diseño de las zapatillas personalizadas a mano para personas de 10 años en adelante, en el sector norte del distrito metropolitano de la ciudad de Quito, para fomentar el arte urbano en la ciudad., 1–69.
- Ulloa C., J. P. M. & M. C. (2004). Riqueza de Plantas Vasculares. *Revista Botánica*.
- Vallejo Ramírez, J., Malla Alvarado, F., Lalangui Lima, M., & Ochoa Herrera, J. (2020). El impacto económico del turismo en la provincia de Loja, Ecuador. evaluación histórica y prospectiva. *ECA Sinergia*, 11, 113–121. Retrieved from <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1962/2383>

## **14. Anexos**

### **14.1. Presupuestos y Recursos**

#### **14.1.1. Recursos tecnológicos**

- Computadora
- Flash
- Compra de cámara y accesorios

#### **Materiales**

- Derecho para la realización del proyecto
- Impresión de documentos
- CD
- Internet
- Hoja valorada
- Luz
- Hojas de papel boom
- Lápices
- Borradores
- Libros
- Transporte

#### **Humano**

- Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo
- Morales Herrera Mishelle Salome

## 14.2. Presupuestos

### Materiales Básicos

Tabla 15. Materiales básicos

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Derecho para la realización del proyecto	650,00
Impresión de documentos	10,00
CD	4,00
Internet	150,00
Hoja valorada	2,00
Luz	20,00
Hojas de papel boom	2,00
Lápices	1,50
Borradores	0,50
Libros	25,00
Transporte	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>965.00</b>

**Fuente:** Materiales básicos.

**Nota:** Mishelle Morales.

### Materiales tecnológicos

Tabla 16. Materiales tecnológicos

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Computadora	1500.00
Flash	15,00
Compra de cámara y accesorios	705.44
Alquiler de dron	170.00
<b>TOTAL</b>	<b>2390.44</b>

**Fuente:** Materiales tecnológicos.

**Nota:** Mishelle Morales.

**14.2.1. Presupuesto total***Tabla 17. Presupuesto total*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V.TOTAL</b>
Materiales básicos	965.00
Materiales tecnológicos	2390.44
<b>TOTAL</b>	<b>3355.44</b>

**Fuente: Presupuesto total.****Nota: Mishelle Morales.**

## 15. Cronograma

Cronograma de proceso de titulación mediante proyecto de investigación de fin de carrera

Abril 2021 a septiembre 2021

Tabla 18. Cronograma proceso de titulación

Semana	Fecha	Actividad
Primera	Martes 13 de abril del 2021 vía Meet	Taller de investigación para formulación de proyecto de investigación de fin de carrera
Segunda	Lunes 19 al 24 de abril	INICIO DE TUTORIAS EXTACURRICULARES  Exposición ante los alumnos de tentativa de temas en base a las LINEAS DE INVESTIGACIÓN por parte de los directores del proceso de titulación; información que les otorga el Vicerrectorado, y que a su vez ha sido determinada por los coordinadores de carrera. Si el estudiante tiene otras propuestas innovadoras las puede presentar.
Tercera	Lunes 26 al 01 de mayo	Identificación del problema
Cuarta	Lunes 03 al 08 de mayo	Planteamiento del tema
Quinta	Lunes 10 al 15 de mayo	Elaboración de justificación
Sexta	Lunes 17 al 22 de mayo	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos

Séptima	Lunes 24 al 29 de mayo	Elaboración del marco institucional y marco teórico.
Octava	Lunes 31 al 05 de junio	
Novena	Lunes 07 al 12 de junio, siendo el 12 de junio hasta las 11h00 el último día de plazo.	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación.
Décima	Lunes 14 al 19 de junio	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía.  Para determinar la muestra cooperará con ustedes el Ing. Fernando Pesantez. Los tutores deben recordar con anticipación el tema al Rectorado.
Décima primera	Sábado 21 de junio	Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, tema, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el tutor del grupo. Se los debe dejar en Secretaría del ITSS.
Decima segunda	Martes 13 de septiembre	Entrega de borrador de proyectos de investigación de fin de carrera

**Fuente: Cronograma proceso de titulación.**

**Nota: Mishelle Morales.**

## 16. Certificación de aprobación

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

Director de investigación

CERTIFICA

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

Director de investigación

CERTIFICA

Que el srta. Mishelle Salome Morales Herrera con C.I: 1105255812 estudiante de la carrera de diseño Gráfico del instituto Tecnológico Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación fin titulado “USO DE RECURSOS GRÁFICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA, EN EL PERIODO ABRIL 2021/ SEPTIEMBRE 2021.”, el mismo que ha sido revisado y se encuentra con un 100%, la actual propuesta de acción entregada por el estudiante consta de la siguiente información:

- Desarrollo de marca
- Creación de artes
- Galería Fotográfica
- Trípticos

Sin otro particular que indicar, autorizo su presentación de la propuesta de acción ante el tribunal respectivo para sus debidas correcciones.

---

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTOR DE INVESTIGACION

## 17. Formato de encuesta



### Encuesta

1. **¿Conoce usted cuáles son los atractivos turísticos y naturales del cantón Gonzanamá?**

Sí ( )

No(..)

2. **¿De los siguientes atractivos turísticos del cantón Gonzanamá cuales ha visitado?**

- Pailas Rotas ( )
- El Cerro Colambo ( )
- Santuario del señor del buen suceso y nuestra señora del Carmen ( )
- Cascada de La Banda ( )
- La Piedra Grande ( )

3. **¿Considera usted que los atractivos naturales y turísticos del cantón Gonzanamá han sido dados a conocer a nivel local provincial y nacional?**

Sí ( )

No(..)

4. **¿Cree importante usted la ejecución de una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Gonzanamá?**

Sí ( )

No(..)

**5. ¿Cuáles son los medios que considera usted funcionarían para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá?**

- Prensa (..)
- Radio (..)
- Televisión (..)
- Redes sociales (..)

## 18. Formato de entrevista



### Entrevista

Esta entrevista tiene como objetivo recaudar información sobre el conocimiento de los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá, para un mayor conocimiento.

**Nombre:**

**Edad:**

**Actividad:**

**Contacto:**

1. **¿Cuáles son los lugares naturales y turísticos del Cantón Gonzanamá?**
2. **¿Antes de presentarse en la pandemia del COVID 19 considera usted que existía la afluencia de turistas al cantón Gonzanamá?**
3. **¿Cuál cree que era el sitio más sitio más visitado?**
4. **¿Cuáles considera usted que son las limitantes del turismo en el cantón Gonzanamá?**
5. **¿Conoce usted la existencia de alguna campaña publicitaria que promocióne los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá?**

- 6. ¿Considera oportuna la creación de una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá?**
  
- 7. ¿Cuáles considera usted que son los atractivos, que se deberían dar a conocer en esta campaña?**
  
- 8. ¿Cuáles son los medios que usted considera funcionarían para promocionar los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá?**

## 19. Matriz del proyecto

“Uso de recursos gráficos para promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Gonzanamá Provincia de Loja, en el periodo abril 2021/ septiembre 2021”

- Presentación del problema: La falta de recursos gráficos ha provocado bajo interés en los turistas y el poco conocimiento de los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, en el periodo abril 2021/septiembre 2021.
- Objetivo General: Crear material gráfico mediante el uso de softwares y herramientas digitales para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja.

*Tabla 19.* **Matriz del proyecto**

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	CRONOGRAMA	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	EVALUACIÓN
<i>Investigar las consecuencias de la baja concurrencia turística en el cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja mediante encuestas, entrevistas, observación para conocer la situación actual.</i>	<i>La hipótesis parte de la identificación en las consecuencias de la baja concurrencia turística del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja.</i>	Para realizar la primera parte del proyecto nos guiamos en un Método Fenomenológico que inicia con la investigación de las consecuencias de la baja de turismo del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja, en el periodo abril 2021/septiembre 2021.	Abril – mayo 2021	Investigar empresas productoras artesanales.  Formular cuestionario para entrevistas y encuestas.  Tabulación y recopilación de información.	\$0  \$0	Identificación de los factores que han provocado la baja concurrencia turística en 10 hojas.
<b>Comprender la importancia del turismo Elaborados bibliográficas para el</b>	<i>Continua con la sustentación</i> teórica sobre la importancia del turismo mediante Elaborados bibliográficas en el	La segunda parte del proyecto se realiza mediante el Método Hermenéutico que inicia con la <b>comprensión</b> de la importancia del turismo y continua con la <b>relación</b> de saberes encontrados en Elaborados bibliográficas, bases de	Junio – julio 2021	Revisar Elaborados bibliográficas en bibliotecas físicas o digitales.	\$0	Comprensión de la importancia de la importancia del turismo en el Cantón Gonzanamá

<b>sustento del proyecto de investigación.</b>	proyecto de investigación, <i>como variable independiente.</i>	de datos y experiencias que concluye con la <b>redacción</b> y selección de información acerca del impacto turístico con estrategia de comunicación.		Adquirir libros de diseño gráfico.	\$0	Provincia de Loja en 9 hojas.
<b>Diseñar material gráfico mediante el uso de softwares y herramientas digitales para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja.</b>	<i>Termina con la hipótesis</i> con el diseño de material gráfico con los softwares y herramientas para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de Loja aplicando criterios técnicos de diseño gráfico, <i>concebida como un variable interviniente</i>	La tercera parte se desarrolla con el Método Práctico – Proyectual que <b>inicia</b> con la construcción de material gráfico con softwares y herramientas para dar a los atractivos turísticos, <b>continúa</b> con la descripción de los beneficiarios, en cronograma de actividades, recursos, formas de evaluación, y concluye con la defensa del <u>proyecto</u> ante el jurado.	Agosto – septiembre 2021	Diseño del material gráfico mediante el uso de softwares y herramientas digitales Implementación y socialización.	\$0	Diseño del material gráfico.

Fuente: Matriz del proyecto.

Nota: Mishelle Morales.

## 20. Certificado del Abstract



*CERTF. N°. 012-KC-ISTS-2021  
Loja, 06 de octubre de 2021*

*La suscrita, Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño, **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,*

**CERTIFICA:**

*Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de la señorita estudiante **MISHELLE SALOME MORALES HERRERA**, en proceso de titulación periodo abril – noviembre 2021 de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.*

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

***English is a piece of cake.***

Checked by:  
  
 Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño  
 ENGLISH TEACHER

***Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño  
DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS***

## 21. Certificado de implementación



VICERRECTORADO ACADÉMICO

---

Loja, 03 de julio del 2021  
Of. N° 097-V-ISTS-2021

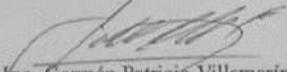
Srta. Morales Herrera Mishelle Salome  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO DEL ISTS**  
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el proyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **"USO DE RECURSOS GRÁFICOS PARA PROMOCIÓNAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA, EN EL PERIODO ABRIL/SEPTIEMBRE 2021"**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Tlga. Brigitte Alexandra Pesantez Jaramillo.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,

  
Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
**VICERRECTOR ACADEMICO DEL ISTS**  
c/c. Estudiante, Archivo



---

Matriz: Miguel Riofrío 156-25 entre Sacre y Bolívar. Telfs: 07-2587258 / 07-2587210 Pagina Web:  
[www.tecnologiasudamericano.edu.ec](http://www.tecnologiasudamericano.edu.ec)

## 22. Evidencia fotográfica.

*Figura 38:* Evidencia fotográfica de visita a la ciudad de Gonzanamá.



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.  
**Nota:** Mishelle Morales.

*Figura 39.* Evidencia fotográfica de la visita a la cascada de la Banda.



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.  
**Nota:** Mishelle Morales.

*Figura 40: Evidencia fotográfica visita al santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.  
**Nota:** Mishelle Morales.

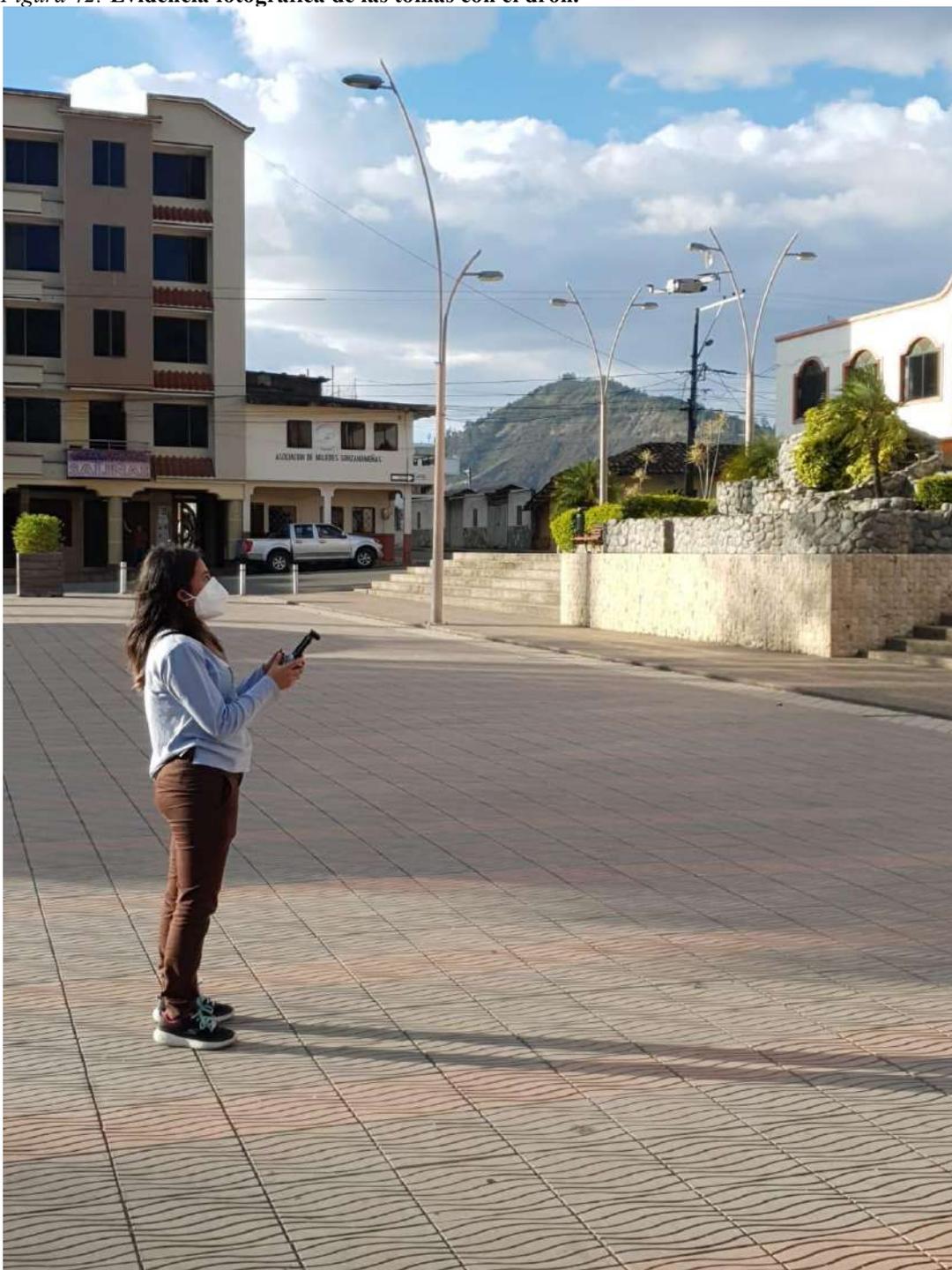
*Figura 41: Evidencia fotográfica de la visita a Piedra Grande.*



**Fuente:** Fotografía de Mishelle Morales.

**Nota:** Mishelle Morales.

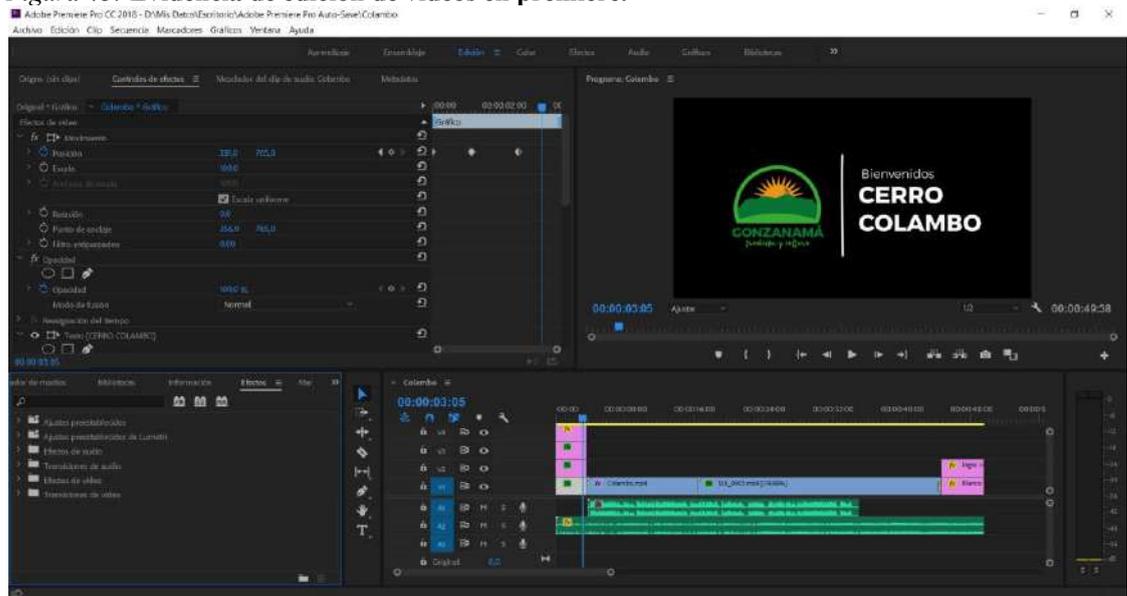
*Figura 42: Evidencia fotográfica de las tomas con el dron.*



**Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.**

**Nota: Mishelle Morales.**

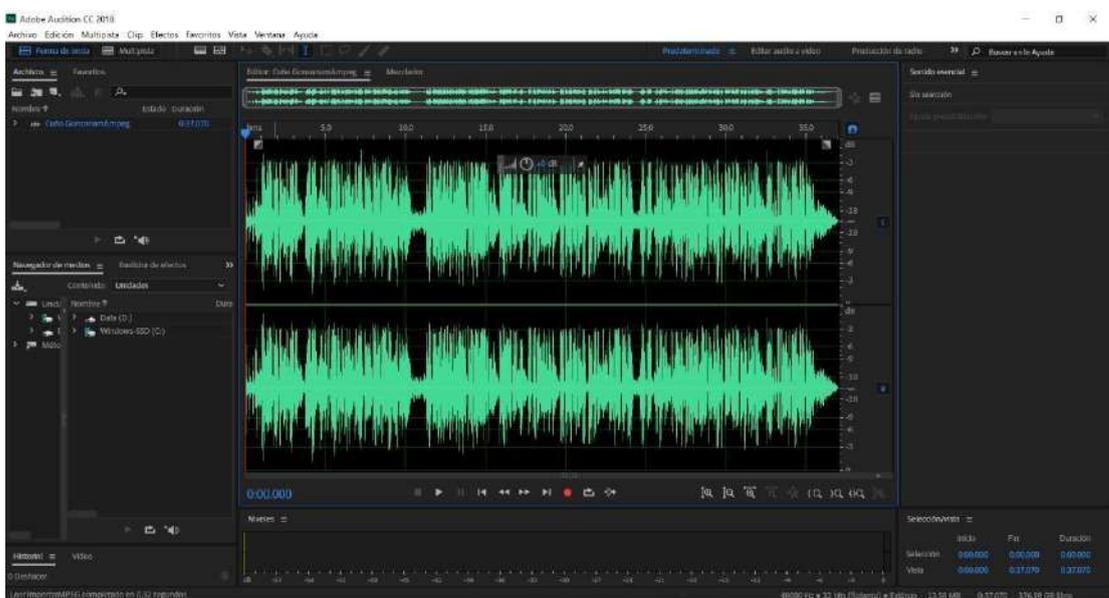
**Figura 43: Evidencia de edición de videos en premiere.**



**Fuente:** Fotografía de Michelle Morales.

**Nota:** Michelle Morales.

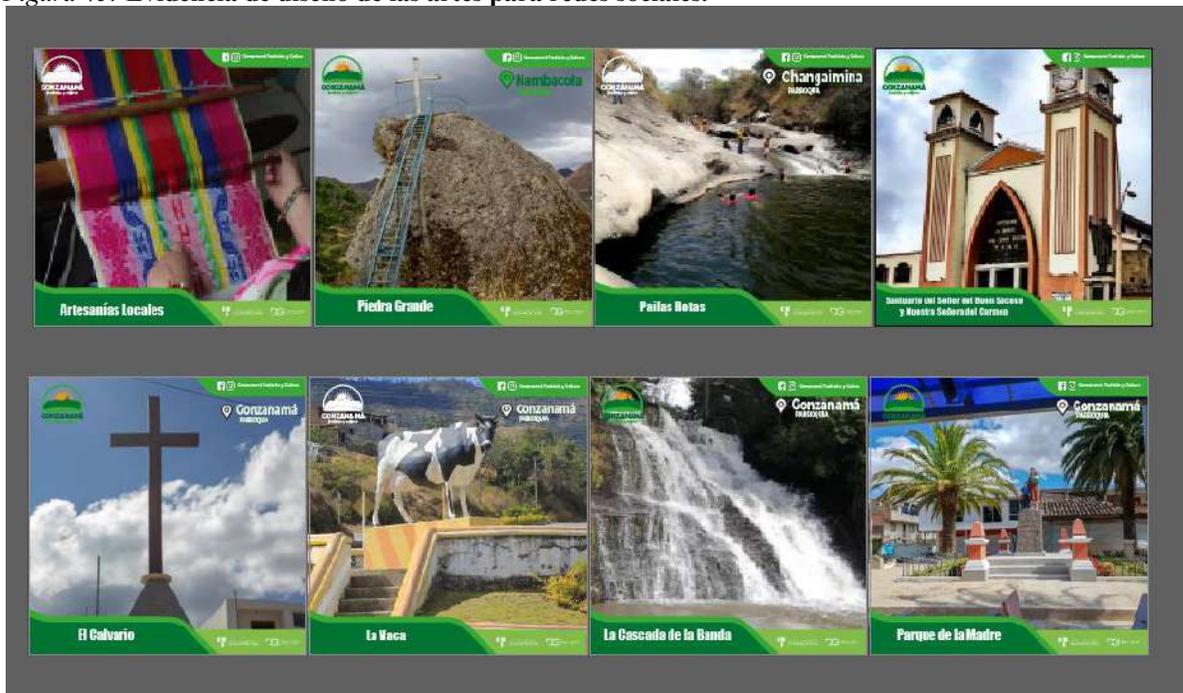
**Figura 44: Evidencia de edición de cuña en audición Elaborado.**



**Fuente:** Fotografía de Michelle Morales.

**Nota:** Michelle Morales.

Figura 45: Evidencia de diseño de las artes para redes sociales.



Fuente: Fotografía de Mishelle Morales.

Nota: Mishelle Morales.