

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



DISEÑO GRÁFICO EQUIVALENTE A TECNOLOGÍA SUPERIOR

**“USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA PROMOCIONAR LOS
ATRATIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN CATAMAYO
DURANTE EL PERIODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2021”**

**INFORME DEL ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN LA CARRERA DE DISEÑO
GRÁFICO**

AUTOR

Robles Vargas Antonio Fernando

DIRECTORA

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

Loja, octubre 2021

Certificación

Tlga.

Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado, “USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN CATAMAYO DURANTE EL PERIODO ABRIL – SEPTIEMBRE 2021” El mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, octubre 2021

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Autoría

Yo, Antonio Fernando Robles Vargas 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, octubre 2021

Antonio Fernando Robles Vargas

C.I. 1150341707

Declaración juramentada

Loja, octubre del 2021

Nombres: Antonio Fernando

Apellidos: Robles Vargas

Cédula de Identidad: 1150341707

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Abril-octubre 2021

”USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN CATAMAYO DURANTE EL PERIODO ABRIL - 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 fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

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

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

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

Antonio Fernando Robles Vargas

C.I. 1150341707

Dedicatoria

A Dios primeramente por regalarme el don maravilloso de la vida y la oportunidad de prepararme profesionalmente.

A mis padres Elvia Vargas y Wilfrido Robles, que me brindaron su apoyo incondicional en todo momento, y que con su amor, paciencia y sacrificio forman parte del proceso de la formación académica incentivándome día a día al cumplimiento de mis metas.

Antonio Fernando Robles Vargas.

Agradecimiento

Mi gratitud eterna, al Instituto Superior tecnológico Sudamericano a los docentes de la carrera de Diseño Gráfico quienes con su apoyo y conocimientos impartidos han sido soporte fundamental para mi formación profesional.

Agradezco de manera especial a mi directora de tesis Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo quien, con su esfuerzo, dedicación, respeto, orientación y amistad ha sabido guiarme de manera correcta en la realización del presente trabajo de tesis.

Mi agradecimiento sincero a las autoridades administrativas del área de turismo del GAD de Catamayo, quienes me brindaron la oportunidad de ser parte de su entidad y me ayudaron con la información relevante para mi proyecto.

Antonio Fernando Robles Vargas.

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. por sus propios derechos; la Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Antonio Fernando Robles Vargas en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; emite la presente acta de cesión de derecho.

SEGUNDA. - Antonio Fernando Robles Vargas, realizo la Investigación titulada:” Uso de recursos tecnológicos para promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo durante el periodo abril - 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.

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

CUARTA. - Los comparecientes Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo en calidad de Directora del proyecto de investigación de fin de carrera y Antonio Fernando Robles Vargas 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 tecnológicos para promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo durante el periodo abril – 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.

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 del 2021.

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA

C.I.: 1105902348

Antonio Fernando Robles Vargas

AUTOR

C.I.: 115034170

Índice

Caratula.....	I
Certificación.....	II
Autoría.....	III
Declaración juramentada.....	IV-V
Dedicatoria.....	VI
Agradecimiento	VII
Acta de sección de derechos.....	VIII-IX
1. Resumen.....	1
2. Abstract.....	2
3. Problematicación	3 y 4
3.1 Delimitación del problema.....	5
4. Tema	6
5. Justificación	7 y 8
6. Objetivos.....	9
6.1 Objetivo General.	9
6.2 Objetivos Especifico.....	9
7. Marco teórico.....	10
7.1. Reseña histórica.....	10
7.1.2. Ubicación.....	11
7.1.3. Gastronomía de Catamayo.....	11
7.1.4. Misión y visión del gobierno descentralizado municipal de Catamayo.....	12
7.1.5. Base Legal.....	12
7.1.6. Políticas.....	13
7.1.7. Objetivos.....	14
7.1.8. Organigrama institucional.....	15
Capítulo I.....	16

7.2. Marco Conceptual.....	16
7.1.1. turismo.....	16
7.1.2. Tipos de turismo.....	16
7.1.3. Atractivo turísticos	16
7.1.4. Producto turístico.....	16
7.1.5. recurso turístico.....	17
7.1.6. Promoción turística.....	17
7.2.2 7.2.7. El turismo en el desarrollo económico.....	18
7.2.3 Las técnicas tradicionales de promoción turística.....	18
7.2.4 La pandemia del COVID 19 y su influencia en el turismo.....	19
Capítulo II	
7.2. La publicidad.....	20
7.2.1. Tipos de publicidad.....	20
7.2.2. Estrategias publicitarias.....	21
7.2.3. Tipos de estrategias publicitarias.....	22
7.2.4. Campaña publicitaria.....	22
7.2.5. Proceso de Realización de una Campaña Publicitaria	23
7.2.6. Eficacia de la campaña publicitaria	24
8. Metodología.....	25
8.1. Método Fenomenológico	25
8.2. Método hermenéutico.....	26
8.3. Método Practico Proyectual.....	26
8.4. Técnicas.....	27
8.4.1. Observación.....	27
8.4.2. Entrevista.....	27
8.4.3. Encuesta.....	28
8.5. Población y muestra.....	29
8.5.1. Formula de la población.....	29
8.6. La muestra.....	30
8.6.1. El muestreo.....	30
8.6.2. Proceso de muestreo.....	31
9. Análisis de resultados.....	32
9.1. Entrevista.....	32 - 34
9.2. Encuesta.....	35 - 47

10.	Propuesta de acción.....	48
10.1.	Introducción.....	48
10.2.	Nombre del proyecto.....	48
10.3.	Público objetivo.....	48
10.4.	Descripción.....	49
10.5.	Diseño del logotipo.....	49
10.6.	Desarrollo de propuesta grafica.....	51
10.7.	Información para el post.....	56
10.8.	Cromática para la campaña publicitaria.....	57
10.9.	Tipo de campaña.....	57
10.10.	Cronograma de plan de ubicación de contenidos.....	58 - 71
11.	Conclusiones.....	72
12.	Recomendaciones.....	73
13.	Bibliografía.....	74 -76
14.	Anexos.....	77
14.1.	Recursos y presupuesto.....	77
14.1.1.	Recursos tecnológicos.....	77
14.1.2.	Recursos materiales.....	77
14.1.3.	Recursos tecnológicos.....	77
14.2.	Presupuesto.....	78
14.2.1.	Materiales básicos.....	78
14.2.2.	Materiales tecnológicos.....	78
14.2.3.	Presupuesto total.....	79
15.	Cronograma.....	80 - 83
16.	Certificado de aprobación del proyecto.....	84
17.	Certificado de Implementación del proyecto.....	85
18.	Formato de encuesta.....	86 -87
19.	Formato de entrevista.....	88
20.	Matriz del proyecto.....	89 - 91
21.	Certificado del abstract.....	92
22.	Solicitud de implementación del Proyecto de investigación.....	93
23.	Certificado de implementación del proyecto.....	94
24.	Evidencia de presentación de proyecto.....	95 -96
25.	Evidencia fotográfica.....	97- 100

Índice de figuras

Figura 1. Escudo del GAD Catamayo.....	10
Figura 2. Organigrama Estructural.....	15
Figura 3. Boceto de logotipo.....	50
Figura 4. Logotipo digitalizado.....	50
Figura 5. Edición de video 1.....	51
Figura 6. Edición de video 2.....	52
Figura 7. Edición de video 3.....	52
Figura 8. Edición de video 4.....	53
Figura 9. Edición de las fotografías.....	53
Figura 10. Retoque de los colores de las fotografías.....	54
Figura 11. Fotografía de los lugares turísticos	54
Figura 12. Plantilla de post de ¿sabías que?	55
Figura 13. Plantilla de post de ubicación del lugar.....	55
Figura 14. Fotografía de post de ubicación.....	56
Figura 15. Fotografía de post de ¿sabías que?.....	56
Figura 16. Cromática utilizada en el logotipo.....	57
Figura 17. Proyecto Trip Catamayo.....	95
Figura 18. Socialización de la campaña.....	95
Figura 19. Presentación de rompetraficos.....	96
Figura 20. Fotografía de la entrevista.....	97
Figura 21. Fotografía de la encuesta	97
Figura 22. Toma de videos.....	98
Figura 23. Grabación de videos.....	98

Figura 24. Fotografías de lugares turísticos.....	99
Figura 25. Ejecución de la campaña en Instagram.....	99
Figura 26. Ejecución de la campaña en Facebook.....	100

Índice de tablas

Tabla 1. Pregunta 1. Conoce los lugares turísticos.....	35
Tabla 2. Pregunta 2. Campañas publicitarias.....	37
Tabla 3. Pregunta 3. El covid 19.....	39
Tabla 4. Pregunta 4. Listado de lugares turísticos.....	41
Tabla 5. Pregunta 5. Medios.....	44
Tabla 6. Pregunta 6. La campaña mejora el desarrollo económico.....	46
Tabla 7. Plan de publicación de contenidos.....	58 - 71
Tabla 8. Presupuesto.....	78
Tabla 8. Recursos tecnológicos.....	78
Tabla 9. Presupuesto total.....	79
Tabla 10. Cronograma del proceso de titulación.....	80 - 83
Tabla 11. Matriz del proyecto.....	90 - 91

Índice de gráficos

Grafico 1. Pregunta 1. Conoce los lugares turísticos.....	35
Grafico 2. Pregunta 2. Campañas publicitarias.....	37
Grafico 3. Pregunta 3. El covid 19.....	39
Grafico 4. Pregunta 4. Listado de lugares turísticos.....	42
Grafico 5. Pregunta 5. Medios.....	44
Grafico 6. Pregunta 6. La campaña mejora el desarrollo económico.....	46

1. Resumen

El cantón Catamayo es un lugar dotado de diversos e impresionantes atractivos naturales y culturales además de un clima cálido una flora y fauna impresionante lamentablemente la carencia de estrategias publicitarias en el cantón es un problema que ha generado la decadencia del turismo además a esto se le suma el tiempo de la pandemia del COVID 19, causando que muchos lugares turísticos sean cerrados temporalmente lo cual ha generado destrucción de estos lugares.

El presente trabajo de investigación denominado "uso de recursos tecnológicos para promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo durante el periodo abril – octubre 2021", tiene como objetivo principal promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo a través del uso de recursos tecnológicos para reactivar la economía del sector.

Los métodos de investigación como el fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual, permitieron adquirir, sintetizar la información sobre los sitios naturales del cantón, así mismo la sustentación teórica para posteriormente realizar una campaña publicitaria con la finalidad de reactivar el turismo en tiempos de pandemia del COVID 19.

Para lograr promover el turismo mediante la campaña se realizó la grabación de videos, fotografías, la búsqueda de un nombre para la misma el boceto para la marca y su respectiva digitalización dando como resultado "Trip Catamayo" logrando un agradable y llamativo impacto visual en las personas.

Finalmente, con la ejecución de la campaña publicitaria se pretende lograr reactivar de total de los lugares turísticos de Catamayo con sus respectivas normas de bioseguridad para un progreso en el desarrollo socioeconómico del cantón.

2. Abstract

The Catamayo canton is a place endowed with diverse and awesome natural and cultural attractive as well as a warm climate, an impressive flora and fauna.

Unfortunately, the lack of advertising strategies in the canton is a problem that has generated the decline of tourism, in addition to this is added the time of the COVID 19 pandemic causing many tourist places to be temporarily closed, which has caused the destruction of these places.

The present research work denominated & quot;use of technological resources to promote the tourist and natural attractions of the Catamayo canton during the period April - October 2021", its main objective to promote the tourist and natural attractions of the Catamayo canton through the use of technological resources to reactivate the economy of the sector.

The research methods such as phenomenological, hermeneutic and practical projective, allowed to acquire, synthesize information about the natural sites of the canton, as well as the theoretical support to subsequently conduct an advertising campaign in order to reactivate tourism in times of pandemic COVID 19.

In order to promote tourism through the campaign, we recorded videos, photographs, the search for a name for the campaign, the sketch for the brand and its respective digitalization resulting in & quot;Trip Catamayo" achieving a nice and striking visual impact on people.

Finally, with the execution of the advertising campaign is intended to achieve the reactivation of all the tourist places of Catamayo with their respective biosafety standards for a progress in the socio-economic development of the canton.

3. Problematización

“El turismo es una de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (Calderón, 2009).

Según los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 2019 se registraron en todo el mundo más de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que equivale prácticamente a la quinta parte de la población mundial. Por ende, el turismo mundialmente se ha convertido en una fuente productora de divisas, colaborando al adelanto económico, social y cultural de diferentes países, erradicando de esta manera en un gran porcentaje el índice de desempleo, y proporciona medios de subsistencia a millones de personas.

El turismo es uno de los sectores más afectados por la pandemia del COVID-19, que ha repercutido en las economías, en los medios de subsistencia, los servicios públicos y las oportunidades en todos los continentes, lo cual ha generado una decadencia en el turismo (Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo, agosto 2020).

Según la OMT, al cerrarse las fronteras, los hoteles y reducirse drásticamente los viajes en avión, en los cinco primeros meses de 2020 las llegadas de turistas internacionales disminuyeron un 56%, perdiéndose 320.000 millones de dólares en exportaciones del turismo, generando población sin trabajo y sin desarrollo económico

El Ecuador es uno de los 17 países que posee gran riqueza étnica, cultural, paisajística y biológicas además de diversidades de ecosistemas, etnias y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño y ubicado estratégicamente. Consta de cuatro regiones: Costa, Andes, Sierra e Insular con impresionante flora y fauna lo cual enriquece los diferentes sitios turísticos, así también el turismo en el país aporta alrededor de 680 millones de dólares al año, ubicándose después del petróleo, remesas de inmigrantes y banano como las principales actividades económicas del país. Representa aproximadamente el 4,4% del PIB (Producto Interno Bruto). (Cuentas Satélites del Turismo 2006/2009).

El turismo enfrenta hoy en día una de las mayores de las crisis tras la expansión de la pandemia del covid-19, los hoteles, empresas y los diferentes sitios turísticos que ofrece el Ecuador se han visto afectados económicamente.

La provincia de Loja ubicada al sur del Ecuador en la región Andes, conocida también como "Centinela del Sur" y "Cuna de la Música Nacional", está llena de riqueza, cultura y tradición. Cada rincón ofrece múltiples posibilidades de conocimiento, recreación y vivencias. Se caracteriza, por su religiosidad, su gastronomía y su devoción a la Virgen de El Cisne. En esta provincia resaltan principalmente catedrales por toda la ciudad de Loja, los valles y los hermosos paisajes que la llenan de encanto a la ciudad. Está conformada por 16 cantones en donde su riqueza cultural y agrícola aportan significativamente al turismo.

El cantón Catamayo goza de una increíble biodiversidad de su naturaleza representada en lugares de gran belleza, es uno de los mayores atractivos que posee la provincia de Loja, el mismo que ofrece gran variedad de hoteles, hosterías, parques, miradores, centros recreativos y dos majestuosos ríos. Cuenta con una gastronomía exquisita además de un clima favorable.

Sin embargo, cabe señalar que a pesar de poseer diversos atractivos naturales y turísticos actualmente este valle turístico tiene un déficit en su desarrollo siendo uno de los problemas principalmente provocada por el COVID-19, puesto que los sitios turísticos han tenido que someterse a las reglas del COE Nacional, además no cuentan con estrategias publicitarias la cuales promuevan sitios turísticos, la inadecuada calidad de servicios al turista, y otros temas como mal estado de las vías, desconocimiento de las medidas de bioseguridad, entre otros han afectado en gran medida al turismo y con esto a la economía de la población catamayense.

3.1 Delimitación del Problema

La carencia de estrategias publicitarias genera escasa afluencia de turistas provocando bajo desarrollo socioeconómico en el Cantón Catamayo, de la Provincia de Loja.

4. Tema

“USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN CATAMAYO DURANTE EL PERIODO ABRIL – SEPTIEMBRE 2021”.

5. Justificación

Este estudio es un requisito para obtener el título profesional en diseño gráfico en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano. La presente investigación fue motivada por la inexistencia de estrategias publicitarias en cuanto al turismo en el cantón Catamayo, a partir de ello se analizará y se planteará posibles alternativas de solución como la elaboración de una campaña publicitaria la misma que tiene por objetivo fomentar la visita a los atractivos del sector siguiendo las medidas de bioseguridad correspondientes.

El diseño gráfico es una herramienta visual, que se presenta para dar soluciones visuales en problemas específicos, la comunicación a través de mensajes estéticos visuales que coadyuven a transmitir conocimientos innovadores. Por ende, la formación de profesionales en la carrera de diseño gráfico no es solo transmitir una idea a través de colores o imágenes, sino que con cada elemento a utilizarse se lo selecciona adecuadamente para plasmar un mensaje o una idea con el objetivo de brindar un servicio de calidad al receptor o usuario.

Esta investigación es pertinente desde contexto académico mediante a la aplicación de los conocimientos, metodología y herramientas de trabajo adquiridos durante el proceso de aprendizaje, con la intención de aportar a la solución de un problema de manera responsable y comprometida planteando una propuesta la que va encaminada a la promoción de atractivos turísticos para reactivar el turismo del sector, fomentado el desarrollo socioeconómico a partir de un enfoque social iniciando desde la corresponsabilidad de la ciudadanía.

En el ámbito laboral dará una respuesta a la falta de empleo otorgando beneficios a la economía de las familias, aportará con estrategias claras y precisas que coadyuve a mejorar sus condiciones de vida.

Además, permitirá conocer los diferentes platos típicos, su preparación e ingredientes propios de una comunidad con el objetivo de promocionar la gastronomía y a su vez lograr el desarrollo económico de las familias.

Desde el contexto cultural se proyecta comunicar, fomentar y revalorizar la cultura, las costumbres y tradiciones locales y la lengua de un pueblo, preservando y rehabilitando el patrimonio cultural conjuntamente de inducir un intercambio entre las culturas entre

visitantes locales e internacionales, basados en el valor de respeto sin discriminación. Desarrollando de esta manera un intercambio de conocimientos ancestrales y modernos de culturas.

6. Objetivos

6.1. Objetivos generales:

Promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo, a través del uso de recursos tecnológicos para reactivar la economía del sector.

6.2. Objetivos Específicos:

1. Diagnosticar la situación actual de los sitios turísticos y naturales del cantón Catamayo, a través de las técnicas de investigación para determinar los lugares a promocionar.
2. Indagar a través de una búsqueda bibliográfica en sitios académicos de libros online o físicos que permitan sustentar el proyecto de investigación.
3. Diseñar y ejecutar una campaña publicitaria mediante diversas estrategias de marketing para promocionar lugares turísticos de Catamayo.

7. Marco Teórico

7.1.1. Marco Institucional



Figura: 1

Nota: Escudo del GAD Catamayo

Reseña Histórica

El Cantón Catamayo fue creado el 22 de mayo de 1981 mediante decreto ejecutivo suscrito por el extinto presidente Constitucional de la República del Ecuador, Ab. Jaime Roldós Aguilera, que se publicó en el Registro Oficial Nro. 445. Han pasado 29 años de creación del cantón Catamayo gracias a la diáfana inspiración y sacrificio de hombres que abanderaron las aspiraciones de todo el pueblo Catamayense, y por ello es necesario crear la “ORDENANZA QUE OFICIALIZA LA CREACIÓN DE LOS SÍMBOLOS DEL CANTÓN CATAMAYO”, coherente a esas aspiraciones, cuanto más que este documento se constituiría en fuente de consulta oficial sobre el significado y autoría de los símbolos cantonales, como documento histórico que servirá para las generaciones presentes y futuras.

El nombre de Catamayo proviene del dialecto paltense, formado por dos voces: Catayo aquí y mayu = río, siendo su significado “aquí el gran río”. Fue asentamiento indígena; inicialmente fue parroquia rural del cantón Loja, conocida antiguamente con el nombre de La Toma, es una ciudad de reciente creación que data desde 1931 como parroquia, luego de un proceso largo, el valle de Catamayo queda establecido oficialmente como cantón el 22 de mayo de 1981, durante la presidencia de Jaime Roldós Aguilera. Su cabecera cantonal lleva el mismo nombre, Catamayo. Fiestas principales: 22 de mayo: Aniversario de Cantonización y 18 y 19 de agosto: En honor a la Virgen del Cisne.

El Cantón Catamayo está constituido por 2 parroquia Urbanas: Catamayo y San José; y, 4 parroquias Rurales: Guayquichuma, Zambí, El Tambo y San Pedro de la Bendita”.

Catamayo se encuentra en la latitud -3.9865201 y longitud -79.3591232, en el hemisferio sur. Está ubicado a 1232 msnm, ocupa un área de 651,25 km², con clima tropical y

subtropical. Las temperaturas mínimas de 12 a 14°C, el censo de población y vivienda del año 2010 asegura que pasa a constituirse en el segundo cantón de la Provincia de Loja en población, después del cantón Loja; alcanzando una población de 30.638 habitantes; lo que representa un crecimiento desde el año 1990 hasta el año 2010 del 37,04% en su población (Turismo, 2019, pág. 1).

El cantón Catamayo posee un clima tropical y subtropical, gracias a su clima la flora y fauna es variada, sus habitantes se dedican a la agricultura y ganadería, comercio

7.1.2. Ubicación

El cantón Catamayo, ubicado a 36 km en la parte nor-este de la provincia de Loja al sur del país. Se localiza al oeste de la ciudad de Loja, siendo sus límites:

Norte: con la provincia de El Oro y el cantón Loja

Sur: con los cantones Gonzanamá y Loja.

Este: con el cantón Loja

Oeste: por el cantón Chaguarpamba y el cantón Olmedo

7.1.3. Gastronomía de Catamayo

- Cecina Delicioso asado de carne de cerdo a la brasa, se sirve con yuca y cebolla
- Seco de chivo Es un guiso que tiene como base carne de chivo. Se lo sirve usualmente con arroz, chifles y yuca, acompañado de cerveza o gaseosa
- Arvejas con guineo Sopa elaborada con arveja seca, guineo, leche y queso
- Cueros con yuca Cueros de cerdo en tiras largas con sal al gusto, se sirve acompañado de yuca tomeña.
- Chifles con fritada Plato muy apetecido por la colectividad. Este compuesto de plátano maduro o guineo rallado muy finamente y frito acompañados con chicharrones o fritada, se los puede servir con ensalada y mayonesa.
- Guarapo de caña Es una bebida extraída de la caña de agradable sabor y excelentes características nutricionales con un elevado contenido en azúcares y proteínas (Revista Virtual Catamayo, 2016).

Posee una gastronomía propia de la región y con productos que son cultivados por su gente, la gastronomía favorece a los pequeños emprendimientos que se impulsan para lograr el desarrollo económico.

7.1.4. MISIÓN Y VISIÓN DEL GOBIERNO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE CATAMAYO

Misión

Somos un Gobierno Municipal Autónomo y descentralizado, que promueve la gobernabilidad y un proceso continuo de fortalecimiento institucional, para el desarrollo integral sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida, con participación y equidad social para todos los habitantes del cantón. Impulsa su desarrollo en base a la planificación estratégica para ir solucionando las necesidades básicas de nuestro cantón.

Visión

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Catamayo se ha comprometido se ha comprometido con un proceso de construcción de un modelo de ética que explica, los principios, políticas y éticas que deben regir la actividad de un servidor, lo cual redundará en una mayor transparencia y eficacia en la gestión de la entidad.

Este modelo pretende orientar la cultura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Catamayo, hacia ambientes donde impera la cooperación, solidaridad y transparencia en el manejo de los recursos públicos y las relaciones interpersonales.

7.1.5. Base Legal

El Gobierno Autónomo Municipal de Catamayo es una institución de derecho público y para el cumplimiento de sus deberes, obligaciones y atribuciones se rige principalmente por las siguientes leyes:

1. CONSTITUCIÓN POLITICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008
2. LEY ORGÁNICA DE SERVICIO PÚBLICO
3. LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA
4. LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS
5. LEY ORGÁNICA DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y CONTROL
6. LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

7. LEY DE MODERNIZACIÓN DEL ESTADO
8. CÓDIGO TRIBUTARIO
9. CÓDIGO DE TRABAJO
10. CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN
11. CÓDIGO ORGANICO DE FINANZA PÚBLICAS

7.1.6. Políticas

Se adoptan las siguientes políticas de trabajo:

- a) Concentración con los diferentes actores sociales, para el logro de una participación efectiva en el desarrollo del cantón
- b) Movilización de esfuerzos para dotar a la Municipalidad de una infraestructura administrativa, material y humana que permita ejercer eficientemente la competencia exclusiva, las adicionales y todas aquellas que se le sean transferidas.
- c) Fortalecimiento y desarrollo municipal a base de un óptimo aprovechamiento de los recursos y esfuerzos sostenidos, para mejorar e incrementar los sistemas de recaudación propia, impuestos, tasas, contribuciones, etc. Que permita el autofinanciamiento de los gastos, mediante un proceso de gerencia municipal.
- d) Preservar y encausar los intereses municipales y ciudadanos como finalidad institucional.
- e) Voluntad política, trabajo en equipo y liderazgo para la búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer con oportunidad las expectativas ciudadanas, en base a la concentración de fuerzas y de compromisos de los diferentes sectores internos de trabajo: Legislativo, Ejecutivo, De Apoyo y Operativo; en consecuencia dinamismo y creatividad de las autoridades y servidores para lograr una sostenida y equilibrada participación y apoyo mutuo, como la base del mejor enfrentamiento de problemas y soluciones.
- f) Identificación de los problemas prioritarios de la comunidad y búsqueda oportuna de las soluciones más adecuadas con el menor costo y el mayor beneficio posible.

7.1.7. Objetivos

- Promover el buen vivir y el desarrollo sustentable del cantón.
- Procurar la equidad dentro del territorio cantonal.
- Planificar el desarrollo cantonal en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo, con participación activa de los sectores público y privado de la comunidad local y rendir cuentas públicas de los actos del gobierno cantonal.
- Ejecutar eficientemente las competencias exclusivas y adicionales que le corresponden de conformidad con la Constitución y la Ley, para mejorar las condiciones y la calidad de vida de sus habitantes.
- Investigar, analizar y recomendar las soluciones más adecuadas a los problemas que enfrenta el Municipio, con arreglo a las condiciones cambiantes, en los social, político y económico.
- Estudiar la temática municipal y recomendar la adopción de técnicas de gestión racionalizada y empresarial, con procedimientos de trabajo uniformes y flexibles, tendientes a profesionalizar y especializar la gestión del gobierno local.
- Auspiciar y promover la realización de reuniones permanentes para discutir los problemas municipales, mediante el uso de mesas redondas, seminarios, talleres, conferencias, simposios, cursos, y otras actividades de integración y trabajo.
- Capacitación de los recursos humanos, que apunte a la profesionalización de la gestión municipal.
- Mejorar y ampliar la cobertura de servicios públicos de una manera paralela al mejoramiento de la administración con el aporte de la comunidad.

Organigrama Estructural

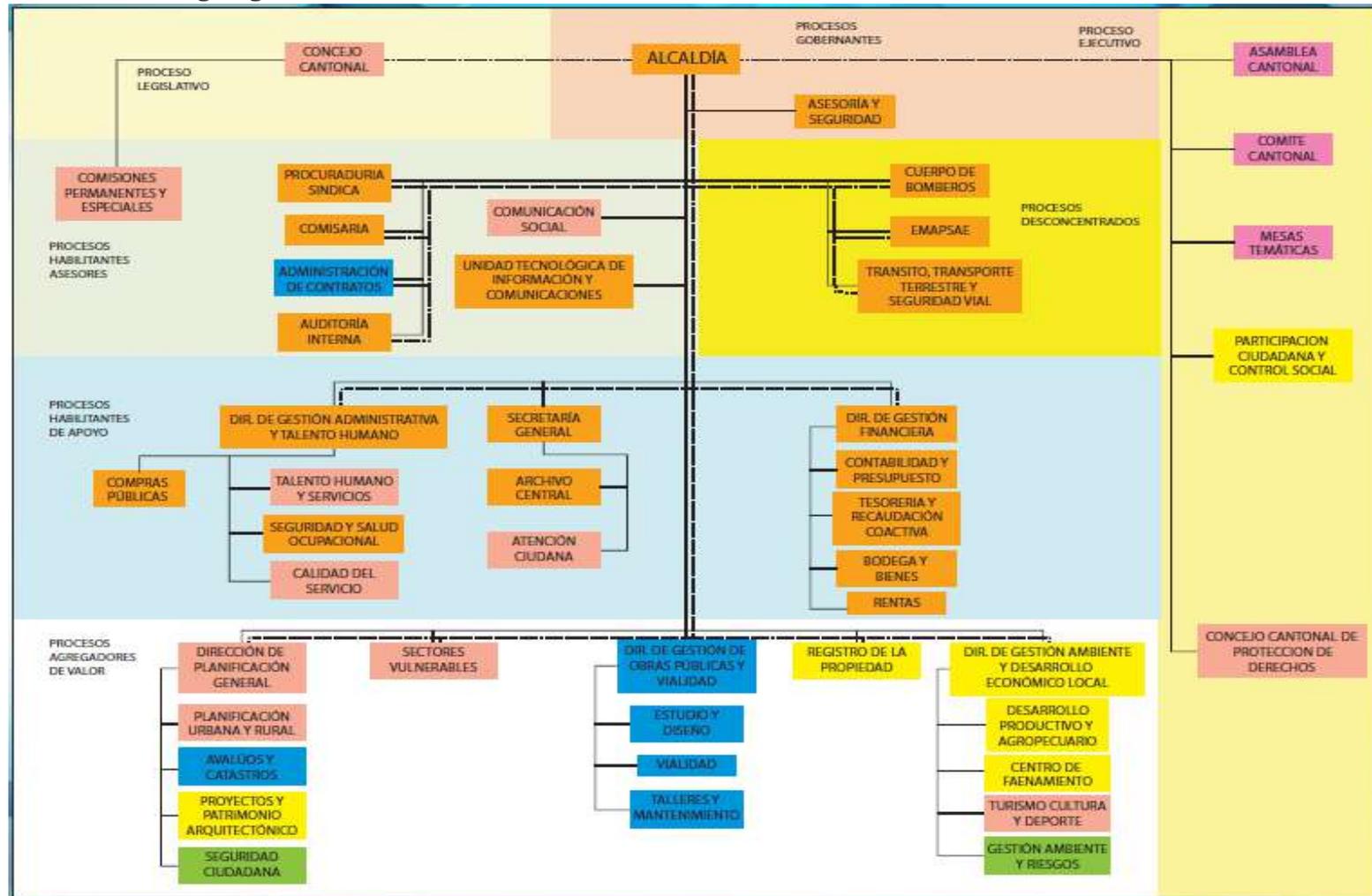


Figura 2.

Nota: Organigrama Estructural GAD Catamayo

7.2. Marco Conceptual

CAPITULO I

7.2.1. TURISMO

7.2.2. Tipos de turismo

- Turismo de esparcimiento: tiene como principal objetivo dos factores importantes: relajación y distracción.
- Turismo cultural: tiene el fin de este es enriquecer los conocimientos ya adquiridos o adquirir más de ellos en un entorno más sociable y aplicado a las prácticas de ciertas regiones, pueblos o temas.
- Turismo deportivo: tiene la finalidad la realización de actividades deportivas, ya sean realizadas por el/la turista o simplemente para la observación de ciertas prácticas deportivas.
- Turismo natural: tiene como finalidad el disfrute, de quien lo realiza, por medio del contacto con la naturaleza.
- Turismo de salud: suele llevarse a cabo con fines de salud y médicos de la persona o grupo de personas que lo realiza (SERRA, 2020).

Existen diferentes tipos de turismo el Cantón Catamayo nos ofrece el turismo natural mediante el cual las personas pueden distraerse y participar de varias actividades deportivas en familia.

7.2.3. Atractivo turístico

Son los factores físicos, biológicos y culturales y que, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país (CERRO, 2015).

Los atractivos turísticos son los elementos, obras de arte, museos, iglesias propias de una ciudad sus costumbre, lengua y tradiciones generan una identidad de una región o un país lo cual proporción interés por parte de personas extranjeras.

7.2.4. Producto turístico

Conjunto de factores materiales inmateriales que pueden comercializarse aislados o agregados, según lo que el cliente turista solicite una parte o un lado heterogéneo de los

bienes y servicios ofertados, que se consume con la presencia del cliente en el marco de una zona turística receptiva y que se espera cubra suficientemente las necesidades vacacionales y del ocio del comprador (Isabel & Staton William, 2012).

Los productos ofrecidos en nuestra región son únicos en el mundo entero, sobre todo las artesanías que se realiza con una habilidad incomparable, además gracias a la variable riqueza que nuestro país posee se ofertan lugares propios para la distracción familiar.

7.2.5. Recurso turístico

Se entiende como recurso turístico todo elemento natural, toda actividad humana que puede originar un desplazamiento desinteresado que tenga como móvil una curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual por parte del individuo, es decir un recurso turístico es todo aquel elemento que actúa como factor de atracción en un determinado territorio generando desplazamientos turísticos que pueden generar interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita. Supone la fase fundamental sobre lo que se asienta cualquier proyecto de desarrollo turístico sin su conocimiento sería imposible cualquier intento de ordenación de la actividad turística. Pero el valor del espacio – recurso turístico, varía en función de ciertas circunstancias, que lo trascienden, como la accesibilidad, la existencia de iniciativas, la normativa jurídico administrativa, el atractivo paisajístico (Enrique, B. 2014).

El recurso turístico es un elemento natural el cual proporciona una serie de elementos y actividades propias de un lugar determinado lo cual genera movilización de un grupo de persona hacia dicho lugar ya sea por curiosidad o interés.

7.2.6. Promoción turística

La promoción turística es "el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo" (Hopkins, 2013).

Para la promoción turística se la realiza con el fin potenciar el turismo a través de marketing y publicidad.

7.2.7. El turismo en el desarrollo económico.

La tendencia a globalizar la economía y las comunicaciones la industria del turismo se benefició de la apertura de los mercados en países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo, lo que la convirtió en una de las industrias líderes por la proporción que ocupa en la economía y por la oportunidad que brinda a los países de acogida de generar producción y empleo. De esta manera, el turismo contribuye al crecimiento de la economía por medio del ingreso directo de divisas, lo que favorece la balanza de pagos, y porque genera un efecto multiplicador que contribuye al desarrollo de otros sectores dentro de un país (Gokovali, 2010).

El turismo genera nuevas fuentes de empleo especialmente en los sectores relacionados, lo que podría contribuir que migración disminuya, el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida y el nivel cultural de la población y beneficia la economía pública por medio de la recaudación de impuestos.

7.2.8. Las técnicas tradicionales de promoción turística

La publicidad Es una herramienta tradicional de promoción que permite exponer el destino y comunicar al turista sobre la importancia cultural, espiritual y de conservación del lugar. La impresión positiva de un destino en la mente de los consumidores duplica la posibilidad de éxito del destino. Las campañas turísticas nacionales son un componente de las campañas de marketing, su mensaje logra trasladar la impresión deseada de un destino turístico (Ely, 2013).

La promoción turística es una estrategia para promocionar los diferentes atractivos turísticos de un lugar, mediante la publicidad se pretende llegar a todas las personas dentro fuera de la ciudad.

7.2.9. La pandemia del COVID 19 y su influencia en el turismo

Las pandemias tienen una fuerte incidencia en el comportamiento turístico mundial debido a que una de las principales fuentes de contagio está relacionada con el tráfico internacional de pasajeros. Por ende, una de las principales acciones promovidas por las organizaciones a nivel mundial y de los Estados es el cierre de las fronteras (terrestres, marítimas o aéreas) como una forma de contener los contagios (Arrazola, Serrano, & López-Vélez, 2016; Cortés, 2019; Dávila et al., 2010).

Actualmente la pandemia del COVID 19 ha golpeado muy duro a todos los países, especialmente se han visto afectados los países del tercer mundo y en vías de desarrollo, el tiempo de confinamiento ha sido el medio necesario para evitar que todos los ciudadanos se contaminen, las restricciones en zonas de recreación han causado una serie de problemas afectando el desarrollo del turismo en su totalidad como causa a esto el bajo desarrollo económico.

CAPITULO II

7.3. La publicidad

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros (Thompson, 2016).

La publicidad es un tema muy importante porque mediante este se dará a conocer la campaña publicitaria a toda la ciudadanía dentro y fuera del país.

7.3.1. Tipos de publicidad

- Publicidad online: Muy utilizada por las empresas y servicios ya que prácticamente casi todo el mundo se encuentra conectado a través de internet. Las empresas han aumentado progresivamente la inversión en este tipo de publicidad. Dentro de internet se puede hacer publicidad en las siguientes plataformas: redes sociales, email marketing, canales de vídeo, publicidad SEM, Display y retargeting. Una gran variedad de opciones que permiten segmentar a los clientes potenciales y tener un gran acceso a ellos a un coste más reducido en comparación con los medios masivos.
- Publicidad impresa: La llegada de internet ha afectado a este tipo de publicidad. No obstante, todavía se utiliza en medios como: periódico, revistas, flyers, entre otros.
- Publicidad en el medio radiofónico: La puesta en marcha del podcast hace que la publicidad se divida entre las emisoras de radio y los famosos podcasts que están en alza.
- Publicidad en televisión. Muy utilizada junto con la publicidad online, pero son las grandes marcas las que hacen uso de ella ya que tiene un elevado coste de producción y ejecución. Los spots, reportajes, patrocinios son las manifestaciones más destacadas de esta opción.
- Vallas publicitarias: Este tipo de publicidad se encuentra siempre en el exterior, en zonas visibles donde hay un gran alcance de gente. Muy utilizada en la época de elecciones, por ejemplo. Las vallas publicitarias son la opción más destacada junto con los posters, lonas, o carteles que se pegan en las calles.

- El boca a boca: Se denomina así, aunque realmente se podría llamar el boca oído ya que se caracteriza por la recomendación de servicios, opiniones o comentarios cuando se ha utilizado una determinada marca. De hecho, en internet son muy buscados este tipo de comentarios cuando la gente decide comprar online sus productos.
- Telemarketing: El tipo de publicidad que se caracteriza por ser difundido a través del teléfono. Las llamadas sobre compañías de seguros ofreciendo ofertas, compañías de teléfono, o incluso reuniones de productos de cosmética. El usuario recibe una llamada donde se le intenta persuadir para que proceda a comprar un producto, o cambiar de compañía telefónica (O'guinn Thomas , Allen Chris, Semenik Richard J. ,2013, pag.774).

Actualmente existe varios tipos para hacer publicidad con la ayuda de internet y las redes sociales se puede llegar a un gran porcentaje de la comunidad, se observa además que existe un pequeño porcentaje que no sabe utilizar el internet y para comunicar una noticia y lo hacen a través de medios como; de boca a boca, a través radio o tv.

7.3.2. Estrategia publicitaria

"Las estrategias de publicidad, también conocidas como estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing"(Zyman, S., Brott, A. 2018)

Según Abascal “Las estrategias de publicidad, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing” (Abascal, F. 2016)

Las estrategias publicitarias son un plan de trabajo para llevar al mercado un producto o idea, con el objetivo que se impregne a primera vista al consumidor.

7.3.3. Tipos de estrategias:

- Estrategias comparativas, demuestran que un producto es mejor que la imitación creada por la competencia.

- Estrategias financieras, según la audiencia establecida, se busca mantener o hacer crecer su público por medio de incentivos.
- Estrategias promocionales, es la estrategia más agresiva, pues se incentiva mediante premios al público para mantenerlo aferrado.
- Estrategias de empuje, busca motivar al público a que sin importar que tan necesario sea el producto, él debe de obtenerlo.
- Estrategia de tracción, busca atraer al público a volverse consumidor presentando los beneficios de una marca.
- Estrategia de imitación, consiste en imitar a un producto ya posicionado para que el público se familiarice y lo adquiera.
- Estrategias de desarrollo, su objetivo es hacer crecer la marca mediante actividades promocionales.
- Estrategias extensivas se trata de atraer nuevos clientes ya sea por medio de promocionales o ellos mismo por conocer los beneficios de la marca.
- Estrategias Intensivas, se trata de que los consumidores que ya tienen, se mantengan fieles y consuman más.
- Las estrategias de fidelización su objetivo es retener al cliente mediante promocionales e innovación de producto.
- Las estrategias publicitarias creadas específicamente para promocionar y transmitir de manera vital un mensaje, a través de la planificación de un plan para posesionar un producto o servicio.

7.3.4. Campaña publicitaria

Una campaña publicitaria comprende los esfuerzos de una empresa para aumentar la conciencia de un producto o servicio en particular, o para aumentar la conciencia del consumidor sobre un negocio u organización. Asimismo, las campañas de marketing se pueden diseñar en relación al objetivo, entre ellos la creación de una imagen de marca sólida, la introducción de un nuevo producto, el aumento de las ventas de un producto que ya está en el mercado o incluso la reducción del impacto de las noticias negativas. Por ello, definir el objetivo de una campaña generalmente proporciona una idea de cuánto marketing se necesita y cuáles son los medios son más efectivos (Ancin, Irene A. 2018).

Campaña publicitaria en un modelo de gestión en el cual se encuentran plasmadas un conjunto de actividades con sus respectivos recursos a utilizarse lo cual facilita el cumplimiento de un objetivo, por ende, al hablar de campañas publicitarias se refiere en si a un elemento esencial tanto para las empresas públicas

Existe una gran variedad de campañas publicitarias creadas con el fin coadyuvar a cierta institución o empresa, la campaña social es la se va a utiliza para el desarrollo de la propuesta para el cantón Catamayo con la finalidad de impulsar el turismo.

7.3.5. Proceso de Realización de una Campaña Publicitaria

La planificación de una campaña publicitaria es el punto de partida para dar inicio a la actividad, partiendo desde las metas. Se parte de la observar, analizar, estudiar; las actitudes, los colores, las formas, para luego pasar a la participación con el público objetivo de esta etapa de recogida de datos, comprendió platicas, entrevistas, entre otros elementos indispensables para esté proceso creativo.

Los elementos que se deben de tomar en cuenta, son los siguientes:

- Evaluación del mercado.
- Fijación de las metas publicitarias.
- Selección de los medios.
- Creatividad.
- Coordinación.
- Verificación de la campaña publicitaria.
- Evaluación de la campaña publicitaria (Romero Mazzini K, 2015).

Para la elaboración de una campaña publicitaria es necesario seguir una serie de pasos los que permitirán una ejecución eficaz y eficiente satisfaciendo favorablemente a los involucrados.

7.3.6. Eficacia de las campañas publicitarias

El turista utiliza el internet para averiguar información sobre destinos o productos turísticos a través de blogs, foros, comunidades virtuales, redes sociales, etc.; Existe

una variada clasificación de herramientas aplicadas al turismo, entre las que se citan las siguientes:

- Plataformas de evaluación de servicios y destinos turísticos, ofrecen información básica y el turista puede registrarse y colocar comentarios.
- Planificación de viajes, el turista coloca datos y el sistema arroja información según la información proporcionada.
- Georreferenciación y mapas, 33 herramienta que proporciona el acceso a mapas.
- Comunidades de viajeros, grupo de viajeros que comparten experiencias.
- Repositorios de videos, textos e imágenes del sector turístico: guías turísticas, podcast audio, fotos, videos.
- Meta buscadores, búsqueda en una sola interfaz.
- Blog de viajes, apuntes con comentarios y recomendaciones de viajeros.
- Mundos virtuales, entornos virtuales personalizados (Garrido, 2011, págs. 8-10).

Mediante la utilización del internet se puede conocer información variada en cuanto a los lugares turísticos, la ejecución de una campaña publicitaria resulta un medio rápido y eficiente para conocer las propuestas de los diferentes sitios promocionados.

8. Metodología

Parte del proceso de investigación que permite sistematizar los métodos y las técnicas necesarias para llevar a cabo una investigación. Los métodos elegidos por el investigador facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables que, potencialmente, solucionarán los problemas planteados (Mora Maurice, 2006).

La metodología es la vía que el investigador debe seguir para realizar un trabajo de indagación, facilitando la aplicación de las técnicas seguras y confiables para obtener información y el desarrollo al cumplimiento de los objetivos propuestos.

8.1. Método Fenomenológico

El método fenomenológico se dedica a describir en esta fase tanto los procesos que ocurren en el nivel de la conciencia, como los modos en los que se intencional los objetos. Los procesos señalados son los que permiten al fenomenólogo entrar de lleno al ámbito de las “vivencias”. Este punto es importante pues constituye la inflexión de la fenomenología con respecto a los métodos de las ciencias empíricas (Husserl E 1998 p. 139).

- **El método fenomenológico consta de tres etapas:**

Etapa Descriptiva: Es la descripción, lo más completa y exhaustiva posible del fenómeno a partir de la experiencia directa e inmediata que el investigador tiene de éste, lo cual le garantiza la singularidad e irrepetibilidad de todo fenómeno investigado.

Etapa Estructural: En esta etapa, el trabajo central es el estudio de las descripciones adquiridas en las técnicas; en permite el conocimiento total de la situación de una población y el análisis de datos empíricos de acuerdo a la prioridad.

Etapa de Discusión de los Resultados: En esta etapa se intenta relacionar los resultados obtenidos de la investigación con las conclusiones o hallazgos para compararlos, contraponerlos o complementarlos, y entender mejor las posibles diferencias o similitudes. (Embree, 2003, pág. 483)

Método Fenomenológico inicia con el acercamiento hasta los sitios naturales y turísticos, continua con el análisis de la situación y concluye con la determinación de los lugares y promocionarlos.

8.1. Método hermenéutico

Según Husserl el método hermenéutico es un método "inductivo" que parte de la experiencia descriptiva del texto: de los datos empíricos su objetivo es sustentar teóricamente todos los temas relacionados a un tema indagado.

La descripción: Es una visión directa del texto y el contexto como experiencia fenomenológica, que ilumina y enfoca para llegar a una comprensión y se entrelaza constantemente con la reflexión.

Reflexivo: La reflexión no solamente objetiviza, sino relaciona. La Reflexión es un proceso-critico que enfoca y campara los elementos constitutivos del "texto" (Heidegger, M. 2007).

El Método Hermenéutico es la segunda parte del trabajo de investigación, se realiza la descripción de datos teóricos y la reflexión sobre los elementos investigados, permite además profundizar los argumentos de la propuesta a elaborarse. Inicia con la determinación de las fuentes bibliográficas, continua con la elección de la información necesaria y concluye con la elaboración del marco teórico.

8.2. Método Práctico Proyectual

El método proyectual para el diseñador no es algo absoluto y definitivo; es algo modificable si se encuentran los valores objetivos que mejoren el proceso. Y de este hecho depende de la creatividad del proyectista que, al aplicar el método, puede descubrir algo para mejorarlo (Munari, 2011).

El método practico proyectual inicia con el diseño de la campaña publicitaria, continua con la ejecución y concluye con la defensa de la propuesta.

Técnicas

La técnica de investigación científica es un procedimiento típico, validado por la práctica, orientado generalmente a obtener información útil para el conocimiento en las disciplinas, Toda técnica prevé el uso de un instrumento de aplicación; así, el instrumento de la técnica de Encuesta es el cuestionario; de la técnica de Entrevista es la Guía de tópicos de entrevista (Rojas Ignacio 2011).

Las técnicas de investigación facilitan la recopilación de información como base para conocer una realidad latente, a través de estas se puede conocer datos y temas que facilitaran la búsqueda de información referente al marco teórico y además para conocer la población objetivo a la cual ira dirigido la propuesta.

8.4.1. Observación

La observación considerada como “la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”. consideran que la observación juega un papel muy importante en toda investigación porque le proporciona uno de sus elementos fundamentales; los hechos (Sierra y Bravo 1984).

La observación directa se realizará con la finalidad de determinar la situación actual del turismo en Catamayo y el estado de los lugares turísticos como: Mirador de la Cruz, Túnel de Chichaca, Río Guayabal etc.

8.4.2. Entrevista

En la entrevista la temática se organiza y desglosa en ámbitos o subtemas cuyo orden y la manera de introducirlos a través de preguntas o sugerencias no necesariamente se fija de forma rígida, existe una gran flexibilidad, pero también una exigencia de recoger aquella información que se plantea desde la investigación con la ayuda de un guion de entrevista (Lopez Pedro, Fachelli Sandra, 2015).

La entrevista será aplicada al Sr. Mgs. Eddy Santiago Riofrio, Coordinador de turismo del GAD de Catamayo, para conocer los datos relevantes en cuanto a los recursos turísticos y el accionar de las autoridades en cuanto al desarrollo y promoción turística.

8.4.3. Encuesta

La encuesta se ha convertido en algo más que un solo instrumento técnico de recogida de datos para convertirse en todo un procedimiento o un método de investigación social cuya aplicación significa el seguimiento de un proceso de investigación. La Metodología de la investigación social cuantitativa su extensión, destinado a la recogida de los datos de la investigación, pero en el que se involucran un conjunto diverso de técnicas que, combinadas, en una sintaxis propia y coherente, que se orientan y tienen como objetivo la construcción de un objeto científico de investigación (Lopez Roldan Pedro, Fachelli Sandra, 2015).

La encuesta es una técnica de investigación la cual consta de preguntas abiertas y cerradas, para la elaboración de la encuesta se tomará como base los objetivos planteados en la investigación, esta técnica será dirigida a la población para determinar los lugares turísticos y la necesidad de realizar una campaña.

8.5. Población y muestra

8.5.1. La Población

“Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (Arias,2006, pág. 81).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el cantón Catamayo, de acuerdo al censo del año 2010 registra 22697 habitantes (INEC,2010).

8.5.2. Formula de la proyección de la población.

Se toma de base las estadísticas del último censo del año 2010 que son: 22.697 habitantes en la ciudad de Catamayo, y la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Loja que es del 1,1% según señala el INEC.

$$F: \text{año actual} = F: \text{año base} (1 + i)^n$$

F: año base

1: constante

i: tasa de crecimiento de población

n: número de año a proyectar

$$2021 = 22.697(1 + 1.1\%)^{11}$$

$$2021 = 22.697(1 + (\frac{11}{100}))^{11}$$

$$22.697(1 + 0.011)^{11}$$

$$2021 = 22.697(1.011)$$

$$2021 = 22.697(1.12)$$

$$2021 = 25.420,64$$

$$2021 = 25421 //$$

Luego de realizada la fórmula de proyección de la población al año 2021 queda como población universo de estudio: 25.421 habitantes en Catamayo.

8.5.3. La muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población (Pineda, 1994).

8.5.4. Muestreo

Es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población" (Mata et al, 1997:19).

El realizar el diseño muestra es importante porque: a) Permite que el estudio se realice en menor tiempo. b) Se incurre en menos gastos. c) Posibilita profundizar en el análisis de las variables. d) Permite tener mayor control de las variables a estudiar.

8.5.5. Proceso de Muestreo

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)e^2xp.q}$$

N= población total

Z= nivel de confianza

p= 0.5 población. +

q= 0.5 población. –

e= error muestra 0.05

$$n = \frac{25.421(1.96)^2(0.5)(0.5)}{25.421 - 1(0,05)^2 + (1.96)^2(0.05)(0.05)}$$

$$n: \frac{25.421(3.84)(0.25)}{25.420(0.25) + (3.84)(0.25)}$$

$$n: \frac{24.404,16}{6,355.96}$$

$$n = 383.$$

$$n = 383 \text{ personas}$$

La población total es 25.421 habitantes en la ciudad de Loja, a través de la utilización de la fórmula de muestreo se obtiene 383 personas como muestra, las cuales serán encuestadas para obtener información y a su vez se analizará los resultados de la investigación.

9. Análisis y presentación de resultados

9.1. Entrevista

Persona entrevistada: Mgs. Eddy Roa Riofrío

Cargo: Coordinador de turismo del GAD Catamayo

Tiempo del cargo: 1 año

1. Cuáles son los recursos naturales y turísticos del cantón Catamayo.

Bueno tenemos que diferenciar qué hay muchos recursos. En primer lugar, hay que saber En cuáles tienen potencial y otros que no han sido descubiertos en el caso de Catamayo la parte urbana tiene principalmente recursos como la gastronomía La planta hotelera y turística y la parte rural. En cambio, tenemos cascadas tenemos algunos atractivos como el mismo paisajismo y en síntesis el clima que es un potencial muy grande de turismo en Catamayo.

2. Durante esta pandemia del covid19 como se ha visto afectado el turismo dentro del cantón Catamayo.

Catamayo es un cantón netamente turístico por ende la afectación fue muy grande nosotros fuimos el sector más golpeado digámoslo de todo el país dado que nosotros no tenemos industrias. Si ustedes se ponen a pensar la única fábrica que tenemos aquí es la industria azucarera y esto no es un potencial en el tema económico simplemente es un lugar de producción y de comercialización a nivel nacional del producto que si trabaja mano de obra en esta planta es muy cierto pero la mayor cantidad de gente vive del turismo por eso afectación fue muy grande porque somos el último segmento económico que se está levantando.

3. Considera Usted que dentro de los diversos atractivos naturales y turísticos de Catamayo se están ejecutando correctamente las medidas de protección a la ciudadanía.

En primer lugar debemos tomar en cuenta de que eso depende de cada institución o de cada empresa privada de hacer cumplir la medidas de bioseguridad pero yo siempre me mantengo en la situación de que más es la responsabilidad del usuario del cliente o del turista que visita cierto lugar porque de ellos depende la afectación o no con el tema del Covid, si podemos darnos cuenta a nivel internacional mucha gente ya no usa mascarilla ayer nomas veíamos

que murió la activista más grande que se oponía al uso de la mascarilla y murió con Covid entonces hay muchas contradicciones porque realmente el cuidado depende de nosotros es como cuando nos dicen el cigarrillo te va a matar pero si lo usamos nos va causar un cáncer si no lo usamos vamos poder tener un mejor estilo de vida y alargar nuestra calidad de vida.

4. Como entidad municipal se ha realizado algún tipo de campaña para promover los recursos naturales y turísticos de Catamayo ¿Cuál?.

Entonces para hacer una campaña tenemos que hacer realmente un proceso nosotros estamos recién trabajando en crear el escenario digámoslo así para poder mostrar el potencial que tiene Catamayo a que me refiero con esto; estamos trabajando recién en crear un material fotográfico recursos audiovisuales en adecentar ciertas Arias y sobre todo en conocerlas porque es algo irónico que a veces ni siquiera el propio digámoslo así con esta palabra el propio nativo el propio ciudadano de Catamayo que nació aquí que vivió aquí o que incluso es digámoslo así herencia de otros personajes que están de otras generaciones aquí no conocen los atractivos entonces para poder hacer una campaña publicitaria para promover el tema del turismo en Catamayo primero entonces conocer lo nuestro y eso se debe hacer pero tampoco es fácil se necesita muchos recursos no solo económicos si no también el tema del recurso humanos que pueda manejar equipos audiovisuales a veces nos encontramos con otra situación no.. El camarógrafo no es o no está capacitado o no está calificado por ejemplo para ascender una cascada entonces todo eso nos conlleva que es un trabajo bastante pormenorizado incluso podríamos a serlo un poquito lento pero que se lo está haciendo nosotros ya estamos trabajando en la parte rural justamente en esa situación y nos hemos encontrado con todo este tipo de situaciones principalmente de que hay veces que el fotógrafo o el camarógrafo no está acostumbrado a caminar 4, 6 y veces hasta 8 horas entonces realmente esos son los limitantes pero campañas como tal no se han hecho pero yo pienso que ya vienen próximamente en unos meses campañas agresivas del plan publicitario para hacer conocer Catamayo.

5. Considera Usted necesario la elaboración de una campaña publicitaria para fomentar el turismo tomando en cuenta todas las medidas de bioseguridad para la protección de los turistas.

Claro que si necesitamos apoyarnos de todos osea yo siempre me mantengo en una situación lo que deberían hacer los entes públicos los entes públicos deberían ayudarnos simplemente con la difusión los entes públicos deberían ayudarnos con el adersertamiento de las áreas un

ejemplo que las ciudades estén limpias que los negocios estén ordenados que todos tengamos una estética visual a nivel por ejemplo de letreros y realmente las campañas publicitarias deberían hacer de los involucrados más importante digamos los dueños de hoteles y restaurantes que ellos deberían promover por ejemplo un restaurante debería promover su gastronomía decir esto ofrezco al mundo esto tengo para hacerlo esto es lo que hago diferente a mi vecino pero realmente estamos todavía en un punto en que la gente está esperando de que el ente gubernamental haga todo para ellos beneficiarse entonces yo pienso que es importantísimo que hagamos campañas y sobre todo que se hagan desde todos los sectores por ejemplo el tema la academia es importantísimo de que nos sirva formar estudiantes en las universidades en el sector turístico si ni si quieren ellos mismos hacen campañas como universidad entonces todo eso es algo importante que hay que reflexionarlo y sobre todo hacerlo no solo quede en palabras.

6. Que criterio tiene usted respecto a la ejecución de este proyecto como un aporte al turismo dentro del cantón Catamayo.

Importantísimo como acabe de decir debemos salir con estos proyectos desde todas las esferas de nuestra nación y que más cuando alguien diga yo soy estudiante yo pertenezco a la academia yo puedo hacer un proyecto de promoción o de difusión o de publicidad de tal lugar eso realmente es ya poner en práctica lo que aprendemos en las aulas y compaginarlo con el trabajo de campo que se dice entonces realmente ahí estamos teniendo coherencia en el sentido que nosotros estamos practicando o vamos a poner en práctica nuestra carrera si por que muchas personas a veces estudian una carrera turística y hacen trabajo de oficina entonces realmente eso no es muy significativo porque debe ir compaginado oficina trabajo de campo y viceversa entonces estas campañas son muy importantes.

9.2. Encuesta

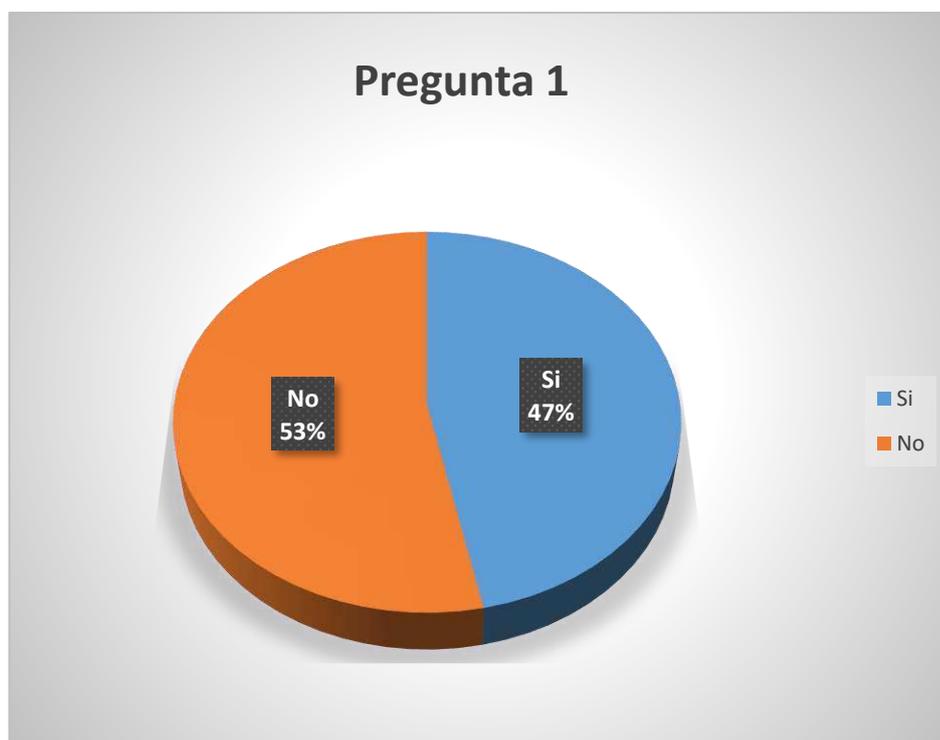
Tabla 1. Conoce usted cuales son los lugares turísticos y naturales del cantón Catamayo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	179	47%
No	204	53%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Gráfico 1. Pregunta 1



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Análisis Cuantitativo:

Se puede deducir que el 53% de las personas encuestadas, equivalente a 204 personas del cantón Catamayo, señalan que no conocen los lugares turísticos y naturales de Catamayo mientras tanto que el 47% de las personas encuestadas equivalente a 179 personas del cantón indican que si conocen los lugares turísticos que ofrece este lugar.

Análisis Cualitativo:

De los resultados obtenidos en esta pregunta se evidencia que la mayoría de personas desconocen la variedad de lugares turísticos y naturales que ofrece la ciudad de Catamayo por lo cual es necesario que se promuevan la diversidad de centros turísticos del cantón. Mientras que en un menor porcentaje existen personas que si conocen los lugares turísticos de Catamayo.

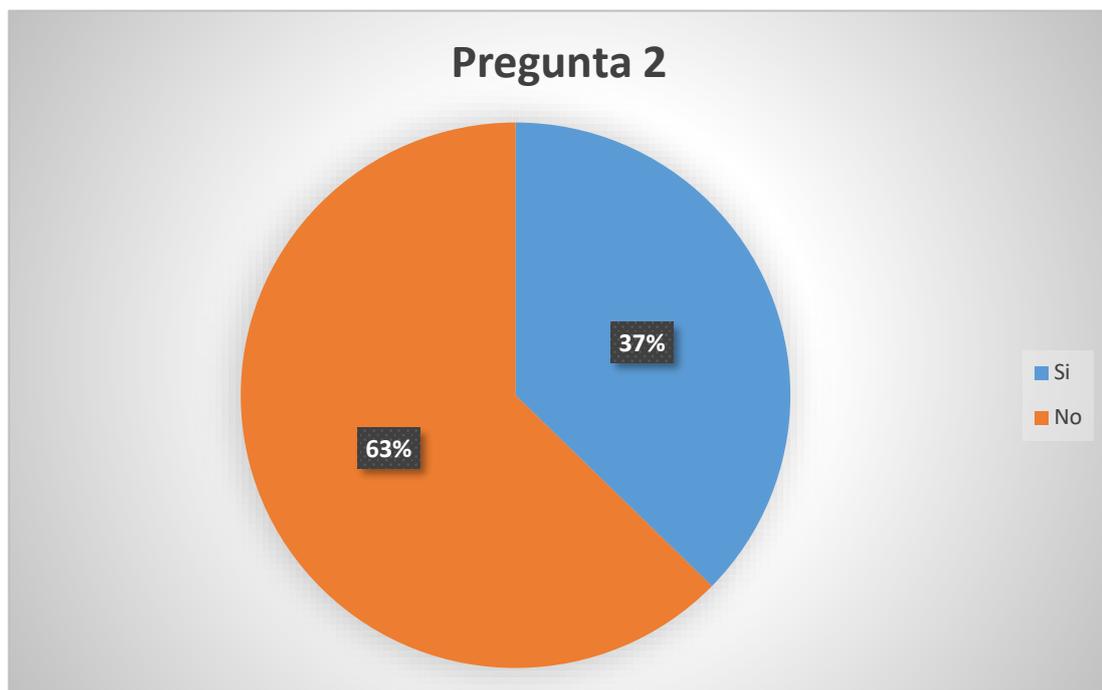
Tabla 2. *Considera Ud. Que en este cantón se ha realizado campañas publicitarias para promover la afluencia de turistas dentro del cantón.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	143	37%
No	240	63%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Gráfico 2. Pregunta 2



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Análisis Cuantitativo:

Se puede deducir que el 63% de las personas encuestadas, equivalentes a 240 personas de Catamayo indican que no se han realizado campañas publicitarias para promover los lugares turísticos mientras que el 37% de las personas encuestadas equivalente a 143 personas del cantón manifiestan que si se han realizado campañas de publicidad con respecto a temas de turismo.

Análisis Cualitativo:

De los resultados obtenidos gran parte de personas manifiestan que no se han realizado campañas publicitarias en la ciudad de Catamayo, lo cual genera un desconocimiento en cuanto a la variedad de atractivos turísticos que este ofrece lo cual influye para que exista un menor índice de afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros también se observa en menor cantidad de personas que opinan que si se han realizado campañas de publicidad señalando que este aporte ha sido en años anteriores.

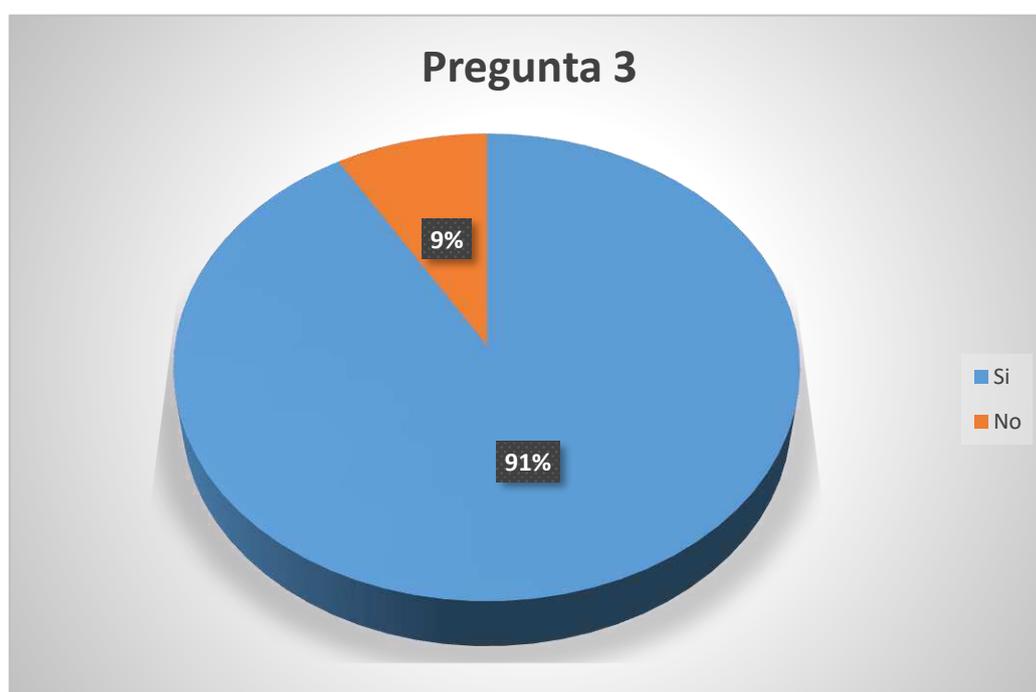
Tabla 3. *La pandemia del covid19 ha provocado una disminución del turismo a nivel del mundo. Considera usted necesario realizar una campaña publicitaria para promover los lugares turísticos de Catamayo bajo las diversas medidas de bioseguridad*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	91%
No	33	9%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Gráfico 3. Pregunta 3



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Análisis Cuantitativo:

Se puede deducir que el 91% de las personas encuestadas, equivalentes a 350 personas de cantón Catamayo indican que el Covid 19 si ha influido para que el turismo disminuya, mientras que el 9% de las personas encuestadas equivalente a 33 personas del cantón manifiestan el covid 19 no ha influido en cuanto a temas de turismo.

Análisis Cualitativo:

De los resultados obtenidos gran porcentaje de la población manifiesta que en el tiempo de confinamiento por la pandemia del covid 19, ha disminuido el turismo a nivel nacional y mundial por lo cual es necesaria la ejecución de una campaña publicitaria que promueva los lugares turísticos de la ciudad de Catamayo respetando las normas de bioseguridad también se evidencia en un porcentaje muy escaso de opiniones de personas que señalan que el covid 19 no ha afecto al turismo de Catamayo.

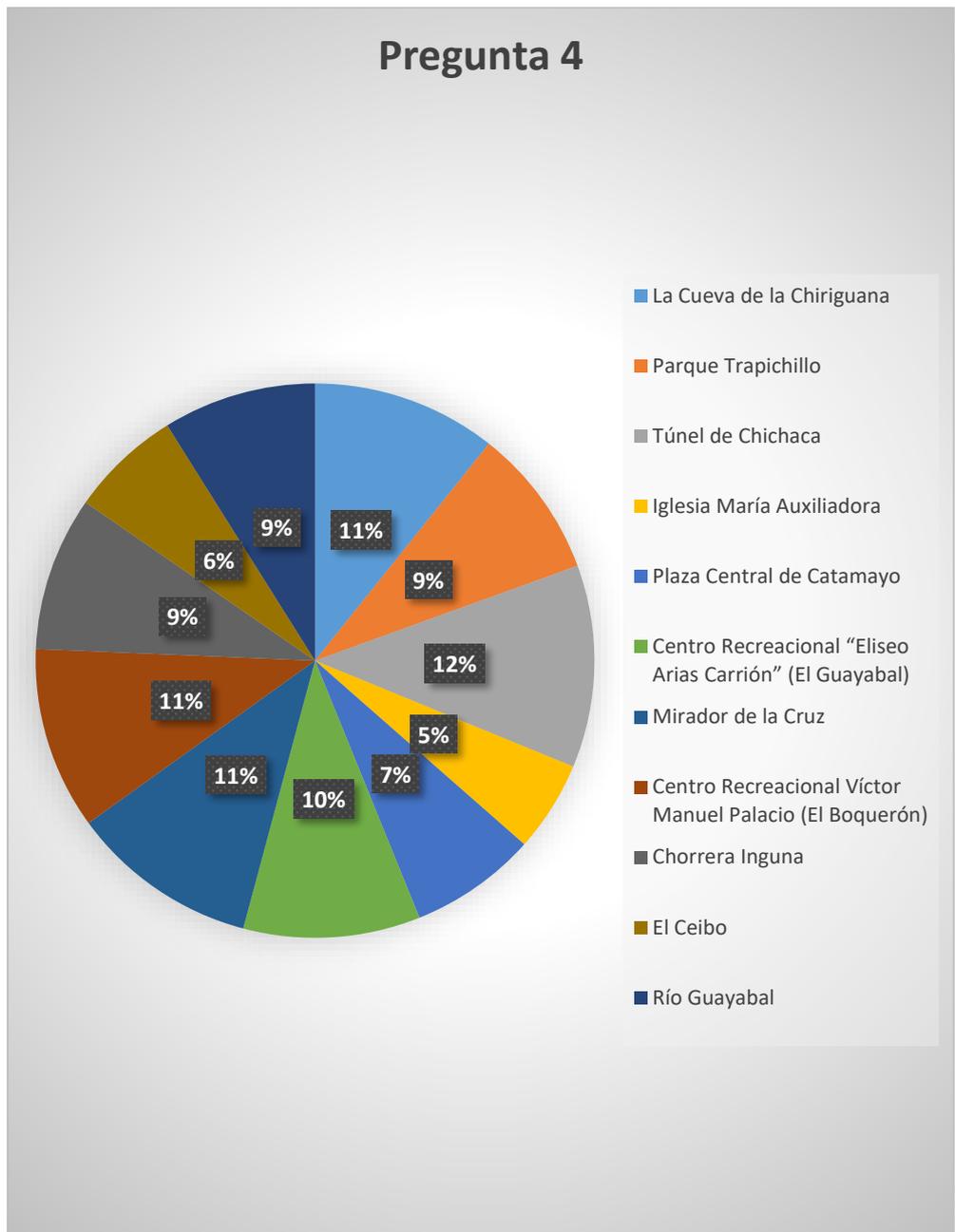
Tabla 4. *Del siguiente listado cuales son los recursos naturales y turísticos que se deberían promover a través de una campaña.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
La Cueva de la Chiriguana	164	11%
Piedra Iguaña	134	9%
Túnel de Chichaca	181	12%
Iglesia María Auxiliadora	81	5%
Plaza Central de Catamayo	113	7%
Centro Recreacional “Eliseo Arias Carrión” (El Guayabal)	157	10%
Mirador de la Cruz	167	11%
Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio (El Boquerón)	163	11%
Chorrera Inguna	138	9%
El ceibo	99	6%
Río guayabal	136	9%
Total	1533	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Gráfico 4. Pregunta 4



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo
Nota: Antonio Feranando Robles Vargas

Análisis Cuantitativo:

Se puede deducir que el 12% de personas encuestadas equivalente a 181 personas señalan que Túnel de Chichaca debería ser promovido como lugar turístico, el 11% de los encuestados equivalente a 163 personas indican al Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio (El Boquerón) y también el Mirador de la Cruz, el 10% personas encuestadas equivalente a 157 personas señalan al Centro Recreacional “Eliseo Arias Carrión” (El Guayabal), el 7% personas encuestadas equivalente a 113 personas indican a la Plaza Central de Catamayo, el 6% de personas encuestadas equivalente a 99 personas señalan que debería ser el Ceibo, y el 5% de las personas encuestadas, equivalentes a 81 personas manifiestan desearían que se promueva la Iglesia María Auxiliadora.

Análisis Cualitativo:

Del siguiente listado de lugares turísticos y naturales que ofrece la ciudad de Catamayo la mayor parte de las personas indican que Túnel de Chichaca debería ser promovido también la Plaza Central de Catamayo como una opción, asimismo el Centro Recreacional “Eliseo Arias Carrión” (El Guayabal), igualmente el Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio (El Boquerón), en un menor índice señalan el Mirador de la Cruz, el parque trapichillo y finalmente la Iglesia María Auxiliadora, son lugares únicos e irrepetibles por lo cual se debería promocionarlos para que los turistas nacionales y extranjeros los visiten y puedan conocer parte de la historia, la gastronomía, la cultura y costumbres propias del cantón Catamayo.

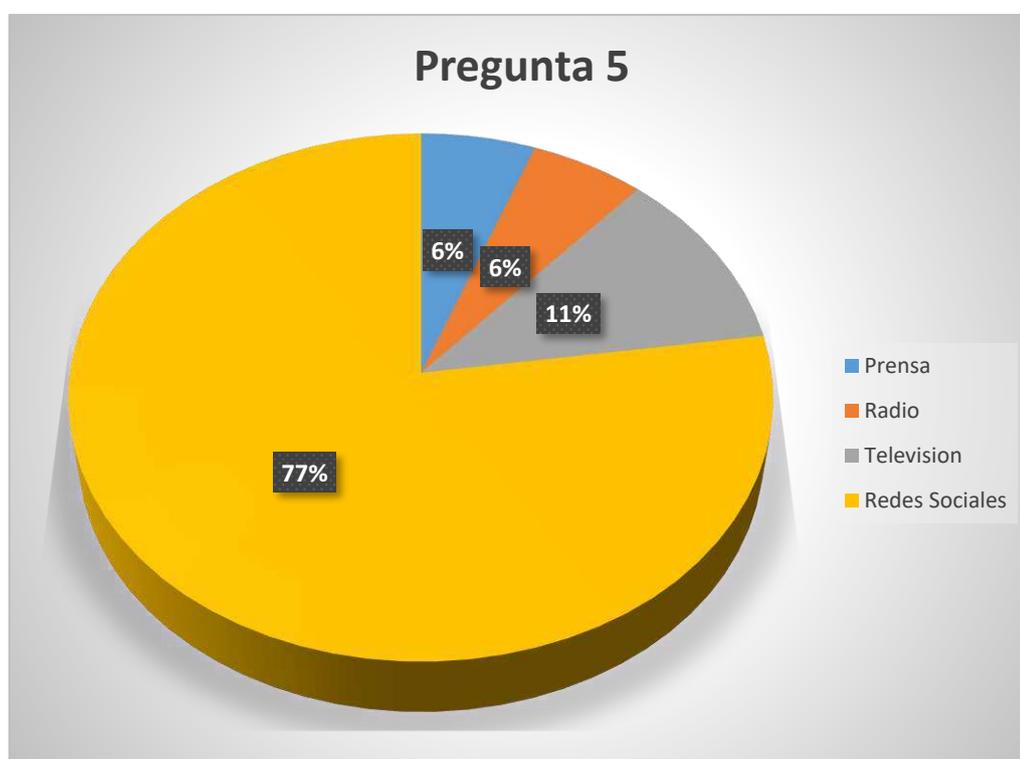
Tabla 5. A través de qué medio le gustaría conocer sobre esta campaña.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	22	6%
Radio	22	6%
Television	43	11%
Redes Sociales	296	77%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antinio Fernando Robles Vargas

Gráfico 5. Pregunta 5



Fuente: Encuesta aplicada a población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Análisis Cuantitativo:

Se puede deducir que el 77% de las personas encuestadas equivalente a 296 personas indican que el medio idóneo para conocer la campaña publicitaria es las redes sociales, el 11% de las personas encuestadas equivalente a 43 personas del cantón señalan como medio a la televisión y el 6% de las personas encuestadas, equivalente a 22 personas del cantón Catamayo, opinan que el medio que les gustaría conocer la campaña publicitaria es la prensa y la radio.

Análisis Cualitativo:

De los resultados obtenidos de la pregunta número 5 se evidencia claramente que la mayoría de personas prefieren a las redes sociales como medio para conocer la campaña publicitaria, a través de este medio las personas de cualquier edad y sin discriminación en cuanto a clase social pueden acceder libremente a toda la información además indican que la televisión también sería un medio idóneo para comunicar a toda la población, en una escala menor se evidencia que algunas personas opinan que la radio y la prensa es un medio mediante el cual la campaña publicitaria llegaría a muchos lugares del país.

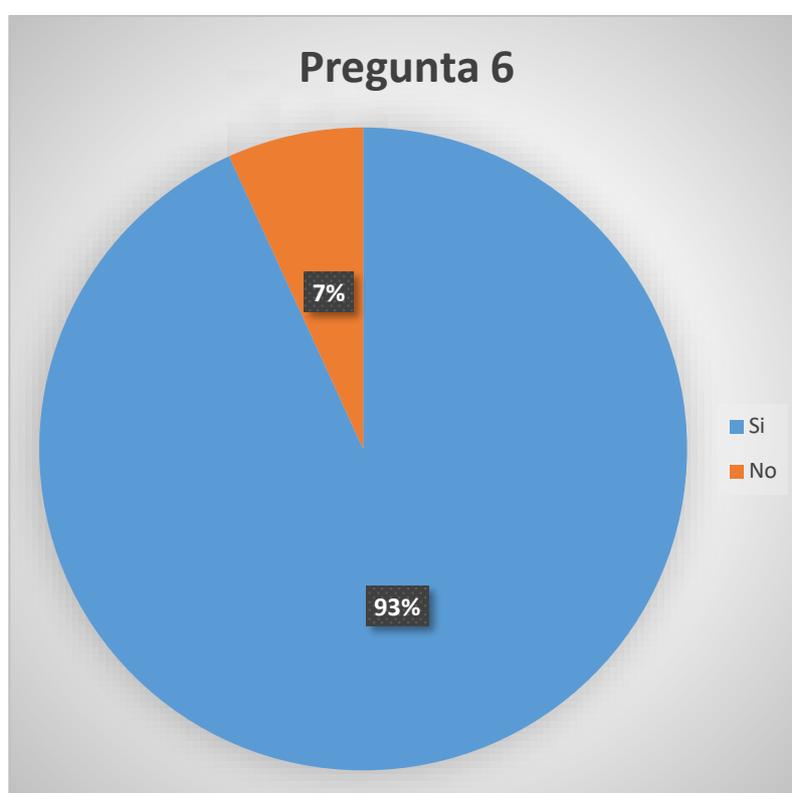
Tabla 6. *Considera usted que la ejecución de esta campaña contribuiría a mejorar el desarrollo económico de la ciudadanía Catamayense.*

Variable	Frecuencia	Variable
Si	357	93%
No	26	7%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Catamayo

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

Gráfico 6. Pregunta 6



Fuente: Encuesta aplicadas a la poblacion de Catamayo

Autor: Antonio Fernando Robles Vargas

Análisis Cuantitativo:

Se puede deducir que el 93% de las personas encuestadas equivalente a 357 personas del cantón Catamayo indican que, si se debería efectuar una campaña publicitaria para mejorar el desarrollo del cantón Catamayo, mientras que el 7% de las personas encuestadas equivalente a 26 personas del cantón, indican que la campaña publicitaria no contribuirá al desarrollo económico.

Análisis Cualitativo:

De los resultados obtenidos, se deduce que la mayoría de personas indican que es necesaria la ejecución de una campaña publicitaria puesto que mediante esta se pretende dar a conocer la diversidad natural del cantón Catamayo con el objetivo de lograr una elevación masiva en el turismo aportando al desarrollo económico, social del cantón mientras que una menor cantidad de personas señalan que no es necesaria la campaña publicitaria por lo cual indican que se debe tomar más alternativas de publicidad.

10. Propuesta de Acción

10.1. Introducción

La carencia de estrategias publicitarias en Catamayo influye netamente en la decadencia del turismo del cantón, esto sumado a la afectación por la pandemia del covid 19, tiempo donde se cerraron temporalmente varios atractivos, lo cual genera un difícil en desarrollo económico.

Por lo cual se plantea un objetivo principal que es promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo, a través del diseño y ejecución de una campaña publicitaria.

La campaña publicitaria se elabora mediante diversas estrategias de marketing y el uso de recursos tecnológicos con un contenido de imágenes de fotografías inéditas las cuales muestran una historia la diversidad de flora y fauna que posee este cantón con la finalidad de reactivar el turismo y potenciar la economía del sector.

La campaña publicitaria denominada “Trip Catamayo” inspirada en los diferentes lugares turísticos y naturales pretende llegue a todas las personas tanto nacionales como extranjeras, para crear una expectativa y el deseo de conocer estos sitios y con ello aportar al desarrollo sostenible de un cantón a través del turismo.

10.2. Nombre del proyecto

Esta campaña publicitaria adquiere el nombre: Trip Catamayo “Valle del Eterno Sol”

10.3. Público objetivo

El público objetivo se encuentra comprendido entre las edades de 18 años en adelante a estos los consideramos público turista.

10.4. Descripción

La campaña publicitaria diseñada para promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo, para la elaboración se siguió varios pasos, en primer lugar, se empezó por la búsqueda de un nombre para la campaña posteriormente se realizó un boceto para el logotipo utilizando papel y lápiz, una vez

definido el logo se procedió a digitalizar en Adobe Ilustrador, además se buscó una cromática acorde a la flora y fauna que ofrece el cantón, transmitiendo impacto visual en todas las personas.

También se realizó la creación de cuatro videos mediante la grabación de cada lugar a promocionar utilizando cámara, drone, filtros UV y estabilizador, su edición, colorización se realizó a través del programa Adobe Premiere y Adobe After Effects.

Además, cuenta con veintidós post donde se definió una línea grafica acorde a la marca y se utilizó fotografías que fueron realizadas en cada sitio, para las redes sociales como Facebook e Instagram, once de ellos describen un dato curioso de cada lugar y los otros once muestran una imagen propia del sitio y su nombre, para la realización de estos post se utilizó el programa Adobe Photoshop y la edición de las fotografías en Adobe Lightroom.

Finalmente se concluye con la creación de un flyer publicitario el mismo que tiene la finalidad de promover la campaña utilizando fotografías de los lugares turísticos y naturales del cantón Catamayo acompañado de la marca todo esto fue diseñado en Adobe Illustrator.

10.5. Diseño del logotipo

La búsqueda de un nombre, la creación del logotipo y su originalidad son indispensables para la campaña publicitaria permite reconocer fácilmente, para poder informar y difundir el contenido de la misma, es importante recalcar que el diseño de logotipo debe causar impacto visual con la idea que al momento de visualizarlo transmita una idea del cantón.

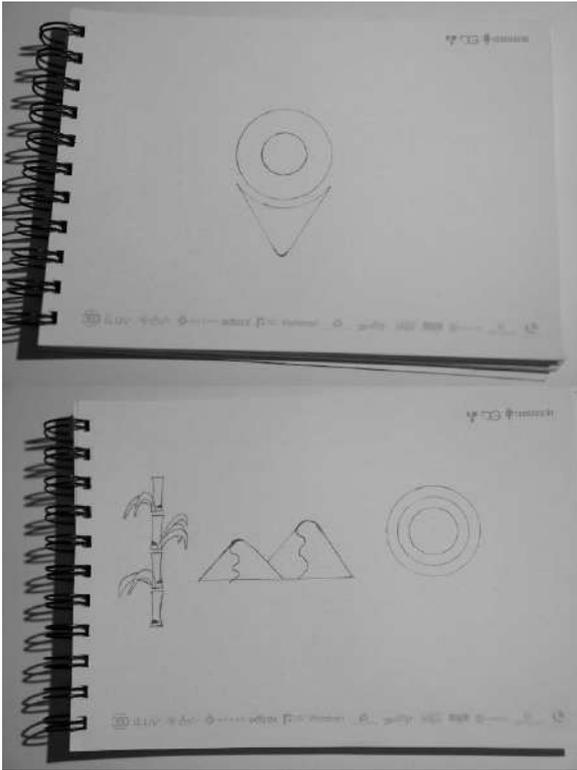


Figura 3. boceto del logotipo
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas



Figura 4. Logotipo digitalizado
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

10.6. Desarrollo de la propuesta Gráfica

El cantón Catamayo está ubicado en la región sierra, al sur del Ecuador, específicamente en la provincia de Loja, su nombre formado por dos voces: “Catay” que significa “aquí” y “mayu” que significa “río”. Uniendo estos vocablos tenemos “aquí el gran río”.

Posee un clima cálido una flora y fauna exuberante, es uno de los valles más fértiles por su agrícola y ganadería.

Los atractivos turísticos encierran una historia propia de lugar, permiten visualizar paisajes, infraestructura y cultura correspondiente al lugar.

Tomando en consideración toda la información obtenida de los lugares naturales y culturales del cantón Catamayo se procede a la grabación de videos y fotografías de cada sitio turístico con la finalidad de reactivar el turismo en tiempos del covid 19, tomando en consideración las normas de bioseguridad, para lograr esto se procede al lanzamiento de una campaña publicitaria la misma que está diseñada mediante recursos tecnológicos con la finalidad

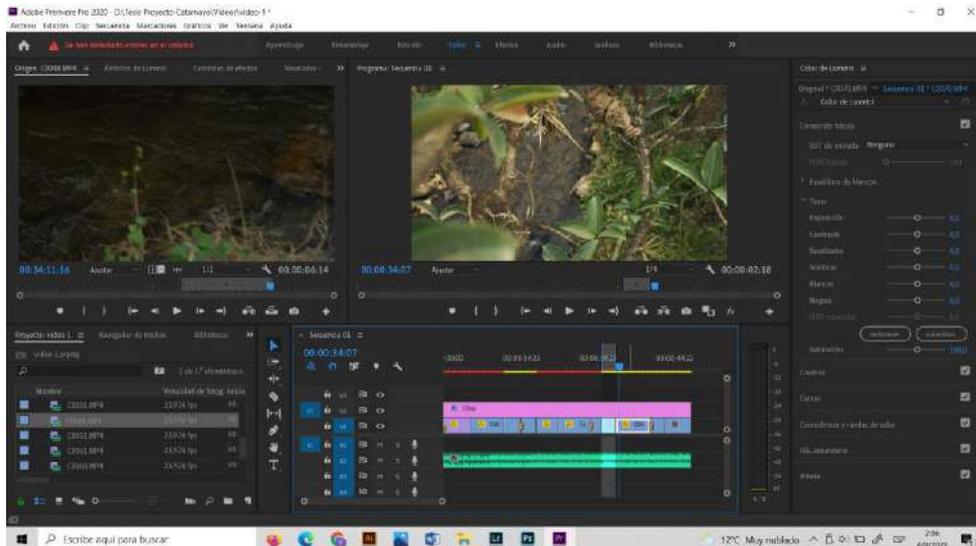


Figura 5. Edición de video 1
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

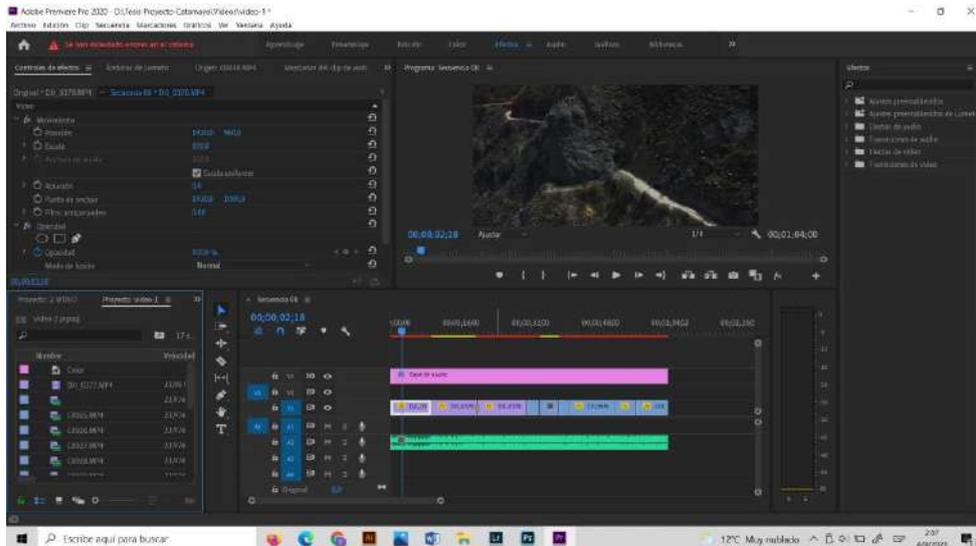


Figura 6. Edición de video 2
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

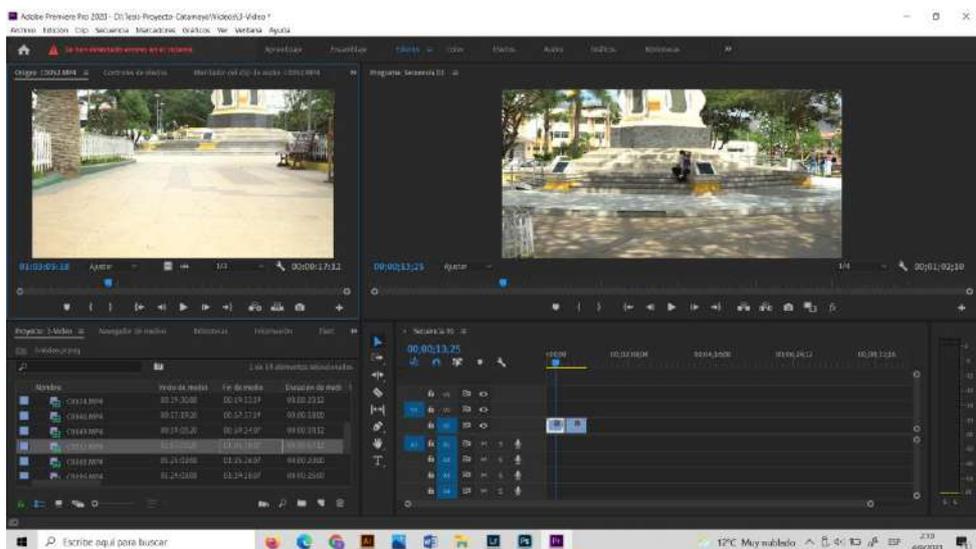


Figura 7. Edición de video 3
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

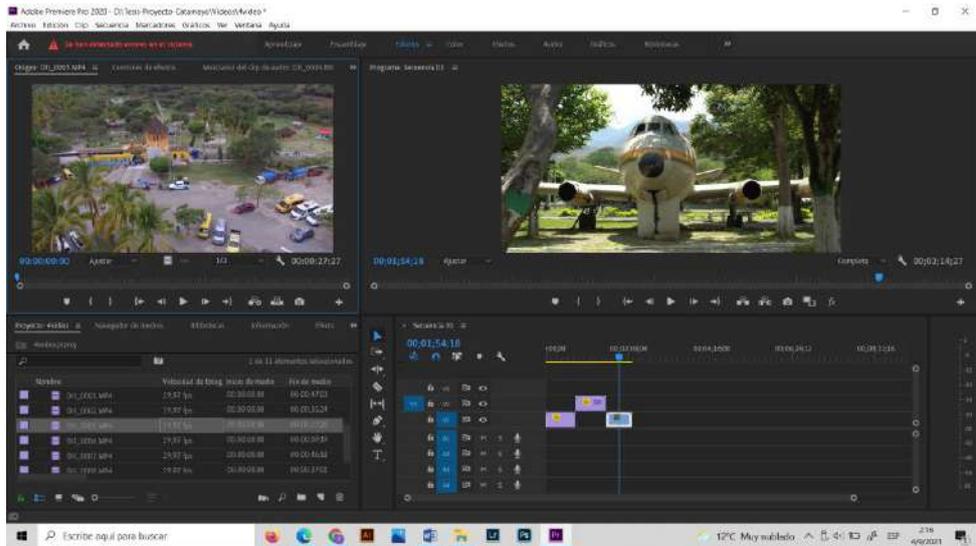


Figura 8. Edición de video 4
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas



Figura 9. Edición de fotografía
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

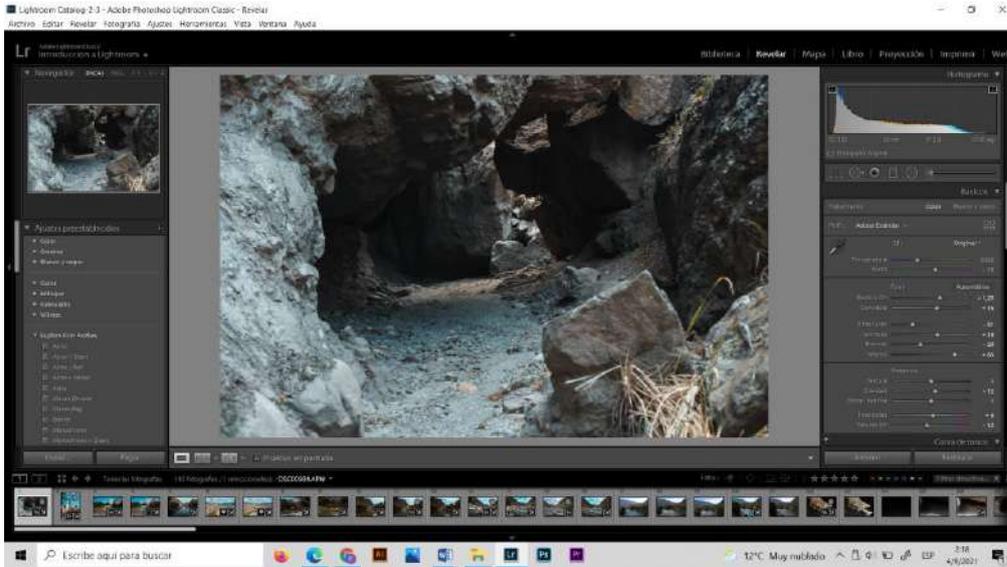


Figura 10. Retoque de colores de la fotografía
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

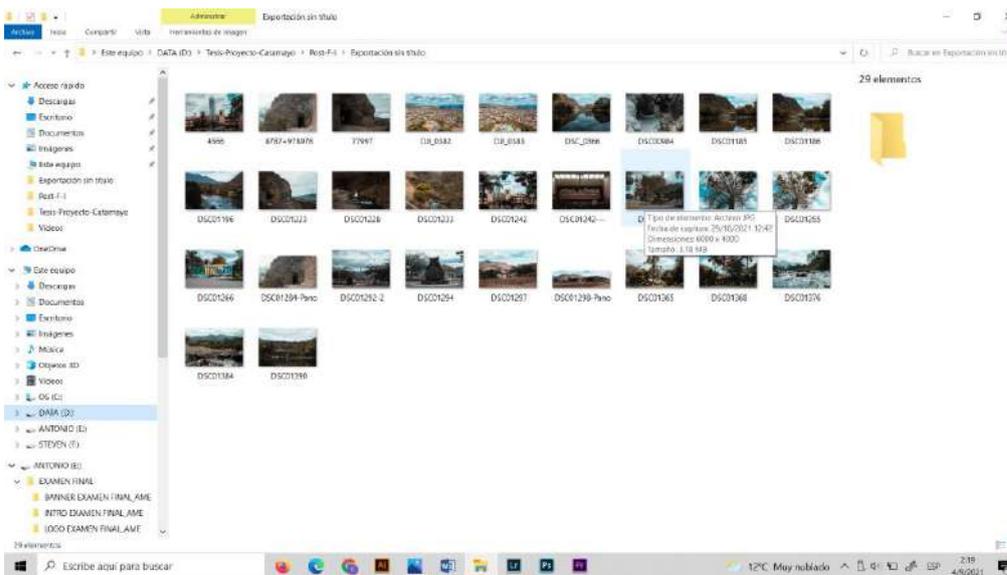


Figura 11. Fotografías de los lugares turísticos.
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas



Figura 12. Plantilla de post de ¿sabías qué?
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

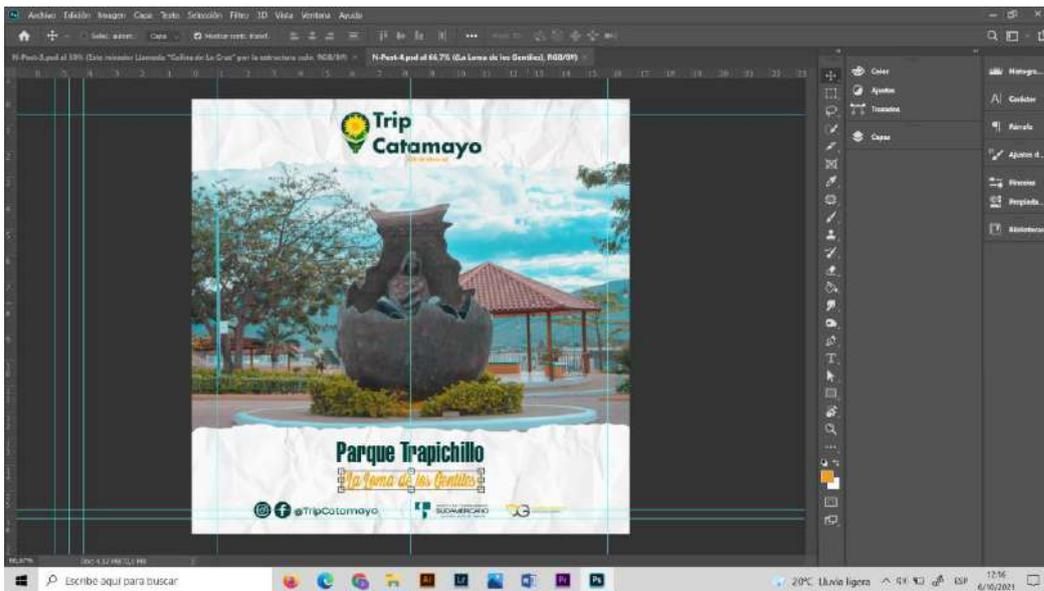


Figura 13. Plantilla de post de ubicación de lugares turísticos
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

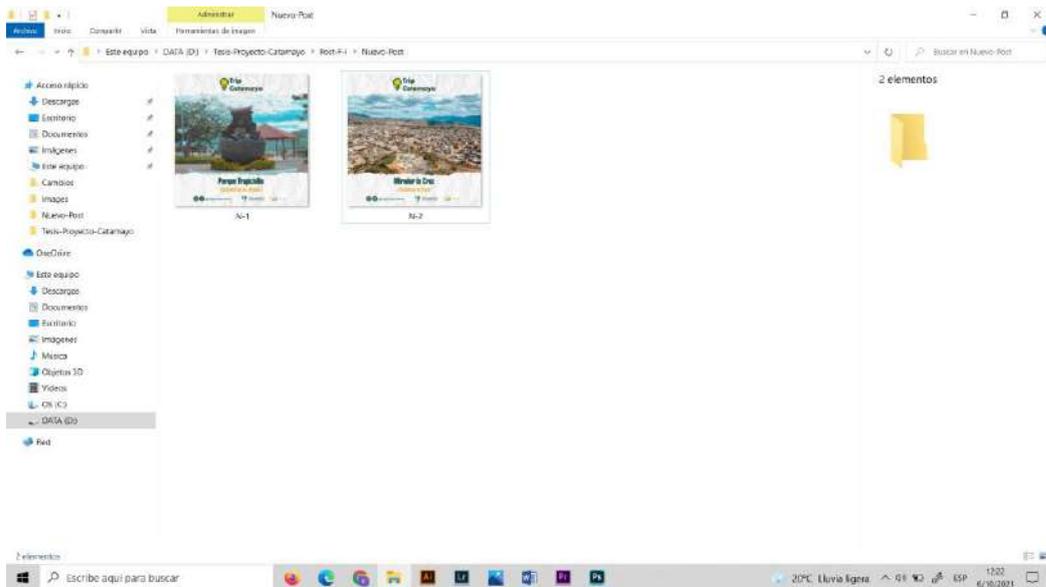


Figura 14. Post de ubicación
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

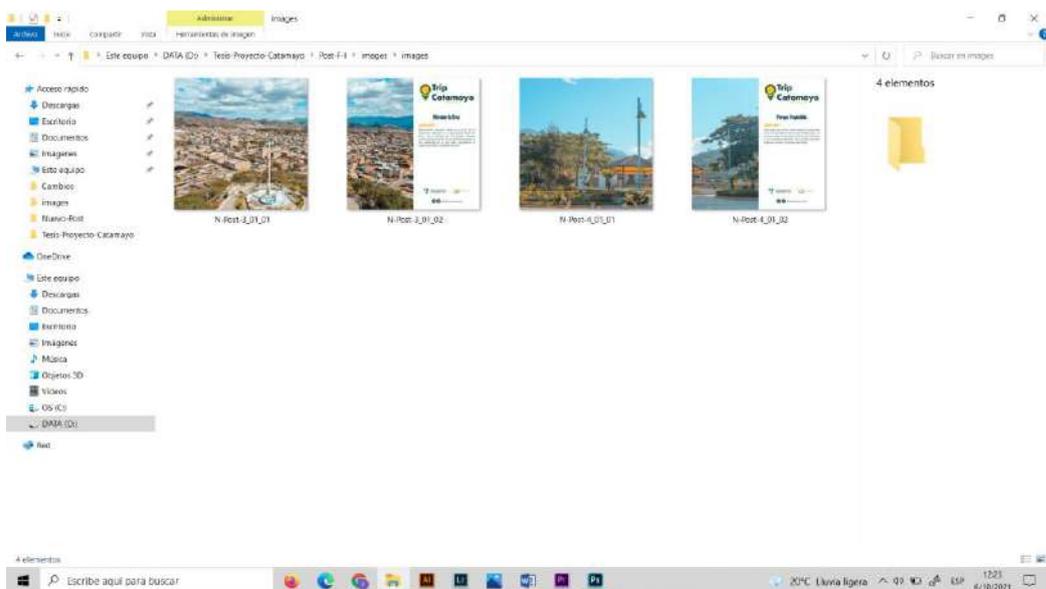


Figura 15. Post de sabías qué?
 Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

10.7. Información para los post

Mediante la investigación pertinente de datos importantes de los lugares turísticos que ofrece el cantón se procedió a realizar la selección de información en la cual englobe datos curiosos y la ubicación del sitio.

10.8. Cromática de la campaña publicitaria

La cromática de esta campaña se basó en la selección de dos colores principales que son el verde un color frío y naranja que es un color cálido, los cuales hacen referencia a la flora del cantón y los colores secundarios que son tonalidades del verde y amarillo los cuales se identifican con los símbolos patrios.



Figura 16. Cromática utilizada en el logotipo
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

10.9. Tipo de campaña

La campaña publicitaria es de reactivación con el fin de incentivar el turismo del cantón Catamayo, puesto que esta área fue afectada por la pandemia y su impacto ha sido en el desarrollo socioeconómico.

10.10 Cronograma

Plan de publicación de contenidos – Trip Catamayo

Tabla 7.

PERFIL								
FECHA DE PUBLICACIÓN	MEDIO/RED SOCIAL	ACCIONES	OBJETIVO	TIPOS DE CONTENIDO	COPY	FRECUENCIA	HORARIO	COBERTURA
09/10/2021	Facebook Instagram	Un arte para perfil, compuesto por el logotipo de la marca “Trip Catamayo”.	Identificar y dar a conocer la marca de la campaña turística.	Perfil Informativa		1	12:00AM	Catamayo y su Provincia
PORTADA								
09/10/2021	Facebook	Arte compuesto por logotipo de la marca y fotografías de los lugares turísticos “Trip Catamayo”.	Identificar y dar a conocer la marca de la campaña turística y sus lugares.	Portada informativo		1	12:00AM	Catamayo y su Provincia
REDES SOCIALES								
09/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una	Dar a conocer el grandioso	Arte informativo	(emoji de maleta y sol)	1	03:00 PM	Catamayo y su Provincia

fotografía del lugar con una primer lugar a fotografía y su promocionar y nombre y el nombre del lugar.

¿Eres un amante de la aventura?
 Visita
 Catamayo
 Un lugar grandioso por conocer y explorar
 Ubicada en el sector San José (vía casa vieja)

#Valledeleternosol
 #turismo
 #naturaleza
 #aventura

09/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del primer lugar dando un dato del lugar.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo.	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Una cueva natural también conocida La cueva del diablo Ubicada en el sector San José (vía casa vieja)	1	7:00 PM	Catamayo y su Provincia
					#Valledeleternosol #turismo #naturaleza #aventura			

10/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del segundo lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre	Arte informativo	(emoji con gafas y de árbol) El árbol más longevo de Catamayo Ubicado en el sector Isidro Ayora (vía a la costa) #Valledeleternosol #turismo #naturaleza #aventura	1	11:00 AM	Catamayo y su Provincia
10/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del segundo lugar dando un dato del lugar.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo.	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) EL ceibo es un árbol fabuloso y tradicional Ubicado en el sector Isidro Ayora (vía a la costa) #Valledeleternosol #turismo #naturaleza #aventura	1	19:00 PM	Catamayo y su Provincia
10/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del tercer lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji con gafas y una maleta) Un lugar maravilloso	1	13:00 PM	Catamayo y su Provincia

					con una gradiosa flora. Ubicado vía Portovelo (Parroquia rural de Zambí) #Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura			
10/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del tercer lugar dando un dato importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Chorrera de agua cristalina Ubicado vía Portovelo (Parroquia rural de Zambí) #Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura	1	21:00 PM	Catamayo y su Provincia
11/10/2021	Facebook Instagram	Video realizado con los 3 primeros lugares turísticos.	Dar a conocer los lugares a través de videos y que vean lo hermoso que son cada lugar.	Video informativo	Catamayo un gran destino turístico de grandiosos, y únicos lugares (emoji con gafas y un árbol y un sol) #Valledeletern osol	1	13:00 PM	Catamayo y su Provincia

					#turismo #naturaleza #aventura			
12/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del cuarto lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji de maleta y sol) Un lugar maravilloso con una vista espectacular Ubicado en el barrio Chichaca (A 5 km de Trapichillo)	1	11:00 AM	Catamayo y su Provincia
					#Valledeleternosol #turismo #naturaleza #aventura.			
12/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del cuarto lugar dando un dato del importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Un lugar con grandiosa historia de construcción y maravillosa vista panorámica Ubicado en el barrio Chichaca (A 5	1	19:00 PM	Catamayo y su Provincia

					km de Trapichillo)			
					#Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura.			
12/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del quinto lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji con gafas y sol) Un lugar maravilloso para visitarlo en familia o amigos Ubicado vía Gonzanama (15 minutos de Catamayo) Valledeleternos ol #turismo #naturaleza #aventura.	1	13:00 PM	Catamayo y su Provincia
12/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del quinto lugar dando un dato importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Un lugar turístico con grandes atractivos para tu familia y amigos Ubicado vía Gonzanama (15 minutos de Catamayo)	1	21:00 PM	Catamayo y su Provinciav

					Valledeleternos ol #turismo #naturaleza			
13/10/2021	Facebook Instagram	Video realizado con dos siguientes lugares turísticos.	Dar a conocer los lugares a través de videos y que vean lo hermoso que son cada lugar.	Video informativo	Catamayo un gran destino turístico de grandiosos, y únicos lugares (emoji con gafas y un árbol y un sol) #Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura	1	13:00 PM	Catamayo y su Provincia
14/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del sexto lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji con gafas y feliz y sol) Un parque donde podrás pasear y conocer más sobre este hermoso valle Ubicado en el centro de la ciudad de Catamayo #Valledeletern osol #turismo	1	11:00 AM	Catamayo y su Provincia

					#naturaleza #aventura			
14/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del sexto lugar dando un dato del importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Un parque hermoso y distintivo de Catamayo Ubicado en el centro de la ciudad de Catamayo	1	19:00 PM	Catamayo y su Provincia
					#Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura			
14/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del séptimo lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji de felicidad) Un lugar lleno de fe y amor Ubicada frente al Parque Central Catamayo	1	13:00 PM	Catamayo y su Provincia
					#Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura.			

14/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del séptimo lugar dando un dato del importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad) Un lugar donde encontraras la paz y tranquilidad Ubicada frente al Parque Central Catamayo #Valledeleternosol #turismo #naturaleza #aventura.	1	21:00 PM	Catamayo y su Provincia
15/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del octavo lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji con gafas y sol) Un lugar maravilloso para visitarlo y disfrutar de la vista panorámica de Catamayo Ubicado al sureste de la ciudad en el barrio El Carmen Valledeleternosol #turismo #naturaleza #aventura.	1	10:00 AM	Catamayo y su Provincia

15/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del octavo lugar dando un dato importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Ven y disfruta de una de la mejor vista al valle del eterno sol Ubicado al sureste de la ciudad en el barrio El Carmen Valledeleternos ol #turismo #naturaleza #aventura.	1	3:00 PM	Catamayo y su Provincia
15/10/2021	Facebook Instagram	Video realizado con los tres siguientes lugares turísticos.	Dar a conocer los lugares a través de videos y que vean lo hermoso que son cada lugar.	Video informativo	Catamayo un gran destino turístico de grandiosos, y únicos lugares (emoji con gafas y un árbol y un sol) #Valledeleternosol #turismo #naturaleza #aventura	1	19:00 PM	Catamayo y su Provincia
16/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del noveno	Dar a conocer el grandioso lugar con una	Arte informativo	(emoji feliz maletas y sol) Un centro recreacional	1	11:00 AM	Catamayo y su Provincia

		lugar y el nombre del lugar.	fotografía y su nombre.		con maravillosos atractivos para disfrutar en familia y amigos Ubicado a 5 minutos de la ciudad vía la costa			
					#Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura			
16/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del noveno lugar dando un dato del importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Un lugar que no te puedes perder de conocer y visitarlo Ubicado a 5 minutos de la ciudad via la costa	1	19:00 PM	Catamayo y su Provincia
					#Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura			

16/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del décimo lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji de gafas, un sol) Un río para conocer y disfrutar de sus aguas mansas Ubicado a un lado del Centro Recreacional Eliseo Arias Carrión #Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura.	1	13:00 PM	Catamayo y su Provincia
16/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del décimo lugar dando un dato del importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Uno río hermoso para poder visitarlo en familia y amigos Ubicado a un lado del Centro Recreacional Eliseo Arias Carrión #Valledeletern osol #turismo #naturaleza	1	21:00 PM	Catamayo y su Provincia

#aventura.								
17/10/2021	Facebook Instagram	Arte compuesto por una fotografía del onceavo lugar y el nombre del lugar.	Dar a conocer el grandioso lugar con una fotografía y su nombre.	Arte informativo	(emoji feliz y sol) Unos de los sectores más antiguos y hermosos para visitar, conocer y disfrutar Ubicado al norte de la ciudad en el barrio Trapichillo Valledeleternos ol #turismo #naturaleza #aventura.	1	10:00 AM	Catamayo y su Provincia
17/10/2021	Facebook Instagram	Arte realizado con una fotografía del onceavo lugar dando un dato importante.	Dar a conocer el lugar con una fotografía y dato importante del mismo para motivar a que conozcan el lugar .	Arte informativo	(emoji de curiosidad y un sol) Un parque maravilloso para visitarlo y disfrutar en familia y amigos Ubicado al norte de la ciudad en el barrio Trapichillo	1	3:00 PM	Catamayo y su Provincia

					Valledeleternos ol #turismo #naturaleza #aventura.			
17/10/2021	Facebook Instagram	Video realizado con los últimos tres lugares turísticos.	Dar a conocer los lugares a través de videos y que vean lo hermoso que son cada lugar.	Video informativo	Catamayo un gran destino turístico de grandiosos, y únicos lugares (emoji con gafas y un árbol y un sol) #Valledeletern osol #turismo #naturaleza #aventura	1	19:00 PM	Catamayo y su Provincia

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

11. Conclusiones

Una vez terminada la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Según el diagnóstico obtenido de la investigación se concluye que se estableció la situación actual de los sitios turísticos y naturales del cantón Catamayo, además se determinó carencia de estrategias publicitarias lo cual genera abandono en sector turístico y con ello bajo desarrollo socioeconómico.
- Mediante la aplicación de la metodología y técnicas de investigación se estableció el marco teórico con ello se determinó la inexistencia de una campaña publicitaria que promueva el desarrollo turístico del cantón Catamayo.
- Para el diseño de la campaña publicitaria denominado; Trip Catamayo, se utilizó el boceto, y diversas estrategias de marketing con la finalidad de obtener un impacto visual agradable al público.
- A través de la campaña publicitaria se da a conocer datos curiosos e importantes además de la ubicación de los diferentes lugares turísticos y naturales que posee el cantón Catamayo para de esta manera reactivar el turismo en el cantón.

12. Recomendaciones

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

- Al GAD Catamayo que se elabore y se ejecuten estrategias publicitarias de turismo tanto digitales como impresas con la finalidad de reactivar la economía del cantón.
- Que se mejore e implemente la señalética para que los turistas al visitar los atractivos del cantón tengan un acceso eficiente y sin riesgos.
- Que se ejecuten proyectos de reconstrucción y conservación de los sitios naturales para que no se destruya los lugares únicos del cantón.
- Se recomienda se ejecute la campaña publicitaria la cual tiene como objetivo principal reactivar el turismo en tiempos de pandemia en el cantón Catamayo.

13. Bibliografía

- ✓ Abascal, f. (2006). *¿cómo se hace un plan estratégico?*, 2da. Edición. Esic editorial. España.
- ✓ Alonso, C. (2007). “La publicidad turística como agente mediático de influencia en la percepción de los territorios y otras líneas de investigación complementarias”. *Palabra Clave*, 190
- ✓ ANCIN Irene A. (2018): “Análisis de los distintos tipos de campañas publicitarias y sus diferentes aplicaciones para lograr el Top of Mind de las marcas”, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* (mayo 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanas-publicitarias.html>
[//hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1805tipos-campanas-publicitarias](https://hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1805tipos-campanas-publicitarias)
- ✓ Blasco, E. (1994). “El desarrollo económico endógeno y local: reflexiones sobre su enfoque interpretativo”. *Revista de estudios regionales* 40: 97-114.
- ✓ Brida, et al. (2013). “El turismo como factor del crecimiento económico: un estudio comparativo de los países del MERCOSUR”. *Revista de economía mundial* 34, pp. 75-96.
- ✓ CERRO, F. L. (2015). Los recursos turísticos en un proceso de planificación: inventario y evaluación. *Papers de Turisme*, (7), 7-23.
- ✓ Enrique, b. (2014). *Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid.
- ✓ Eugenio-Martín, J., N. Martín, y R. Scarpa (2004). “Tourism and economic growth in
- ✓ GAD Municipal de Catamayo. (2014). PDyOT. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusedocumentofinal/1160000400001_GADM%20Catamayo%20PDyOT%202014-2019_13-03-2015_21-07-42.pdf
- ✓ García-Vega, E. (2010). “Competitividad en el Perú: diagnóstico, sectores a priorizar y lineamientos a seguir para el periodo 2011 – 2016”. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad* 5(1): 112-141.

- ✓ Garrido, P. (2011). Creatividad e innovación en la promoción turística on-line. *Creatividad y Sociedad*, 20.(pdot), p. D. (2014-2022). Municipio de Loja. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/lotaip/podt2014.pdf>
- ✓ Gobierno autónomo descentralizado municipal de catamayo 2013. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón catamayo 2012 – 2022. Catamayo: autor (en digital).
- ✓ González, y. (2015). Artículo " un destino turístico no se tiene que promocionar, se tiene que promocomercializar ".
- ✓ Guillermo Cabanellas de Torres, la definición de Falta proporcionada por el Diccionario Jurídico Elemental <https://diccionario.leyderecho.org/falta/>.
- ✓ Guzman, j. (2015) desarrollo de campaña publicitaria universidad autónoma de león, México.
- ✓ Keynes, Maynard J. (1936). Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero (edición limitada: cuarta edición, corregida y aumentada, 2003). D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- ✓ Kotler, P.; Mandariaga J.; & Flores J. (2011). Marketing Turístico. Madrid. Pearson Educación. 5ta. Edición.
- ✓ Latin American countries: a panel data approach”. Nota di Lavoro 26. Disponibleen: <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm> visita 13 febrero de 2014.
- ✓ Méndez, D. (2016). Turismo 3.0. En U. d. Cuenca, “diseño web para móviles, guiado por códigos qr, para promoción del patrimonio y turismo en la ciudad de cuenca.” (pág. 18). Cuenca, ecuador.
- ✓ Ministerio de Turismo Ecuador. (2017). Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015. Quito Mintur.(2007).Plandetur 2020. Obtenido de productos turisticos del ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/plandetur-2020.pdf>
- ✓ Pedro López y Roldán Sandra “Fachelli Departament de Sociologia” 1ª edición, febrero de 2015, Barcelona. Edición digital: <http://ddd.uab.cat/record/129382>.
- ✓ Rodríguez Inda Ricardo, (2014), Apuntes en curso de Publicidad de la licenciatura en Comunicación y Periodismo de la FES Aragón.
- ✓ Rojas Crotte, Ignacio Roberto” Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación

científica *Tiempo de Educar*”, vol. 12, núm. 24, julio-diciembre, 2011, pp. 277-297
Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México.

- ✓ Thomas O'Guinn, Chris Allen, Richard J. Semenik, Año de publicación:2013,ISBN-13 (impreso):9786074819298.No. de páginas:734.
- ✓ Zyman, s., brott, a. (2008). “El fin de la publicidad como la conocemos”. 2da. Edición. Mcgraw hill editorial.

14. Anexos

14.1. Presupuesto y Recursos

14.1.1. Recursos tecnológicos

- Computadora
- Cámara
- Estabilizador
- Alquiler de drom

14.1.2. Recursos materiales

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

14.1.3. Recursos Humanos

- Autoridades del área de turismo del GAD Catamayo
- Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

14.2. Presupuesto

14.2.1. Materiales Básicos

Tabla 8. presupuesto

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Derecho para la realización del proyecto	800,00
Impresión de documentos	200,00
CD	4,00
Internet	150,00
Hoja valorada	10,00
Luz	150,00
Hojas de papel boom	5,00
Lápices	1,50
Borradores	0,50
Libros	5,00
Transporte	300,00
TOTAL	1.626

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

14.2.2. Materiales tecnológicos

Tabla 9. Materiales tecnológicos

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Computadora	2000,00
Flash	15,00
Cámara	1600,00
Estabilizador	500,00
Alquiler de drone	100,00
TOTAL	4215,00

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

14.2.3. Presupuesto total

Tabla 10. Presupuesto total

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Materiales básicos	1626,00
Materiales tecnológicos	4215,00
TOTAL	5841,00

Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

15. Cronograma

Cronograma de proceso de titulación mediante proyecto de investigación de fin de carrera septiembre 2021

Tabla 11. Cronograma de titulación

SEMANA	FECHA	ACTIVIDAD
Primera	Miércoles 14 de abril del 2021	Inicio de tutorías/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 las puede presentar.
Segunda	Lunes 19 al 24 de abril	Identificación del problema
Tercera	Lunes 26 de abril al 01 de mayo	Planteamiento del tema
Cuarta	Lunes 03 al 08 de mayo	Elaboración de justificación
Quinta	Lunes 10 al 15 de mayo	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos
Sexta	Lunes 17 al 22 de mayo	Elaboración del marco institucional y marco teórico

Séptima	Lunes 24 al 29 de mayo	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación
Octava	Lunes 31 de mayo al 05 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.
Novena	Lunes 07 al 12 de junio, siendo el 12 de junio hasta las 11h00 el último día de plazo.	Semana de 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 director del proceso de titulación.
Décima	Lunes 14 al 19 de junio	Mientras se aprueban los temas, los directores y estudiantes deben continuar el proceso dado que los temas atienden a líneas de investigación determinadas con anticipación.

			Investigación de campo: Diseño y aplicación de encuesta y/o entrevista, observaciones de campo.
			Tabulación y elaboración de gráficas, análisis cuantitativo y cualitativo
Décima primera	Lunes 21 al 26 de junio		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima segunda	Lunes 28 de junio al 03 de julio		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima tercera	Lunes 05 al 10 de julio		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima cuarta	Lunes 12 al 17 de julio		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima quinta	Lunes 19 al 24 de julio		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima sexta	Lunes 26 al 31 de julio		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima séptima	Lunes 02 al 07 de agosto		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima octava	Lunes 09 al 14 de agosto		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima novena	Lunes 16 al 21 de agosto		Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima	Lunes 06 al 11 de septiembre		Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del

		documento final del borrador de proyecto de investigación.
Vigésima primero	Lunes 13 de septiembre	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera, de acuerdo al horario que estipule Secretaría General

Autor: Secretaria ISTS

Nota: Cronograma de proceso de titulación

16. Certificado de aprobación del Proyecto



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 03 de julio del 2021
Of. N° 099-V-ISTS-2021

Sr. Robles Vargas Antonio Fernando
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO DELISTS
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 TECNOLÓGICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN CATAMAYO EN EL PERÍODO 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 DELISTS
c/c. Estudiante, Archivo



17. Certificado de implementación del proyecto Certificación

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

Directora de investigación

CERTIFICA:

Que el sr Antonio Fernando Robles Vargas con C.I: 1150341707 estudiante de la carrera de diseño Gráfico del instituto Tecnológico Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación fin titulado ” USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN CATAMAYO DURANTE EL PERIODO ABRIL- SEPTIEMBRE 2021”, el mismo que ha sido revisado y se encuentra realizado al 100% de acuerdo a la propuesta de acción la cual consta de la siguiente información:

- Desarrollo de marca
- Creación de artes
- Galeria fotográfica
- Videos
- Flyer publicitario

Sin otro particular que indicar, autorizo su presentación y la disertación del proyecto de tesis.

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA DE INVESTIGACION

18. Formato de encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

Esta encuesta está elaborada con la finalidad de obtener información sobre los diferentes lugares turísticos que posee el cantón Catamayo y su vez conocer se han realizado campañas publicitarias para promover el turismo en el cantón, cuyos resultados permitirán la elaboración de una campaña publicitaria para reactivar el turismo en tiempos de pandemia del Covid 19.

Encuesta

1. Conoce usted cuales son los lugares turísticos y naturales del cantón Catamayo.
Si
No
2. Considera usted que en este cantón se ha realizado campañas publicitarias para promover la afluencia de turistas dentro del cantón.
Si
No
3. La pandemia del covid19 ha provocado una disminución del turismo a nivel del mundo considera usted necesario realizar una campaña publicitaria para promover los lugares turísticos de Catamayo bajo las diversas medidas de bioseguridad
Si
No
4. Del siguiente listado cuales son los recursos naturales y turísticos que se deberían promover a través de una campaña.
 - La Cueva de la Chiriguana
 - Parque Trapichillo
 - Túnel de Chichaca
 - Iglesia María Auxiliadora
 - Plaza Central de Catamayo
 - Centro Recreacional “Eliseo Arias Carrión” (El Guayabal)

- Mirador de la Cruz
 - Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio (El Boquerón)
 - Chorrera de Inguna
 - El ceibo
 - Rio guayabal
5. A través de qué medios le gustaría conocer sobre esta campaña.
- Prensa
 - Radio
 - Televisión
 - Redes Sociales
6. Considera usted que la ejecución de esta campaña contribuiría a mejorar el desarrollo económico de la ciudadanía Catamayense.
- Si
- No

19. Formato de entrevista



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

Esta entrevista tiene como objetivo obtener información sobre temas en cuanto al turismo y la influencia del covid 19 y su impacto en desarrollo socioeconómico en el cantón Catamayo, para proponer un plan de acción.

Estudiante:

Autoridad:

Cargo:

Fecha:

ENTREVISTA

7. Cuáles son los recursos naturales y turísticos del cantón Catamayo.
8. Durante esta pandemia del covid19 como se ha visto afectado el turismo dentro del cantón Catamayo.
9. Considera Usted que dentro de los diversos atractivos naturales y turísticos de Catamayo se están ejecutando correctamente las medidas de protección a la ciudadanía.
10. Como entidad municipal se ha realizado algún tipo de campaña para promover los recursos naturales y turísticos de Catamayo ¿Cuál?
11. Considera Usted necesario la elaboración de una campaña publicitaria para fomentar el turismo tomando en cuenta todas las medidas de bioseguridad para la protección de los turistas.
12. Que criterio tiene usted respecto a la ejecución de este proyecto como un aporte al turismo dentro del cantón Catamayo.

20. Matriz del proyecto

PROYECTO DE USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA ELABORAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y NATURALES DEL CANTÓN CATAMAYO DURANTE EL PERIODO ABRIL – SEPTIEMBRE 2021.

Presentación del problema:

La carencia de estrategias publicitarias genera escasa afluencia de turistas provocando bajo desarrollo socioeconómico en el Cantón Catamayo, de la Provincia de Loja.

Objetivo general:

Promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo, a través del uso de recursos tecnológicos para reactivar la economía del sector.

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	CRONOGRAMA	ACTIVIDADES
<p>Establecer la situación actual de los sitios turísticos y naturales del cantón Catamayo, a través de las técnicas de investigación para determinar los lugares a promocionar.</p>	<p>La hipótesis parte de la identificación de los lugares turísticos del cantón Catamayo, vista como variable dependiente.</p>	<p>Para realizar la primera parte del proyecto nos guiamos en el Método Fenomenológico inicia con el acercamiento hasta los sitios naturales y turísticos, continua con el análisis de la situación y concluye con la determinación de los lugares y promocionarlos.</p>	<p>Mayo 2021</p>	<p>Investigar sitios turísticos Formular cuestionario para entrevistas y encuestas. Tabulación y recopilación de información.</p>
<p>Elaborar el marco teórico a través de diversas fuentes bibliográficas para establecer un sustento teórico en la ejecución del proyecto.</p>	<p>Continúa con la sustentación teórica sobre la falta de campañas publicitarias, la publicidad y las campañas publicitarias a través de fuentes bibliográficas, bases de datos y experiencias, vista</p>	<p>La segunda parte del proyecto se realiza mediante el Método Hermenéutico inicia con la determinación de las fuentes bibliográficas, continua con la elección de la información necesaria y concluye con la elaboración del marco teórico.</p>	<p>Septiembre 2021</p>	<p>Revisar fuentes bibliográficas en bibliotecas físicas u digitales. Establecer la metodología a utilizarse</p>

como variable independiente.

Diseñar y ejecutar una campaña publicitaria mediante diversas estrategias de marketing para promocionar lugares turísticos de Catamayo.	<i>Termina con la hipótesis de que la creación una guía acerca del uso adecuado de campañas publicitarias resolverá el problema evidenciando anteriormente, concebida como un variable interviniente</i>	La tercera parte se desarrolla con el Método Práctico – Proyectual inicia con el diseño de la campaña publicitaria, continua con la ejecución y concluye con la defensa de la propuesta.	Octubre 2021	Título de la guía. Armar el contenido de la guía. Boceto del documento. Revisión de contenidos Diagramación y diseño de la guía. Implementación y socialización.
---	--	--	--------------	---

Tabla 12. Matriz del proyecto
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

21. Certificado del abstract



CERTF. N° 019-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,

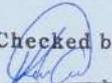
CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señor estudiante **ANTONIO FERNANDO ROBLES VARGAS**, 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

22. Solicitud de implementación del proyecto de investigación



Catamayo, 07 de Septiembre del 2021.

Mgs. Eddy Santiago Riofrío

COORDINADOR DE TURISMO GADM DE CATAMAYO

Ciudad,

Yo, **Antonio Fernando Robles Vargas**, con cedula de identidad N. **1150341707**, me permito hacerle llegar un cordial saludo y a su vez desearle éxitos en sus acertadas funciones, me permito realizar la siguiente solicitud.

Como parte de la tecnología en estudios de Diseño Gráfico, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano el tribunal de grado del proceso de titulación durante el periodo de abril-septiembre del 2021, al resultado a la aprobación del proyecto de investigación de fin de carrera con el tema: **Uso de recursos tecnológicos para promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo durante el periodo abril - septiembre 2021**; cuyo objetivo Promocionar los atractivos turísticos y naturales del cantón Catamayo, a través del uso de recursos tecnológicos para reactivar la economía del sector.

Por este motivo solicito se me permita ejecutar la campaña publicitaria **"Trip Catamayo"** en el cantón Catamayo.

Esperando su favorable atención de antemano le ofrezco mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente:

Antonio Fernando Robles Vargas

ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



Mgs. Eddy Santiago Riofrío

COORDINADOR DE TURISMO
GAD CATAMAYO

23. Certificado de implementación del proyecto



**Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal de Catamayo**

"Quién ama construye, no destruye"

Catamayo, 07 de septiembre del 2021

Magister.
Eddy Roa Riafria
COORDINADOR DE TURISMO GADM CATAMAYO

Certifica:

Que el señor ANTONIO FERNANDO ROBLES VARGAS, con cedula de identidad 1150341707 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano realizó una excelente socialización de la campaña Trip Catamayo al departamento de Turismo del Gad Municipal de Catamayo..

Para lo cual el interesado puede hacer uso del presente certificado en lo que crea pertinente.

Atentamente



Dirección: Primero de Mayo entre Alonso de Mercadillo y Abdón Calderón.
E-mail: alcaldiaadcatamayo@gmail.com **Fono:** (072) 677-077, 676-565, 676-566

24. Evidencia de presentación de proyecto

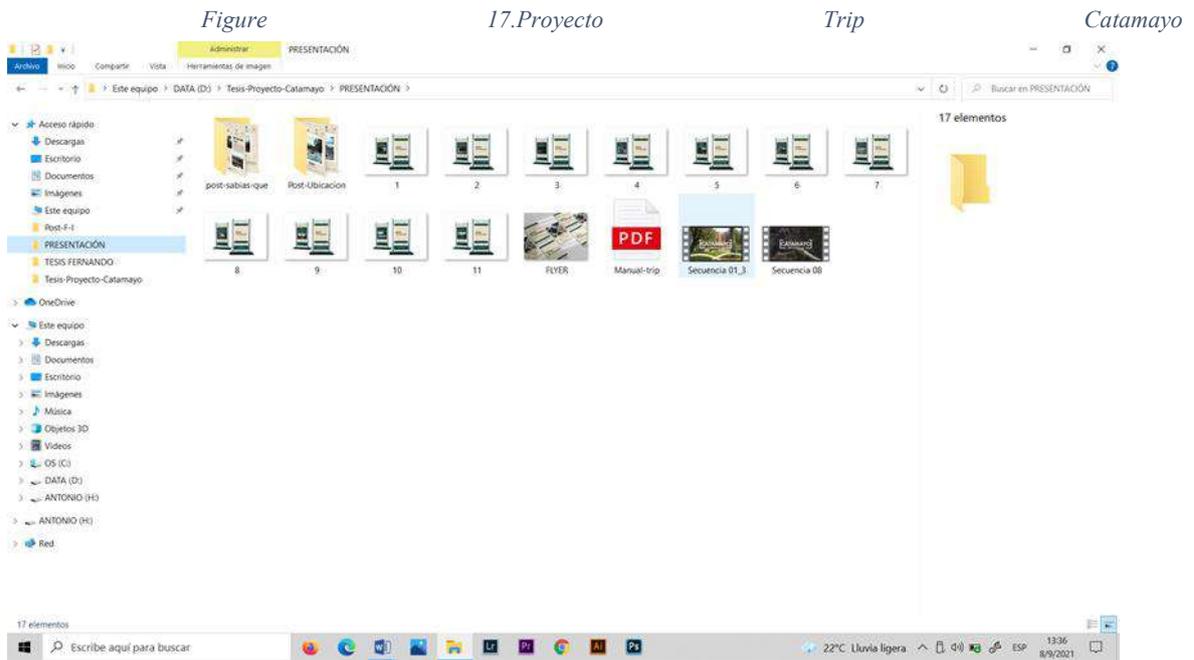


Figura 17. Proyecto Trip Catamayo
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas



Figure 18..Socialización de la campaña
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

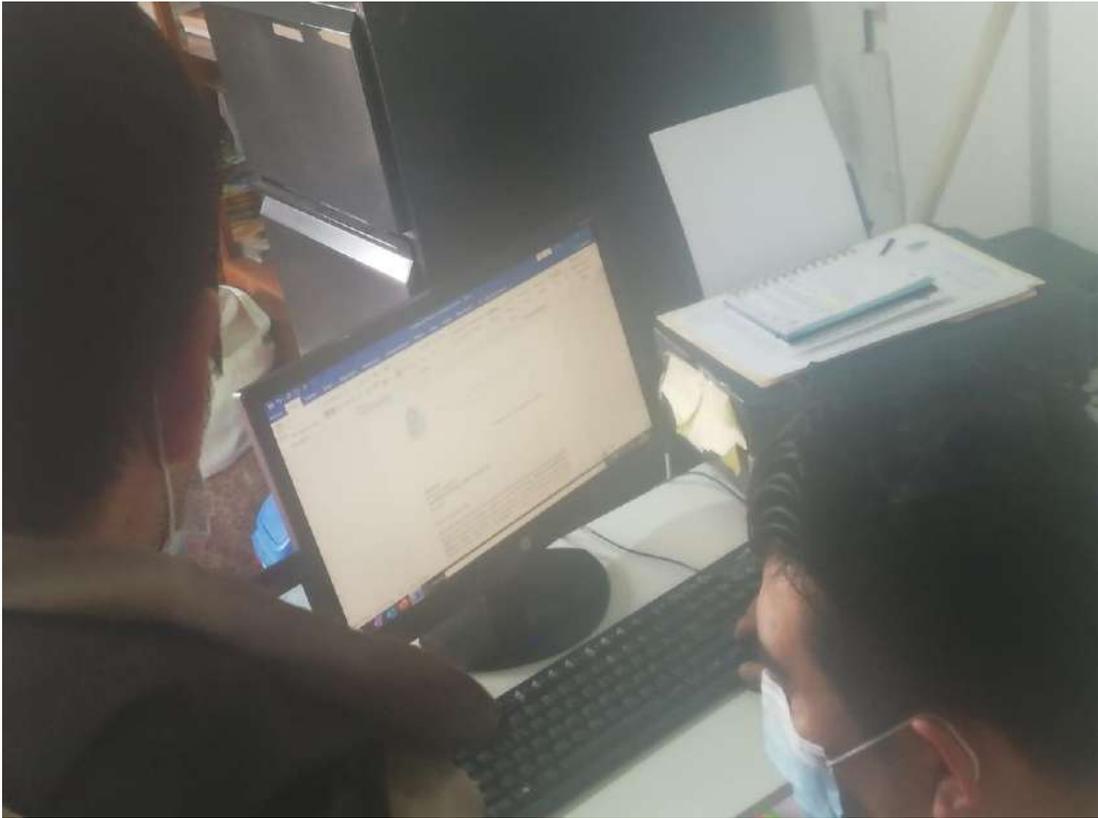


Figure 19. Socialización de contenido
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

25. Evidencia fotográfica



Figure 20. Entrevista al Coordinador del área de turismo GADM
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

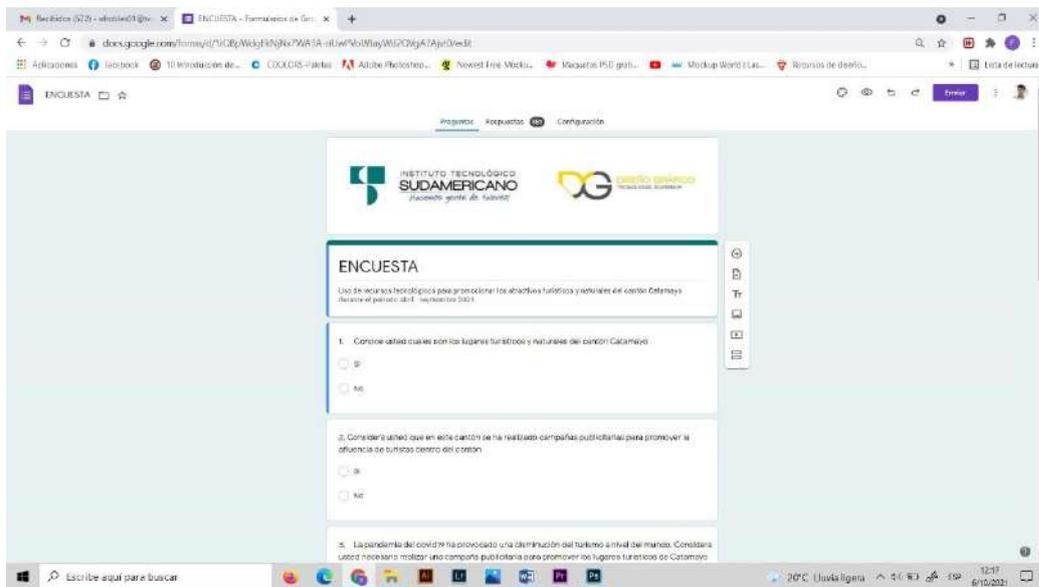


Figura 21. Encuesta
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

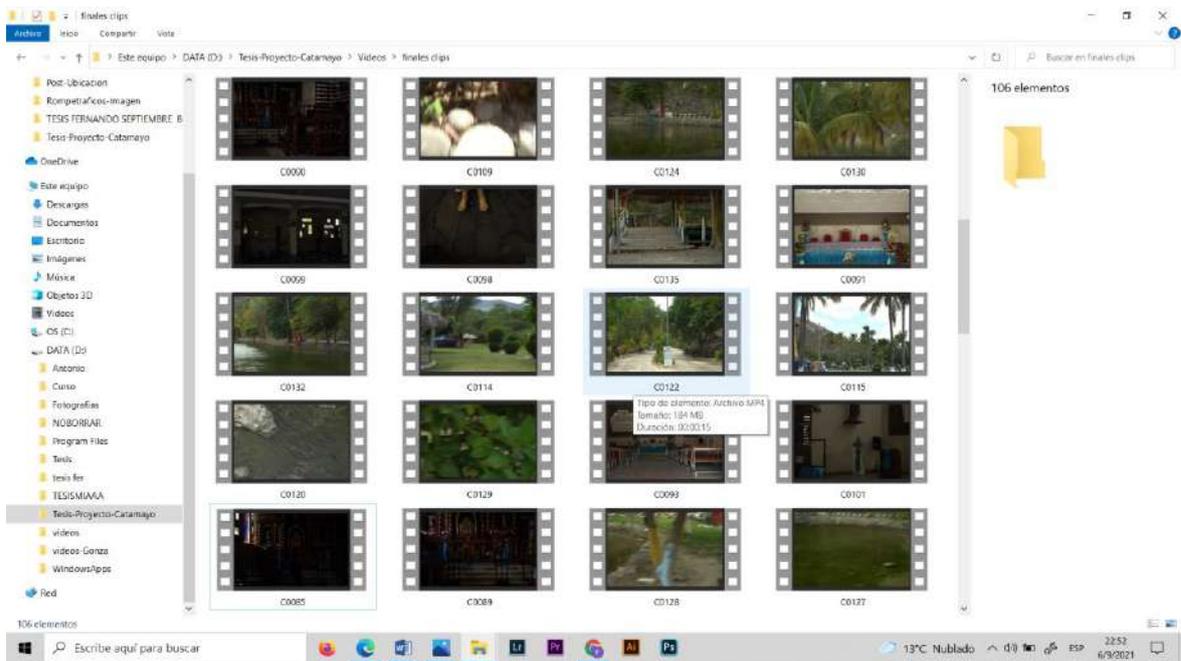


Figura 22. Tomas de videos
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas



Figura 23. Grabación de videos
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

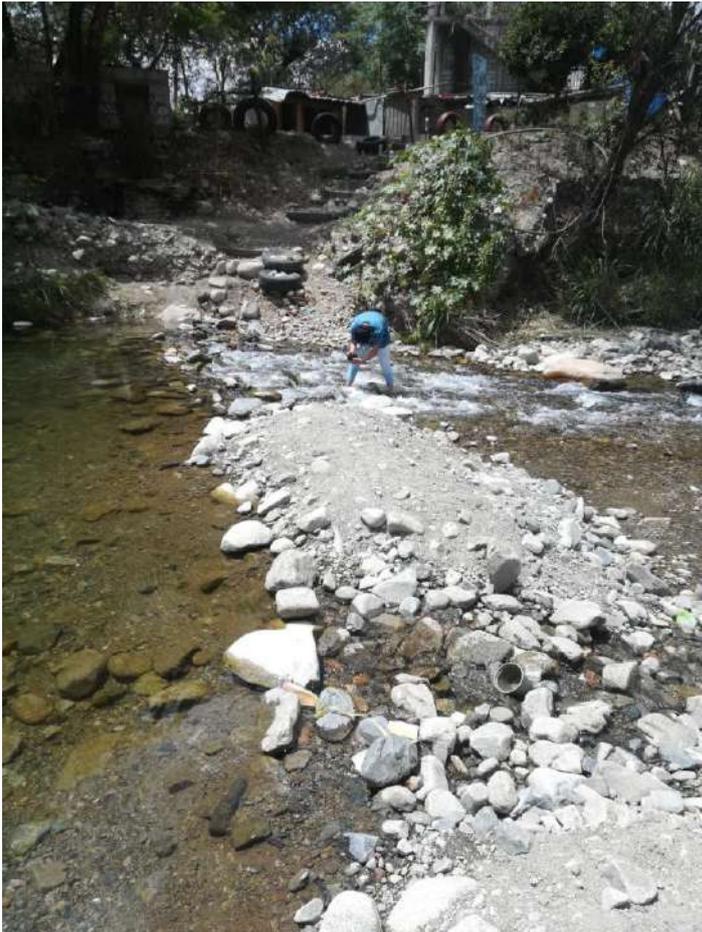


Figura 24. Fotografías de lugares turísticos
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

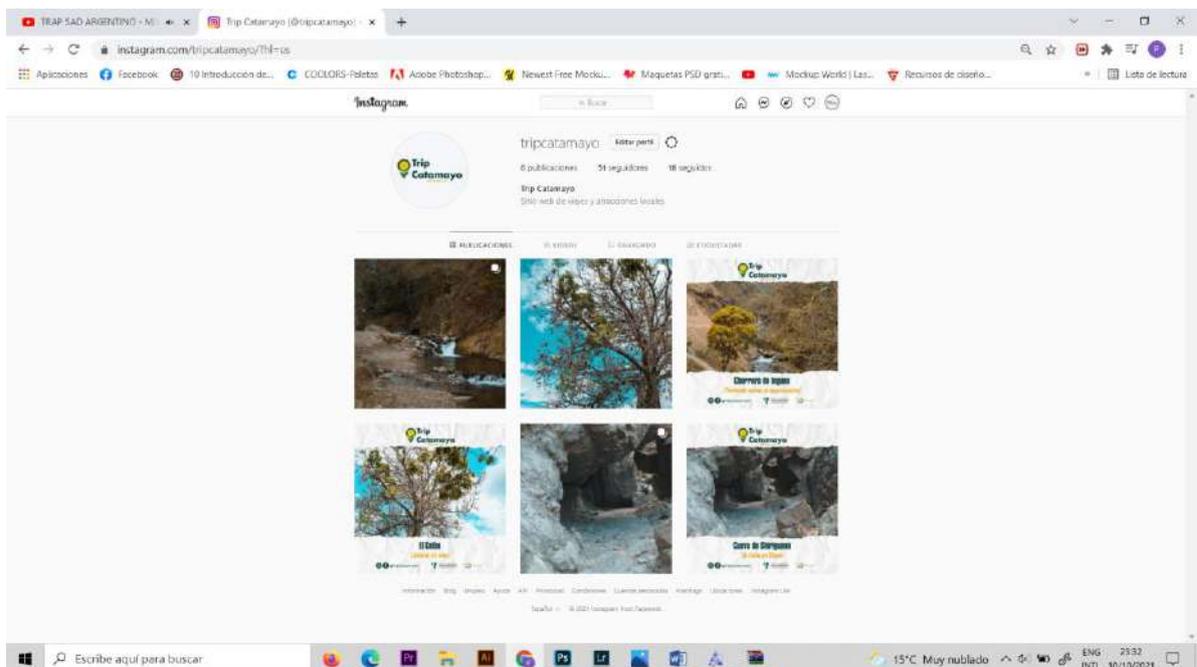


Figura 25. Ejecución de la campaña en Instagram
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas

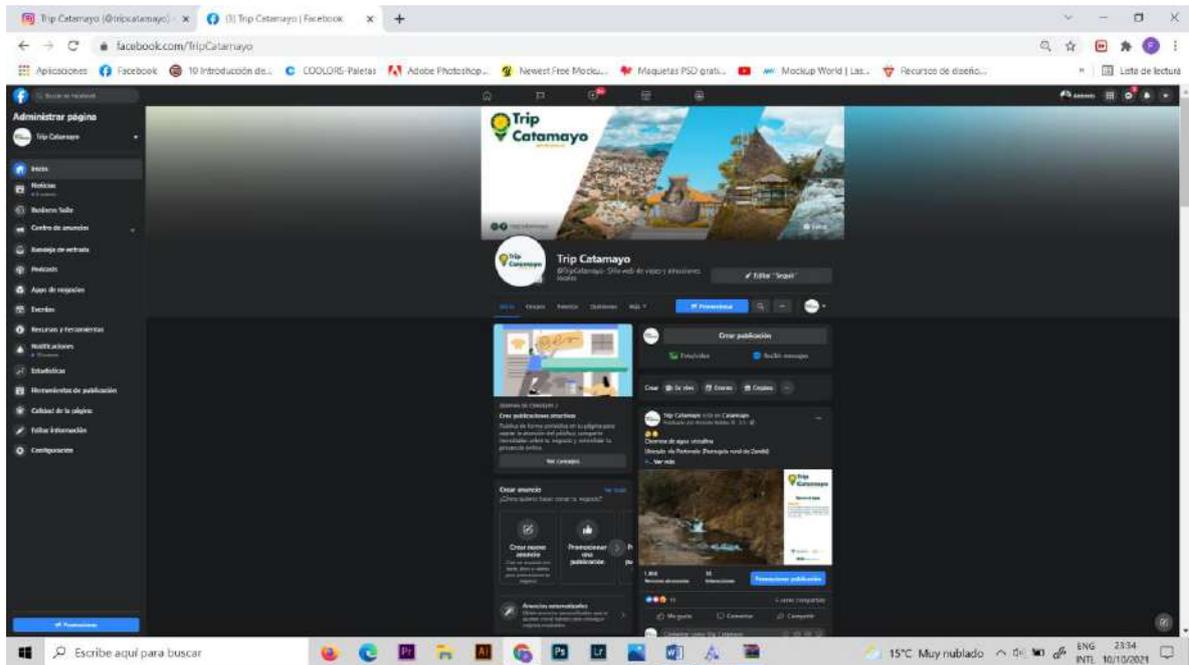


Figura 26. Ejecución de la campaña en Facebook
Nota: Antonio Fernando Robles Vargas