

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO EQUIVALENTE A LA TECNOLOGÍA
SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO**

DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOVER EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA
DURANTE EL PERÍODO ABRIL -SEPTIEMBRE 2022.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE TECNÓLOGO EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

AUTOR:

Herrera Jaramillo Dennis Abrahan

DIRECTOR:

Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina

FECHA:

Loja, 02 noviembre 2022

Certificación

Tlgo.

Edwin Fabricio Chuico Medina

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado: DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOVER EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL -SEPTIEMBRE 2022; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, 02 de noviembre 2022

f. _____

Edwin Fabricio Chuico Medina

Autoría

Yo Dennis Abrahan Herrera Jaramillo estudiante de la carrera Superior Tecnológico Sudamericano a continuación certifico que los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos dichos en el presente proyecto de investigación de fin de carrera son de absoluta responsabilidad de mi persona.

Loja, 02 de noviembre 2022

.....
Dennis Abrahan Herrera Jaramillo

C.I. 1150097994

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo primordialmente a mi abuelita Enriqueta, quien ha sido mi motor para ser quien soy hoy en día y que por ella he luchado hasta conseguir los objetivos que me planteado en mi vida, además a mi pareja que siempre con su apoyo me han incentivado a cumplir todas mis metas y sueños y se la dedico como base fundamental a DIOS por su divino amparo, protección y guía a mi persona.

Agradecimiento

Como principal guía de mi vida profundamente a DIOS, por ser mi fortaleza en toda situación.

A mi abuelita por haberme acompañado y brindado su apoyo en todo este largo camino que culmina con un sueño muy anhelado por mi parte.

Al Instituto Superior Sudamericano por haberme recibido a ser parte de ella y a la Carrera de Diseño Gráfico a todo su cuerpo de docentes por haberme impartido conocimientos que serán fundamentales para el desenvolvimiento de mi carrera.

Al Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina que con su calidad de ser humano y profesional con su paciencia y guía ha colaborado con la elaboración y culminación de este trabajo.

**ACTA DE SECCIÓN 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; el Tlgo. Edwin Fabricio Chuico, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Dennis Abrahan Herrera Jaramillo, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. – Dennis Abrahan Herrera Jaramillo, realizó la Investigación titulada “**DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOVER EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL -SEPTIEMBRE 2022.**”; para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlgo. Edwin Fabricio Chuico.

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 Tlgo. Edwin Fabricio Chuico, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Dennis Abrahan Herrera Jaramillo como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto de investigación de fin de carrera titulado “**DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOVER EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL -SEPTIEMBRE 2022.**” a favor del Instituto Superior Tecnológico 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 noviembre, 02 del año 2022.

.....

Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina

DIRECTOR

C.I. 1104864465

.....

Dennis Abrahan Herrera Jaramillo

AUTOR

C.I. 1150097994

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, 02 de noviembre del 2022

Nombres: Dennis Abrahan**Apellidos:** Herrera Jaramillo**Cédula de Identidad:** 1150097994**Carrera:** Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: abril-septiembre

“DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOVER EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL -SEPTIEMBRE 2022.”

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

.....

Dennis Abrahan Herrera Jaramillo

C.I. 1150097994

Índice de contenidos

Tabla de contenido

1.	Resumen	6
2.	Abstract.....	7
3.	Planteamiento del problema	8
3.1	Problema	10
4.	Tema	11
4.1	Líneas de investigación de diseño gráfico	12
4.2	Núcleos problematizadores	12
5.	Justificación	13
6.	Objetivos.....	15
6.1	Objetivos Generales	15
6.2	Objetivos Específicos	15
7.	Marco Teórico	16
7.1	Marco Institucional	16
7.2	Marco Conceptual.....	21
8.	Metodología.....	29
8.1	Metodología de la investigación	29
8.2	Técnicas de la investigación	30
8.3	Determinación de muestra	31
8.3.2	Aplicación de la fórmula.....	32
9.	Análisis de Tabulación	34
9.1	Entrevista	34
9.2	Encuesta	36
9.3	Observación	44
10.	Presupuestos	46
10.1	Materiales básicos	46

10.2	Materiales tecnológicos.....	47
10.3	Presupuesto total	47
11.	Cronograma	48
12.	Propuesta de Acción	51
12.1	Introducción	51
12.2	Nombre del producto.....	51
12.2.2	Concepto	52
12.2.3	Justificación de la marca.....	52
12.3	Público objetivo.....	52
12.4	Fase de producción.....	53
12.5	Fotografías.....	55
13.	Conclusiones.....	75
14.	Recomendaciones	76
15.	Bibliografía.....	77
16.	Anexos	79
16.1	Presupuestos	79
16.2	Cronograma.....	81
16.3	Formato de la entrevista	84
16.4	Formato de la encuesta.....	85
16.5	Formato de declaración juramentada	87
16.6	Formato de acta de sesión de derechos	89
16.7	Evidencias	90
17.	Director de investigación.....	94

Índice de figuras

Figura 1.....	19
Figura 2.....	34
Figura 3.....	36
Figura 4.....	37
Figura 5.....	38
Figura 6.....	39
Figura 7.....	40
Figura 8.....	41
Figura 9.....	42
Figura 10.....	44
Figura 11.....	51
Figura 12.....	55
Figura 13.....	55
Figura 14.....	56
Figura 15.....	56
Figura 16.....	56
Figura 17.....	57
Figura 18.....	58
Figura 19.....	58
Figura 20.....	59
Figura 21.....	59
Figura 22.....	60
Figura 23.....	60
Figura 24.....	61
Figura 25.....	61
Figura 26.....	62
Figura 27.....	62
Figura 28.....	63
Figura 29.....	63
Figura 30.....	64
Figura 31.....	64
Figura 32.....	65

Figura 33.....	65
Figura 34.....	66
Figura 35.....	66
Figura 36.....	67
Figura 37.....	67
Figura 38.....	68
Figura 39.....	68
Figura 40.....	69
Figura 41.....	70
Figura 42.....	71
Figura 43.....	72
Figura 44.....	73
Figura 45.....	90
Figura 46.....	90
Figura 47.....	91
Figura 48.....	91
Figura 49.....	92
Figura 50.....	92
Figura 51.....	93

Índice de tablas

Tabla 1	36
Tabla 2	37
Tabla 3	38
Tabla 4	39
Tabla 5	40
Tabla 6	41
Tabla 7	42
Tabla 8	46
Tabla 9	47
Tabla 10	47
Tabla 11	48
Tabla 12	53
Tabla 13	79
Tabla 14	80
Tabla 15	80
Tabla 16	81

1. Resumen

En el cantón y provincia de Loja, es indudable la necesidad de que el turismo forme parte de uno de los medios por los cuales su población pueda lograr un desarrollo sostenible, puesto que esta parte del país encierra en su interior majestuosidad, no solo en aspectos naturales sino también tiene muchas características culturales.

El presente trabajo de investigación titulado “Diseño de material publicitario para promover el desarrollo turístico del Cantón Gonzanamá”, se refiere al problema que existe y se visualiza en la actualidad ya que el Cantón Gonzanamá posee un sinnúmero de atractivos turísticos naturales, mas sin embargo las personas que visitan este Cantón no tienen conocimiento o la suficiente información de los mismos.

El turismo ha ido tomando fuerza en las preferencias de visitas a tal punto que el estado ecuatoriano ha visto a este como una estrategia para luchar contra la pobreza con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas involucradas en esta actividad.

En tal virtud, el objetivo general de esta investigación fue diseñar material publicitario mediante la utilización de programas de diseño gráfico, para promover el desarrollo turístico del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja y de acuerdo a los métodos fenomenológico, hermenéutico y proyectual los cuales ayudaron a realizar un acercamiento e interpretación de la situación actual de estos lugares y las técnicas utilizadas como entrevista, encuesta y observación sirvieron de gran ayuda ya que se pudo evidenciar la falta de información sobre estos lugares.

La marca elaborada detalla exactamente el nombre del cantón puesto que no hay nada mejor que valorizar a un lugar por todo lo que tiene para ofrecer, esta dará un aporte significativo a la sociedad ya que abarca varias fotografías en las cuales se aprecia distintas vistas de los paisajes tomados a consideración, y por ende se busca motivar a las personas para que puedan acudir a visitar los mismos.

Se planteó como conclusión elemental que este cantón cuenta con una gran variedad de recursos naturales que se destacan por su valor único, pero ende en ese sentido no se está prestando una atención adecuada, y se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Gonzanamá, utilizar la marca establecida ya que la misma planteara una forma de promoción del cantón entorno al sector turístico, la cual involucrara diferentes atractivos naturales.

2. Abstract

In the canton and province of Loja, there is an unquestionable need for tourism to be part of one of how its population can achieve sustainable development since this part of the country encloses in its interior majesty, not only in natural aspects, but also it has many cultural characteristics.

The present research work entitled "Design of advertising material to promote the tourist development of Gonzanamá Canton", refers to the problem that exists and is visualized at present since the Gonzanamá canton has countless natural tourist attractions. However, people who visit this Canton do not have knowledge or enough information about them.

Moreover, tourism has been gaining strength in the preferences of visitors to such an extent that the Ecuadorian state has seen it as a strategy to fight poverty to improve the quality of life of the people involved in this activity.

Therefore, the general objective of this research was to design advertising material through the use of graphic design programs to promote tourism development in the Canton of Gonzanamá, Province of Loja. Moreover, the phenomenological, hermeneutic, and projective methods helped to make an approach and interpretation of the current situation of these places, and the techniques used such as interview, survey and observation were of great help since the lack of information about these places could be evidenced.

The elaborated mark details exactly the name of the canton since there is nothing better than to value a place for all that it has to offer, this will give a significant contribution to society since it includes several photographs in which different views of the landscapes taken into consideration are appreciated. Therefore, it seeks to motivate people so that they can go to visit them.

Finally, it was suggested as a basic conclusion that this canton has a great variety of natural resources that stand out for their unique value, but in that sense, adequate attention is not being paid. Therefore, it was recommended to the Autonomous Decentralized Government of Gonzanamá Canton to use the established brand since it will propose a way to promote the town around the tourism sector, which will involve different natural attractions.

3. Planteamiento del problema

En las últimas décadas el turismo se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, como referencia existen en Ecuador bellos paisajes que invitan a tener experiencias únicas convirtiéndose en una actividad económica de suma importancia.

Para una correcta ejecución e interacción en el desarrollo de una actividad turística, debe existir una cohesión entre los ejes básicos fundamentales los cuales son: desarrollo social, económico y ambiental; para la buena práctica del turismo propiamente dicho, pues para que exista un turismo sostenible y sustentable, estos ejes deben mantenerse en equilibrio igualitario. (UTPL, 2009)

Con el pasar del tiempo, el turismo cultural y natural ha ido tomando fuerza a tal punto que el estado ecuatoriano ha visto al turismo como una estrategia para la lucha contra la pobreza con el fin de mejorar el estilo de vida de las personas.

Al sur del Ecuador y envuelta en un gran manto verde de vegetación, exquisita y exuberante flora, sobresale la más gloriosa y dócil ciudad sureña, cuna de artistas y poseedora de un infinito talento artístico. Loja es conocida por muchos como la capital castellana por su refinado español, portadora de los genes musicales y artísticos que se reflejan en sus próceres. (Boullon, 2012)

En el cantón y provincia de Loja, es indudable la necesidad de que el turismo forme parte de uno de los medios por los cuales su población pueda lograr un desarrollo sostenible, puesto que esta parte del país encierra en su interior majestuosidad, no solo en aspectos naturales sino también tiene muchas características culturales.

En el cantón Gonzanamá, se ofrecen pocas oportunidades en cuanto al turismo para los visitantes lo que podría ocasionar que los mismos visiten por lapsos cortos estos sectores sin encontrar la necesidad de quedarse por un tiempo mayor, por lo tanto, es preciso que se busquen y se formulen alternativas para que los atractivos con los que este destino sean promocionados y explotados.

Así también, el turismo en este cantón ha disminuido de manera considerable, muchas veces porque en los medios de comunicación no se habla sobre los atractivos naturales que se encuentran en este lugar, y al esto ocurrir se está desvalorizando e incluso perdiendo la identidad cultural y por ende no existe visita de extranjeros.

Se puede decir entonces que el Cantón Gonzanamá, con una debida promoción se lograría la captación de turistas y por ende se motivaría a sus moradores a invertir y lograr el crecimiento del turismo en estos lugares, creación de fuentes de trabajo y el mejoramiento de su calidad de vida.

El poco interés que muestran distintas autoridades por las actividades turísticas, así mismo, la falta de promoción, es otro factor que influye negativamente provocando que el turismo sea poco explotado y al mismo tiempo le dificulte al turista visitar y conocer nuevos sitios turísticos.

La promoción de este cantón a través de un material publicitario tendrá la finalidad que estos atractivos se den a conocer para de esta manera provocar la explotación del potencial turístico con el que cuenta. Este proyecto esta direccionado a ser una herramienta sustentable que promocióne las diferentes maneras de productividad que se desarrollan en este cantón, con ello hacer que la ciudadanía se incline por conocer y realizar otro tipo de turismo, vinculado directamente con el campo agrícola y conservación de la naturaleza; a la vez, incentivar a las autoridades principales a invertir recursos para mejorar los accesos e infraestructura.

De lo anteriormente mencionado se puede decir que el principal problema que tiene este lugar es la falta de promoción que motiven a los turistas a conocer el cantón Gonzanamá. Por lo tanto, para dar solución a este problema se realizó el siguiente tema de investigación: **“DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOVER EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL -SEPTIEMBRE 2022”**

3.1 Problema

La falta de conocimiento e información sobre la diversidad de atractivos turísticos que posee el Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja, ocasiona que este cantón sea conocido mayormente como un lugar de paso antes de ser un espacio para que los turistas puedan quedarse y de esta manera conocer y disfrutar el viaje, periodo Abril- septiembre 2022.

4. Tema

Diseño de material publicitario para promover el desarrollo turístico del cantón Gonzanamá, provincia de Loja durante el período abril -septiembre 2022.

4.1 Líneas de investigación de diseño gráfico

Formación, identidad cultural y transformación digital en la educación.

4.2 Núcleos problematizadores

Multiculturalidad.

5. Justificación

El presente estudio se justifica a nivel académico como un requisito por parte del Instituto Superior Tecnológico “Sudamericano”, previo a la obtención del título de tecnólogo en la carrera de Diseño Gráfico y Publicidad, además me ubica en las mejores condiciones para poder realizar el presente trabajo investigativo y poner en práctica los conocimientos adquiridos, mediante la investigación y ejecución de proyectos que muestren un cambio en la sociedad.

En el ámbito profesional, el proyecto se establece como una iniciativa propia donde el investigador se desenvuelve y pone en práctica sus conocimientos, de esta manera se levantará y recopilará información, necesaria para la elaboración de propuestas pertinentes con el fin de responder a los gustos y preferencias de los turistas y también activar turísticamente la economía local. Además, es un aporte a futuro para que proyectos e investigaciones se encaminen en pretender conocer las causas por la cual no se ha logrado desarrollar el turismo en el cantón el Cantón Gonzanamá.

En el contexto social y cultural la investigación se plantea como un medio con el cual se pretende obtener información que sea relevante sobre los atractivos turísticos del cantón Gonzanamá, para que, mediante el empleo de material publicitario desarrollar artes, afiches, fotografías, esto con la intención de difundir de una manera eficaz los atractivos tanto naturales como culturales de estas localidades.

Desde el punto de vista económico el proyecto es muy importante ya que ayudara a mejorar la calidad de vida de los pobladores participantes en la actividad, generando así ingresos económicos, e incrementando las tasas de empleo en la localidad.

A nivel personal, lo que ha motivado al investigador a realizar el siguiente proyecto es el fin de fomentar el turismo en los cantones Gonzanamá, localidades que hoy en día carecen de emprendimiento por parte de las autoridades y no se han incluido los estudios necesarios para la correcta promoción de estos lugares, es decir una propuesta que contribuya al desarrollo y progreso de sus habitantes, es por eso que mi intención personal es dar a conocer como estas localidades vale la pena visitar, por mi crianza desde niño, puedo manifestar que estos sectores son lugares inolvidables.

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad poner en práctica los conocimientos adquiridos en el instituto superior tecnológico “Sudamericano” a través del análisis de la presente problemática antes planteada, el propósito de la elaboración de una campaña fotográfica para así contribuir con el desarrollo turístico del cantón Gonzanamá y porque no decir de la provincia y el país.

6. Objetivos

6.1 Objetivos Generales

Diseñar material publicitario mediante la utilización de programas de diseño gráfico, para promover el desarrollo turístico del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

6.2 Objetivos Específicos

- Realizar un acercamiento mediante la entrevista con algunas autoridades pertenecientes al GAD de Gonzanamá, con el fin de analizar la situación actual de los atractivos turísticos del cantón.
- Recopilar información a través de encuestas realizadas a personas para que con su opinión se pueda elaborar el material publicitario sobre estos atractivos.
- Diseñar el material publicitario a través de softwares de diseño gráfico el cual contenga todos los elementos de convicción para que la ciudadanía pueda apreciar de manera entendible lo detallado.
- Socializar los resultados obtenidos a través de una galería fotográfica, en la cual contenga material publicitario referente a gastronomía, atractivos naturales, etc. Todo esto realizado en base a promover el turismo del Cantón Gonzanamá en la provincia de Loja.

7. Marco Teórico

7.1 Marco Institucional

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



1. RESEÑA HISTÓRICA

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

Posteriormente, con resolución Nro. 4624 del 28 de noviembre de 1997, el Ministerio de Educación y Cultura autoriza el funcionamiento del ciclo post bachillerato, en las especialidades de: Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Administración Bancaria. Con resolución Nro. 971 del 21 de septiembre de 1999, resuelve el Ministerio de Educación y Cultura elevar a la categoría de INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PARTICULAR

SUDAMERICANO, con las especialidades de: Administración Empresarial, Secretariado Ejecutivo Trilingüe, Finanzas y Banca, y Sistemas de Automatización.

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

A medida que avanza la demanda educativa el Instituto propone nuevas tecnologías, es así que de acuerdo con el Nro. 160 del 17 de noviembre de 2003, la Dirección Ejecutiva del CONESUP otorga licencia de funcionamiento en la carrera de: Diseño Gráfico y Publicidad, para que conceda títulos de técnico superior.

Con acuerdo ministerial Nro. 351 del 23 de noviembre de 2006, el CONESUP acuerda otorgar licencia de funcionamiento para las tecnologías en las carreras de: Gastronomía, Gestión Ambiental Electrónica y Administración Turística.

En circunstancias de que en el año 2008 asume la dirección de la academia en el país el CES (Consejo de Educación Superior), la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología) y el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior), el Tecnológico Sudamericano se une al planteamiento de la transformación de la educación superior tecnológica con miras a contribuir con los objetivos y metas planteadas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, para el consecuente cambio de la matriz productiva que conduzca a ser un país con un modelo de gestión y de emprendimiento ejemplo de la región.

Esta transformación inicia su trabajo en el registro de carreras, metas que luego de grandes jornadas y del esfuerzo de todos los miembros de la familia sudamericana se consigue mediante Resolución RPC-SO-11-Nro.110-2014 con fecha 26 de marzo del 2015. Con dicha resolución, las ocho carreras que en aquel entonces ofertaba el Tecnológico

Sudamericano demuestran pertinencia para la proyección laboral de sus futuros profesionales.

En el año 2014 el CEAACES ejecuta los procesos de evaluación con fines de acreditación a los institutos tecnológicos públicos y particulares del Ecuador; para el Tecnológico Sudamericano, este ha sido uno de los momentos más importantes de su vida institucional en el cual debió rendir cuentas de su gestión. De esto resulta que la institución acredita con una calificación del 91% de eficiencia según resolución del CES y CEAACES, logrando estar entre las instituciones mejor puntuadas del Ecuador.

Actualmente, ya para el año 2022 el Tecnológico Sudamericano ha dado grandes pasos, considerando inclusive el esfuerzo redoblado ejecutado durante cerca de dos años de pandemia sanitaria mundial generada por la Covid 19; los progresos se concluyen en:

- ✓ 10 carreras de modalidad presencial
- ✓ 7 carreras de modalidad online
- ✓ 2 carreras de modalidad semipresencial
- ✓ 1 centro de idiomas CIS, este último proyectado a la enseñanza – aprendizaje de varios idiomas partiendo por el inglés. Actualmente Cambridge es la entidad externa que avala la calidad académica del centro.
- ✓ Proyecto presentado ante el CES para la transformación a Instituto Superior Universitario
- ✓ Proyecto integral para la construcción del campus educativo en Loja – Sector Moraspamba.
- ✓ Proyecto de creación de la Sede del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano en la ciudad de Machala
- ✓ Progreso hacia la transformación integral digital en todos los procesos académicos, financieros y de procesos.

Nuestros estudiantes provienen especialmente del cantón Loja, así como de la provincia; sin embargo, hay una importante población estudiantil que proviene de otras provincias como El Oro, Zamora Chinchipe, Azuay e incluso de la Región Insular Galápagos.

La formación de seres humanos y profesionales enfocados a laborar en el sector público como privado en la generación de ideas y solución de conflictos es una valiosa premisa, empero, el mayor de los retos es motivar a los profesionales de tercer nivel superior tecnológico para que pasen a ser parte del grupo de emprendedores; entendiéndose que esta actividad dinamiza en todo orden al sistema productivo, económico, laboral y por ende social de una ciudad o país.

La misión, visión y valores constituyen su carta de presentación y su plan estratégico su brújula para caminar hacia un futuro prometedor en el cual los principios de calidad y pertinencia tengan su asidero.

Figura 1

Constructivismo social ISTS



Nota: Constructivismo Social.

Fuente: secretaria ISTS

El modelo en conjunto está sustentado en la Teoría del Constructivismo; el constructivismo percibe el aprendizaje como actividad personal enmarcada en contextos funcionales, significativos y auténticos. Todas estas ideas han sido tomadas de matices diferentes, se pueden destacar dos de los autores más importantes que han aportado más al constructivismo: Jean Piaget con el Constructivismo Psicológico y Lev Vygotsky con el Constructivismo Social.

El modelo curricular basado en competencias pretende enfocar los problemas que abordarán los profesionales como eje para el diseño. Se caracteriza por: utilizar recursos que simulan la vida real, ofrecer una gran variedad de recursos para que los estudiantes analicen y resuelvan problemas, enfatizar el trabajo cooperativo apoyado por un tutor y abordar de manera integral un problema cada vez.

Ing. Ana Marcela Cordero, Mgs.

RECTORA ISTS

7.2 Marco Conceptual

7.2.1 Capítulo 1

a) Turismo

“El desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual.” (Ramirez, 1992)

Se entiende que el turismo es la actividad que realizan las personas fomentando de esta manera a la actividad empresarial con el fin de dinamizar la economía debido a que las actividades del turismo no se limitan a hoteles y restaurantes si no que engloban una serie mucho más amplia de servicios y bienes de consumo.

b) Ecoturismo

Aquella modalidad turística ambiental responsable, consistente en viajar a áreas naturales, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales. (Ceballos, 1998)

El ecoturismo es entonces una forma en como las personas realizan una forma de turismo distinta ya que consiste en un viaje responsable que busca conocer, apreciar atractivos naturales y de inclusive cualquier forma de tradición cultural.

c) Cultura

Es un conjunto de conocimientos, significados, símbolos y experiencias que se comparten y se expresan en los comportamientos y prácticas de los miembros de un grupo afiliado y que les dan una definición social y un sentido de asociación. (BEARE, 1992)

La cultura se define como los diferentes tipos de manifestaciones que se adquieren y comparten dentro de un entorno en la cual se ve reflejadas acciones sociales, religiosas que expresen sus integrantes, con el fin de promover la comunicación y participación.

d) Matriz Productiva

Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013), la matriz productiva es forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. A ese conjunto que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos se denomina matriz productiva.

La matriz productiva es un modelo importante para la economía de un país puesto que se determinará cuál es el aporte de cada sector en la tarea de generar y crear: inversión, empleo y producción de bienes o servicios.

e) Covid-19

El coronavirus proviene de una extensa familia de virus, en concreto, de un tipo de virus que posee la capacidad para transmitirse de animales a personas. Este virus provoca síntomas que van desde una gripe común hasta enfermedades peligrosas, como el caso del COVID-19, que ocasiona un síndrome respiratorio muy grave. (Ministerio de Salud Pública, 2020)

El covid-19 es un síndrome respiratorio que afecta a las personas de manera comprometida ya que hay varias formas de transmisión que puede iniciarse desde una simple gripe y contraer síntomas muchos más graves que inclusive pueden llegar a la muerte.

f) Gestión

La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados. Con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad, pero si no se les recicla, seguirán trabajando como siempre lo hacían en su cargo anterior. (Dominguez, 2006)

El elemento principal para una buena gestión es el recurso humano ya que para poder lograr los objetivos y metas de la organización se debe cumplir con cada una de las actividades requeridas como planificar, organizar, dirigir y controlar, ya que a través de estas las organizaciones pueden superar los problemas que se les presenten.

g) Planificación

Plan general, metódicamente organizando y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria. (Real Academia Española, 2021)

La planificación es un proceso en el cual se establecen además de metas los medios idóneos para alcanzarlas y de esta forma concreta se pueden tomar las decisiones necesarias para de esta manera producir los resultados esperados.

h) Incentivar

“Hacer que alguien quiera hacer algo o hacerlo en mayor medida.”.(Real Academia Española, 2021)

Animar a una persona por medio de un premio o gratificación económica para que trabaje más o consiga un mejor resultado en una acción o en una actividad.

i) Atractivos Naturales

El Ingahurco

Es la mayor atracción turística que posee Nambacola. Propios y extraños realizan caminatas hacia su cima desde la cual el visitante dispone de una vista panorámica excelente, pudiéndose observar todos los barrios que pertenecen a esa parroquia.

El mayor atractivo es el cráter. Por referencias de la tradición se estima que este cerro fue un volcán activo. En la actualidad, cuando va a producirse un movimiento telúrico, los bramidos del cráter ponen en alerta a la población.

Cóndor Wasi o Casa del Cóndor

El cantón Gonzanaamá esconde en sus montañas innumerables atractivos turísticos y culturales, uno de ellos, las Cuevas conocidas como Cóndor Wasi por nuestros antepasados indígenas. Un lugar lleno de magia y misticismo; enclavado en las montañas que miran al valle de Catamayo.

Este es un sitio estratégico y sagrado para nuestros “gentiles” nombre con el cual los mestizos conocían a las tribus indígenas que moraban por los alrededores, para quienes representaba una fortaleza a la hora de defender su territorio del invasor del Sur y del conquistador español y, para adorar al Dios Sol.

Cerro Colambo

El Colambo es una elevación mágica y de esplendorosa belleza. Un aire de misterio y tradición, lo rodeo siempre y lo vinculó a decenas de leyendas conservadas en la tradición popular. En sus faldas, laderas y cañadas se evidencian indicadores naturales de prematuras e irreversible erosión.

Piedra Grande

Se encuentra ubicado al sur del Ecuador, a 84 km de la provincia de Loja.

A 20 minutos de la parroquia Nambacola del Cantón Gonzanamá se observa el atractivo turístico Piedra Grande. Tiene una altura aproximadamente de 80 metros, en la cúspide hay una cruz iluminada y desde la cima de la roca se puede observar el valle del Barrio Gerinoma.

Las Pailas Rotas

Este atractivo turístico en la provincia de Loja, ubicado en el cantón Gonzanamá, parroquia Changaimina, donde se puede disfrutar de la naturaleza con amigos, compañeros y familiares. Estas lagunas se han convertido en un hermoso paisaje que se encuentran ubicadas en el límite de los cantones Quilanga, Gonzanamá y Calvas. Aquí los visitantes pueden disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza, las cristalinas aguas, la adrenalina y los deportes extremos.

7.2.2 Capítulo 2

a) Publicidad

Es una técnica de comunicación comercial que intenta informar al público sobre un producto o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo. En términos generales puede agruparse en below the

line above the line y según el tipo de soportes que utilice para llegar a su público objetivo. (Komiya, 2004)

La publicidad engloba todos los medios de comunicación ya que estos emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada con el fin de dar a conocer un producto o servicio para que este pueda estar al alcance del público en general.

b) Campaña

El autor (Russell & Lane, 2005) comenta que una campaña es el desarrollo de una estrategia, medios, investigación, serie de anuncios impresos y transmisiones durante un periodo los cuales son extremadamente importantes.

Una campaña es entonces el conjunto de actividades que se realizan en un periodo de tiempo determinado ejecutando diferentes tipos de acciones para perseguir un fin en concreto utilizando los medios idóneos.

c) Fotografía

Procedimiento o técnica que permite obtener imágenes fijas de la realidad mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor. (Real Academia Española, 2021)

La fotografía tiene cualidad de inmediatez y se puede conservar fácilmente en la mayor parte de sus formatos, bien sea comercial, paisajística o política. La imagen es recordada con mayor medida, tiene veracidad y capacidad de hacer llegar el mensaje.

d) Información

Es un conjunto de datos con un significado, o sea, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo. En verdad, la información es un mensaje con significado en un determinado contexto, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a

las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a nuestras decisiones. (Chiavenato, 2006)

La información es una serie de datos que hacen denotar características de algún suceso, hecho o fenómeno, cuyo propósito es el de reducir la incertidumbre proporcionando los datos necesarios.

e) Propuesta

Una propuesta es una acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de la demostración de su factibilidad o posibilidad de realización. (Arias, 2006)

Es una idea que se presenta ante una persona para que esta lo acepta o no, la misma que debe contener una buena estructura y por ende se espera una reacción favorable esto se hace de tal modo para dar una solución o alternativa a un problema.

f) Diseño Digital

El diseño digital es una de las modalidades de diseño que más popularidad e importancia tiene actualmente. Se trata de una de las herramientas principales en el diseño de marketing y estrategia de cualquier empresa que quiera disponer de una página web. (Ruiz, 2022)

Muchos diseños digitales se basan en las habilidades del manual del diseñador gráfico, como la implementación de la marca y el diseño tipográfico. Mientras tanto, los proyectos de diseño gráfico suelen tener en cuenta la distribución digital además de la impresión.

g) Medio Digital

“Los medios digitales son espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas, bloggers o sitios de noticias.” (Gomes, 2019)

La comunicación realizada a través de Internet. Algunos ejemplos de ello son las publicaciones en Instagram o Facebook, los banners en sitios, los ebooks, los videos, etc.

h) Redes Sociales

“Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.” (Real Academia Española, 2021)

Internet ha llegado a gran parte de los hogares y de las empresas de los países ricos, en este aspecto se ha abierto una brecha digital con los países pobres, en los cuales la penetración de Internet y las nuevas tecnologías es muy limitada para las personas.

8. Metodología

8.1 Metodología de la investigación

8.1.1 Método Fenomenológico

El enfoque fenomenológico de investigación surge como una respuesta al radicalismo de lo objetivable. Se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto. Este enfoque asume el análisis de los aspectos más complejos de la vida humana, de aquello que se encuentra más allá de lo cuantificable. (Husserl, 1962)

Para realizar la primera parte del presente proyecto se usa el Método Fenomenológico el cual inicia con el acercamiento hacia atractivos turísticos dentro de estas localidades, continúa con la aplicación de las técnicas de investigación y concluye con la respectiva recopilación de datos acerca de la situación actual que se vive de acuerdo al manejo de potenciales turísticos como culturales.

8.1.2 Método Hermenéutico

Es el proceso por el cual se conoce la vida psíquica con la ayuda de signos sensibles que son su manifestación. Es decir, que la hermenéutica tendría la tarea de descubrir los significados de las cosas, interpretar lo mejor posible las palabras, los escritos, los textos, los gestos y en general el comportamiento humano. (Martinez, 2006)

Para la segunda parte del proyecto se aplicó el método Hermenéutico el cual consiste en identificar los atractivos turísticos más potenciales de estos lugares por medio de entrevistas a personas de estos sectores para que con su opinión se pueda elaborar el material representativo de estos atractivos.

8.1.3 Método practico proyectual

Consiste en una serie de operaciones necesarias, bajo un orden lógico con base en la experiencia, cuya finalidad es obtener un máximo resultado con un mínimo esfuerzo. Las

operaciones obedecen a valores objetivos llegando a ser instrumentos operativos, utilizados por sujetos creativos. (Munari, 2016)

Para la tercera parte del proyecto se aplicó el método proyectual por el cual se deberá difundir el material informativo sobre los atractivos turísticos y culturales mediante unos folletos en el cual se representarán mediante fotos, datos relevantes de los atractivos turísticos que será destinado a la ciudadanía especialmente a turistas para dar a conocer el resultado de la presente investigación.

8.2 Técnicas de la investigación

8.2.1 Entrevista

La entrevista es una forma específica de conversación en la que se genera conocimiento mediante la interacción entre un entrevistador y un entrevistado. Las entrevistas forman parte de un método de investigación muy utilizado en la investigación lingüística, principalmente por la relación comunicativa establecida entre el investigador y los investigados, proporcionando de forma eficaz datos útiles y válidos en cuanto a lo que los participantes dicen o escriben para emitir sus mensajes o expresar sus ideas o emociones. (Robson, 2002)

Para el desarrollo de esta técnica se establecerá la entrevista a funcionarios de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Gonzanama con la finalidad de saber la situación actual sobre el manejo de la difusión de los atractivos turísticos de esta localidad.

8.2.2 Encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. Con la encuesta se trata de "obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación, y esto sobre una población o muestra determinada. Esta

información hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes. (Visauta, 1989)

Para realizar esta técnica se creará preguntas formuladas en base al proyecto que se está elaborando con el fin de receptar datos verídicos del público dentro de un rango de 20 a 60 años de edad en el cantón Gonzanamá, con el fin de determinar sobre el conocimiento que tienen sobre los atractivos turísticos dentro de estas localidades.

8.2.3 Observación

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. (Sierra Bravo, 1984)

Dentro de esta técnica se observará la situación actual de los lugares turísticos y verificar el estado actual en el que se encuentran y analizar el manejo que se está dando a los mismos para el conocimiento de la comunidad y de los turistas para poder realizar el material necesario para su correcta difusión.

8.3 Determinación de muestra

Para obtener el tamaño de muestra se tomó como universo a la cantidad poblacional del cantón Loja, datos obtenidos del censo del 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, INEC. En donde se toma la tabla de crecimiento poblacional para generar proyección de la población en el presente año.

8.3.1 *Proyección de la Población*

- **F año actual** = F año base $(1 + i)^n$
- **F año actual** = (2020) Proyección al año
- **F año base** = Población Total del año 2010 (214.855)
- **1** = constante.
- **i** = tasa de crecimiento poblacional (1,1%)
- **n** = # de años a proyectar (9)

$$2020 = 214.855 (1 + 1.1)^9$$

$$2020 = 214.855 (1 + 0,011)^9$$

$$2020 = 214.855 (1,011)^9$$

$$2020 = 214.855 (1,10)$$

$$2020 = 236.340,5$$

$$2020 = 236.341 \text{ Respuesta.}$$

8.3.2 *Aplicación de la fórmula*

$$n = \frac{Nz^2 p \times q}{(N - 1)e^2 + z^2 \times p \times q}$$

N = Tamaño de población o universo (236.341)

n = Tamaño de la muestra (?)

z = Nivel de confianza (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

e = Margen de error (0,05)

$$n = \frac{236.341(1,96)^2 (0,5) \times (0,5)}{(236.341 - 1)(0,5)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{236.341(3,84) (0,25)}{236.340(0,0025) + 3,84(0,25)}$$

$$n = \frac{236.341(0,96)}{236.340(0,0025) + (0,96)}$$

$$n = \frac{226.887,36}{590,85 + 0,96}$$

$$n = \frac{226.887,36}{591,81}$$

$$n = 383,37$$

n = 383 Respuesta.

9. Análisis de Tabulación

9.1 Entrevista

Figura 2

Entrevista



Nota: Entrevista realizada a la Lic. Betty Catalina Estrella Torres, realizada con el fin de obtener sus criterios profesionales acerca del potencial turístico del Cantón Gonzanamá.

- 1. ¿Cree Ud. Que el Cantón Gonzanamá es conocido por sector de turismo?**
 - En la actualidad creo que no, realmente no escuchado que se promocioe algún lugar o algo turístico por el cantón de Gonzanamá.

- 2. ¿Cree Ud. ¿Que la elaboración de una galería fotográfica, que muestre a la sociedad los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá, traerá beneficios?**
 - Yo opino que sí, debería promocionarse las imágenes de los lugares turísticos, puede decir una imagen más que mil palabras y que podrían difundir por redes sociales.

- 3. ¿Cree Ud. Que las autoridades de Loja y del Cantón Gonzanamá se preocupan por incentivar el turismo en esta localidad?**
 - La verdad realmente desconozco últimamente no creo estarán promocionando en alguna red social o alguna campaña, si las autoridades estarán preocupando por incentivar el turismo en la localidad

4. ¿Existen dentro del Cantón Gonzanamá facilidades turísticas para llegar hacia distintos atractivos como: medios de transporte, ¿etc.?

- Si porque, cuando yo he realizados recorridos, si hay camionetas que brindan para la trasladarse a los lugares turísticos, en los cuales también hay las varias cooperativas de transporte como ejemplo: la Unión Cariamanga, la Loja y la Catamayo.

5. ¿Existen instituciones que brindad ayuda o apoyan a promocionar los atractivos naturales y turísticos del Cantón Gonzanamá?

- Dentro del Ministerio del Turismo sé que hay un departamento que se encarga de la gestión y producción de los atractivos de la provincia, pero deberían ser gestionados las autoridades cantonales.

9.2 Encuesta

Análisis de la Tabulación

Pregunta N°1

¿Es de su conocimiento que el Cantón Gonzanamá posee un alto potencial turístico?

Tabla 1

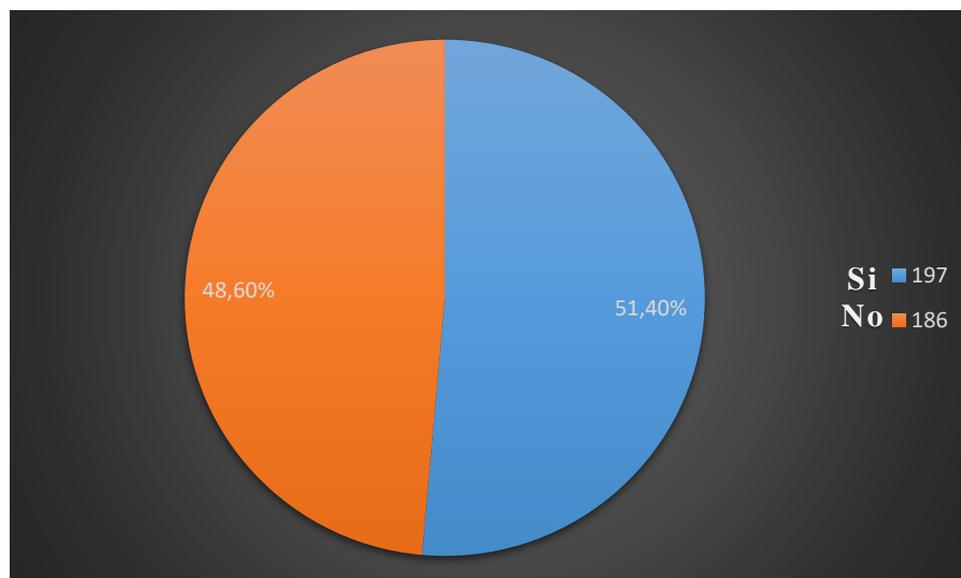
Potencial Turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	197	51,4%
NO	186	48,6%
TOTAL	383	100%

Nota: Encuesta realizada a la ciudad de Loja, Herrera (2022).

Figura 3

Potencial turismo



Nota: El gráfico representa el nivel de potencial turístico que posee el Cantón Gonzanamá.

Análisis cuantitativo: En la gráfica número 1, se puede observar que el 51,4% de las personas encuestadas, que representan a 197 personas de la población de la ciudad de Loja, señalan que el Cantón Gonzanamá sí posee un alto potencial turístico, mientras que el 48,6% de las personas encuestadas que corresponden a 186, respondieron a que no tenían conocimiento sobre el potencial turístico de ese Cantón.

Análisis cualitativo: De los resultados anteriores en esta pregunta, tal como se observa la mayor parte de las personas encuestadas señalan que si tienen conocimiento acerca del potencial turístico del Cantón Gonzanamá, por lo cual se tiene de entrada una aceptación favorable, para el turismo.

Pregunta N°2

¿Conoce usted cuáles son los lugares turísticos de este Cantón?

Tabla 2

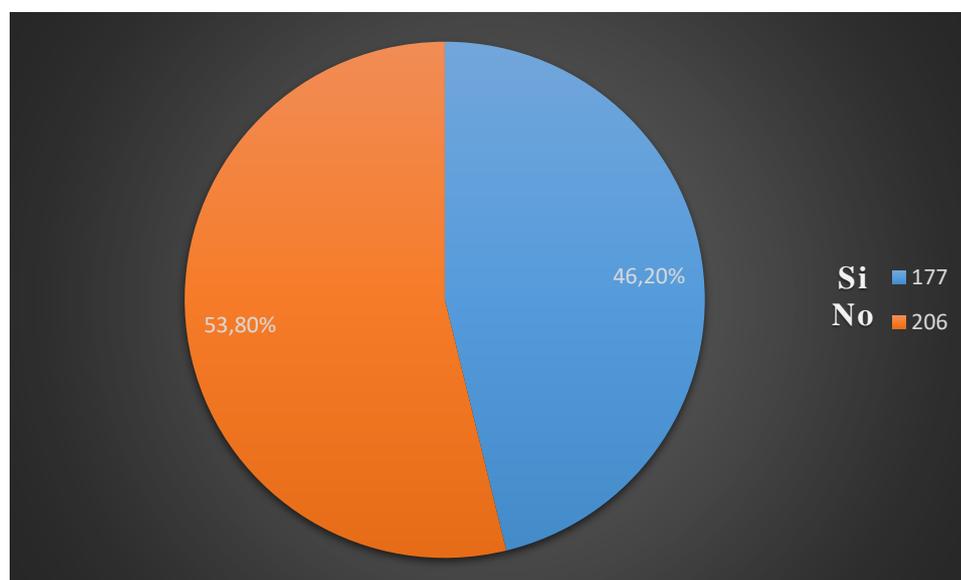
Lugares turísticos de este Cantón

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	177	46,2%
NO	206	53,8%
TOTAL	383	100%

Nota: Encuesta realizada a la ciudad de Loja, Herrera (2022).

Figura 4

Lugares turísticos de este Cantón



Nota: Este gráfico señala el conocimiento de los lugares turísticos de este Cantón.

Análisis cuantitativo: En la gráfica número 2, se puede visualizar que el 53,8% de las personas encuestadas, que representan a 206 personas de la población de la ciudad de Loja, manifiestan que no tienen conocimiento sobre los lugares turísticos de este Cantón, en cambio que el 46,2% de las personas encuestadas que corresponden a 177, mencionan que si tienen conocimiento sobre los lugares turístico de ese Cantón.

Análisis cualitativo: La mayor cantidad del universo encuestado, manifiestan que no tienen conocimiento sobre los lugares turísticos de ese Cantón, mientras que el menor porcentaje señala que si conocen sobre esos lugares, argumentando que se ha informado a través de la radio, redes sociales o que también ha ido de forma personal.

Pregunta N°3

¿Es de su conocimiento algún tipo de promoción de los lugares turísticos del cantón Gonzanamá?

Tabla 3

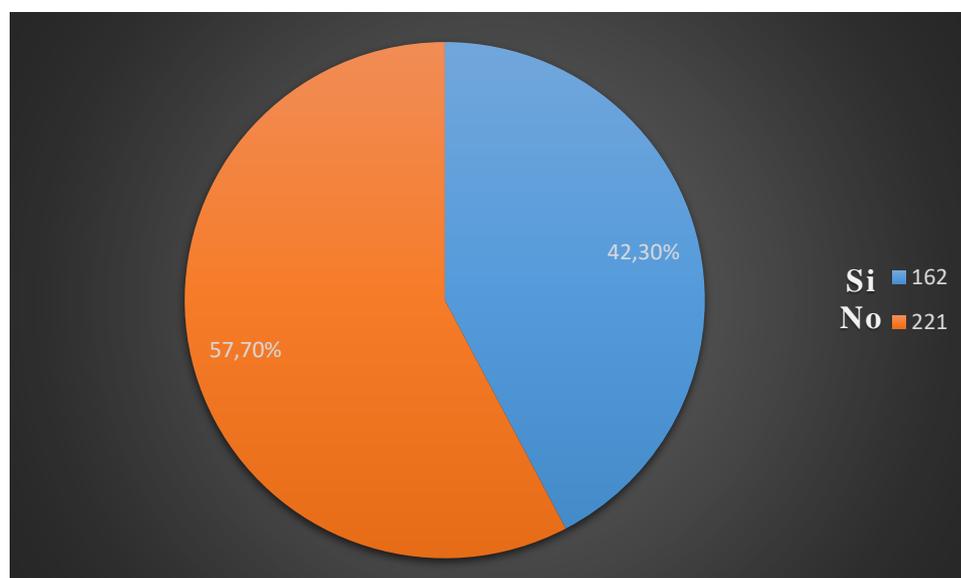
Promoción de los lugares turísticos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	162	42,3%
NO	221	57,7%
TOTAL	383	100%

Nota: Encuesta realizada a la ciudad de Loja, Herrera (2022).

Figura 5

Promoción de los lugares turísticos de este Cantón



Nota: En este gráfico se visualiza el conocimiento que la ciudadanía tiene sobre la promoción de estos lugares turísticos.

Análisis cuantitativo: En la gráfica número 3, se puede determinar que el 57,7% de las personas encuestadas, que representan a 221 personas de la población de la ciudad de Loja, manifiestan que no tienen conocimiento sobre algún tipo de promoción de estos lugares turísticos, mientras que el 42,3% de las personas encuestadas que corresponden a 162, mencionan que si tienen conocimiento sobre la difusión de estos los lugares.

Análisis cualitativo: El resultado mayoritario de los encuestados, manifiestan que no han recibido ningún tipo de información o promoción, de los lugares turísticos de este Cantón, por otro lado, existieron respuestas de personas que mencionaban que en algún momento han escuchado pequeñas referencias de estos lugares.

Pregunta N°4

¿Considera usted oportuna la ejecución de un proyecto en el cual se dé a conocer los lugares turísticos del cantón Gonzanamá a través de una galería fotográfica?

Tabla 4

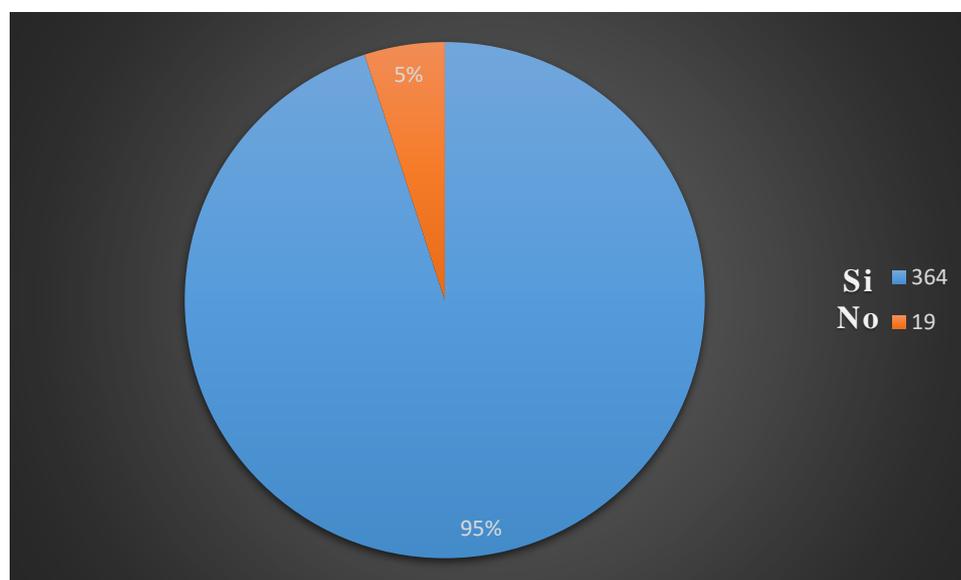
Galería fotográfica

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	364	95%
NO	19	5%
TOTAL	383	100%

Nota: Encuesta realizada a la ciudad de Loja, Herrera (2022).

Figura 6

Galería fotográfica



Nota: Este gráfico representa la opinión sobre la aceptación de ejecutar un proyecto para dar a conocer los lugares turísticos del Cantón Gonzanamá.

Análisis cuantitativo: En la gráfica número 4, de las encuestas realizadas el 95% de las personas, que representan a 364 personas de la población de la ciudad de Loja, afirman que sí tendría buena acogida la realización de un proyecto en el cual se explique de manera completa el tema referente, mientras que el 5% de las personas encuestadas que corresponden a 19, mencionan que no tendría alguna aceptación lo planteado.

Análisis cualitativo: En lo que concierne al análisis de los encuestados la mayor parte a optado por dar una respuesta positiva a la realización de este proyecto, en el cual incluirá diferentes lugares, paisajes, por el contrario, existió una mínima cantidad de respuestas que no respaldaron este proyecto.

Pregunta N°5

¿Qué tipo de contenido desearía usted que se presente dentro de esta galería fotográfica?

Tabla 5

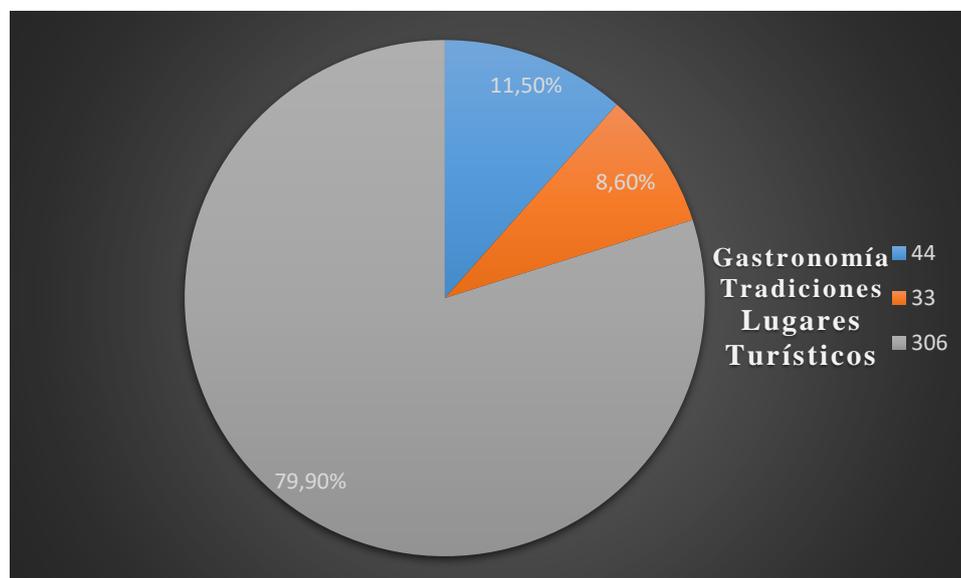
Contenido a presentar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
GASTRONOMÍA	44	11,5%
TRADICIONES	33	8,6%
LUGARES	306	79,9%
TURÍSTICOS		
TOTAL	383	100%

Nota: Encuesta realizada a la ciudad de Loja, Herrera (2022).

Figura 7

Contenido a presentar



Nota: Este gráfico señala el tipo de contenido que podría incluirse dentro de la galería fotográfica.

Análisis cuantitativo: En la gráfica número 5, de las encuestas realizadas el 11,5% de las personas, que representan a 44 personas de la población de la ciudad de Loja, sostienen que lo ideal sería que la galería fotográfica incluyera el ámbito de la gastronomía, mientras

que el 8,6% de las personas encuestadas que corresponden a 33, argumentan que sería idóneo que la referida galería fotográfica incluyera tradiciones del Cantón, mientras que el 79,9% de las personas encuestadas que corresponden a 306, respaldan totalmente que la galería fotográfica trate específicamente sobre los lugares turísticos del Cantón.

Análisis cualitativo: Claramente se puede precisar que aproximadamente la mayoría de encuestados aseguran la galería fotográfica debe incluir únicamente lugares turísticos, ya que este Cantón cuenta con un gran potencial.

Pregunta N°6

¿Cree usted que la falta de promoción sea motivo para el desconocimiento de los atractivos turísticos de Gonzanamá?

Tabla 6

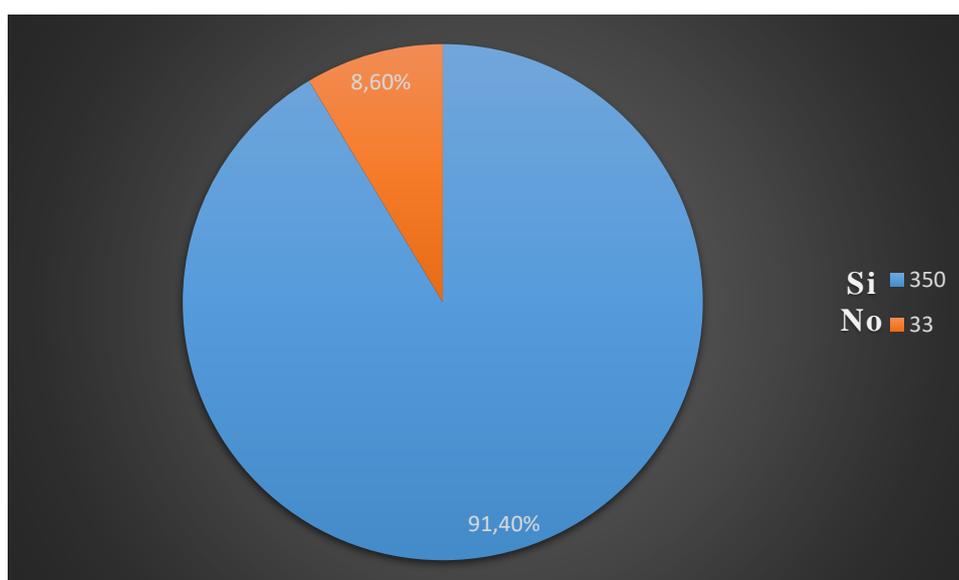
Atractivos turísticos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	350	91,4%
NO	33	8,6%
TOTAL	383	100%

Nota: Encuesta realizada a la ciudad de Loja, Herrera (2022).

Figura 8

Atractivos de Gonzanamá



Nota: Este gráfico señala la existencia de falta de promoción de los lugares turísticos del Cantón Gonzanamá.

Análisis cuantitativo: En la gráfica número 6, de las encuestas realizadas el 91,4% de las personas, que representan a 350 personas de la población de la ciudad de Loja, mencionan que la falta de promoción de estos lugares turísticos genera que exista poca asistencia de turistas hacia este Cantón, en tanto que el 8,6% de las personas encuestadas que corresponden a 33, consideran que no sería tanto la falta de promoción de estos lugares ya que manifestaron que las autoridades encargadas en el área de turismo no se desenvolverían de la manera correcta, para promocionar estos lugares.

Análisis cualitativo: Se puede evidenciar que la falta de promoción de estos lugares, ya sea por información de persona a persona ha afectado de manera negativa al turismo, puesto que no existe los medios necesarios para que los turísticos puedan conocer sobre estos lugares.

Pregunta N°7

¿En algún medio de comunicación detallado a continuación ha observado información sobre los atractivos que posee el Cantón Gonzanamá?

Tabla 7

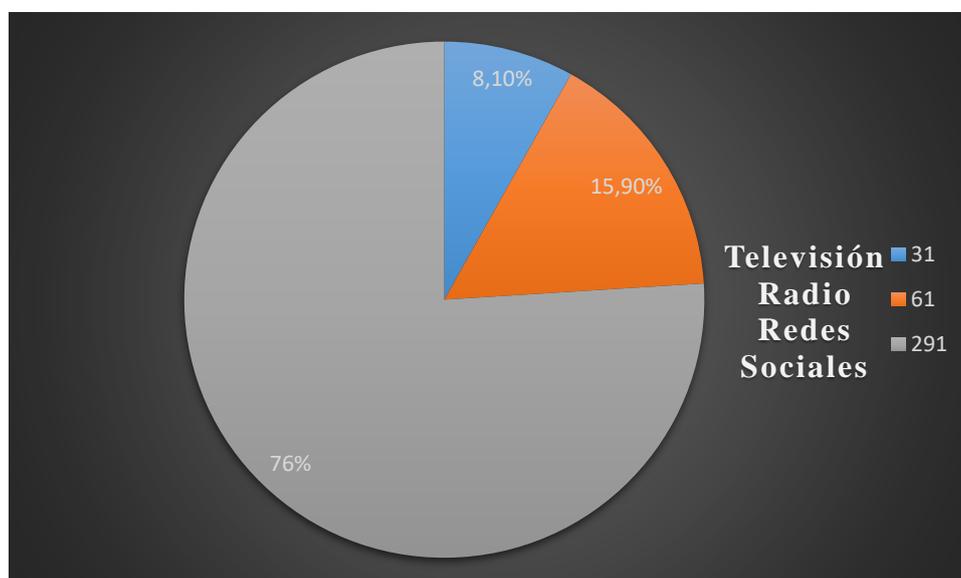
Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
TELEVISIÓN	31	8,1%
RADIO	61	15,9%
REDES SOCIALES	291	76%
TOTAL	383	100%

Nota: Encuesta realizada a la ciudad de Loja, Herrera (2022).

Figura 9

Medios de comunicación



Nota: Este gráfico representa cuales medios han sido tomados como fuente de información para que las personas conozcan sobre los atractivos que posee el Cantón Gonzanamá.

Análisis cuantitativo: En la gráfica número 7, de las encuestas realizadas el 8,1% de las personas, que representan a 31 personas de la población de la ciudad de Loja, manifestaron que el medio por el cual han obtenido alguna información de estos lugares turísticos ha sido la televisión, mientras que el 15,9% de las personas encuestadas que corresponden a 61, argumentan que se han informado sobre estos lugares turísticos a través de la radio, en tanto en el mayor porcentaje que es el 76% de las personas encuestadas que corresponden a 291, respondieron que en su tiempo libre, en su día a día su medio más utilizado son las redes sociales y por ende obtienen información completa sobre estos lugares turísticos de este Cantón.

Análisis cualitativo: Se puede comprobar que el medio más usado al momento de informarse son las redes sociales, ya que existen diferentes páginas que podrían ser utilizadas con el respectivo permiso para que esta galería fotográfica pueda de esta manera ser difundida.

9.3 Observación

Figura 10

Plataforma actual de Facebook del Cantón Gonzanamá



Nota: Imagen referida del GAD Cantonal de Gonzanamá, en la cual se observa la página publicitaria sobre el Cantón Gonzanamá.

De acuerdo a la propuesta planteada y en lo referente a productos turísticos innovadores y especializados como caminatas, ascenso de montaña, paseos a caballo, en bote, rutas en bicicleta, existen pocos o nulos ejemplos a mencionar ya que la promoción se realiza informalmente, es decir, se debe conocer a la persona que haya visitado estos lugares para que pueda acompañar al mismo y apreciar.

A través de la observación se permite verificar la poca asistencia de turistas en estos lugares, además en la entrevista se obtiene datos reales de cómo se encuentra actualmente la situación, la encuesta fue realizada a personas que viven en la ciudad de Loja para motivar su asistencia a estos lugares.

Se utiliza entonces como instrumento de investigación la fotografía en la cual primero se asiste a los lugares turísticos escogidos de este cantón, así mismo se establece una conversación con personas del sector, se aprecia todo alrededor para permitir conocer de más cerca la realidad de estos lugares y poder realizar argumentaciones para describir lo

que se ha observado y de esta manera mostrar a través de la galería fotográfica recomendaciones y opiniones para que esta cantón sea una opción más de destino para que sea tomada en cuenta por los turistas.

En la página oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Gonzanamá existe un apartado en el cual se detallan ciertos tipos de atractivos turísticos pero en el cual únicamente existe escasa información como el nombre y una sola fotografía de cada lugar, por ende no se está dando una promoción correcta que incluiría distancia, como llegar, algunas características y algunas actividades que puedan realizarse, es así que con la galería fotográfica se pretende ampliar la información para tener un mayor conocimiento sobre estos lugares.

Existen además páginas de la red social Facebook en las cuales algunas solo mencionan al cantón Gonzanamá, pero no dan un aporte profundo a sus lugares turísticos, pero en otra página si se menciona algunos lugares de este cantón.

10. Presupuestos

10.1 Materiales básicos

Tabla 8

Materiales básicos

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Derecho para la realización del proyecto	950,00
Impresión de documentos	20,00
CD	5,00
Internet	40,00
Hoja valorada	2,00
Impresión de manual de marca	25,00
Luz	40,00
Hojas de papel boom	3,00
Impresión de fotografías	120,00
Derecho de Abstract	5,00
TOTAL	1210,00

Autor: Dennis Herrera

10.2 Materiales tecnológicos

Tabla 9

Materiales tecnológicos

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Computadora	1300,00
Flash	25,00
Alquiler de cámara	50,00
TOTAL	1375,00

Autor: Dennis Herrera

10.3 Presupuesto total

Tabla 10

Presupuesto total

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Materiales básicos	1210,00
Materiales tecnológicos	1375,00
TOTAL	2585,00

Autor: Dennis Herrera

11. Cronograma

Tabla 11

Cronograma

SEMANA	FECHA	ACTIVIDAD
Primera	Lunes 04 al 09/10/2022	Socialización ante los estudiantes investigadores del Reglamento Especial de Titulación ISTS, deberes y responsabilidades en cuanto a asistencia y cumplimiento de avances en apego al cronograma de titulación. Socialización del cronograma de titulación. Orientación referente a las líneas de investigación del Instituto y los problemas que se pretenden solucionar con la investigación (proyecto de investigación de fin de carrera).
Segunda	Lunes 11 al 16/04	Refuerzo en problema a trabajar en base a las líneas de investigación
Tercera	Lunes 18 al 23/04	Identificación del problema
Cuarta	Lunes 25 al 30/04	Planteamiento del tema
Quinta	Lunes 02 al 07/05	Elaboración de justificación
Sexta	Lunes 09 al 14/05	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos
Séptima	Lunes 16 al 21/05	Elaboración del marco
Octava	Lunes 23 al 28/05	institucional y marco teórico.
Novena	Lunes 30/05 al 04/06	Elaboración del diseño metodológico:

		Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación.
Décima	Lunes 06 al 11/06	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía.
Décima primera	Sábado 18/06	Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado Académico con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, terna, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el tutor del grupo.
Décima segunda Décima tercera Décima cuarta	Lunes 20/06 al 09/07	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 quinta	Lunes 11 al 16/07	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima sexta	Lunes 18 al 23/07	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima séptima	Lunes 25 al 3 0/07	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima octava	Lunes 01 al 06/08	Desarrollo de investigación y propuesta de acción

Décima novena	Lunes 15 al 20/08	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima	Lunes 22 al 27/08	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima primera	Lunes 29/08 al 03/09	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima segunda	Lunes 05 al 10/09	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima tercera	Lunes 12 al 17/09	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima cuarta	Lunes 19 al 24/09	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador de proyecto de investigación.
Vigésima quinta	Lunes 26/09 al 01/10	Revisión integral del proyecto Revisión del esquema de la investigación en base al Manual de Titulación del ITSS, impresión de certificados varios y documentos legales solicitados en el Manual ITSS y Secretaría del ITSS, revisión y legalización por parte del director (firmas), impresión y anillado.
Vigésima sexta	Viernes 07 y 08/10	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera según el horario que secretaria ITSS indique en sus correos institucionales y al Academicok ISTS.

Nota: Secretaria ISTS

12. Propuesta de Acción

12.1 Introducción

Sin duda, el viajar representa un sinónimo de placer y calidad de vida, también es una de las formas más expresivas de establecer y desarrollar valores morales y emocionales, por ello, el turismo no puede estar estático, el turismo como actividad económica y social debe responder a los cambios y exigencias que solicita el ser humano, a través de sus necesidades de aprovechamiento de su tiempo libre.

La provincia de Loja es privilegiada ya que posee atractivos paisajes que manejados adecuadamente pueden constituirse en una fuente de desarrollo en el aspecto turístico, sociocultural y económico. El Cantón Gonzanamá, posee atractivos turísticos, y por ende la promoción de estos debe crecer día a día, y de esta manera ofrecer a visitantes nacionales, como extranjeros una experiencia única y acogedora.

Es así entonces que, como herramienta para poder promocionar estos atractivos turísticos, se crea la marca “Turismo- Gonzanamá- Fotografía”, en la cual incluirá, fotografías, artes para redes sociales.

12.2 Nombre del producto

Este proyecto adquiere el nombre de: “Turismo- Gonzanamá- Fotografía”

12.2.1 Logo

A el nombre se le fue otorgado principalmente en honor al mismo Cantón Gonzanamá.

Los colores para la representación del logo fueron elegidos de la bandera símbolo patrio del cantón.

Figura 11

LOGO



Nota: Se visualiza el logo elaborado por el autor

12.2.2 Concepto

La investigación realizada arrojó datos e información, que condujo a identificar la percepción errónea que tienen los turistas acerca de lo que implica visitar estos lugares turísticos, debido a que no existen la suficiente promoción e información para que se pueda acceder a visitar a los mismos. Por las razones expuestas las personas desconocen que el turismo puede constituirse en una actividad económica sustentable que genere el desarrollo socioeconómico del cantón.

Es por eso que se ha planteado realizar un diseño de una galería fotográfica que englobe diversos lugares turísticos en vista de que su visita por turistas sería un aporte a la economía local aplicada de manera organizada y sistemática para hacer de Gonzanamá una potencia turística.

12.2.3 Justificación de la marca

La manera en cómo se llevaría a cabo esta propuesta sería realizar la visita al lugar, conversar con personas del sector y así mismo tomar las fotografías destacadas que sirvan de sustento para poder elaborar una galería fotográfica de alto nivel que muestre a la sociedad el lado oculto del cantón Gonzanamá y la belleza que guarda en su interior.

Todo esto realizado o dirigido hacia la ciudadanía en general para que de esta manera se dé una idea ya sea a través de fotos de lo bella que es nuestra provincia de Loja y como en el interior de cada Cantón existe diversos lugares que brindan acogimiento.

12.3 Público objetivo

La marca “Turismo Gonzanamá ”, se orientará de manera abierta al público en general, proponiendo una guía a través de fotografías sobre las diferentes alternativas de lugares a visitar dentro del Cantón, para de esta manera, promover el desarrollo turístico.

12.4 Fase de producción

Tabla 12

Cronograma de publicaciones

FECHA DE PUBLICACION	RED SOCIAL	CONTENIDO	OBJETIVO	HORARIO
01/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	12h30
02/10/2022	Instagram	Fotografía	Dar a conocer el atractivo turístico	12h30
03/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	12h30
04/10/2022	Instagram	Fotografía	Dar a conocer el atractivo turístico	12h30
05/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	12h30
06/10/2022	Instagram	Fotografía	Dar a conocer el atractivo turístico	17h00
07/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	17h00
08/10/2022	Instagram	Fotografía	Dar a conocer el atractivo turístico	17h00

09/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	17h00
10/10/2022	Instagram	Fotografía	Dar a conocer el atractivo turístico	10h30
11/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	10h30
12/10/2022	Instagram	Fotografía	Dar a conocer el atractivo turístico	10h30
13/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	10h30
14/10/2022	Instagram	Fotografía	Dar a conocer el atractivo turístico	10h30
15/10/2022	Facebook	Fotografía	Popularizar el atractivo turístico	10h30

Nota: Esta grafico señala la organización por fechas de las actividades realizadas en torno al proyecto ejecutado.

12.5 Fotografías

Figura 12

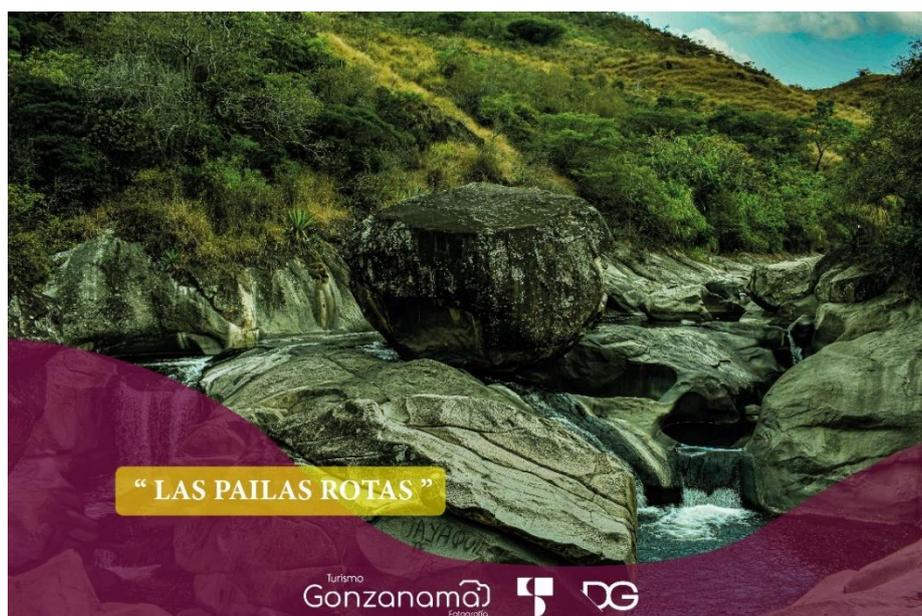
Las pailas Rotas



Nota: Se visualiza una imagen referente al lugar pailas rotas, estas lagunas se han convertido en un hermoso paisaje que se encuentran ubicadas en el límite de los cantones Quilanga, Gonzanamá y Calvas.

Figura 13

Las Pailas Rotas



Nota: Este lugar es visitado por turistas a los cuales les guste deportes extremos como natacion,saltos y escalada.

Figura 14

Las Pailas Rotas



Nota: Herrera (2022)

Figura 15

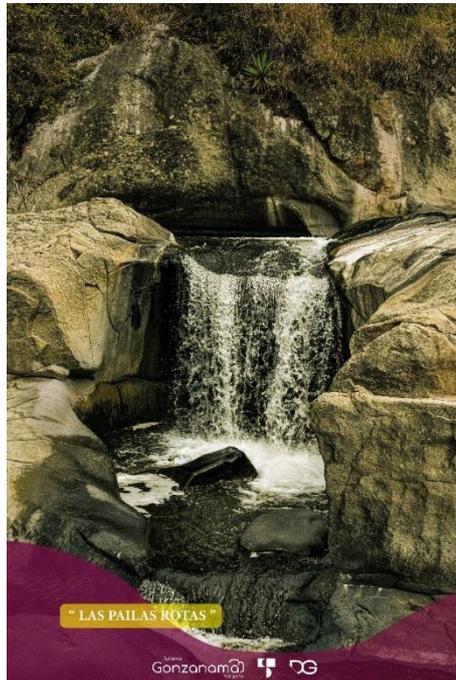
Las Pailas Rotas



Nota: Herrera (2022)

Figura 16

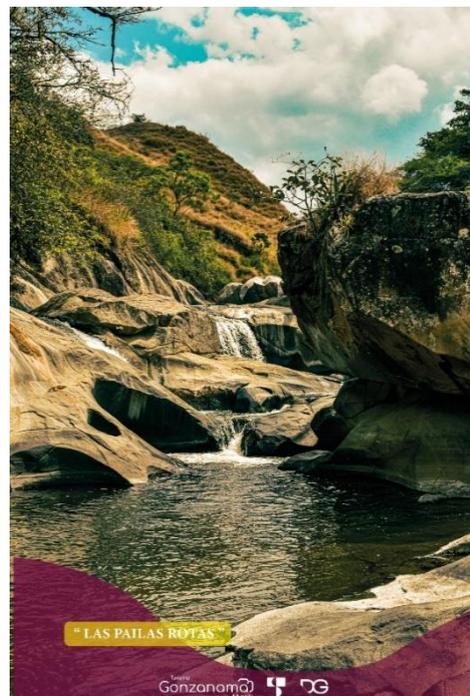
Las Pailas Rotas



Nota: Herrera (2022)

Figura 17

Las Pailas Rotas



Nota: Herrera (2022)

Figura 18

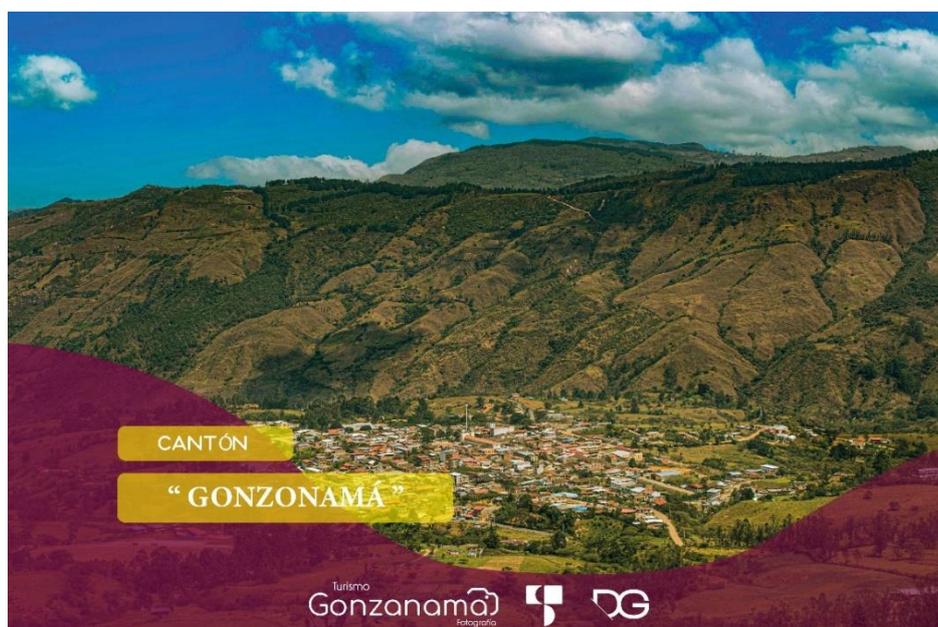
Cerro Colambo



Nota: Este gráfico señala al cerro colambo el cual su nombre se debe al coloso Colambo, que tiene la figura de una enorme cabeza de serpiente que alinea la ondulada rocosa de la cordillera de Sabanilla.

Figura 19

Cantón Gonzanamá



Nota: El Cantón Gonzanamá es uno de los 16 cantones que conforman la provincia de Loja, se encuentra ubicado en una amplia zona al sureste del cantón Loja y en la parte central de la provincia con dirección sur oriente, a una distancia de 81 Km.

Figura 20

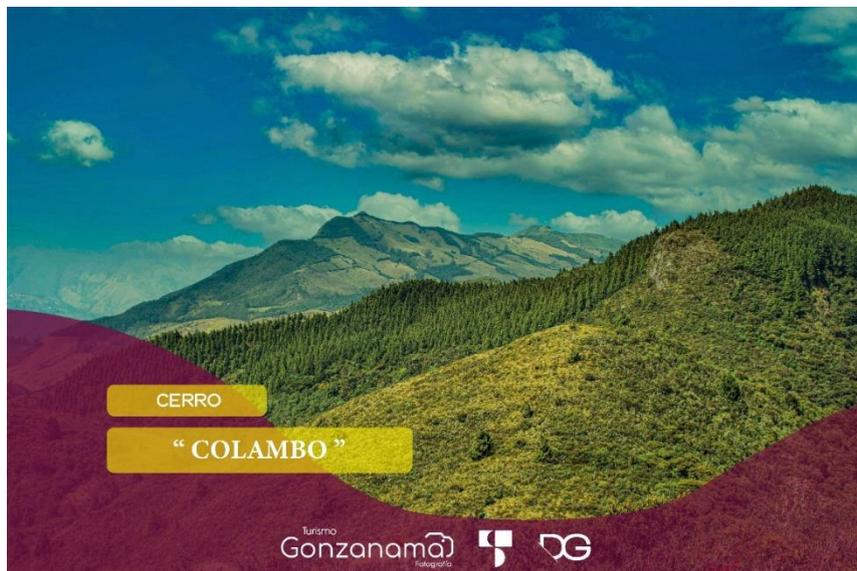
Cerro Colambo



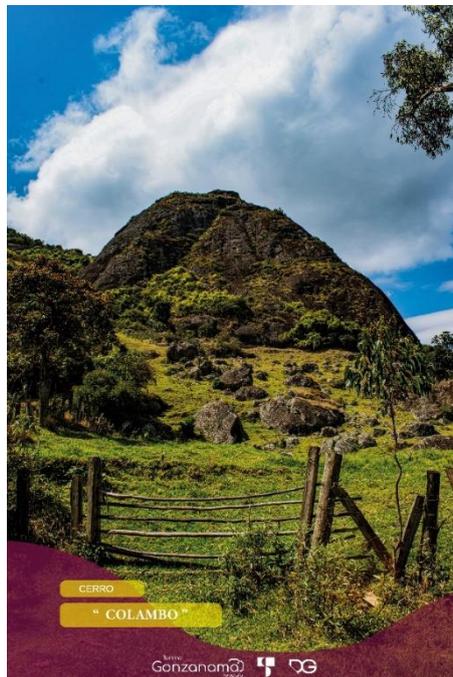
Nota: Herrera (2022)

Figura 21

Cerro Colambo



Nota: Herrera (2022)

Figura 22*Cerro Colombo**Nota: Herrera (2022)***Figura 23***Cerro Ingahurco*

Nota: Considerado como la mayor atracción turística que posee Nambacola. Propios y extraños realizan caminatas hacia su cima desde la cual el visitante dispone de una vista panorámica excelente.

Figura 24

Cerro Ingahurco



Nota: Herrera (2022)

Figura 25

Cerro Ingahurco



Nota: Herrera (2022)

Figura 26

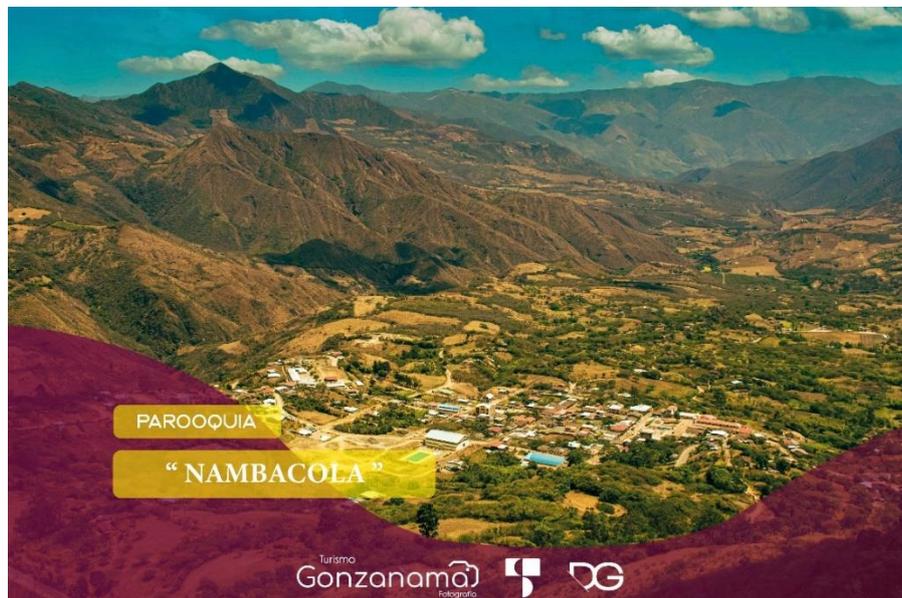
Cerro Ingahurco



Nota: Herrera (2022)

Figura 27

Cerro Ingahurco



Nota: Herrera (2022)

Figura 28

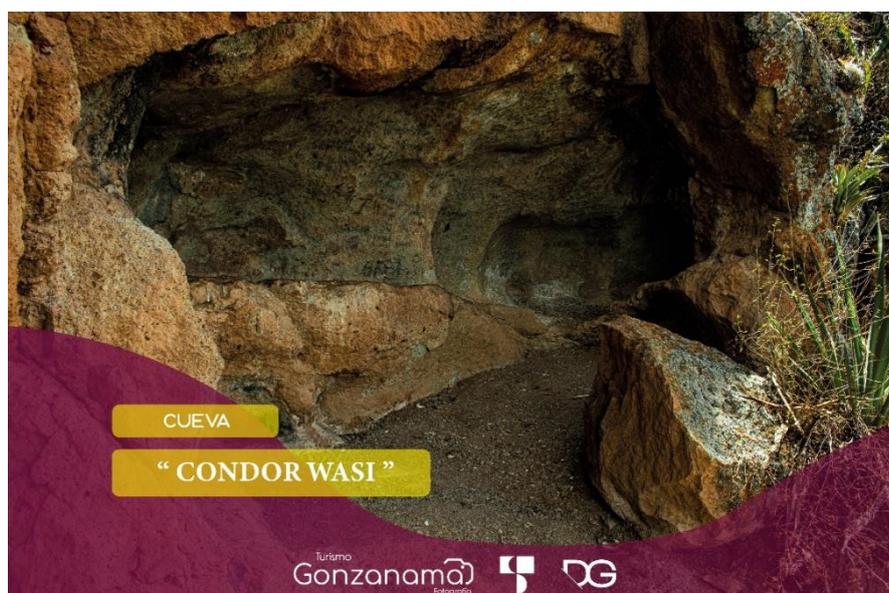
Parroquia Nambacola



Nota: Está ubicada al noreste del Cantón Gonzanamá; bañada en sus en sus costados Norte y Este por las aguas del rio Catamayo que sirve de límite natural con los cantones de Catamayo y Paltas.

Figura 29

Cuevas del Cóndor



Nota: El grafico representa al Cóndor Wasi que es un cerro que posee unas cuevas, las cuales de acuerdo a los relatos de los ancianos del lugar servían en el pasado como lugar estratégico y sagrado. Es un espacio con un gran valor histórico.

Figura 30

Sendero Cóndor Wasi



Nota: A estas cuevas se puede llegar a pie, en caballo o bicicleta pasando a través de impresionantes paisajes del bosque seco conocido como Bosque Protector Santa Rita.

Figura 31

Cóndor Wasi



Nota: Herrera (2022)

Figura 32

Cóndor Wasi



Nota: Herrera (2022)

Figura 33

Cóndor Wasi



Nota: Herrera (2022)

Figura 34

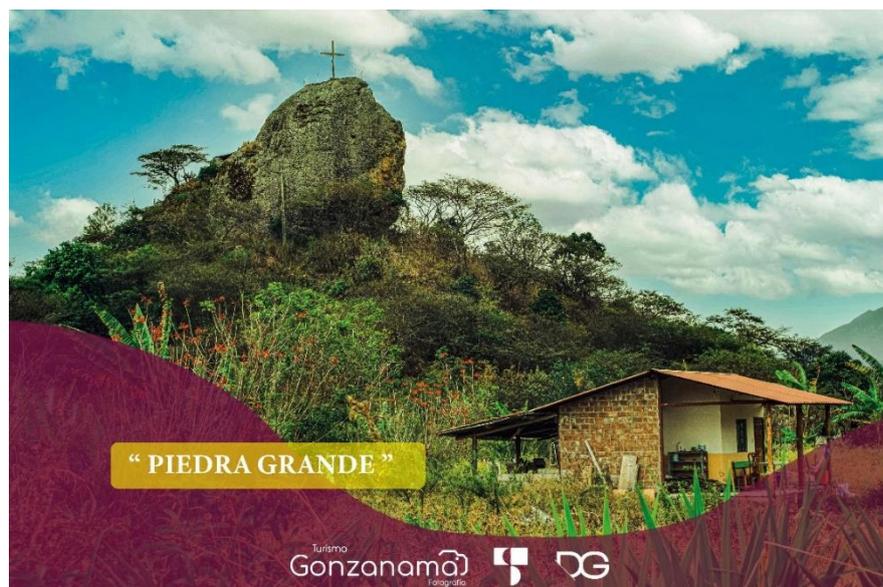
Piedra Grande



Nota: Se visualiza una roca maciza de gran dimensión que tiene una altura aproximada de 80 metros en cuya reposa una cruz iluminada desde este sitio se obtiene una excelente vista panorámica

Figura 35

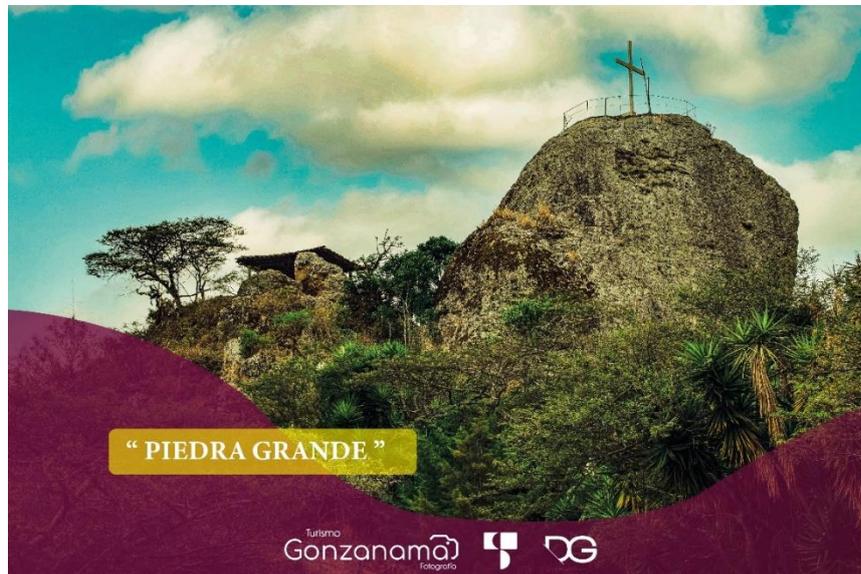
Piedra Grande



Nota: A través de esta figura se puede mencionar que esta creencia de colocar una cruz en la cima de la piedra proviene de los antepasados para que esta no siga creciendo, además también se lo realiza en los cerros.

Figura 36

Piedra Grande



Nota: Herrera (2022)

Figura 37

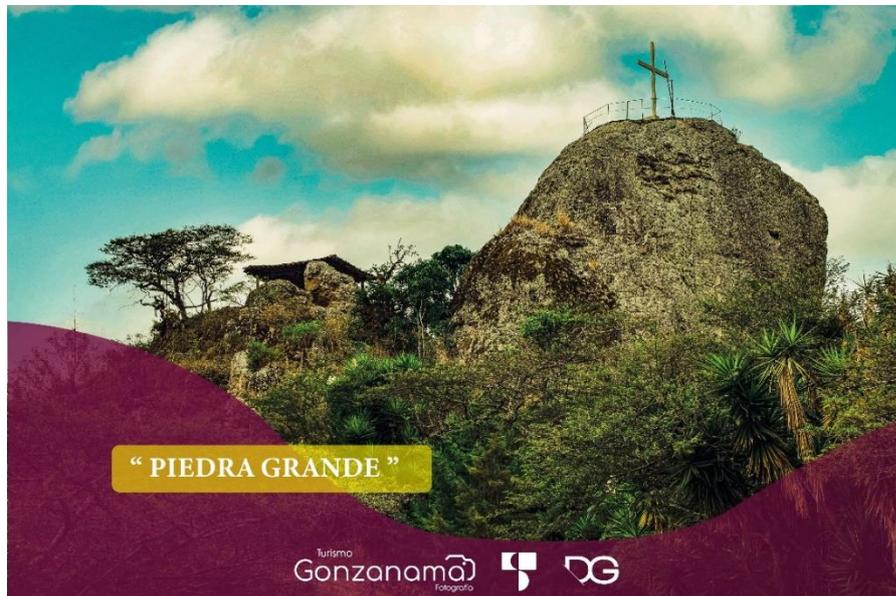
Piedra Grande



Nota: Herrera (2022)

Figura 38

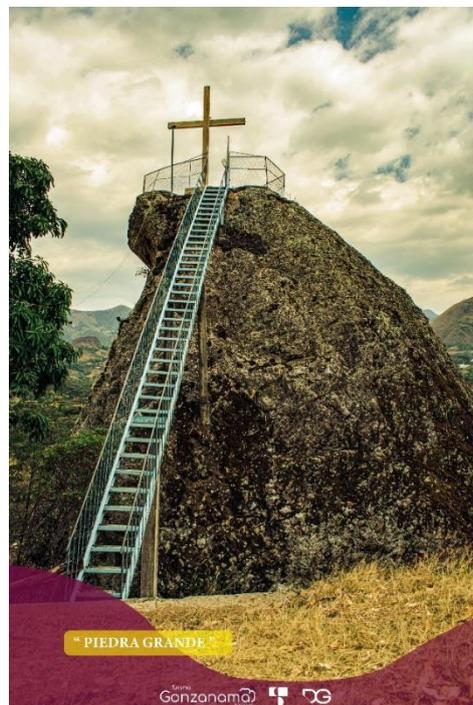
Piedra Grande



Nota: Herrera (2022)

Figura 39

Piedra Grande



Nota: Herrera (2022)

Pots Instagram

Figura 40

Post Cero Ingahurco



Nota: Se visualiza un grafico en el cual se señala una pequeña referencia del Cerro Colambo incluyendo su ubicación y su formacion por lengua aborigenes.

Figura 41*Cerro Ingahurco*

Nota: Este gráfico del cerro ingahurco se visualiza la forma en la cual se dará conocimiento a través de las plataformas digitales de los lugares turísticos del Cantón Gonzanamá.

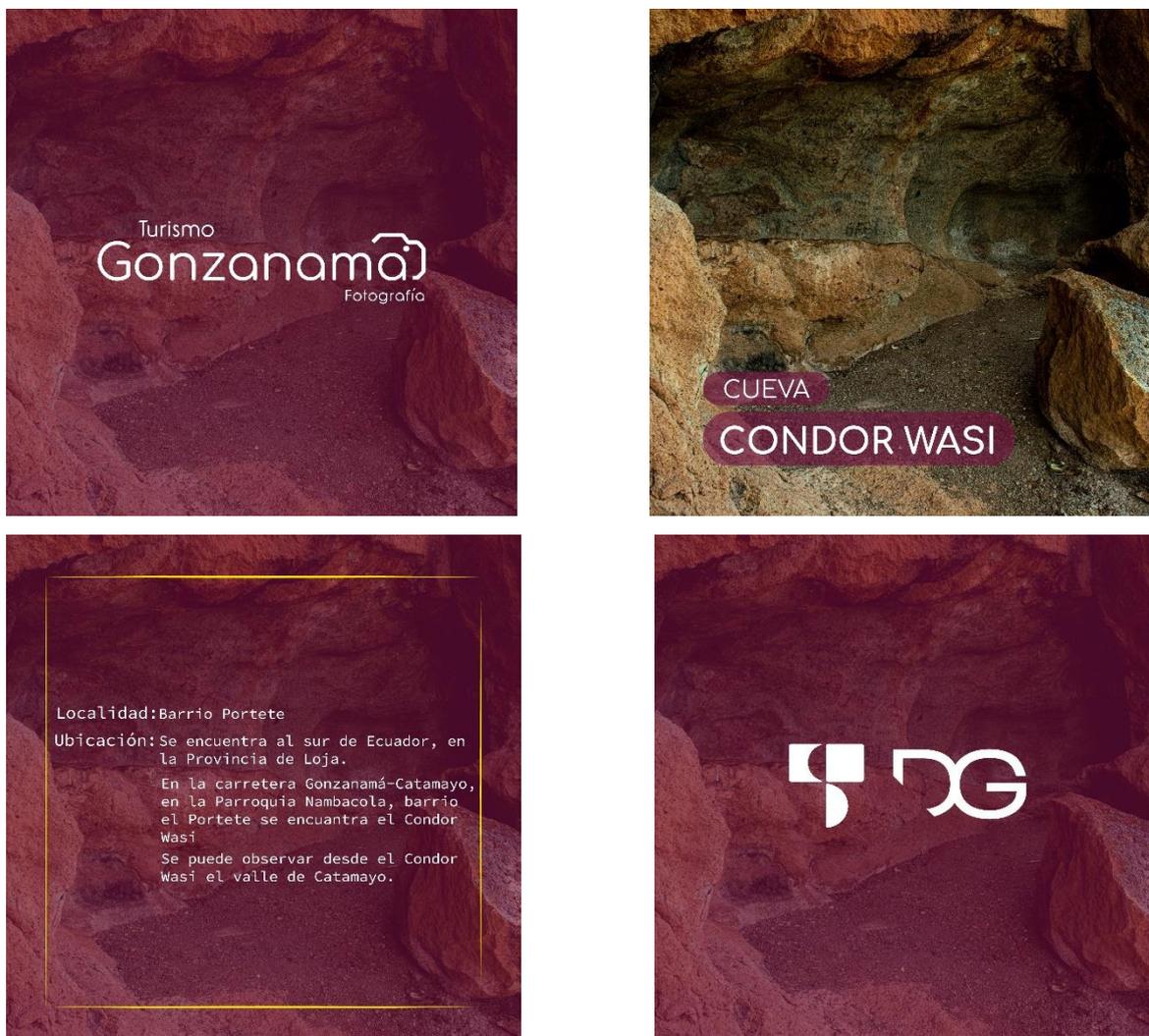
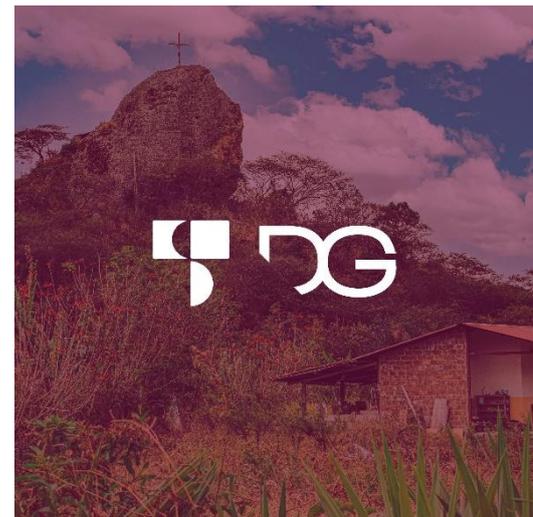
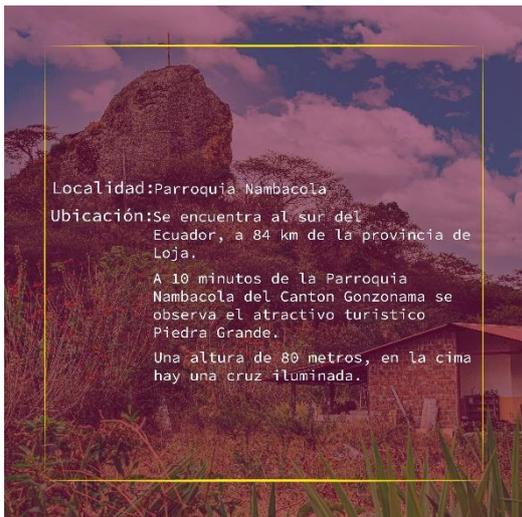
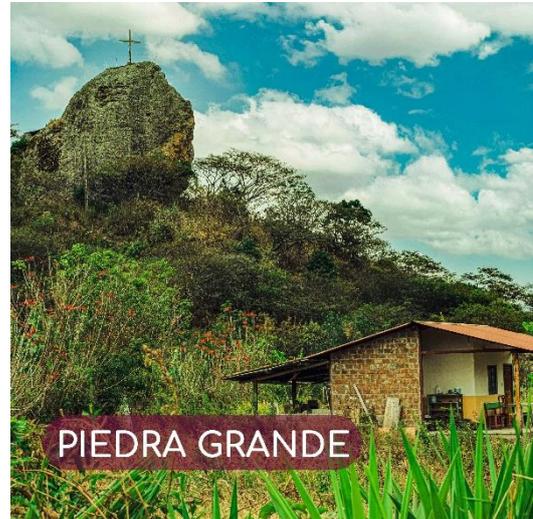
Figura 42*Cóndor Wasi**Nota: Herrera (2022)*

Figura 43

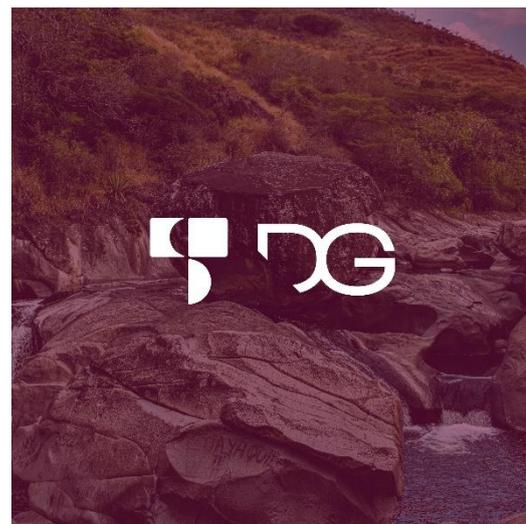
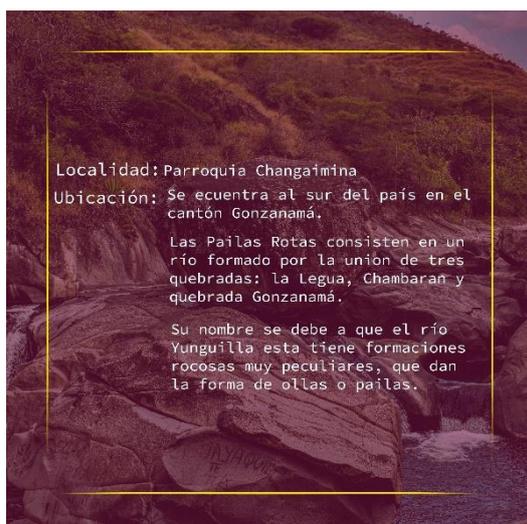
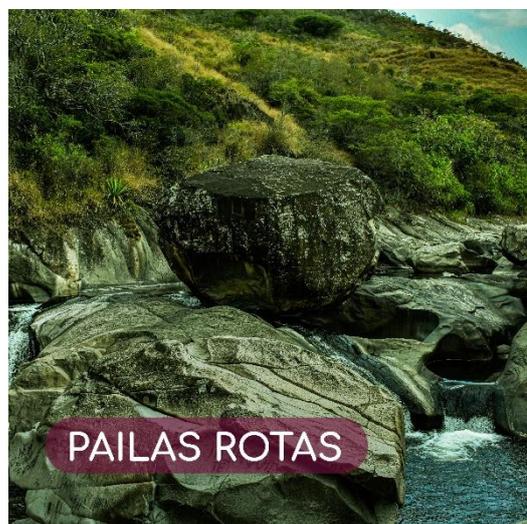
Piedra Grande



Nota: Herrera (2022)

Figura 44

Pailas Rotas



Nota: Herrera (2022)

Link Del drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1LJIBcb9T3MojlK0kq61hLg7C11SFDOYq?usp=sharing>

13. Conclusiones

Mediante el conversatorio realizado con algunas autoridades del GAD de Gonzanaamá se puede concluir que este cantón cuenta con una gran variedad de recursos culturales que se destacan por su valor único, pero ende en ese sentido no se está prestando una atención adecuada que contribuya a que los turistas puedan acudir a estos lugares, visitarlos y poder apreciar la belleza de los mismos ya que mencionan las mismas autoridades que no existe señalización adecuada y no se da la correcta difusión para que la ciudadanía pueda tener conocimiento.

Con el levantamiento de información correspondiente al diagnóstico turístico mediante las encuestas realizadas se concluye que con la elaboración del material publicitario se aportará y fortalecerá de manera significativa la gestión de la actividad turística en la parroquia Gonzanamá, y mejorará las técnicas y conocimientos de la población sobre el turismo, asumiendo su implementación como una alternativa de desarrollo económico, social, ambiental y turístico.

Es claro que mediante la estructura del diseño del material publicitario se busca que los turistas o la ciudadanía en general puedan visualizar los atractivos, lo que permitirá convertir esta propuesta en una acción planificada para el desarrollo del turismo en el cantón, atrayendo de esta manera turistas tanto locales, nacionales y extranjeros.

Se concluye que con el resultado de la socialización de los resultados se determinó que el conocimiento y acceso a los diferentes atractivos turísticos aportara al desarrollo turístico del cantón ya que se han tomado en cuenta los principales atractivos turísticos culturales, pero una de las limitantes es el acceso a los mismos ya que la red vial cantonal se encuentra en mal estado.

14. Recomendaciones

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Gonzanamá, que realice campañas de difusión de sus atractivos turísticos con mayor apertura a los lugares poco conocidos.

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Gonzanamá, utilizar la marca establecida ya que la misma planteara una forma de promoción del cantón entorno al sector turístico, la cual involucrara diferentes atractivos naturales.

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Gonzanamá, gestionar y asignar recursos económicos dentro de su planificación anual para la conservación y mejoras de los accesos a dichos lugares, todo esto con el fin de brindar al turista un lugar de esparcimiento adecuado.

A través de la investigación realizada y de las encuestas analizadas la sociedad opina que existe una evidente falta de información sobre estos lugares por ende se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Gonzanamá, fijar un punto informativo para que las personas puedan acceder a las suficientes referencias de estos lugares.

15. Bibliografía

- Arias, F. (2006). *El Proyecto de la Investigación*. Episteme .
- BEARE, H. (1992). *Como conseguir centros de calidad*. La muralla.
- Bouillon, R. (2012). *Introducción al turismo*. Mexico: Trillas.
- Ceballos, H. (1998). *Ecoturismo naturaleza y desarrollo sostenible*. Mexico: DIANA, S.A.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw-Hill Interamericana.
- Dilon, L. (2004). *El Libro Planificación*. Caracas: Vadell Hermanos.
- Dominguez, R. (2006). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Obtenido de Introducción a la Gestión Empresarial: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/g-introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/g-introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr%20(1).pdf)
- Elian, P. (2010). *las locuras del mundo*. Loja: los colibries.
- Gomes, F. (2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/#:~:text=Los%20medios%20digitales%20son%20espacios,bloggers%20o%20sitios%20de%20noticias>.
- Husserl, E. (1962). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Jimenez, E. (2022). *Guayas del norte*. Porovelo: Los colibries.
- Komiya, R. (2004). *Marketing para PYMES*. Peru: Reimpresión. n/d.
- Martinez, M. (2006). *la nueva ciencia: su desafío lógico y método*. Mexico: Trillas.
- Ministerio de Salud Pública, E. (06 de Abril de 2020). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>
- Munari, B. (2016). *¿cómo nacen los objetos?* Barcelona: GG.
- Ramirez, M. (1992). *Teoría General del Turismo*. Obtenido de http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm#_ftn1

- Real Academia Española, D. (2021). Obtenido de <https://dle.rae.es/estimular>
- Rios, G. (2016). *Los retos para la transformación productiva de América Latina*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S025285842016000100004
- Robson, C. (2002). *Investigación del mundo real: un recurso para científicos sociales y*. Oxford Blackwell Publishers Ltd.
- Ruiz, A. (2022). *ESDESIGN*. Obtenido de <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio/el-disenio-digital-como-presente-y-futuro>
- Russell, T., & Lane, R. (2005). Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://virtual.urbe.edu/tesispub/0096186/cap02.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, E. (2013). *Transformación de la Matriz Productiva*. . 07.
- Sierra Bravo, R. (1984). *Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios*. . Madrid: Paraninfo.
- UTPL. (2009). *Una Mirada de Loja*. Loja: UTPL.
- Visauta, B. (1989). *Técnicas de investigación social*. Barcelona: Publicaciones Universitarias .

16. Anexos

16.1 Presupuestos

16.1.1 Materiales básicos

Tabla 13

Materiales básicos

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Derecho para la realización del proyecto	950,00
Impresión de documentos	20,00
CD	5,00
Internet	40,00
Hoja valorada	2,00
Impresión de manual de marca	25,00
Luz	40,00
Hojas de papel boom	3,00
Impresión de fotografías	120,00
Derecho de Abstract	5,00
TOTAL	1210,00

Nota: Dennis Herrera

16.1.2 Materiales tecnológicos

Tabla 14

Materiales tecnológicos

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Computadora	1300,00
Flash	25,00
Alquiler de cámara	50,00
TOTAL	1375,00

Nota: Dennis Herrera

16.1.3 Presupuesto total

Tabla 15

Presupuesto total

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Materiales básicos	1210,00
Materiales tecnológicos	1375,00
TOTAL	2585,00

Nota: Dennis Herrera

16.2 Cronograma

Tabla 16

Cronograma secretaria ISTS

SEMANA	FECHA	ACTIVIDAD
Primera	Lunes 04 al 09/10/2022	Socialización ante los estudiantes investigadores del Reglamento Especial de Titulación ISTS, deberes y responsabilidades en cuanto a asistencia y cumplimiento de avances en apego al cronograma de titulación. Socialización del cronograma de titulación. Orientación referente a las líneas de investigación del Instituto y los problemas que se pretenden solucionar con la investigación (proyecto de investigación de fin de carrera).
Segunda	Lunes 11 al 16/04	Refuerzo en problema a trabajar en base a las líneas de investigación
Tercera	Lunes 18 al 23/04	Identificación del problema
Cuarta	Lunes 25 al 30/04	Planteamiento del tema
Quinta	Lunes 02 al 07/05	Elaboración de justificación
Sexta	Lunes 09 al 14/05	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos
Séptima	Lunes 16 al 21/05	Elaboración del marco
Octava	Lunes 23 al 28/05	institucional y marco teórico.
Novena	Lunes 30/05 al 04/06	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la

		investigación.
Décima	Lunes 06 al 11/06	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía.
Décima primera	Sábado 18/06	Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado Académico con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, terna, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el tutor del grupo.
Décima segunda Décima tercera Décima cuarta	Lunes 20/06 al 09/07	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 quinta	Lunes 11 al 16/07	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima sexta	Lunes 18 al 23/07	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima séptima	Lunes 25 al 3 0/07	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima octava	Lunes 01 al 06/08	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima novena	Lunes 15 al 20/08	Desarrollo de investigación y propuesta de acción

Vigésima	Lunes 22 al 27/08	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima primera	Lunes 29/08 al 03/09	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima segunda	Lunes 05 al 10/09	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima tercera	Lunes 12 al 17/09	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima cuarta	Lunes 19 al 24/09	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador de proyecto de investigación.
Vigésima quinta	Lunes 26/09 al 01/10	Revisión integral del proyecto Revisión del esquema de la investigación en base al Manual de Titulación del ITSS, impresión de certificados varios y documentos legales solicitados en el Manual ITSS y Secretaría del ITSS, revisión y legalización por parte del director (firmas), impresión y anillado.
Vigésima sexta	Viernes 07 y 08/10	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera según el horario que secretaria ITSS indique en sus correos institucionales y al Academicok ISTS.

Nota: Secretaria ISTS

16.3 Formato de la entrevista

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

1. ¿Cree Ud. Que el Cantón Gonzanamá es conocido por sector de turismo?
2. ¿Cree Ud. ¿Que la elaboración de una galería fotográfica, que muestre a la sociedad los atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá, traerá beneficios?
3. ¿Cree Ud. Que las autoridades de Loja y del Cantón Gonzanamá se preocupan por incentivar el turismo en esta localidad?
4. ¿Existen dentro del Cantón Gonzanamá facilidades turísticas para llegar hacia distintos atractivos como: medios de transporte, etc.?
5. ¿Existen instituciones que brindan ayuda o apoyan a promocionar los atractivos naturales y turísticos del Cantón Gonzanamá?

16.4 Formato de la encuesta

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

TEMA: Diseño de material publicitario para el conocimiento de atractivos turísticos del Cantón Gonzanamá de la provincia de Loja.

Sr./Sra. esta encuesta tiene la finalidad de recopilar información sobre la promoción lugares turísticos del Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja.

“Una imagen vale más que mil palabras”

1. ¿Es de su conocimiento que el Cantón Gonzanamá posee un alto potencial turístico?

Si ()

No ()

2. ¿Conoce usted cuáles son los lugares turísticos de este cantón?

Si ()

No ()

3. ¿Es de su conocimiento algún tipo de promoción de los lugares turísticos del cantón Gonzanamá?

Si ()

No ()

4. ¿Considera usted oportuna la ejecución de un proyecto en el cual se dé a conocer los lugares turísticos del cantón Gonzanamá a través de una galería fotográfica?

Si ()

No ()

5. ¿Qué tipo de contenido desearía usted que se presente dentro de esta galería fotográfica?

Gastronomía ()

Tradiciones ()

Lugares turísticos ()

6. ¿Cree usted que la falta de promoción sea motivo para el desconocimiento de los atractivos turísticos de Gonzanamá?

Si ()

No ()

7. ¿En algún medio de comunicación detallado a continuación ha observado información sobre los atractivos que posee el cantón Gonzanamá?

Televisión ()

Radio ()

Redes sociales:

Muchas gracias por su atención.

16.5 Formato de declaración juramentada

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, De noviembre del 2022

Nombres:

Apellidos:

Cédula de Identidad:

Carrera:

Semestre de ejecución del proceso de titulación: abril-septiembre

“

”

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

.....

C.I. 1150097994

16.6 Formato de acta de sesión de derechos

**ACTA DE SECCIÓN 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....., en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. -....., realizó la Investigación titulada para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlgo. Edwin Fabricio Chuico.

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....., en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y..... como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto de investigación de fin de carrera titulado a favor del Instituto Superior Tecnológico 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 año 2022.

.....

Tlg. Edwin Fabricio Chuico Medina

.....

Dennis Abrahan Herrera Jaramillo

16.7 Evidencias

16.7.1 Entrevista

Figura 45

Evidencia entrevista



Nota: Evidencia de la entrevista realizada.

16.7.2 Retoque de fotografías

Figura 46

Evidencia Retoque de Fotografía



Nota: Herrera (2022)

16.7.3 Fotos de los lugares turísticos

Figura 47

Piedra Grande



Nota: Dennis Herrera

Figura 48

Cerro Colombo



Nota: Dennis Herrera

Figura 49*Cerro Ingahurco**Nota: Dennis Herrera***Figura 50***Las Pailas rotas**Nota: Dennis Herrera*

Figura 51

Cueva del Cóndor



Nota: Dennis Herrera

17. Director de investigacion

Loja, 02 de noviembre del 2022

Tlgo. Edwin Fabricio Chuico Medina

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN**CERTIFICA:**

Que la Sr. Dennis Abrahan Herrera Jaramillo de con CI: 1150097994 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación de fin “DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA PROMOVER EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERÍODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2022.”, que se ha sido revisado, aprobado y se encuentra con el 100% de su cumplimiento e implementación, a continuación se adjuntó los insumos de la propuesta de acción.

- 25 fotografías artes para Facebook
- 6 artes para post de feed para Instagram

Sin otro particular que indicar, autorizo su entrega.

f. _____

Tlgo Edwin Fabricio Chuico Medina

TUTOR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DG - ISTS