

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

CREACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA PROMOVER EL TURISMO
EN EL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA EN EL PERIODO
ABRIL SEPTIEMBRE 2022

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

AUTOR:

OCAMPOS PUGLLA EDDY BYRON

DIRECTOR:

TLGO. OCHOA MONCADA CARLOS ANDRÉS

Loja, 02 de noviembre del 2022

Loja, 02 de noviembre del 2022

Tlgo. Carlos Ochoa Moncada

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que el Sr. Eddy Byron Ocampos Puglla con CI: 1105353641 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación de fin de carrera “**Creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro, provincia de Loja en el Periodo Abril-septiembre 2022**”, que se ha sido revisado y se encuentra con un 100% del trabajo con la entrega de los siguiente insumos los mismos que se han implementado con las modificaciones del Tribunal de Grado.

- 6 Artes para redes
- 6 Videos

Sin otro particular que indicar, autorizo su entrega.

f.  _____

Tlgo. Carlos Andrés Ochoa Moncada

TUTOR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DG - ISTS

Autoría

Loja, 02 de noviembre del 2022

Yo, Eddy Byron Ocampos Puglla estudiante del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano a continuación certifico que los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos vertidos en el presente proyecto de investigación de fin de carrera son absolutamente responsabilidad de mi persona.



Eddy Byron Ocampos Puglla

C.I. 1105353641

Dedicatoria

El presente trabajo dedico con total gratitud, cariño y afecto a mis padres, Román y Lucila, quienes con su gran esfuerzo me han impulsado a seguir en adelante para alcanzar mis objetivos.

Byron Ocampos

Agradecimiento

Mi más sincero agradecimiento a Dios por haberme dado la vida y por haberme bendecido con una grandiosa familia, quienes me han brindado su apoyo incondicional y gracias a sus sabios consejos me han motivado a construir mi propio camino.

A los docentes del ISTS, en especial a los de la carrera de Diseño Gráfico, que con sus enseñanzas engrandecieron mis conocimientos, los cuales me ayudaron a crecer como persona y en un futuro me ayudarán al desempeño de mi profesión.

Byron Ocampos

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA

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

PRIMERA. – Por sus propios derechos; el Tlgo. Carlos Andrés Ochoa Moncada, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Eddy Byron Ocampos Puglla, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos.

SEGUNDA. – Eddy Byron Ocampos Puglla, realizó la investigación titulada “creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo 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. Carlos Andrés Ochoa Moncada.

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. Carlos Andrés Ochoa Moncada, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Eddy Byron Ocampos Puglla 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 “creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo abril septiembre 2022” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceder 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, en la ciudad de Loja, en el mes de septiembre del año 2022.



Tlgo. Carlos Andrés Ochoa Moncada

DIRECTOR

C.I. 1104021686



Eddy Byron Ocampos Puglla

AUTOR

C.I. 1105353641

Declaración Juramentada

Loja, 02 de noviembre del 2022

Nombre: Eddy Byron

Apellidos: Ocampos Puglla

Cédula de Identidad: 1105353641

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Abril – septiembre 2022

Tema del proyecto de titulación de fin de carrera con fines de titulación:
Creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo 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 ha 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 de 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 la consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normativa vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja.



Eddy Byron Ocampos Puglla

C.I. 1105353641

1. Índice de contenido

1. Índice

Autoría	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA	VI
1. Índice de contenido	10
1.1. Índice de tablas	13
1.2. Índice de figuras	14
2. Resumen	15
3. Abstract	16
4. Problema	17
5. Tema	20
6. Justificación	22
7. Objetivos	24
General	24
Específicos	24
8. Marco teórico	25
8.1. MARCO INSTITUCIONAL	25
8.2. Marco conceptual	30
Capítulo I	30
Turismo En El Cantón Saraguro	30
¿Qué es el turismo?	30
Importancia económica del turismo	30
Parroquias del cantón Saraguro	30
Lugares turísticos más visitados del Cantón Saraguro	36

	11
Gastronomía	37
Capítulo II	38
Turismo Comunitario	38
¿Qué es el Turismo Comunitario?	38
Tipos De Turismo Comunitario	38
Actividades Que Se Realizan En El Turismo Comunitario	41
8.3. Metodología	44
Método Fenomenológico	44
Método Hermenéutico	44
Método Práctico Proyectual	45
Observación	45
Encuesta	46
Entrevista	46
8.4. Determinación De La Muestra	48
Proyección de la Población	48
Aplicación de la Fórmula	49
8.5. Análisis de resultados: cuantitativo y cualitativo	50
9. Propuesta De Acción	59
9.1. Introducción	59
9.2. Nombre del proyecto	60
9.3. Marca del proyecto	60
9.4. Público objetivo	61
9.5. Material audiovisual	61
9.6. Guion	61
9.7. Producción y postproducción	63
9.8. Campaña publicitaria	63
9.9. Creación de página en redes sociales	64

	12
9.10. Artes redes sociales	65
10. Conclusiones	66
11. Recomendaciones	67
12. Referencias	68
13. Anexos	73
13.1. Anexo 1. Certificación de aprobación del proyecto	73
13.2. Anexo 2. Cronograma	74
13.3. Anexo 3. Materiales y presupuesto	79
13.4. Anexo 4. Certificación del Abstract	80
13.5. Anexo 5. Formatos	81
13.6. Anexo 6. Entrevista	85
13.7. Anexo 7. Encuesta	86
13.8. Anexo 8. Evidencia Fotográfica de la Entrevista	89
13.9. Anexo 9. Evidencia Fotográfica de la Filmación	90
13.10. Anexo 10. Fotografía de socialización	91

1.1. Índice de tablas

Tabla 1. Pregunta 1 de la encuesta	50
Tabla 2. Pregunta 2 de la encuesta	51
Tabla 3. Pregunta 3 de la encuesta	52
Tabla 4. Pregunta 4 de la encuesta	53
Tabla 5. Pregunta 5 de la encuesta	54
Tabla 6. Pregunta 6 de la encuesta	55
Tabla 7. Pregunta 7 de la encuesta	57
Tabla 8. Pregunta 8 de la encuesta	58
Tabla 9. Guion técnico	61
Tabla 10. Plan de medios	63
Tabla 11. Cronograma de titulación	74
Tabla 12. Material para el desarrollo del proyecto	79
Tabla 13. Entrevista	85

1.2.Índice de figuras

Figura 1. Logo Institucional.....	25
Figura 2. Modelo educativo	28
Figura 3. Porcentaje de la pregunta 1 de la encuesta	50
Figura 4. Porcentaje de la pregunta 2 de la encuesta	51
Figura 5. Porcentaje de la pregunta 3 de la encuesta	53
Figura 6. Porcentaje de la pregunta 4 de la encuesta	54
Figura 7. Porcentaje de la pregunta 5 de la encuesta	55
Figura 8. Porcentaje de la pregunta 6 de la encuesta	56
Figura 9. Porcentaje de la pregunta 7 de la encuesta	57
Figura 10. Porcentaje de la pregunta 8 de la encuesta	58
Figura 11. Marca del proyecto	60
Figura 12. Edición de video	63
Figura 13. Red social Instagram	64
Figura 14. Red social Facebook.....	65
Figura 15. Lugares turísticos del cantón Saraguro.....	65
Figura 16. Encuesta en Google Forms	86
Figura 17. Entrevista realizada vía videollamada	89
Figura 18. Filmación	90

2. Resumen

El presente trabajo de investigación, hace referencia al turismo comunitario dentro del cantón Saraguro, mismo que se ha visto afectado principalmente por la carencia de información de cada centro turístico y por la pandemia de la Covid-19, la cual ha generado grandes pérdidas económicas en el sector turístico a nivel cantonal, es por ello, que, se ha considerado que la alternativa ante esta problemática es la creación de una campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo abril-septiembre 2022.

El objetivo principal fue “implementar una campaña publicitaria mediante la producción de material audiovisual para promover el turismo comunitario en el cantón Saraguro, provincia de Loja”, y para llegarlo a cumplir se utilizaron diferentes métodos tales como el fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual; asimismo se utilizaron técnicas como la encuesta y la observación directa, las cuales permitieron recolectar información acerca de los diferentes sitios turísticos que posee el cantón Saraguro.

Por medio de una encuesta aplicada a 380 habitantes saragurenses se pudo evidenciar que no existe suficiente información para llegar a cada centro turístico, por lo que se determinó plantear una propuesta de acción, donde se elaboró material audiovisual de los diferentes lugares turísticos y cuya finalidad fue dar a conocer la riqueza que conserva este noble cantón.

Finalmente, se concluye que en el cantón Saraguro existen varias atracciones turísticas tanto en su cabecera cantonal como en sus parroquias, las cuales en su mayoría no son conocidas por la ciudadanía debido al carecimiento de información de los diferentes sitios turísticos, por lo que se recomienda a los habitantes y autoridades brindar a la ciudadanía mayor información de cada lugar turístico para que tengan un mayor conocimiento de dichos lugares a ser explorados y así disfruten de una experiencia inolvidable.

3. Abstract

The present research work focuses on community tourism in the Saraguro canton, which has been affected mostly by the lack of information of each tourist center and by the Covid-19 pandemic, which has generated huge economic losses in the tourism sector at cantonal level, therefore, it has been determined that the solution to this problem is the development of an advertising campaign to promote tourism in the Saraguro canton of Loja province in the academic period April-September 2022.

The main objective was "to develop an advertising campaign through the production of audiovisual material to promote community tourism in the Saraguro canton, in Loja province", and in order to achieve it, different methods were used, such as phenomenological, hermeneutic and practical approaches; techniques such as surveys and direct observation were also used, which allowed to gather information about the different tourist sites in the Saraguro canton.

The survey applied to 380 Saragurenses inhabitants showed that there is not enough information available to visit each tourist center, thus it was determined to elaborate an audiovisual material of the different tourist sites in order to promote the heritage preserved in this remarkable canton.

Finally, it was concluded that in Saraguro canton there are many touristic attractions both in the cantonal capital and in its parishes, which are not well known by the inhabitants due to the lack of information about the different touristic sites. Therefore, it is recommended that the inhabitants and authorities provide the visitors some information about each touristic place and provide them with a better understanding of these places to be explored so that they have a memorable experience.

4. Problema

El turismo con el pasar de los años se ha convertido en un fenómeno social, cultural y sobre todo un pilar fundamental para el desarrollo y sostenibilidad económica, ambiental y social de todo el mundo. El sector turístico fortalece la actividad económica, pues genera muchas oportunidades de trabajo y/o destinos para viajar y conocer los distintos lugares, convirtiéndose de esta manera en una de las industrias con mayor crecimiento (Organza y Morales, 2016).

Sin embargo, el año 2020 nos sorprendió con la llegada de la crisis sanitaria llegó a cambiar drásticamente la vida de todas las personas, afectando de esta manera al sector turístico, educativo, productivo, económico, cultural y social a nivel global.

El impacto que generó en las empresas turísticas y en los trabajadores fue, es y sigue siendo significativo, viéndose todo este sector afectado a causa de las medidas implementadas durante la cuarentena mundial obligatoria.

De esta manera el brote del COVID19 ha tenido un impacto devastador en la economía y el empleo de los países. La industria del turismo ha llegado a resultar golpeada por las medidas adoptadas para contener la pandemia, viendo aún remota la posibilidad de volver a la normalidad.

En este contexto, existen diversos estudios relacionados al impacto del sector turístico tras la crisis sanitaria, por ejemplo:

La crisis pandémica ha causado la mayor afectación en los viajes y el turismo internacional, varios de los destinos del mundo comenzaron a establecer restricciones de viajes, debido a la declaración de pandemia mundial dictada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), afectando directamente de esta manera al sector turístico internacional principalmente en las regiones de África, Medio Oriente, Asia y el Pacífico en un 100% de restricciones de viajes, mientras que en Europa el 93% y en América el 92% (Organización Mundial de Turismo [OMT], 2020).

En el Ecuador, antes del 2020 el sector turístico se encontraba en un constante crecimiento, sin embargo, hoy en día se ve afectado por la emergencia sanitaria. El bloqueo en las fronteras de los países vecinos, disminuyó la demanda de los visitantes

por lo que se vio afectado el turismo y todas las personas que dependen de este sector (trabajadores, agricultores, comerciantes) (Ministerio de Turismo [MT], 2020).

Por lo expuesto, la afectación de la crisis sanitaria al sector del turismo se ve influenciado por las restricciones de viajes acogidas por los diferentes gobiernos con la finalidad de evitar la propagación del virus, teniendo como efectos servicios inactivos de aerolíneas, transporte terrestre y marítimo, hoteles, restaurantes, entre otros (OMT, 2020).

Cabe recalcar que, el turismo es un sector que contribuye al desarrollo socioeconómico de un país y también, es un generador de oportunidades de empleo gracias a los grandes, medianos y pequeños emprendimientos creados por personas con ganas de sobrevivir y aportar al desarrollo de cierto país, dichos emprendimientos cubren actividades turísticas como alojamiento, alimentos, bebidas, operadores turísticos, agencias de servicios turísticos y transporte de pasajeros en sus distintas movilidades.

El Cantón Saraguro es una de las localidades que forman parte del programa de desarrollo turístico Pueblos Mágicos Ecuador – Cuatro Mundos. La riqueza histórica de su etnia, sus encantos naturales y el trabajo articulado entre las autoridades locales y el Ministerio de Turismo, han hecho posible que el cantón alcance este reconocimiento. Saraguro posee potencial natural y cultural para ofrecer al mundo. Su oferta turística está compuesta por servicios posicionados, ya sea en materia gastronómica, emprendimientos, aventura y agroturismo.

Lugares turísticos como: El Baño del Inka, bosque nublado de Washapamba, el León Dormido, el Salado de Turucachi, el Cerro de Putushio, la Laguna de Chinchilla, el Cerro de Arcos, entre otros, se destacan a lo largo de su territorio. Saraguro, un bello cantón poblado por mestizos e indígenas, son quienes muestran sus habilidades artesanales a cada paso, en tejidos de lana y orfebrería en metales preciosos y mullos; casi toda la materia prima es trabajada a mano, dando como resultado hermosas piezas que son de gran apreciación en el mercado internacional.

Esta tierra milenaria se ha destacado no solo por ser un pueblo lleno de cultura y tradiciones, sino que también ha obtenido reconocimientos como: “Lo mejor de Loja”, una insignia alcanzada gracias al sabor de su café, que también ha obtenido los

primeros lugares en subastas internacionales. En esta zona también se puede observar al cóndor andino, así como también realizar turismo comunitario donde destaca su comida típica (MT, 2021).

El confinamiento provocado por el Covid-19 genera una pérdida económica en el sector turístico del Cantón Saraguro en el periodo abril septiembre 2022.

5. Tema

Creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el Cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo abril septiembre 2022.

Línea de investigación

Biodiversidad, Patrimonio Cultural, Natural y Gastronómico.

Sublínea o núcleo problematizador

Turismo comunitario.

6. Justificación

En Ecuador, el turismo en general es considerado como una de las actividades que genera grandes ingresos económicos, esto debido a que nuestro país posee en cada una de sus regiones una gran diversidad natural, cultural y gastronómica. Por ello, crear una campaña publicitaria es una alternativa para promover el turismo comunitario en el cantón Saraguro de la provincia de Loja, la misma que ayudará a dar a conocer cada uno de los bellos lugares que posee este noble cantón.

Además, el presente trabajo de investigación dirigido a la creación de una campaña publicitaria para promover el turismo en el Cantón Saraguro de la provincia de Loja es necesario para la obtención del título de Tercer Nivel Tecnológico en la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja. Su importancia radica en que de alguna manera la investigación se constituya como un recurso de utilidad educativa, de trabajo o de estudio tanto para docentes, estudiantes y comunidad en general.

Esta investigación es posible de realizar y poner en práctica, dado que, se tiene la formación académica adecuada, la misma que se adquirió durante los años de estudio en la Carrera de Diseño Gráfico, cuyos conocimientos permitirán la utilización de ciertos recursos tecnológicos para la creación de campañas publicitarias; además existen los recursos económicos y la predisposición para seguir en adelante con su ejecución.

Además, promover el turismo comunitario en el cantón Saraguro con el apoyo de una campaña publicitaria permitirá descubrir y dar a conocer los hermosos lugares que posee cada una de sus parroquias y comunidades, tanto a nivel nacional como internacional, y en la que sus habitantes tendrán la oportunidad de convertirse en guías turísticos y prestar servicios (alimentación, hospedaje, cabalgatas, senderismo, juegos, entre otros) a las diferentes personas que visiten dichas localidades.

Cabe mencionar, que el desarrollo de la presente propuesta trata de motivar a la ciudadanía del cantón Saraguro a apreciar más su cultura y tradición, a aprovechar de una mejor manera los recursos naturales que poseen y así generar mayores ingresos económicos, los mismos que servirán para el mejoramiento de la calidad de vida de su

población.

Por otra parte, es importante la participación de los habitantes de la comunidad o parroquia, autoridades gubernamentales y las organizaciones o asociaciones no gubernamentales para minimizar los impactos negativos y así contribuir en el cuidado y protección del patrimonio cultural y natural que posee el cantón Saraguro.

El turismo comunitario incide de manera significativa en las relaciones sociales de todos sus participantes, debido a que genera varios beneficios como el desarrollo de productos turísticos regionales, generación de fuentes de empleo, producción de productos locales para su gastronomía. La creación de la campaña publicitaria para promover el turismo comunitario en el cantón Saraguro radica en que los visitantes se convierten en promotores del lugar visitado.

7. Objetivos

General

- Implementar una campaña publicitaria mediante la producción de material audiovisual para promover el turismo comunitario en el cantón Saraguro, provincia de Loja.

Específicos

- Analizar la situación actual del turismo comunitario en el cantón Saraguro a través de entrevistas o encuestas, con la finalidad de identificar cuál es la imagen que refleja dicho cantón.
- Identificar los lugares turísticos del cantón Saraguro menos visitados mediante la observación directa, con el fin de crear una campaña publicitaria y así fomentar el turismo comunitario en el cantón.
- Realizar una campaña publicitaria mediante una producción audiovisual informativo el cual promueve el turismo comunitario y dar a conocer las actividades que se desarrollan en cada sitio turístico que posee el cantón Saraguro.
- Difundir la producción audiovisual a través de una campaña de medios digitales para dar a conocer los lugares turísticos del cantón.

8. Marco teórico

8.1.MARCO INSTITUCIONAL

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO

Figura 1. *Logo Institucional*



Fuente: ISTS

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 nos 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.

2. MODELO EDUCATIVO

A través del modelo curricular, el modelo pedagógico y el modelo didáctico se fundamenta la formación tecnológica, profesional y humana que es responsabilidad y objetivo principal de la institución; cada uno de los modelos enfatiza en los objetivos y perfiles de salida estipulados para cada carrera, puesto que el fin mismo de la educación tecnológica que brinda el Instituto Sudamericano es el de generar producción de mano de obra calificada que permita el crecimiento laboral y económico de la región sur del país de forma prioritaria.

Figura 2. *Modelo educativo*



Fuente: 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 IST

8.2.Marco conceptual

Capítulo I

Turismo En El Cantón Saraguro

¿Qué es el turismo?

De acuerdo con la OMT (2007), el turismo es una de las industrias con mayor crecimiento en el mundo y que genera mayores empleos. Esta condición sumada a la característica de tener contacto directo con los consumidores, coincidiendo en el espacio y tiempo del servicio y el consumo del mismo, la convierte en una industria clave para difundir masivamente una cultura a favor de la protección del medio ambiente.

Importancia económica del turismo

Hoy en día el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

Parroquias del cantón Saraguro

En la actualidad el cantón Saraguro se encuentra integrado por una parroquia urbana: Saraguro y diez parroquias rurales, las cuales se describen a continuación:

Urdaneta

De acuerdo a una investigación realizada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (GADP) de Urdaneta (2019), esta parroquia se ubica a una distancia aproximada de 10 km de la cabecera cantonal de Saraguro. Cuenta con varios atractivos turísticos, pues, existe una diversidad ecológica, vestigios arqueológicos, gastronomía, vestuario, cultura y fiestas tradicionales. Entre los atractivos turísticos de esta parroquia se destacan los siguientes:

- **El Salado.** Este atractivo se encuentra en el barrio Turucachi, está constituido por unas rocas en formas de ruinas o terrazas de donde

brotan aguas que desembocan al río El Salado, entre los principales minerales que componen a estas rocas está el sodio, por lo que se puede observar alrededor de las rocas restos de sal impregnados en las paredes de esta, por tal razón el nombre del salado tanto por sus aguas salinas y por la presencia de sal en las rocas. Constituye un ojo de agua debido a que en la parte superior del conjunto de rocas se puede observar pequeños charcos de agua de cuyo interior emergen burbujas de agua.

- **León Dormido.** Este atractivo se encuentra en el barrio La Villa Carreña, es una formación geológica llamada también “la Leona”, tiene sendero de 1 Km de camino, desde la cúspide se aprecia parte de la cabecera cantonal de Saraguro y Urdaneta. Se debe observar cuidadosamente el cerro para encontrar la forma de cara y manos del león, en este lugar existe plantaciones de pino y pastizales.
- **La Cascada “Sharashi”.** Este lugar se encuentra ubicado en el barrio Gurudel. Esta cascada posee una gran belleza paisajística, donde se puede observar aves y mamíferos. Los pobladores de este barrio confeccionan tejidos con lana y con mullos, los cuales se han convertido en una actividad cotidiana del barrio, elaboran ponchos, chompas, abrigos, alforjas, anacos, cobijas, rebozo; la lana la obtienen de las ovejas.

El Tablón

El Tablón se encuentra ubicado al noroeste del cantón Saraguro, tiene una distancia aproximada de 26,6km hacia la cabecera cantonal, cuenta con una vía de primer orden que comunica a Loja y el Azuay. Esta parroquia tiene una extensión total de 96,83 km² y su temperatura oscila entre los 18° y 24° C.

Los habitantes de esta parroquia se dedican a la producción agrícola y ganadera. Además, celebran varias fiestas religiosas, las mismas que son de gran atracción para quienes la visitan, entre ellas tenemos: Corpus Cristi, San Antonio de Padua, fiesta en honor a San José, fiesta de la Virgen del Cisne, fiesta de la Santísima Cruz, fiesta del Divino Niño Jesús y Navidad.

Además, Tablón cuenta con una diversidad turística naturales, entre los cuales

sobresalen: cerro Putushio, cerro Cubilán, los Trigales, la cascada de Apuguín y la casona vieja de El Tablón (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial El Tablón, 2015).

San Antonio de Cumbe

Conforme al Gobierno Autónomo Parroquial San Antonio de Cumbe (2019), esta parroquia está ubicada aproximadamente a 29 Km de la cabecera cantonal. El turismo, en esta parroquia es uno de los ejes fundamentales para el desarrollo económico de la localidad, por la existencia de diversidad ecológica, encantos naturales, vestigios ancestrales como ruinas, templos, gastronomía, vestuario, artesanías, música, cultura, fiestas tradicionales que atraen a los turistas.

En San Antonio de Cumbe podemos encontrar los siguientes lugares turísticos:

- Santuario La Santa Cruz Loma de duco (San Antonio de Cumbe)
- Cuevas de San Antonio (Alverjas Loma)
- Paisaje Filo de Hueledel y la Pucará (Hueledel)
- La Unión de los Ríos (Chamical)
- Las tres Cascadas (Piñan)
- Mirador Caricshillo (Quillin)
- Loma de Golondrinas (Quillin)
- Capilla de la Cruz (Quillin)

Cabe destacar que, cada año en el mes de septiembre llegan miles de devotos desde diferentes lugares del país e incluso del exterior atraídos por la fiesta de San Antonio de Cumbe. Los milagros y prodigios de esta asombrosa imagen han hecho que su devoción traspase los linderos patrios, pues, a este lugar llegan devotos de diversos los lugares del país y el mundo. Además, la presencia de ruinas arqueológicas e importantes tradiciones culturales posibilitan que el turismo sea un eje fundamental de la economía de esta parroquia.

Tenta

La parroquia de San Pablo de Tenta es la parroquia más antigua del cantón Saraguro, está ubicada a 9,2km de la cabecera cantonal. Esta parroquia cuenta con 18 comunidades: San Antonio, La Papaya, Yavicocha, Conchabón, Gerenbuer,

Cañicapac, Cochapamba, Centro de Tenta, Membrillo, Toctepamba, Jaratenta, Mater, Resbalo, Sauce, Purdilic, LLaco, San Isidro y Quebradahonda.

Tenta se caracteriza por su convivencia armónica entre la cultura indígena y la mestiza, demostrando así una gran muestra del mestizaje. Gracias a la conquista española se pudo heredar las celebraciones de las fiestas de Corpus Cristi, de San Pablo y San Pedro, las cuales se desarrollan el 29 de junio y es una tradición que se mantiene y se fortalece con el pasar de los años.

Es importante mencionar también que la parroquia San Pablo de Tenta posee atractivos turísticos como la hacienda La Papaya y su iglesia matriz. Tenta, además, se caracteriza por la ganadería y agricultura, cuyos productos que cultivados por sus habitantes son: maíz, frejol, haba, ajo, cebolla, tomate de árbol, tomate de riñón, yuca, aguacates, entre otros, toda esta producción representa alrededor de un 80% de la producción agrícola total (Gualán, 2015).

Celén

El Paraíso de Celén, se encuentra ubicada a 31 km de Saraguro. Limita al norte con las parroquias de Selva Alegre y Manú, al sur y al este con la parroquia San Pablo de Tenta y al oeste con la parroquia de Güizhagüña del cantón Zaruma de la provincia de El Oro.

La parroquia Celén, es una de las jurisdicciones territoriales que posee paisajes y atracciones turísticas que dejan visualizar las grandes riquezas que tiene la serranía ecuatoriana. Entre las atracciones que se destacan tenemos: la laguna de Chinchilla, los danzantes de Gañil; y entre las fiestas religiosas, destacan: Semana Santa, fiesta en honor a Cristo del Consuelo, Corpus Cristi, Santa Rosa de Lima y la fiesta en honor a la Virgen del Cisne (Labanda & Ambuludi, 2021).

Selva Alegre

Esta parroquia se encuentra ubicada en la cordillera occidental de los Andes, a una distancia de 41 Km de Saraguro y a 101 Km de la ciudad de Loja. Su temperatura oscila entre 7° C y 18° C. 2685 msnm.

Esta pequeña y próspera parroquia, se ha destacado siempre por su agricultura

y ganadería. Sus cultivos son principalmente el trigo, legumbres, cereales, fréjol, arveja, cebada, maíz, como también papas, melloco, zanahoria, etc. En el sector ganadero se destaca la crianza del ganado vacuno, equino y ovejas, constituyendo estos dos sectores en el principal medio económico y alimenticio del lugar.

Entre sus atractivos turísticos se destacan: la Cruz de Catizho, viviendas patrimoniales. Entre las fiestas religiosas que se celebran en esta parroquia sobresalen: las fiestas de parroquialización, fiesta de la Virgen del Cisne, Fiesta de la Virgen del Carmen y la fiesta de la Santísima Cruz (Labanda & Ambuludi, 2021) b.

Lluzhapa

Según un estudio realizado por Labanda y Ambuludi (2021), Lluzhapa se encuentra ubicada a 64 km de la cabecera cantonal. Sus límites son: al norte con la parroquia Sumaypamba, al sur con la parroquia Selva Alegre, al este con la parroquia San Pablo de Tenta y al oeste con la parroquia Manú.

En la parte económica productiva de la parroquia, es importante destacar que la principal actividad que practican es la agricultura y en menor medida la ganadería, a pesar de tener otras potencialidades también, como por ejemplo la confección de artesanías, textiles y yacimientos arqueológicos de gran valor cultural y turístico.

Lluzhapa tiene varios lugares para explorar y disfrutar de actividades al aire libre, lugares como Corral-Huayco, Loma de Guando y Shipal. Se suma a ellos, el barrio Verdillas, donde cuenta una leyenda que todos los días cuando el reloj marca las 12 en punto del mediodía, se puede escuchar el hermoso canto de un gallo, esta es una manifestación sobrenatural que llama la atención de propios y extraños.

Manú

La parroquia de Manú, se ubica al sur de la República del Ecuador pertenece al cantón Saraguro y se encuentra ubicada al noroccidente del mismo y a 67 km; es decir, a dos horas y media aproximadamente de la cabecera cantonal de Saraguro.

Manú, es una de las parroquias del cantón Saraguro con mayor diversidad natural, ya que gracias a su clima la convierte en una parroquia única de disfrutar a

cada paso, realidad que puede ser aprovechada para fomentar el turismo.

Tiene un potencial turístico importante, que puede convertirse en una alternativa económica interesante para su población, pues, cuenta con lugares naturales como: El cerro de Arcos, las lagunas de Chinchilla, restos arqueológicos en diferentes lugares, las aguas termales de Sequer, aguas sulfurosas de Uduzhe, Cascadas, puentes naturales y hermosos paisajes.

Todos los barrios de la parroquia de Manú son grandes agricultores y ganaderos; cada uno de ellos con algo interesante por explorar. Allí se puede observar la caza, las diferentes tareas propias del campo; además se pueden comprar frutos de temporada, saborear un excelente café y contar con gente honesta con ganas de trabajar y mejorar sus condiciones de vida para dejar un legado importante a las futuras generaciones (GADP de Manú, 2020).

Sumaypamba

La parroquia Sumaypamba se halla en el valle de Yunguilla, en la cuenca del río Jubones. Se encuentra ubicada a una distancia de 80 Km de Saraguro y limita al norte con la provincia del Azuay, al sur con las parroquias de Manú y Lluzhapa, al este con las parroquias de Lluzhapa y El Progreso (Azuay) y al oeste, con las parroquias de San Sebastián de Yuluc y Manú.

La principal actividad que genera fuentes de trabajo en la parroquia es la producción agrícola de cebolla, tomate riñón, maíz duro, fréjol, pimiento, yuca, camote y hortalizas, los cuales sirven para el autoconsumo y en su mayoría para la venta.

Entre sus atractivos turísticos se encuentran las siguientes: las tradicionales moliendas, la laguna de Cochas, el Mirador de San Vicente, el centro de abasto de productos agrícolas, río Jubones y Playas (GADP de Sumaypamba, s.f.).

San Sebastián de Yuluc

La parroquia de Yuluc, se encuentra ubicada al noroccidente del cantón Saraguro. Limita, al norte y este con la provincia del Azuay con la que mantienen la mayor parte de su actividad comercial, al sur con la parroquia Manú y al oeste limita

con la provincia de El Oro con la que también realiza la comercialización de productos, especialmente con los cantones de Zaruma y el Pasaje.

El origen hidrográfico principal de San Sebastián de Yuluc, la constituye los ríos Jubones que pertenecen a la provincia del Azuay y el río Ganacay que pertenece a la provincia de El Oro. Yuluc, tiene un clima seco y con una temperatura promedio anual de 18 a 20°C.

La población de esta parroquia, se encuentra concentrada en uno de los ejes fundamentales de la economía, es decir, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Además, la música danza alimentación, ritos y ceremonias son expresiones típicas, cuya importancia radica en la belleza y naturalidad con la que se desarrollan, su extraordinario colorido y solemnidad, que gira alrededor del tema religioso (GADP de San Sebastián de Yuluc, 2014).

El noble cantón de Saraguro se convierte en una opción para pasar unas vacaciones o simplemente para disfrutar de un buen fin de semana, pues, gracias a los distintos lugares que poseen atracciones turísticas hacen que llamen la atención de los turistas de los diferentes territorios nacionales e internaciones a descubrir la belleza de cada uno de sus rincones.

Lugares turísticos más visitados del Cantón Saraguro

Entre los lugares turísticos del cantón Saraguro con mayor influencia de turistas se sobresalen los siguientes:

Cascada de la Virgen de Agua Santa

Este atractivo turístico se encuentra ubicado a 10 kilómetros de la cabecera cantonal, en la comunidad de Oñacapac, la cascada mide una altura de alrededor de 30 metros.

Bosque de Huashapamba

Se ubica en la zona alta de Saraguro, detrás del cerro del Puglla, este bosque es considerado como uno de los más importantes del mundo, ya que en él se encuentra una variedad de plantas endémicas medicinales y madereras.

Cascada Sarashi

Se sitúa en la comunidad de Oñacapac a 20 minutos en vehículo, sus caídas de agua hacen que llamen la atención de todos quienes la visitan.

Cerro de Arcos

Ubicado en la parroquia Manú, su nombre nace por las formaciones naturales de piedra o ruinas en forma de arco.

Baño del Inca

Está ubicado en la comunidad de Ñamarin a un lado de la vía que conduce a Cuenca, a 5 minutos en carro desde el centro de Saraguro y luego hace el recorrido de 20 minutos.

León dormido

Situado en la parroquia Urdaneta en la vía a Cuenca, se llega en carro hasta la comunidad Villa Carreña, luego se camina alrededor de 15 minutos.

Gastronomía

Saraguro poco a poco se ha convertido en un destino gastronómico elegido por turistas nacionales y extranjeros que a diario deleitan de sus paladares con la exquisitez de sus platillos y bebidas, entre los cuales se encuentra uno de los platillos con mayor demanda que es el cuy asado acompañado con papas, pepa de zambo, así también tenemos a las tradicionales tortillas de maíz, el caldo de gallina criolla, sopa de quinua, mote pelado, tamales, humitas, chicha de jora, guajango, cerveza artesanal, entre otros.

Una infinidad de platos forman parte de este pueblo indígena, los mismos que son la principal atracción de los turistas que visitan la zona y que son expendidos en las diferentes comunidades del cantón.

Capítulo II

Turismo Comunitario

¿Qué es el Turismo Comunitario?

El turismo comunitario, es toda actividad turística que permite e involucra la participación activa de una comunidad con una perspectiva intercultural, para un manejo correcto y adecuado del patrimonio cultural, basado en el principio de la equidad e inclusión de sus habitantes, quienes tienen el propósito de fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes; es decir, tratan de compartir con el turista la riqueza natural y cultural que posee la localidad, a través de actividades de recreación, entretenimiento, descanso, entre otras (García, 2016).

Tipos De Turismo Comunitario

Para Gallo y Peralta (2018), los tipos de turismo comunitario son:

Turismo Vivencial

Las familias invitan a los visitantes a compartir su vivienda, su vida en comunidad, sus actividades agropecuarias, sus tradiciones y artesanías. La vivencia tiene como objetivo mostrarles una forma de vida única y particular, con las características de una determinada región.

Agroturismo

Turismo en el medio rural, especialmente en sectores productivos en los que los agricultores comparten con los visitantes sus técnicas, sus relatos y la degustación de los productos. Da la oportunidad de concientizar a los visitantes sobre la importancia de una alimentación saludable, el cuidado del medio ambiente y el bienestar animal como filosofía de vida.

Ecoturismo

Enfocado en el disfrute y conocimiento de la naturaleza como principal motivación, cuyo objetivo es la protección y el equilibrio del medio ambiente y en compartir prácticas responsables con la naturaleza. En el ecoturismo, se promueve el uso responsable de los recursos naturales, la agroecología como modelo de

producción de alimentos, además de transmitir una apreciación especial sobre el entorno social comunitario. La permacultura y las construcciones naturales son importantes atractivos, así como la relación con el entorno con base en la observación, la contemplación y la valoración proteccionista.

Turismo Aventura

Se caracteriza por un estrecho vínculo con el entorno natural, se aprovechan los recursos naturales de manera sustentable y se organizan actividades específicas, para ello la persona encargada de este tipo de turismo debe poseer un cierto grado de preparación física previa para poder guiar a los turistas.

Turismo De Pueblos

Desarrollado por pueblos rurales de hasta 2000 habitantes quienes, en un proceso de valoración de su cultura y de su identidad, ofrecen pasar unos días disfrutando del carácter típico del lugar y de su gente. Los parajes rurales se vinculan con los turistas de manera espontánea y servicial, expresando la hospitalidad que caracteriza a los pequeños poblados.

Turismo De Pueblos Originarios

Incluye todas aquellas actividades que las comunidades pueden ofrecer a los turistas procurando un intercambio cultural que motive la revalorización de las costumbres y de la lengua originaria. El nivel de participación, los relatos y la asistencia a festividades propias dependen de la apertura de cada una de las comunidades.

Turismo Familiar y Nostálgico

Es aquel que responde a la motivación de reconectarse con las raíces familiares, una vuelta por el pago de los ancestros o de crianza.

Turismo Científico

En las distintas opciones del Turismo Rural Comunitario hay un interés expreso de la comunidad científica nacional e internacional por investigar e interiorizarse sobre aspectos diversos. El turismo científico ofrece productos a medida y para grupos de investigación y estudiantes de posgrado que se acercan a las

comunidades; también para el público común interesado en aspectos astrológicos, antropológicos y otros a los que puede acceder con explicaciones no técnicas y adaptadas.

Turismo De Creencias y Religioso

La religión y otras creencias motivan el traslado de personas de un lugar a otro, ya sea en relación a fiestas conmemorativas, eventos familiares personales, promesas por cumplir, o simple curiosidad. Un número creciente de pueblos rurales organiza recorridos y circuitos uniendo puntos vinculados a esta temática, ya se trate de capillas, postas, monumentos u ofrendas espontáneas populares.

Turismo Gastronómico y Enológico

El interés por la gastronomía y por conocer cómo se producen los ingredientes primarios de cada receta genera un movimiento creciente de turistas, muchos de ellos en busca de sabores exóticos, bebidas de características organolépticas únicas, productos ancestrales y en proceso de recuperación por parte de los pobladores. La agroecología, la producción de granja, la atención familiar personalizada caracteriza estas propuestas.

Turismo Musical y De Las Artes

Las artes del espectáculo van desde la música vocal o instrumental, la danza y el teatro hasta la pantomima, la poesía cantada y otras formas de expresión. La música y las artesanías es quizá el arte del espectáculo más universal y se da en todas las sociedades, a menudo como parte integrante de otros espectáculos y ámbitos del patrimonio cultural inmaterial, incluidos los rituales, los acontecimientos festivos y las tradiciones orales.

Turismo Accesible

Se debe fomentar la inclusión de las personas con discapacidad en los distintos ámbitos turísticos, diseñando productos accesibles o adaptando los ya vigentes. Para ello, es imprescindible promover la formación específica de agentes en territorio y facilitar el acceso a líneas de financiamiento para que las inversiones en infraestructura y en el desarrollo de dispositivos inclusivos sean posibles para los emprendedores y para empresarios del sector turístico rural.

Actividades Que Se Realizan En El Turismo Comunitario

De acuerdo a los tipos de turismo comunitario, las actividades que se realizan en cada uno de ellos son:

Turismo Vivencial

Participación en tareas domésticas, aprendizaje de técnicas productivas, participación en tareas de granja, realización de artesanías, espacios de diálogo y de escucha activa, participación en fiestas y tradiciones, actividades de restauración del bosque nativo, aprendizaje de dialectos.

Agroturismo

Recorrido por las plantaciones y producciones animales, caminatas de pastoreo, degustación de productos locales, conservas y derivados, circuitos gastronómicos, elaboración de recetas tradicionales, participación en cultivos y cosechas, talleres y demostraciones para grupos escolares, comercialización directa de productos, pueden ofrecer o no alojamiento y otros servicios complementarios.

Ecoturismo

Caminatas y senderismo, voluntariado en parques y espacios verdes comunes, participación en talleres y otras actividades de construcción natural-huertas demostrativas y participativas, cosecha de alimentos, degustación de productos y gastronomía saludable, jornadas y congresos con orientación al desarrollo sustentable, charlas y propuestas específicas para escuelas, espacios de diálogo, debate y reflexión, salidas de limpieza de residuos, participación en campañas de concientización, senderos interpretativos, safaris fotográficos.

Turismo Aventura

Montañismo, cicloturismo, caminatas con dificultad, rafting y canotaje, campamentos en la naturaleza, talleres de supervivencia, actividades subacuáticas, hospedaje y gastronomía acorde a cada actividad, escalada, pesca, cabalgatas.

Turismo De Pueblos Originarios

Participación en rituales y/o costumbres propias de la comunidad, rondas de

diálogo y escucha activa entre culturas, elaboración y degustación de gastronomía típica, participación en tareas relacionadas a las producciones agrarias, acceso al conocimiento y participación en la elaboración de artesanías, participación en fiestas tradicionales y demostraciones de destrezas, acercamiento a un estilo de vida diferente (convivencia), voluntariados solidarios, cabalgatas y senderismo, recolección de frutos y leña del bosque, pastoreo tradicional de animales, elaboración y degustación de bebidas típicas, aprendizaje de dialectos.

Turismo Familiar y Nostálgico

Guiadas locales, recorridos personalizados, acceso a archivos históricos biblio-video gráficos, contacto con aquellos referentes del patrimonio viviente del destino (relatos en primera persona, generalmente a cargo de los ancianos de la comunidad), recreación de recetas típicas vinculadas a la infancia de los visitantes (qué comidas cocinaba la abuela), recorridos sensoriales recreando los recuerdos de la infancia.

Turismo Científico

Acceso al territorio y a los actores clave (guías experimentados), hospedaje y gastronomía típica, espacio para reuniones de trabajo, experiencias vivenciales, participación en actividades cotidianas, talleres de educación ambiental, realización de congresos, encuentros o foros.

Turismo De Creencias y Religioso

Circuitos religiosos y temáticos, asistencia en los traslados y servicios complementarios en la realización de peregrinaciones y otras expresiones, gastronomía y hospedaje, artesanías y productos alusivos, participación en festividades y plegarias.

Turismo Gastronómico y Enológico

Degustación de productos exóticos, recetas ancestrales y platos elaborados, participación en tareas de recolección, cosecha y mantenimiento de los productos en relación al manejo de los recursos, elaboración de productos envasados y participación/observación de otras técnicas de conservación de los alimentos, el secado natural de las frutas y las verduras, degustación de bebidas tradicionales y de

vinos de características diferenciales, participación en actividades de la cosecha y del cuidado de los cultivos, seminarios, talleres y charlas gastronómicas y enológicas, acercamiento a la cultura comunitaria y a su cosmovisión, rutas y circuitos turísticos gastronómicos.

Turismo Musical y De Las Artes

Festivales, peñas folklóricas, conciertos, visitas guiadas, circuitos culturales y siguiendo la vida de autores, músicos, artistas; observación y participación en la fabricación de instrumentos, trajes típicos, escenografías; voluntariados para la puesta en valor de aspectos culturales locales; intervenciones públicas (fotografía, teatro, música)- relatos, historias y leyendas; talleres de artesanías y oficios. explicación demostrativa y participativa; gastronomía y hospedaje como servicios complementarios.

8.3. Metodología

La metodología de la presente investigación se basa en distintos métodos, los cuales permitieron recolectar y seleccionar información relevante, la misma que permitió dar solución al problema. Entre los métodos que se emplearon durante el proyecto de investigación se describen los siguientes:

Método Fenomenológico

Según Ayala (2021), el método fenomenológico es aquel que nos permite explorar diferentes situaciones de la vida y del mundo, entendiendo que lo hacemos desde un punto de vista subjetivo, es decir, a partir de nuestros sentidos y de lo que hacemos con lo que percibimos en nuestra conciencia. El método como tal permitirá analizar, descubrir y finalmente conocer el fenómeno estudiado y como se presenta ante cada persona.

En otras palabras, el método fenomenológico constituye procesos que ayudan a comprender de mejor manera determinada situación o tema, descubriendo de esta manera nuevos significados y conocimientos, los mismos que se adquirirán por medio de las acciones, textos escritos, actitudes o expresiones que realiza el ser humano, pero siempre todo esto partirá de la experiencia, la cual se la va adquiriendo día a día a través de la convivencia con la sociedad y de todo lo que está a nuestro alrededor.

Este tipo de método se lo empleó durante el inicio de la presente investigación en la que se indagó la manera en cómo se podía promocionar al cantón Saraguro, luego con la observación de los diferentes sitios turísticos y finalmente analizando la manera en cómo se podía promover el turismo en dicho cantón.

Método Hermenéutico

Para Arango (s.f.), “el método hermenéutico es una forma de análisis que tiende a la interpretación, se aplica al estudio de textos y en diferentes contextos. En su esencia la hermenéutica y el método hermenéutico reconoce en todo texto, objeto, palabra y acción un sentido doble: El literal, y un sentido pragmático, analógico o alegórico.”

De acuerdo con lo expresado anteriormente, el método hermenéutico implica un proceso de cierto modo de “lectura, explicación y traducción”, pues, al momento

de leer se lo debe hacer con una visión de conjunto, relacionando e integrando lo nuevo del texto a lo escuchado y a las ideas u opiniones previas, facilitando así su interpretación.

Este método se lo empleó al inicio de la búsqueda de información y la comprensión de la misma acerca de los diferentes sitios turísticos que se encuentran en el cantón Saraguro y las actividades que se desarrollan, estableciendo así una relación entre los conocimientos previos con los nuevos conocimientos adquiridos, finalmente se redactó y se escribió lo más relevante de la información adquirida durante la indagación.

Método Práctico Proyectual

Definimos metodología proyectual como el conjunto de procedimientos utilizados durante un proceso de trabajo para resolver un problema de diseño. Requiere habilidades y conocimientos específicos; según los distintos autores podemos reconocer distintas etapas en las cuales se emplean herramientas que permiten un desarrollo lógico y creativo en la toma de decisiones (Anónimo, s.f.).

Es decir, el método proyectual al estar constituido por una serie de operaciones, se deberá seguir un orden lógico, el cuál ayudará a encontrar la solución a un determinado problema, partiendo de la experiencia y en la que es posible cambiar el orden de alguna operación para mejorar el proceso, siempre y cuando este no afecte el resultado.

Este tipo de método inició con la elaboración del material gráfico para luego realizar la producción y postproducción, mismos que son de gran ayuda para promocionar los atractivos turísticos del cantón Saraguro en las diferentes plataformas digitales (Facebook e Instagram), prosigue con la descripción del cronograma de actividades, recursos y culmina con la defensa del proyecto de investigación ante el tribunal de grado.

Entre las técnicas que se utilizaron para obtener más información durante la investigación tenemos las siguientes:

Observación

Para Pérez (2021), “la observación es la técnica de recogida de la información

que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente”.

En todo proceso de investigación, la observación constituye un elemento de gran importancia, dado que, ayuda al investigador a mirar a alguien o algo con atención y detenimiento, esto con la finalidad de adquirir mayores conocimientos o información, de acuerdo a sus necesidades investigativas.

Es decir, esta técnica ayudó a realizar un análisis acerca de la situación actual en la que se encuentran los sectores turísticos del cantón Saraguro, dando lugar así a la creación de una campaña publicitaria, la misma que permitió promover el turismo e incentivar a la ciudadanía a visitar las atracciones turísticas que posee dicho cantón.

Encuesta

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. tienen una variedad de propósitos y se elaboran de acuerdo a la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

En pocas palabras, la encuesta sirve de gran ayuda para la recolección de datos, a través de la interrogación a ciertas personas, cuyo fin es obtener información de calidad acerca de la investigación que se está realizando y en la que las interrogantes deben estar elaboradas de manera clara y precisa, para de esta manera obtener o descubrir una solución a un determinado problema (Anónimo, s.f.).

La encuesta se la aplicó a una muestra poblacional (380) del cantón Saraguro, la cual permitió adquirir información acerca de los intereses y necesidades de la ciudadanía respecto al turismo, así también se pudo evidenciar que existe una carencia de información de los atractivos turísticos, para ello, la campaña publicitaria sirve de herramienta para dar a conocer cada lugar y a su vez aportar al desarrollo del turismo del cantón.

Entrevista

Según lo expresado por Anónimo (2013), “se conoce como entrevista la conversación que sostienen dos o más personas que se encuentran en el rol de

entrevistador y entrevistado, a fin de que el primero obtenga de la segunda, información sobre un asunto en particular.”

La entrevista se desarrolla a través de la palabra, lo que implica un acercamiento directo entre el entrevistador(investigador) y el entrevistado. Es por ello, que, para obtener información útil y necesaria para la investigación, el entrevistador debe con anticipación planificar y escoger el medio por el cual se va a desarrollar dicha entrevista, esto con la finalidad de conseguir los objetivos que se ha propuesto alcanzar.

La entrevista se la utilizó para recolectar y obtener información acerca de la situación actual que vive cada sitio turístico del cantón Saraguro. Esta técnica se la aplicó a la Licenciada Marcia Jackeline Ocampos Puglla, quien gracias a su experiencia proporcionó información importante sobre el turismo, la cual se utilizó para realizar la campaña publicitaria para incentivar a la ciudadanía a visitar y conocer Saraguro.

8.4.Determinación De La Muestra

Para obtener el tamaño de muestra se tomó como universo a la cantidad poblacional del cantón Saraguro, 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.

Proyección de la Población

- **F año actual** = F año base $(1 + i)^n$
- **F año actual** = (2022) Proyección al año
- **F año base** = Población Total del año 2010 (30.183)
- **1** = constante.
- **i** = tasa de crecimiento poblacional (1,1%)
- **n** = # de años a proyectar (12)

$$\mathbf{F \text{ año actual} = F \text{ año base} (1 + i)^{12}}$$

$$\mathbf{2022 = 30.183 (1 + 1.1)^{12}}$$

$$\mathbf{2022 = 30.183 (1 + 0,011)^{12}}$$

$$\mathbf{2022 = 30.183 (1,011)^{12}}$$

$$\mathbf{2022 = 30.183 (1,14)}$$

$$\mathbf{2022 = 34.408,62}$$

$$\mathbf{2022 = 34.409 \text{ Respuesta.}}$$

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 (34.409)
- 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)

$$n = \frac{34409(1,96)^2 (0,5) \times (0,5)}{(34409 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{34409(3,84) (0,25)}{34408(0,0025) + 3,84(0,25)}$$

$$n = \frac{34409(0,96)}{34408(0,0025) + (0,96)}$$

$$n = \frac{33032,64}{86,02 + 0,96}$$

$$n = \frac{33032,64}{86,98}$$

$$n = 379,77$$

$$n = \mathbf{380}$$
 Respuesta.

Tabulación

8.5. Análisis de resultados: cuantitativo y cualitativo

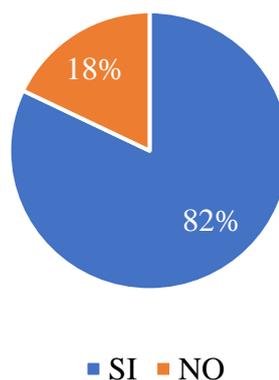
1. ¿Conoce usted de qué se trata el turismo comunitario?

Tabla 1. *Pregunta 1 de la encuesta*

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	312	82%
No	68	18%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 1 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 3. *Porcentaje de la pregunta 1 de la encuesta*



Análisis cuantitativo

Según la encuesta realizada 380 personas, de la población del cantón Saraguro hay 312 equivalente al 82% que si conocen de que se trata el turismo comunitario; mientras que 68 personas equivalente al 15% desconocen de que trata el turismo comunitario.

Análisis cualitativo

Por lo tanto, es de gran importancia realizar una campaña publicitaria en plataformas digitales, ya que según los resultados obtenidos se puede evidenciar que aún existen personas que carecen de conocimiento sobre el turismo comunitario, es por ello que mediante la ejecución de dicha campaña publicitaria se pretende que la

población del cantón Saraguro en su totalidad conozca de qué trata este tipo de turismo y así pueda la ciudadanía disfrutar de los encantos que posee dicho cantón.

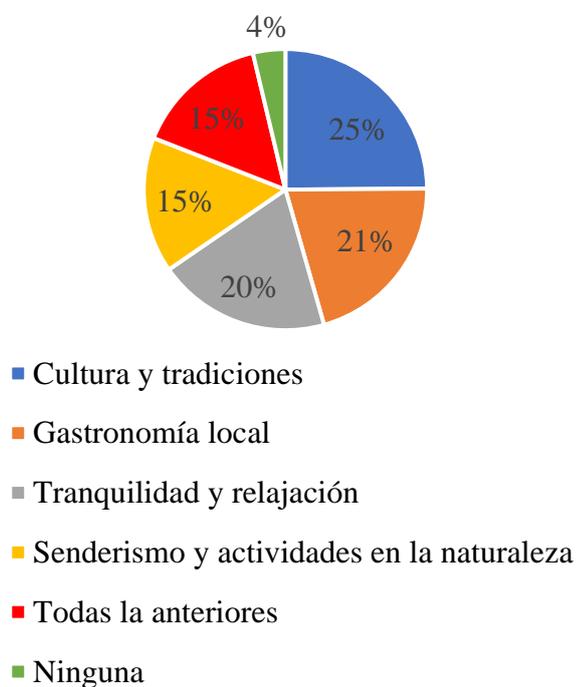
2. ¿Qué concepto relaciona con turismo comunitario?

Tabla 2. *Pregunta 2 de la encuesta*

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Cultura y tradiciones	95	25%
Gastronomía local	80	21%
Tranquilidad y relajación	76	20%
Senderismo y actividades	57	15%
Todas las anteriores	57	15%
Ninguna	15	4%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 2 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 4. *Porcentaje de la pregunta 2 de la encuesta*



Análisis cuantitativo

Como se observa en la gráfica el 100% de la población encuestada que significan 380 habitantes, el 25% de la población que representa a 95 encuestados

señalan que la cultura y tradiciones se relaciona con el turismo comunitario, mientras que el 21% que representa 80 encuestados indican que la gastronomía local se relaciona con el turismo comunitario, el 20% que representa a 76 personas señalan que la tranquilidad y relajación se relaciona con el turismo comunitario, 15% que representa a 57 encuestados, señalan que el senderismo y actividades en la naturaleza se relaciona con el turismo comunitario; el 15% que representa a 57 encuestados, señalan que, todas las anteriores tienen relación con el turismo comunitario y el 4% que representa a 15 encuestados indican que ninguna de las respuestas tienen relación con el turismo comunitario.

Análisis cualitativo

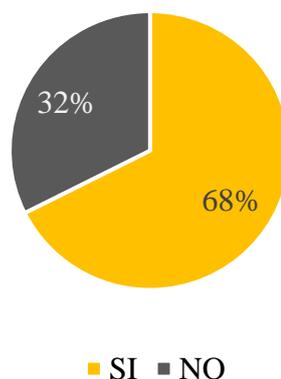
Por lo tanto, los resultados obtenidos reflejan que la mayoría de la población saragureña tienen conocimiento sobre lo que es el turismo comunitario, sin embargo, la ciudadanía encuestada tiene diferentes conceptualizaciones sobre el mismo. Para ello se considera que la creación de una campaña publicitaria permitirá no solo promover el turismo sino también ayudará a proporcionar información sobre cada una de las actividades que se realizan dentro del turismo comunitario.

3. ¿Conoce usted campañas que promuevan el turismo en el cantón Saraguro?

Tabla 3. *Pregunta 3 de la encuesta*

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	257	68%
No	123	32%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 3 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 5. *Porcentaje de la pregunta 3 de la encuesta***Análisis cuantitativo**

Como se puede observar en la gráfica el 100% de la población encuestada que significan 380 habitantes, el 68% de la población que representa a 257 encuestados señalan que si tiene conocimiento de un tipo de campaña que realizan para promover el turismo, mientras que el porcentaje restante el 32% es decir 123 personas desconoce de algún tipo de campaña realizada.

Análisis cualitativo

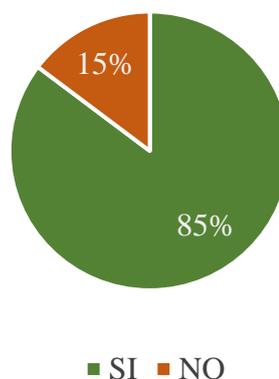
Según los resultados obtenidos se considera que es necesario realizar este tipo de campaña, ya que al tener la ciudadanía una idea sobre el turismo comunitario la campaña les permitirá obtener una mayor información sobre lo que en realidad es este tipo de turismo, así como también les dará la oportunidad de conocer sobre los distintos lugares turísticos que posee el cantón Saraguro y las diferentes actividades que se desarrollan en cada lugar.

4. Según su criterio ¿Existe suficiente información de cada lugar turístico del cantón Saraguro y los servicios que ofrece?

Tabla 4. *Pregunta 4 de la encuesta*

variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	324	85%
No	56	15%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 4 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 6. *Porcentaje de la pregunta 4 de la encuesta***Análisis cuantitativo**

Como se observa en la gráfica el 100% de la población encuestada que significan 380 habitantes, el 85% de la población que representa a 324 encuestados señalan que no hay suficiente información de cada lugar turístico, mientras que el porcentaje restante el 15% es decir 56 indican que si hay suficiente información.

Análisis cualitativo

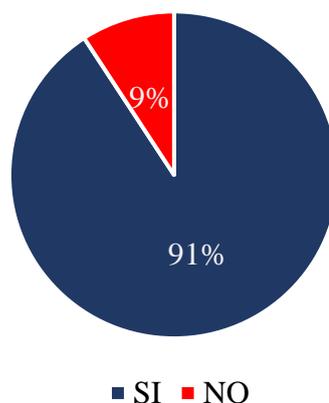
Los resultados obtenidos señalan que es necesario realizar este tipo de campaña, ya que no existe suficiente información de cada lugar turístico. Por ello, se considera necesario y de gran importancia crear y ejecutar una campaña publicitaria, la cual proporcionará una mayor información de cada sitio turístico, por ejemplo, su ubicación exacta y las actividades que se desarrollan en los mismos.

5. ¿Cree Ud. que una campaña publicitaria aporta al desarrollo turístico del cantón Saraguro?

Tabla 5. *Pregunta 5 de la encuesta*

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	345	91%
No	35	9%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 5 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 7. *Porcentaje de la pregunta 5 de la encuesta***Análisis cuantitativo**

Como se observa en la gráfica el 100% de la población encuestada que significan 380 habitantes, el 91% de la población que representa a 345 encuestados señalan que es necesario realizar una campaña publicitaria para el desarrollo del cantón Saraguro, mientras que el porcentaje restante el 9% es decir 35 personas, indican que una campaña publicitaria, no aporta al Desarrollo del cantón.

Análisis cualitativo

Por lo tanto, en base a los resultados obtenidos, muestran que es necesario realizar una campaña publicitaria para el desarrollo turístico del cantón Saraguro, ya que la población en general al tener conocimiento de donde se encuentra ubicado y que actividades se desarrollan en cada lugar turístico, podrán conocer los encantos naturales que poseen cada uno de los sitios turísticos que posee Saraguro a nivel cantonal y de sus parroquias.

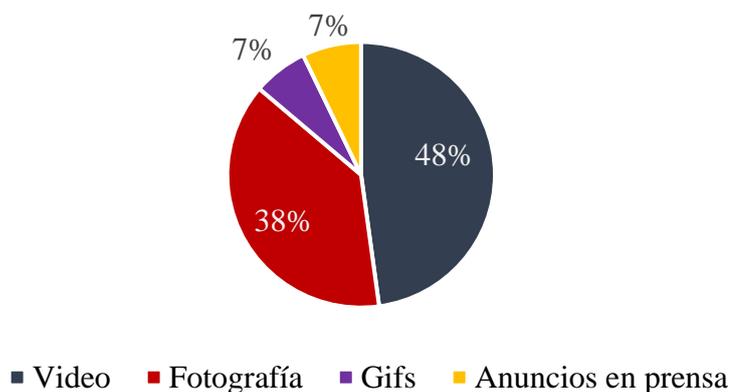
6. ¿Qué tipo de material gráfico publicitario le gustaría para dar a conocer los atractivos turísticos?**Tabla 6.** *Pregunta 6 de la encuesta*

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Video	182	48%
Fotografía	144	38%
Gifs	27	7%
Anuncios en prensa	27	7%

Otra	0	0%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 6 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 8. Porcentaje de la pregunta 6 de la encuesta



Análisis cuantitativo

Como se observa en la gráfica el 100% de la población encuestada que constituyen 380 habitantes, el 48% de la población que representa a 182 encuestados señalan que un video es el mejor material gráfico para dar a conocer el turismo en el cantón Saraguro, mientras que el porcentaje restante el 38% es decir 144 encuestados indican que la fotografía es el material gráfico más factible, el 7% es decir 27 encuestados, indican que los gifs y el 7% restante, es decir 27 encuestados, indican que los anuncios en prensa son la mejor herramienta para la publicación.

Análisis cualitativo

Por lo tanto, en base a los resultados obtenidos, se muestra que el mejor material gráfico publicitario son los videos y fotografías, los cuales permitirán dar a conocer el encanto y belleza natural que poseen los lugares turísticos del cantón Saraguro. Por ello, es de suma importancia realizar la campaña publicitaria, la misma que ayudará a promover el turismo comunitario dentro del cantón.

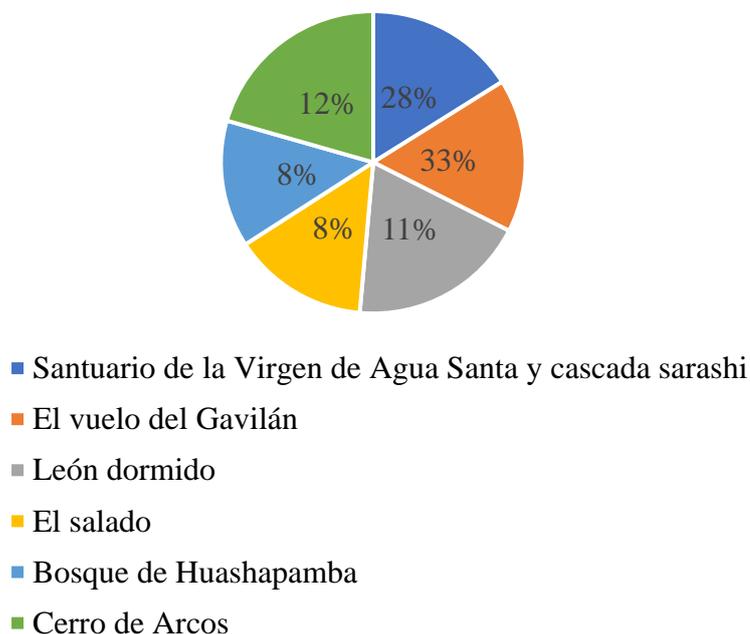
7. ¿Qué lugares turísticos conoce de Saraguro?

Tabla 7. *Pregunta 7 de la encuesta*

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Santuario de la Virgen de Agua Santa y Cascada Sarashi	107	28%
El vuelo del Gavilán	125	33%
León dormido	42	11%
El salado	30	8%
Bosque de Huashapamba	30	8%
Cerro de Arcos	46	12%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 7 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 9. *Porcentaje de la pregunta 7 de la encuesta*



Análisis cuantitativo

Como se observa en la gráfica el 100% de la población encuestada que significan 380 habitantes, el 28% de la población que representa a 107 encuestados señalan que si conocen el Santuario de la Virgen de Agua Santa y Cascada Sarashi, mientras que el 33% es decir 125 encuestados indican conocer el Vuelo del Gavilán,

el 11% es decir 42 encuestados conocen el León dormido, el 8% es decir 30 encuestado responden que conocen el sector denominado el Salado, el 8% es decir 30 encuestados indican que si conocen el Bosque de Huashapamba, y el 12% es decir 46 encuestados señalan conocer el Cerro de Arcos.

Análisis cualitativo

Según con los resultados obtenidos, se puede evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas no tienen conocimientos acerca de los atractivos turísticos que se encuentran en el cantón Saraguro, por lo que se considera necesario crear una campaña publicitaria, la cual permitirá brindar información de cada sitio turístico, así como también promover el turismo en el cantón saragureño, mismo que ayudará a que Saraguro se desarrolle y crezca económicamente.

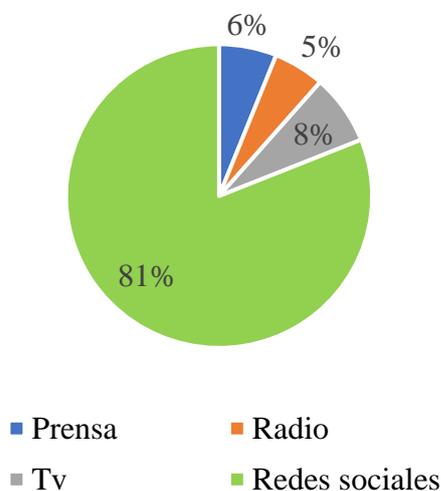
8. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer esta campaña publicitaria?

Tabla 8. *Pregunta 8 de la encuesta*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	23	6%
Radio	19	5%
Tv	30	8%
Redes sociales	308	81%
Total	380	100%

Nota: Resultado de la pregunta 8 de la encuesta aplicada por el autor

Figura 10. *Porcentaje de la pregunta 8 de la encuesta*



Análisis cuantitativo

Como se observa en la gráfica el 100% de la población encuestada que significan 380 habitantes, el 6% de la población que representa a 23 encuestados señalan que la prensa es el medio de comunicación más adecuado para dar a conocer esta campaña, el 5% es decir 19 encuestados, señalan que la radio es el medio de comunicación más viable para dar a conocer esta campaña, el 8% es decir 30 encuestados, indican que la Tv es el medio de comunicación más adecuado para dar a conocer esta campaña, y el 81% es decir 308 encuestados determinan que las redes sociales es el medio más adecuado para dar a conocer esta campaña publicitaria sobre los lugares turísticos del cantón Saraguro.

Análisis cualitativo

De acuerdo con los resultados obtenidos, se considera que el medio más adecuado para desarrollar la campaña publicitaria es el uso de las plataformas digitales (redes sociales), las mismas que son el medio que hoy en día la ciudadanía utiliza en gran medida y las cuales también permiten compartir variedad de contenido, en este caso ayudarán a promocionar las maravillas que poseen los sitios turísticos del cantón Saraguro.

9. Propuesta De Acción

9.1. Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad promover el turismo comunitario en el cantón Saraguro, a través de una campaña publicitaria la misma que ayudará a conocer cada localidad. Entre los lugares turísticos más destacados se encuentran los siguientes: Cerro de Arcos, Bosque de Huashapamba, León Dormido, Cascada de la Virgen de Agua Santa, Cascada Sarashi, Vuelo del Gavilán, Baño del Inca, El Salado y Paredones del Inca, los cuales se encuentran rodeados de flora y fauna endémicas de cada lugar.

Asimismo, cabe destacar que para la realización de la campaña publicitaria se hará uso de fotografías y videos, los mismos que permitirán difundir la belleza y encanto que posee cada uno de los lugares antes mencionados. Es por ello, que para la

publicación de este contenido se lo realizará a través de medios digitales como son Facebook e Instagram en el cual se mostrara que el cantón Saraguro posee diversos centros de atracción turística.

9.2. Nombre del proyecto

Para la creación del nombre de este proyecto se tomó en cuenta la denominación que tiene el cantón Saraguro que es el de “Pueblo Mágico” y de esta manera nace el nombre de la marca, el cual tiene origen en los vocabularios quechuas **SUMAK** que significa hermoso y **LLACTA** que significa pueblo, combinando estas dos palabras tenemos como resultado **SUMAK LLACTA** es decir pueblo hermoso.

9.3. Marca del proyecto

La presente marca se la realizó en base al proyecto de titulación propuesto, el cual hace referencia a la identificación de Saraguro como un lugar ideal para hacer turismo comunitario. Asimismo, cabe mencionar que, el presente proyecto se enfoca a promocionar cada uno los atractivos turísticos del cantón Saraguro, lugares llenos de encantos, tradición y cultura, rodeados de hermosos paisajes, montañas, valles y todo lo que nos ofrece la naturaleza.

Logo

Figura 11. *Marca del proyecto*



Slogan

Disfruta cada momento

9.4. Público objetivo

Al tratarse de una campaña publicitaria va dirigida a toda la ciudadanía en general, de manera en especial a la población del cantón Saraguro.

9.5. Material audiovisual

La información adquirida de los lugares turísticos antes mencionados se la obtuvo mediante la aplicación de la encuesta a 380 habitantes de dicha localidad, quienes manifestaron la importancia que tiene cada uno de los atractivos turísticos para el cantón Saraguro y cómo estos han ido descubriéndose con el pasar el tiempo. Luego de recolectar la información requerida se procedió a visitar cada centro turístico para posteriormente realizar la producción en material fotográfico y video.

9.6. Guion

Tabla 9. *Guion técnico*

Nº PLAN ESCENAS	ESCENARIO	PLANO DESCRIPTIVO	
1	Santuario de la Virgen de Agua Santa y Cascada Sarashi	En medio de la vegetación se encuentra el santuario de la Virgen de Agua Santa, frente a la cascada se encuentra un mirador, en la cascada Sarashi sus caídas de agua hacen que llame la atención de todos quienes la visitan.	Drone & 50mm
2	Vuelo del Gavilán	Todo el lugar del atractivo turístico, es un espacio destinado para los amantes del turismo de aventura en el cual puedes disfrutar del columpio extremo.	Drone
3	Baño del inca	En este lugar se encuentran enormes cuevas que según la historia servían como trinchera en épocas de guerra, esta cueva está rodeada de una	50mm

		impresionante roca que invita a ser explorada.	
4	León Dormido	Es una formación geológica, tiene un sendero natural, piso rocoso y vegetación, se debe observar cuidadosamente el cerro para encontrar la forma de la cara y manos del león.	Drone
5	El Salado	Este atractivo está construido por rocas en forma de terrazas de donde sale agua y entre el componente de estas rocas está el sodio por lo que se observa alrededor de las rocas sal impregnada.	Drone
6	Bosque Huashapamba	Es motivo de orgullo para el pueblo de Saraguro, sin que la mano del hombre haya modificado su enorme biodiversidad y está ubicado detrás del cerro del Puglla.	Drone
7	Cerro de Arcos	Está ubicado en la parroquia Manú, su nombre nace por las formaciones naturales de roca que se caracterizan por poseer unas pirámides naturales de piedra, las mismas que tiene la forma de arcos y animales, en la planicie central del lugar encontramos pequeñas lagunas, semejante a espejos de agua que iluminan el lugar.	Drone & 50mm

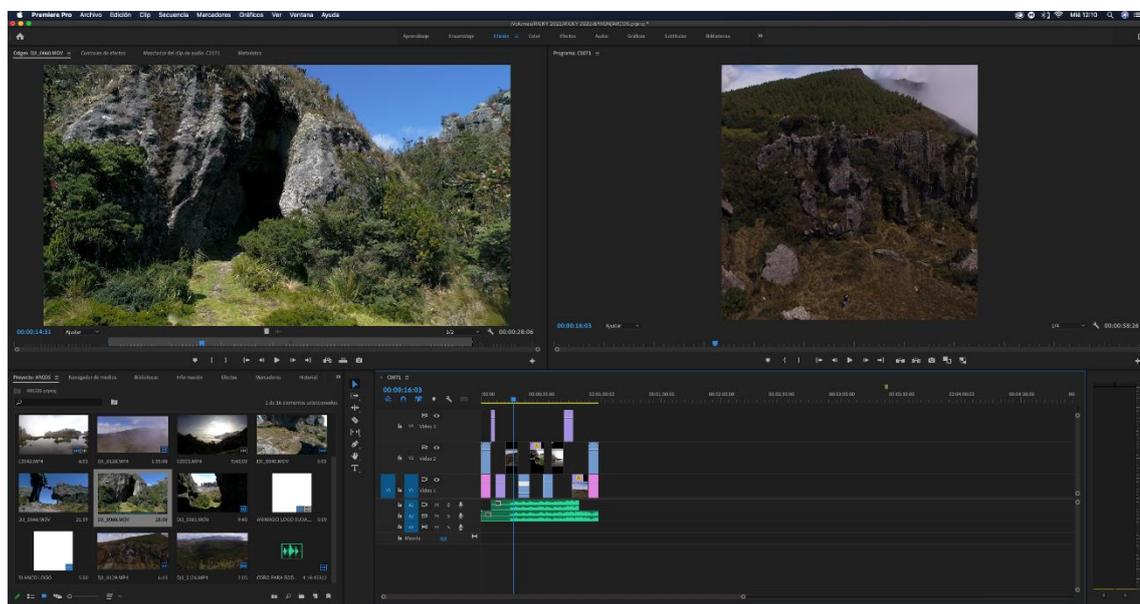
Nota: Guion técnico realizado por el autor del proyecto

9.7. Producción y postproducción

Para la producción visual se realizó la visita a cada uno de los centros turísticos, los cuales se encuentran ubicados en la cabecera cantonal y en sus parroquias, para posteriormente realizar el proceso de edición.

Asimismo, durante el proceso de postproducción se realizó la manipulación del material audiovisual, imagen, sonido y color realizando diferentes tipos de edición y así concretar el resultado final del proyecto.

Figura 12. *Edición de video*



Nota: Captura de pantalla de la edición de video

9.8. Campaña publicitaria

Tabla 10. *Plan de medios*

FECHA DE PUBLICACIÓN	RED SOCIAL	CONTENIDO	OBJETIVO	HORA
12/10/2022		Video Bosque de Huashapamba		10h00
13/10/2022		Arte cerro de arcos		09h30
14/10/2022		Video león dormido		09h00

15/10/2022	Facebook e Instagram	Arte del Salado	Dar a conocer los lugares turísticos del cantón Saraguro	12h00
16/10/2022		Video del cerro de arcos		10h00
17/10/2022		Arte Santuario de la Virgen de Agua Santa y Sarashi		11h00
18/10/2022		Reel vuelo del gavilán		11h00
19/10/2022		Arte león dormido		12h00
20/10/2022		Video del Santuario de la Virgen de Agua Santa y Sarashi		09h00
21/10/2022		Reel el Salado		11h00
23/10/2022		Arte bosque de Huashapamba		10h00
24/10/2022		Arte Vuelo del gavilán		09h00

Nota: Cronograma de publicación realizada por el autor del proyecto

9.9. Creación de página en redes sociales

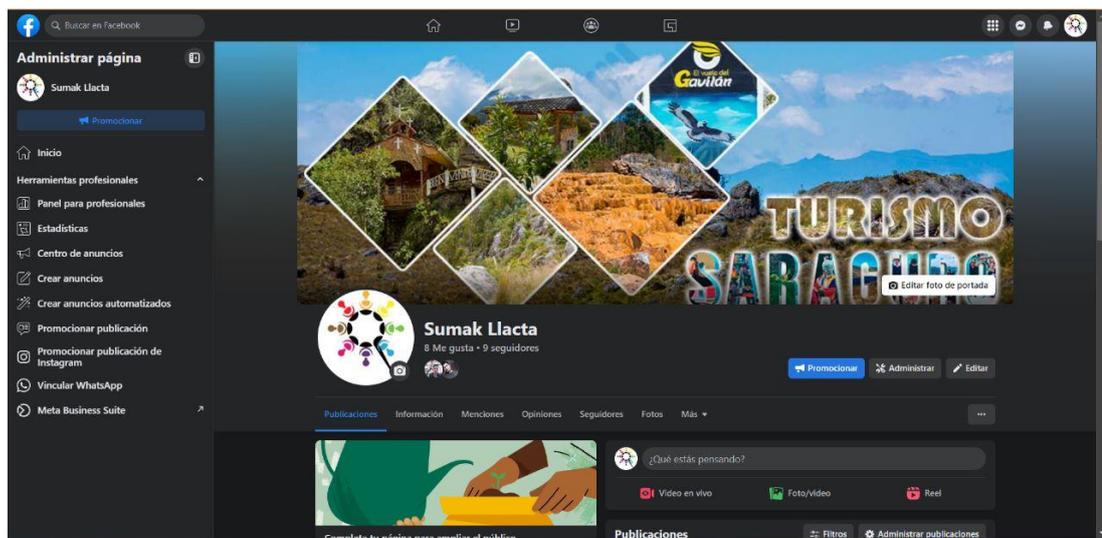
El material promocional a difundir se realizará mediante las plataformas digitales de la actualidad, tales como Facebook e Instagram con la finalidad de adquirir una mayor acogida del público que siguen estas redes sociales, ya que de esta manera se trata de llamar la atención y se interesen en visitar los centros turísticos del cantón Saraguro.

Figura 13. Red social Instagram



Nota: Captura de pantalla del proyecto SUMAK LLACTA

Figura 14. Red social Facebook



Nota: Captura de pantalla del proyecto SUMAK LLACTA

9.10. Artes redes sociales

Figura 15. Lugares turísticos del cantón Saraguro



Nota: Captura de pantalla, edición de artes para redes sociales

10. Conclusiones

Luego de culminar la investigación del presente proyecto se concluye que:

- La situación actual del turismo en el cantón Saraguro se ha visto afectada por la pandemia tanto en su cabecera cantonal como en sus parroquias, para ello la creación de una campaña publicitaria ayudó mucho a promocionar al cantón y así recuperar su imagen, la cual hace énfasis a un Saraguro lleno de encantos, tradición y cultura.
- Saraguro, es un cantón lleno de diversidad que cuenta con varios lugares turísticos naturales, los cuales en su mayoría no han sido conocidos por la ciudadanía en general, debido a la carencia de información; así pues, la creación de la campaña publicitaria permitió dar a conocer cada sitio y fomentar el turismo en el cantón Saraguro.
- En base a los resultados obtenidos se determina que para realizar una campaña publicitaria los medios digitales más reconocidos por la población son las redes sociales tales como Facebook e Instagram las mismas que por medio de la producción audiovisual informativa permiten dar a conocer cada lugar turístico del cantón Saraguro y las actividades que se desarrollan en los mismos.
- Para difundir la producción audiovisual y llevar a cabo una campaña publicitaria en medios digitales, se requiere de cuantioso material gráfico el mismo que debe ser variado para posteriormente seleccionar lo más destacado y así llevar a cabo la producción donde se puede evidenciar la riqueza y encanto que poseen cada uno de los lugares turísticos del cantón Saraguro.

11. Recomendaciones

De acuerdo a la investigación realizada se recomienda lo siguiente:

- A las autoridades del GADMI de Saraguro y a los GAD Parroquiales de dicho cantón, promocionar los diferentes sitios turísticos y capacitar a sus dueños para que los visitantes tengan y lleven consigo una buena imagen del lugar visitado y de todo el cantón en general. Para ello, es importante que las autoridades trabajen en conjunto para el mantenimiento y mejoramiento de las vías que conducen a cada lugar turístico, así como también trabajar para la señalización para brindar un servicio eficiente al turista nacional y extranjero.
- A los propietarios de cada lugar turístico brindar a la ciudadanía, mayor información sobre dónde se encuentran ubicados, cómo llegar y las actividades que se desarrollan, por lo tanto, es indispensable que implementen una campaña publicitaria, la cual les permita no solo proporcionar información sino también a que fomenten el turismo en el cantón Saraguro.
- A las autoridades parroquiales y cantonales crear campañas publicitarias, las cuales tengan como fin compartir la producción audiovisual en las redes sociales, en la que se dé a conocer cada atracción turística y se promueva el turismo del cantón Saraguro, obteniendo así el desarrollo socioeconómico y el bienestar de los habitantes.
- A los futuros investigadores, recolectar información verídica y relevante de cada sitio turístico, aprovechando la diversidad étnica-cultural y gastronómica, y la biodiversidad que posee el cantón Saraguro, todo esto con la finalidad de que no se presenten inconvenientes durante la realización y producción de la campaña publicitaria.

12. Referencias

- Ancin, I. (2018). Distintos tipos de campañas publicitarias. Caribeña de Ciencias Sociales. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanas-publicitarias.html/hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1805tipos-campanas-publicitarias>
- Anónimo. (s.f.). ¿Qué es una encuesta? Question Pro. <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- Anónimo. (2013). Significado de Entrevista. Qué es Entrevista *Significados.com*. <https://www.significados.com/entrevista/>
- Anónimo. (s.f.). Visualizando la Metodología Proyectual. Universidad de la Empresa. <https://ude.edu.uy/metodologia-proyectual/>
- Arango, K. (s.f.). Método hermenéutico: Definición y Características. Psicode. <https://psicode.com/filosofia/metodo-hermeneutico/>
- Ayala, M. (5 de agosto de 2021). Método fenomenológico. Lifeder. <https://www.lifeder.com/metodo-fenomenologico/>
- Barrezueta Arroyo, M., e Idrovo Galarza, A., (2015). Diseño de una campaña publicitaria para posicionar e incrementar las ventas de los productos “El Samán” en el Cantón Naranjal, Provincia del Guayas [Tesis para la obtención del título de: Ingeniero Comercial Mención Marketing, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9040/1/UPS-GT000797.pdf>
- Becerra Astudillo, F., Vega Ruiz, J., y Orellana Ulloa, M., (2021). Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación. 593 Digital Publisher CEIT, 6(3), 201-220. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.566>

- Camino S., Cuenca G., Cunalata C., y Orellana Z. (2021). Efectos del COVID-19 en el Sector Turismo. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Investigación y Estudios. <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Sector-Turismo-03-08-2021.pdf>
- Gallo, G. I., y Peralta, J. M. (2018). Turismo Rural Comunitario. Un aporte metodológico y herramientas prácticas. <https://www.teseopress.com/turismoruralcomunitario/>
- García Palacios, Carlos (2016). Turismo Comunitario en Ecuador: ¿Quo Vadis? Estudios y Perspectivas en Turismo, 25(4),597-614. ISSN: 0327-5841. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180747502011>
- García Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿quo vadis? Estudios y perspectivas en turismo, 25(4), 597-614 http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1851-17322016000400011
- García Reinoso, N., y Doumet Chilan, N.Y. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 13(1), 105-106. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2017000100105&script=sci_arttext&tlng=pt
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Antonio de Cumbe. (2019). San Antonio de Cumbe, historia y turismo. <https://sanantoniodecumbe.gob.ec/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial El Tablón. (2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia el Tablón, 2015-2019. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160033090001_PDYOT%20Parroquia%20El%20Tabl%C3%B3n%202015_30-10-2015_12-47-33.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Manú. (2020). Manú.
<http://manu.gob.ec/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Sebastián de Yuluc.
(2014). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento
Territorial [Archivo PDF]. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160031710001_DOCUMENTO%20ACTUALIZACION%20PDOT%202015%20YULUC_29-10-2015_16-02-12.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Sumaypamba. (s.f.).
Sumaypamba. <http://sumaypamba.gob.ec/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Urdaneta. (2019). La
parroquia Urdaneta. <http://gadurdaneta.gob.ec/urdaneta/>

Gualán S. (2015). San Pablo de Tenta vive el Inti Raymi y sus fiestas de
parroquialización. Tenta Emprende Gobierno Parroquial.
<http://tenta.gob.ec/noticia-2/>

Labanda L., y Ambuludi M. (01 de junio de 2021). El Paraíso de Celen.
Alcaldía de Saraguro.
<https://saraguro.gob.ec/wp/index.php/2021/06/01/el-paraiso-de-celen/>

Labanda L., y Ambuludi M. (01 de junio de 2021). Lluzhapa. Alcaldía de
Saraguro. <https://saraguro.gob.ec/wp/index.php/2021/06/01/lluzhapa/>

Labanda L., y Ambuludi M. (01 de junio de 2021). Selva Alegre. Alcaldía de
Saraguro. <https://saraguro.gob.ec/wp/index.php/2021/06/01/selva-alegre/>

Ministerio de Turismo. (2020). Informe de Rendición de Cuentas 2020.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/InformedeRendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>

- Ministerio de Turismo. (16 de marzo 2021). Saraguro, Nuevo Pueblo Mágico del sur del país. <https://www.turismo.gob.ec/saraguro-se-suma-a-los-pueblos-magicos-del-sur-del-pais/>
- Mullo Romero, E.D.C., Vera Peña, V. M., y Guillén Herrera, S. R. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178
- Ministerio de Turismo. (16 de marzo 2021). Saraguro, Nuevo Pueblo Mágico del sur del país. <https://www.turismo.gob.ec/saraguro-se-suma-a-los-pueblos-magicos-del-sur-del-pais/>
- Organza, F., y Morales, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable* (31), 1-19. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n31/1870-9036-eps-31-00008.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2020). Respuesta a la COVID-19: el 96% de los destinos del mundo impone restricciones a los viajes, informa la OMT. Organización Mundial del Turismo. <https://www.unwto.org/es/news/respuesta-covid-19-restricciones-viaje>
- Pérez, M. (19 de mayo de 2021). Definición de Observación. Concepto Definición. <https://conceptodefinicion.de/observacion/>
- Sebastián Morillas, A., Martín Soladana, I., y Clemente Mediavilla, J. (2020). Importancia de los “insights” en el proceso estratégico y creativo de las campañas publicitarias. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(1), 339. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/66570/4564456552880>

Toro, J. A. O., y Correa, D. R. (2011). Construcción de imagen de marca y reputación a través de campañas publicitarias de RSC. *Sphera Publica*, (11), 273-289. <https://www.redalyc.org/pdf/297/29729580016.pdf>

13. Anexos

13.1. Anexo 1. Certificación de aprobación del proyecto



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 21 de Julio del 2022
Of. N° 230 -VDIN-ISTS-2022

Sr.(ita). OCAMPOS PUGLLA EDDY BYRON
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO CON NIVEL EQUIVALENTE A
TECNOLOGÍA SUPERIOR**
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **CREACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA PROMOVER EL TURISMO EN EL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA EN EL PERIODO ABRIL SEPTIEMBRE 2022**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Tlgo CARLOS ANDRES OCHOA MONCADA.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,


Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.
VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS



13.2. Anexo 2. Cronograma

Tabla 11. *Cronograma de titulación*

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 10 al 21/05	Elaboración del marco institucional y marco teórico.
Octava	Lunes 23 al 28/05	
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	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.
Décima tercera		Investigación de campo:
Décima cuarta		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.

Autor: Secretaría ISTS

13.3. Anexo 3. Materiales y presupuesto

Tabla 12. *Material para el desarrollo del proyecto*

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL
Derecho para realizar el proyecto	940.00
Derecho para el Abstract	10.00
Hoja valorada	2.00
Impresión de documento	80.00
Internet	80.00
Luz	50.00
Computadora	1000.00
Disco duro	100.00
Tarjeta SD	20.00
Cámara	100.00
Drone	100.00
CD	2.00
Transporte	300.00
TOTAL	2784.00

13.4. Anexo 4. Certificación del Abstract



CERTF. N° 005-JP-ISTS-2022
Loja, 21 de octubre de 2022

El suscrito, Lic. Juan Pablo Quezada **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señor **EDDY BYRON OCAMPOS PUGLLA** estudiante en proceso de titulación periodo Abril- Noviembre 2022 de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

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

English is a piece of cake!

Checked by:
Juan Pablo Quezada R.
E.F.L. Teacher

Lic. Juan Pablo Quezada Rosales
DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS

13.5. Anexo 5. Formatos

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

SEGUNDA. – XXXXXXXXXXXX, realizó la investigación titulada “creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo 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 XXXXXXXXXXXX

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 XXXXXXXXXXXX, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y XXXXXXXXXXXX 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 “creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo abril septiembre 2022” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceder 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, en la ciudad de Loja, en el mes de septiembre del año 2022.

.....
XXXXXXXXXX

DIRECTOR

C.I. XXXXXXXXXXXX

.....
XXXXXXXXXX

AUTOR

C.I. 1 XXXXXXXXXXXX

Declaración juramentada

Loja, 02 de noviembre del 2022

Nombre: XXXXXXXXXXXX

Apellidos: XXXXXXXXXXXX

Cédula de Identidad: XXXXXXXXXXXX

Carrera: XXXXXXXXXXXX

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Abril – septiembre 2022

Tema del proyecto de titulación de fin de carrera con fines de titulación: creación de campaña publicitaria para promover el turismo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja en el periodo 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 ha 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 de 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 la consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normativa vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja.

.....
XXXXXXXXXXXX
C.I. XXXXXXXXXXX

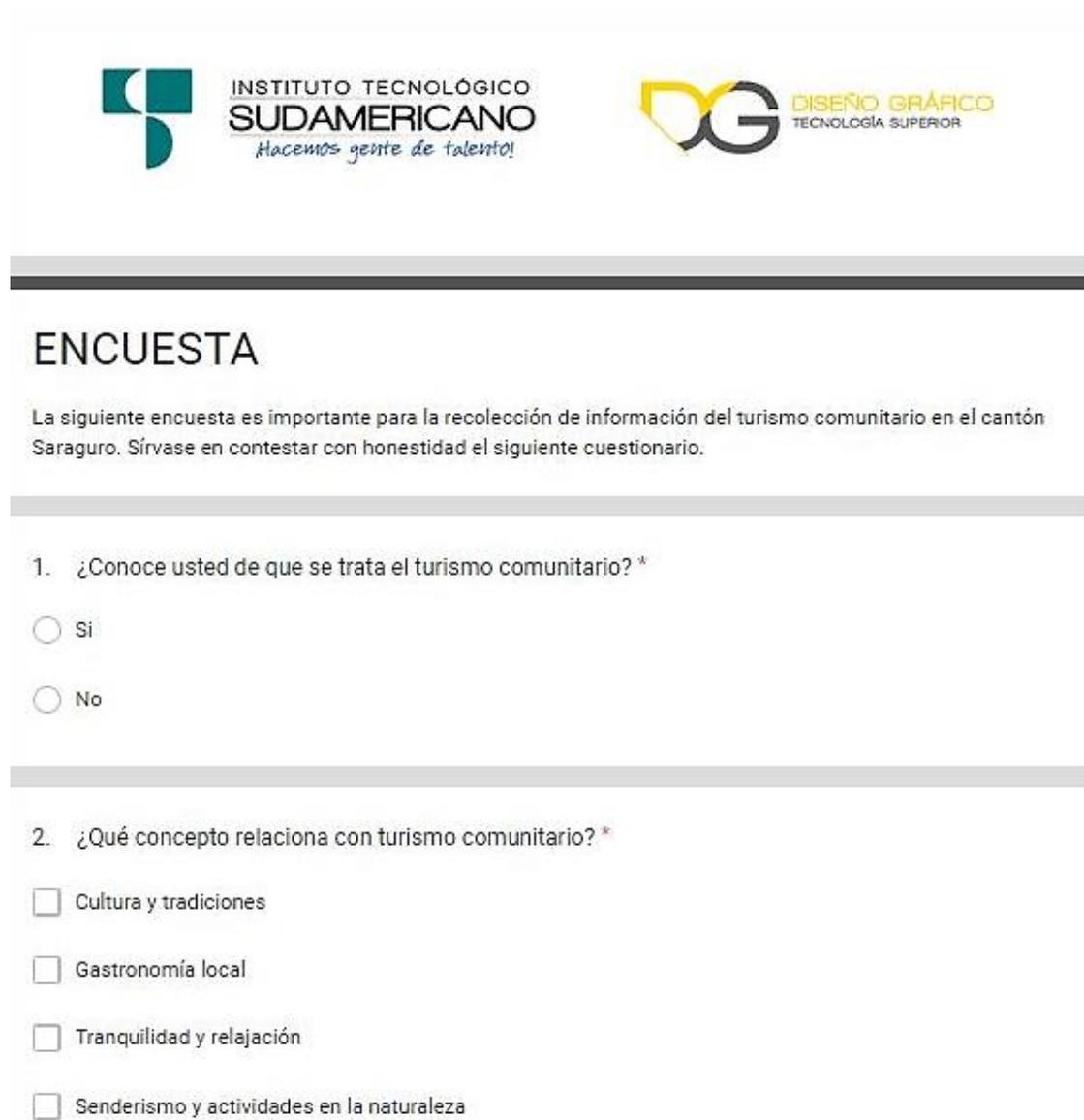
13.6. Anexo 6. Entrevista

Tabla 13. *Entrevista*

Interrogante	Respuesta
¿Considera que el cantón Saraguro posee un alto nivel turístico?	A pesar de las diferentes situaciones que atravesamos en el país y el mundo considero que Saraguro sí posee un alto nivel turístico, pues Saraguro es una tierra de hombres y mujeres trabajadoras que con el pasar del tiempo han ido aportando a su desarrollo. Por ejemplo, varios propietarios han construido atracciones turísticas y adecuando los lugares que nuestra Pacha Mama nos ha brindado.
¿Qué criterio tiene sobre de las campañas publicitarias para promover el turismo en el cantón Saraguro?	Las campañas publicitarias son un medio de gran importancia para dar a conocer y promocionar las riquezas que ofrece nuestro querido cantón. En este caso, incitan a propios y extraños a interesarse en conocer nuevos lugares para disfrutar, distraerse o simplemente para conocer nuevos lugares, nuevas culturas, entre otros.
¿Qué lugares turísticos del cantón Saraguro considera que son los más visitados o frecuentados?	Entre los lugares más visitados sobresale: el vuelo del gavián, en el cual en familia y amigos se puede disfrutar de juegos extremos y aventura, así también tenemos el baño del inca, el mismo que al estar en contacto con la naturaleza se puede relajar, estar en paz y tranquilidad.
¿Qué medios considera que son los más apropiados para potenciar el turismo en el cantón?	Para realizar el tipo de campaña de acuerdo a su proyecto, las redes sociales juegan un papel muy importante en la actualidad, por ello serían un medio que ayudarán en gran medida a promocionar el turismo en el cantón, pues hoy en día vivimos en un mundo donde la tecnología cada vez más avanza y está al alcance de toda la población.
¿Qué recomendaciones haría a las personas que deseen realizar turismo en el cantón Saraguro y a los propietarios de cada centro turístico?	A todos quienes deseen conocer los encantos que tiene nuestro querido Saraguro recomiendo que vayan bien protegidos del frío, ya que el clima es muy cambiante. Asimismo, cada visitante cuide los espacios, mantenga el orden y respete la o las restricciones en caso de existir alguna. A los propietarios de los centros turísticos recomendaría que sigan prestando un buen servicio a los visitantes, que tomen todas las medidas de seguridad para que no haya posibles accidentes, también que sigan conservando y cuidando de nuestra madre naturaleza.

13.7. Anexo 7. Encuesta

Figura 16. Encuesta en Google Forms



The image shows a Google Forms survey interface. At the top, there are two logos: on the left, the logo for 'INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO' with the tagline 'Hacemos gente de talento!'; on the right, the logo for 'DISEÑO GRÁFICO TECNOLOGÍA SUPERIOR'. Below the logos is a horizontal separator line. The main title of the survey is 'ENCUESTA'. Below the title is an introductory paragraph: 'La siguiente encuesta es importante para la recolección de información del turismo comunitario en el cantón Saraguro. Sírvase en contestar con honestidad el siguiente cuestionario.' Another horizontal separator line follows. The first question is '1. ¿Conoce usted de que se trata el turismo comunitario? *', with two radio button options: 'Si' and 'No'. A second horizontal separator line follows. The second question is '2. ¿Qué concepto relaciona con turismo comunitario? *', with four checkbox options: 'Cultura y tradiciones', 'Gastronomía local', 'Tranquilidad y relajación', and 'Senderismo y actividades en la naturaleza'.

 INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!

 DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

ENCUESTA

La siguiente encuesta es importante para la recolección de información del turismo comunitario en el cantón Saraguro. Sírvase en contestar con honestidad el siguiente cuestionario.

1. ¿Conoce usted de que se trata el turismo comunitario? *

Si

No

2. ¿Qué concepto relaciona con turismo comunitario? *

Cultura y tradiciones

Gastronomía local

Tranquilidad y relajación

Senderismo y actividades en la naturaleza

3. ¿Conoce usted campañas que promuevan el turismo en el cantón Saraguro? *

Sí

No

4. Según su criterio ¿Existe suficiente información de cada lugar turístico del cantón Saraguro y los servicios que ofrece? *

Sí

No

5. ¿Cree Ud. que una campaña publicitaria aporta al desarrollo turístico del cantón Saraguro? *

Sí

No

6. ¿Qué tipo de material gráfico publicitario le gustaría para dar a conocer los atractivos turísticos? *

Video

Fotografía

7. ¿Qué lugares turísticos conoce de Saraguro? *

Cascada de la Virgen de Agua Santa

El vuelo del Gavilán

Baño del Inca

León dormido

El salado

Bosque de Huashapamba

La cascada Sarashi

Cerro de Arcos

Otra...

8. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer esta campaña publicitaria? *

Prensa

Radio

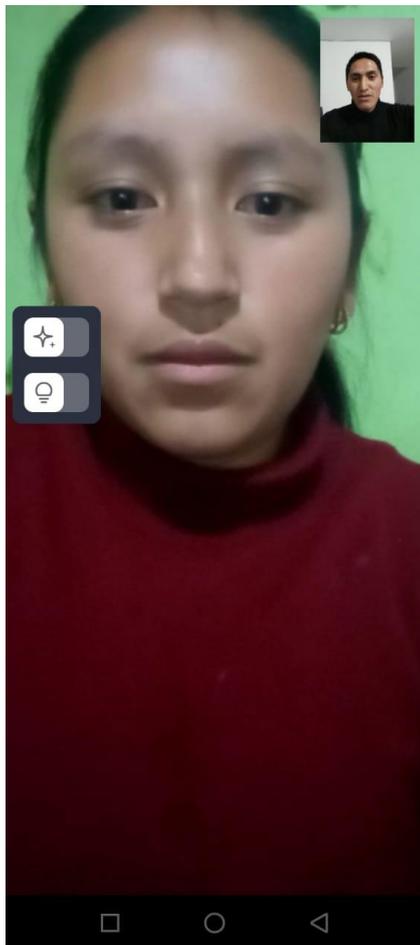
Tv

Redes sociales

Nota: Encuesta aplicada por medio de Google Forms

13.8. Anexo 8. Evidencia Fotográfica de la Entrevista

Figura 17. *Entrevista realizada vía videollamada*



13.9. Anexo 9. Evidencia Fotográfica de la Filmación

Figura 18. *Filmación*



Nota: Fotografías realizadas por el autor del proyecto

13.10. Anexo 10. Fotografía de socialización

