

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO EQUIVALENTE A LA TECNOLOGÍA SUPERIOR

CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FOMENTAR LA
VISITA DE SITIOS TURÍSTICOS DE LAS PARROQUIAS URBANAS Y RURALES
DEL CANTÓN LOJA EN EL PERIODO OCTUBRE – FEBRERO 2023

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

AUTORES:

CARRERA CRIOLLO ALEJANDRO JOSUÉ

ESPINOSA SANMARTÍN DANIEL ALEJANDRO

DIRECTOR:

TLGA. BRIGITTE ALEJANDRA PESANTEZ JARAMILLO

Loja, 04 de mayo 2023

Certificación

Tlga.
Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado: Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja, el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presencia ante el tribunal respectivo.

Loja, 10 abril de 2023



Tlga. Brigitte Pesantez Jaramillo
C.I: 1105902348

Carrera Criollo Alejandro Josué
1105034795

Certificación

Tlga.
Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado: Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja, el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presencia ante el tribunal respectivo.

Loja, 10 abril de 2023



Tlga. Brigitte Pesantez Jaramillo
C.I: 1105902348

Espinosa Sanmartín Daniel Alejandro

1150311908

Autoría

Yo, Carrera Criollo Alejandro Josué 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.

Carrera Criollo Alejandro Josué

1105034795

Yo, Espinosa Sanmartín Daniel Alejandro 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.

Espinosa Sanmartín Daniel Alejandro

1150311908

Dedicatoria

Dedicatoria de Alejandro Carrera

A mi madre Lorena Criollo por estar siempre apoyándome en mis estudios, pese a las dificultades que se han presentado en el tramo, estoy muy agradecida con ella por convertirme en un hombre de valores empleando siempre la responsabilidad.

A mi hermana Adriana Tacuri por su apoyo en todo sentido.

Por último, a mis docentes quienes han sido una parte fundamental desde el primer momento en la institución, preparándome con todos los conocimientos necesarios para convertirme en una profesional en mi área.

Att: Alejandro Carrera

Dedicatoria de Daniel Espinosa

A mis amados padres, quienes me inspiraron a seguir mis sueños y siempre me han apoyado en todas mis decisiones. Su amor incondicional y su perseverancia en la vida han sido mi guía y mi fortaleza. Les dedico este proyecto de titulación con todo mi corazón.

A mis amigos y compañeros, quienes han sido mi familia durante esta etapa de mi vida. Gracias por sus palabras de ánimo, su amistad y su apoyo constante.

Finalmente, dedico este trabajo a todas las personas que han dejado una huella en mi vida, me han apoyado y me han inspirado a seguir adelante a pesar de todos los obstáculos.

Att: Daniel Espinosa

Agradecimiento

Agradecimiento de Alejandro Carrera

Primeramente, agradezco a las autoridades y docentes del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, por darme la oportunidad de finalizar esta carrera, y prepararme con todos los conocimientos para desarrollarme como un profesional.

De igual manera quedo especialmente agradecida con mi tutor de proyecto de titulación. Tlga. Brigitte Pesantez por instruirme y compartir sus conocimientos, por brindarme su apoyo durante todo el trayecto de la carrera.

Alejandro Carrera

Agradecimiento de Daniel Espinosa

"Quiero expresar mi profunda gratitud y agradecimiento a mi directora de proyecto de titulación Tlga. Brigitte Pesantez, por su guía, apoyo y paciencia a lo largo de todo el proceso de investigación. Su experiencia y conocimientos en el campo de estudio que sin duda alguna han sido invaluable para mí.g

También quiero agradecer a mi familia y amigos por su amor, apoyo y comprensión durante este tiempo. Sus palabras de aliento me han motivado en momentos difíciles.

Finalmente, agradezco mis padres por el apoyo demostrado a través de los años, por haberme brindado la oportunidad de estudiar y convertirme en un profesional.

Daniel Espinosa

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; Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Alejandro Carrera y Daniel Espinosa, en calidad de autores del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. - Alejandro Carrera y Daniel Espinosa, realizaron la Investigación titulada “Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – febrero 2023”; para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez

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

CUARTA. - Los comparecientes Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Alejandro Carrera y Daniel Espinosa como autores, 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 una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – febrero 2023” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de abril del año 2023.



Firmado electrónicamente por:
**BRIGITTE ALEJANDRA
PESANTEZ JARAMILLO**

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA

C.I. 1105902348

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alejandro Josué Carrera Criollo'.

Alejandro Josué Carrera Criollo

AUTOR

C.I. 1105034795

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; Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Alejandro Carrera y Daniel Espinosa, en calidad de autores del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. - Alejandro Carrera y Daniel Espinosa, realizaron la Investigación titulada “Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – febrero 2023”; para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez

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

CUARTA. - Los comparecientes Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Alejandro Carrera y Daniel Espinosa como autores, 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 una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – febrero 2023” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de abril del año 2023.



Firmado electrónicamente por:
**BRIGITTE ALEJANDRA
PESANTEZ JARAMILLO**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel Alejandro Espinosa Sanmartín'.

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA

C.I.: 1105902348

Daniel Alejandro Espinosa Sanmartín

AUTOR

C.I.: 1150311908

Declaración Juramentada

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, 04 de Mayo de 2023

Nombres: Alejandro Josué

Apellidos: Carrera Criollo

Cédula de Identidad: 1105034795

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Periodo extraordinario.

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación: Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

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

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.

2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.

4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

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

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

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

Firma:



Nro. Cédula: 1105034795

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, 04 de Mayo de 2023

Nombres: Daniel Alejandro

Apellidos: Espinosa Sanmartín

Cédula de Identidad: 1150311908

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Periodo extraordinario.

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación: Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

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

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

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

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

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

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. C. ...', written over a faint circular stamp or watermark.

Nro. Cédula: 1150311908

Índice de Contenidos

Certificación	II
Autoría.....	IV
Dedicatoria.....	VI
Dedicatoria de Alejandro Carrera	VI
Dedicatoria de Daniel Espinosa.....	VII
Agradecimiento	VIII
Agradecimiento de Alejandro Carrera.....	VIII
Agradecimiento de Daniel Espinosa.....	IX
Acta de Cesión de Derechos de Proyecto de Investigación de Fin de Carrera.....	X
Acta de Cesión de Derechos de Proyecto de Investigación de Fin de Carrera.....	XII
Declaración Juramentada.....	XIV
DECLARACIÓN JURAMENTADA	XIV
DECLARACIÓN JURAMENTADA	XVI
1. Resumen	1
2. Abstract.....	3
3. Problematización	5
4. Problema.....	7
5. Tema.....	8
6. Línea de investigación.....	9
6.1. Sublínea de investigación.....	9

7.	Justificación.....	10
8.	Objetivos de investigación.....	12
8.1.	Objetivo General.....	12
8.2.	Objetivos Específicos:.....	12
9.	Marco Teórico	13
9.1.	Marco Institucional	13
9.2.	Reseña histórica	13
9.3.	Modelo educativo.....	17
10.	Marco Conceptual.....	19
10.1.	Capítulo I.....	19
10.1.1.	¿Qué es el turismo?.....	19
10.1.2.	Impacto económico del turismo.....	19
10.1.3.	Abordaje estadístico del turismo.....	19
10.1.4.	Parroquias del Cantón Loja.....	20
10.1.5.	Parroquias Urbanas	20
10.1.6.	Parroquias Rurales	21
10.1.7.	Principales sitios turísticos del Cantón Loja.....	24
10.1.8.	Gastronomía del Cantón Loja.....	27
10.1.9.	Turismo Religioso	27
10.2.1.	¿Qué es una campaña publicitaria?	28
10.2.2.	Tipos de campañas publicitarias.....	28
10.2.3.	Campañas de medios tradicionales	28

10.2.4.	Campana de marketing en redes sociales.....	29
10.2.5.	Campana de empuje estacional.....	29
10.2.6.	Campana de reconocimiento de marca	29
10.2.7.	Campana de lanzamiento de producto	29
10.2.8.	Email Marketing	30
10.2.9.	Campana de publicidad pagada.....	30
10.2.10.	Marketing de contenidos.....	30
10.2.11.	SMS.....	30
10.2.12.	Producción Audiovisual	31
10.2.13.	Diseño Gráfico.....	31
11.	Metodología.....	32
11.1.	Método hermenéutico.....	32
11.2.	Método fenomenológico	32
11.3.	Método práctico proyectual.....	33
11.4.	Técnicas de investigación	33
11.4.1.	Encuestas.....	33
11.4.2.	Entrevistas.....	34
11.4.3.	Observación	34
11.5.	Determinación de la muestra.....	34
11.5.1.	Aplicación de la fórmula.....	35
12.	Análisis y resultados de tabulaciones	37
13.	Entrevista.....	56

14.	Propuesta de acción	59
14.1.	Introducción	59
14.2.	Marca del Proyecto	60
14.3.	Proceso de realización del Logo.....	61
14.4.	Manual de marca.....	62
14.5.	Línea Gráfica.....	63
14.6.	Guion voz en off.....	64
14.7.	Artes de cada parroquia	70
14.8.	Videos de cada parroquia.....	82
15.	Conclusiones.....	90
16.	Recomendaciones	92
17.	Bibliografía.....	93
16.	Anexos	97
16.1	Certificación de aprobación del proyecto	97
16.2.	Certificación de la Implementación del proyecto	99
	Certificación de la Implementación del proyecto.....	100
	Certificación de Aprobación del Abstract	101
16.1.	Declaración Juramentada	102
16.2.	Formato de acta de cesión de derechos de proyecto de investigación de fin de carrera.....	106
	Acta de cesión de derecho de proyecto de investigación de fin de carrera.	108
16.3.	Cronograma.....	110

16.4.	Presupuesto	112
16.4.1.	Materiales Básicos	112
16.4.2.	Materiales Tecnológicos	112
16.4.3.	Presupuesto Total.....	113
16.5.	Plan de contenidos.....	114
16.8.	Formato de encuesta.....	116
16.6.	Fotografías de la Galería de Arte.....	118
16.7.	Fotografías del proceso de producción.....	121
16.8.	Capturas de Pantalla.....	124
16.10.	Storyboards para los videos	126

Índice de Figuras

FIGURA 1 TEORÍA DEL CONSTRUCTIVISMO	17
FIGURA 2 PREGUNTA 1	37
FIGURA 3 PREGUNTA 2	38
FIGURA 4 PREGUNTA 3	40
FIGURA 5 PREGUNTA 4	41
FIGURA 6 PREGUNTA 5	43
FIGURA 7 PREGUNTA 6	44
FIGURA 8 PREGUNTA 7	46
FIGURA 9 PREGUNTA 8	47
FIGURA 10. PREGUNTA 9.....	49
FIGURA 11 PREGUNTA 10.....	50
FIGURA 12 PREGUNTA 11	52
FIGURA 13 PREGUNTA 12	53
FIGURA 14 VERSIONES DEL LOGO.....	61
FIGURA 15 PROCESO DE REALIZACIÓN DEL LOGO.....	61
FIGURA 16 REFERENCIAS.....	62
FIGURA 17 LÍNEA GRÁFICA.....	63
FIGURA 18 GRÁFICA 2.....	63
FIGURA 19 PARROQUIA CHUQUIRIBAMBA.....	70
FIGURA 20 PARROQUIA EL VALLE.....	72
FIGURA 21 PARROQUIA PUNZARA	73
FIGURA 22 PARROQUIA CARIGAN.....	73
FIGURA 23 PARROQUIA EL SAGRARIO.....	74
FIGURA 24 PARROQUIA SANTIAGO	76

FIGURA 25 PARROQUIA SAN LUCAS.....	76
FIGURA 26 SAN PEDRO DE VILCABAMBA	77
FIGURA 27 PARROQUIA QUINARA.....	77
FIGURA 28 PARROQUIA MALACATOS	78
FIGURA 29 PARROQUIA JIMBILLA	78
FIGURA 30 PARROQUIA CARIGÁN.....	79
FIGURA 31 PARROQUIA EL SAGRARIO	79
FIGURA 32 PARROQUIA EL VALLE.....	80
FIGURA 33 PARROQUIA PUNZARA	80
FIGURA 34 PARROQUIA SUCRE	81
FIGURA 35 PARROQUIA SAN SEBASTIÁN.....	81
FIGURA 36 VIDEO VILCABAMBA	82
FIGURA 37 VIDEO SAN LUCAS.....	82
FIGURA 38 VIDEO SUCRE	83
FIGURA 39 VIDEO SAN SEBASTIÁN.....	83
FIGURA 40 VIDEO CARIGÁN	84
FIGURA 41 VIDEO PUNZARA.....	84
FIGURA 42 VIDEO EL SAGRARIO	84
FIGURA 43 VIDEO EL VALLE.....	85
FIGURA 44 VIDEO SAN LUCAS.....	85
FIGURA 45 VIDEO JIMBILLA	86
FIGURA 46 VIDEO SANTIAGO	86
FIGURA 47 VIDEO SAN PEDRO DE VILCABAMBA	86
FIGURA 48 VIDEO TAQUIL.....	87
FIGURA 49 VIDEO CHANTACO.....	87

FIGURA 50 VIDEO CHUQUIRIBAMBA	88
FIGURA 51 VIDEO TAQUIL.....	88
FIGURA 52 VIDEO GUALEL.....	88
FIGURA 53 VIDEO QUINARA	89
FIGURA 54 VIDEO EL CISNE	89
FIGURA 55 VIDEO YANGANA.....	89
FIGURA 56 CERTIFICADO DE VICERRECTORADO.....	97
FIGURA 57 CERTIFICADO DE VICERRECTORADO.....	98
FIGURA 58 EVIDENCIA GALERIA DE ARTE 1	118
FIGURA 59 GRABACIÓN DE VOZ EN OFF.....	121
FIGURA 60 GRABACIÓN DE LUGAR TURÍSTICO EN QUINARA.....	122
FIGURA 61 TOMANDO FOTOS EN YANGANA.....	122
FIGURA 62 TOMANDO FOTOS EN SAN PEDRO DE VILCABAMBA	123
FIGURA 63 EJEMPLO DE FOTOGRAFÍAS.....	123
FIGURA 64 GRABACIÓN.....	124
FIGURA 65 PREMIERE CAPTURA	124
FIGURA 66 DAVINCI RESOLVE CAPTURA.....	125
FIGURA 67 LIGTRROOM CAPUTURA.....	126
FIGURA 68 STORYBOARD EL VALLE.....	126
FIGURA 69 STORYBOARD MALACATOS	127
FIGURA 70 STORYBOARD YANGANA.....	127
FIGURA 71 STORYBOARD QUINARA	128

Índice de Tablas

TABLA 1 PREGUNTA 1	63
TABLA 2 PREGUNTA 2	39
TABLA 3 PREGUNTA 3	39
TABLA 4 PREGUNTA 4	40
TABLA 5 PREGUNTA 5	41
TABLA 6 PREGUNTA 6	43
TABLA 7 PREGUNTA 7	45
TABLA 8 PREGUNTA 8	46
TABLA 9 PREGUNTA 9	48
TABLA 10 PREGUNTA 10	49
TABLA 11 PREGUNTA 11	51
TABLA 12 PREGUNTA 12	52
TABLA 13 GUIÓN DE VOZ EN OFF	54
TABLA 14 PRESUPUESTO	137
TABLA 15 MATERIALES TECNOLÓGICOS.....	110
TABLA 16 PRESUPUESTO TOTAL	112
TABLA 17 CRONOGRAMA DE TAREAS PARA EL PROYECTO	112
TABLA 18 CRONOGRAMA DE REDES SOCIALES.....	113
TABLA 19 CRONOGRAMA DE TAREAS EN EL PROYECTO.....	114

1. Resumen

El presente proyecto investigativo se orientó en la creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

A causa del Covid 19 y el confinamiento que se ha vivido en esta última época ha provocado el cierre de viajes internacionales con el fin de evitar la propagación de contagios por esta enfermedad la cual afecto a todo el mundo, con el pasar de tiempo, las secuelas que dejó esta misma surgió la disminución de turismo en todo lugar, poco a poco y con la disminución de contagios y la aceptación de la epidemia ha provocado que hayamos regresado a la normalidad casi en su totalidad, sin embargo la gente ha perdido la costumbre de visitar los lugares que ofrece nuestra área.

El objetivo de la presente investigación fue crear y editar material visual mediante la utilización de técnicas de edición, fotográficas, publicitarias para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja, aplicando la técnica de publicitar mediante material visual para así llegar a la ciudadanía.

Para la elaboración de este material y con la intención o el fin de crear un buen contenido publicitario se procedió a realizar la creación de la campaña publicitaria mediante la elaboración de videos informativos, post publicitarios y expositivos de cada cantón y los lugares que ofrece a la ciudadanía para gozar de estos espacios que nos ofrecen, con la finalidad de crear un producto el cual resulte atractivo e interesante para dar a conocer estos sitios. Conocer sobre los diferentes sitios turísticos mediante la recopilación de filmaciones mostrando sobre los diversos puntos atractivos que existen estas zonas. Aplicar encuestas previamente realizadas por nosotros, utilizando

plataformas digitales darla a conocer y difundirla a un público de entre 20 años de edad del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano para identificar cuáles son los sitios turísticos que conocen del cantón y definir cuanto saben acerca de dichos lugares.

2. Abstract

This research project was oriented towards the creation of an advertising campaign to promote visits to tourist sites in the urban and rural parishes of the Loja canton.

Because of Covid 19 and the confinement that has been experienced in this last period has led to the closure of international travel to prevent the spread of infection by this disease which affected the whole world, over time, the aftermath of this same arose the decline of tourism everywhere, gradually and with the decrease of infections and acceptance of the epidemic has caused that each person has returned to normal almost entirely. However, people have lost the habit of visiting the places that our area offers.

Therefore, the objective of this research was to create and edit visual material through the use of editing, photographic and advertising techniques to promote the visit of tourist sites in the urban and rural parishes of Loja canton, applying the technique of advertising through visual material in order to reach to the citizens.

Finally, for the development of this material and with the intention or in order to create a good advertising content, the researcher proceeded to develop the advertising campaign through the development of informative videos, post advertising and expository of each canton and the places that offers citizens to enjoy these spaces in order to create a product which is attractive and interesting to publicize these sites. Then, learn about the different tourist sites through the collection of films showing the various attractive points that exist in these areas. After that, apply surveys previously conducted by the researcher, using digital platforms to make it known and disseminate it to an audience between 20 years of age of the Instituto Superior Tecnológico Sudamericano to identify which are the tourist sites they know of the canton and define how much they know about these places.

Traducido por: Lic. Jordy Christian Granda Feijoo, Mgs.

1105263931 - 0967352473

3. Problematización

De acuerdo con el Informe Global sobre el Turismo de Aventura, emitido por la Organización Mundial de Turismo, se menciona que “el turismo de aventura es uno de los segmentos de mayor desarrollo, caracterizándose como un producto de valor ecológico, cultural y económico” (Scheibel, 2020)

El turismo es una actividad multidisciplinaria que, por su propia naturaleza, requiere una gestión eficaz en la toma de decisiones y ejecución de acciones relacionadas con todos los sectores turísticos. La actitud política del país hacia el turismo coloca al turismo a la vanguardia en la definición, coordinación e implementación de todos los objetivos de desarrollo del país. Decidir vincular el turismo con otros sectores económicos y sociales del país para cumplir los objetivos marcados (Chacha, 2015)

Ecuador posee una gran cantidad de sitios turísticos de los cuales se puede aprovechar y así obtener un gran potencial económico. La falta de información provoca que las personas no lleguen a conocer el valor cultural y social que disponemos, lo que causa el poco interés en visitar todos nuestros espacios turísticos.

En el año 2020 debido a la emergencia sanitaria por el Covid-19 el aporte del turismo es la sexta fuente de ingresos no petroleros a US\$ 705 millones de dólares. Sin embargo, el turismo sigue siendo la primera en la balanza de *servicios*. (Rendición de cuentas, 2020)

En cuanto al sector financiero, ha disminuido sus actividades en un 50%, lo que ocasiona una pérdida diaria de USD 90 491 y USD 2 714 744 de forma mensual (Universidad Técnica Particular de Loja, 2020).

En la provincia de Loja contamos actualmente con varios puntos de interés para turistas en los que principalmente se puede enfocar para así sacarle provecho a estos espacios y de esa manera también aportar a la economía local, muchas veces estos lugares no cuentan con el conocimiento y los recursos para realizar una campaña publicitaria. Durante el tiempo que inicio la pandemia del Covid-19 se generó una gran desconfianza en las personas por el temor a contagiarse lo que causo una gran disminución en el turismo.

La ciudad de Loja cuenta con varios parques, museos, plazas, miradores, sitios históricos, etc. para generar interés en las personas que quisieran visitar esta ciudad, pero por falta de información no han logrado llegar a conocer.

4. Problema

La falta de información y difusión en los medios de comunicación y de las autoridades provoca el desinterés de la ciudadanía por visitar los diferentes sitios turísticos que ofrecen las distintas parroquias urbanas y rurales de nuestro cantón Loja.

5. Tema

Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo Octubre – Febrero 2023.

6. Línea de investigación

El presente proyecto de investigación entra en la línea que corresponde a Biodiversidad, patrimonio cultural, natural y gastronómico y a la Línea Formación, identidad cultural y transformación digital en la Educación.

6.1. Sublínea de investigación

La sublínea Turismo comunitario debido a que se busca realizar una campaña publicitaria de los lugares turísticos del cantón Loja y la sublínea Diseño digital, multimedia en la educación debido a que aplicamos los conocimientos adquiridos dentro del ámbito de diseño.

7. Justificación

El Instituto Tecnológico Superior Sudamericano busca la formación de profesionales con alta capacidad humanística, técnica y científica a través de la investigación, enseñando al estudiante a ser creativo, crítico, reflexivo, promoviendo su participación activa en la identificación de los problemas que afectan a la realidad actual y planteando alternativas de solución a los problemas identificados.

El proyecto se justifica a nivel académico como un requisito previo a la obtención del título de tecnólogo en la carrera de Diseño Gráfico en la cual se aplicarán los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera como el uso de herramientas para poner en práctica los temas adquiridos en el semestre para la ejecución de una correcta construcción de una campaña.

Con respecto al ámbito tecnológico el proyecto busca crear herramienta y medios de difusión para los espacios que cuenta la ciudad de Loja, así de esta manera convertirse en una alternativa de turismo tanto nacional como internacional.

Este proyecto busca fomentar el turismo del cantón Loja ya que se disponen de varios espacios turísticos los cuales hay algunos que son reconocidos, pero hay otros que por falta de información y difusión no llegan a ser tan conocidos.

Referente al ámbito económico se busca beneficiar a los sectores donde se encuentran estos sitios turísticos. El proyecto de investigación será un aporte a cada una de las comunidades para que valoren y expongan la historia que hay detrás de cada uno de estos espacios con los que contamos, así también contribuir a la sociedad.

En lo personal el presente trabajo tiene como finalidad presentar una nueva alternativa en cuanto al turismo cultural, a través de la valoración de los espacios turísticos

que contamos en la ciudad y el cantón Loja, en el cual se busca fomentar el desarrollo y exposición de estos mismos espacios antes mencionados.

8. Objetivos de investigación

8.1. Objetivo General

Crear una campaña publicitaria mediante el uso de herramientas de diseño gráfico para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

8.2. Objetivos Específicos:

✓ Elaborar una investigación mediante la recopilación de información bibliográfica para conocer acerca de los orígenes de los espacios turísticos que posee el cantón Loja.

✓ Realizar una investigación mediante la recopilación de información a través de la técnica de investigación; entrevistas y encuestas, para determinar los sitios turísticos que se podrían implementar para mejorar el entendimiento de las personas sobre el turismo local.

✓ Desarrollar una campaña publicitaria mediante la utilización de herramientas de diseño y comunicación, para fomentar el turismo en las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja

✓ Socializar la campaña publicitaria a través de medios informativos como los medios digitales, con el cual aplicamos los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera de Diseño Gráfico.

9. Marco Teórico

9.1. Marco Institucional

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



9.2. 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.

9.3. 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 1 Teoría del constructivismo



Nota: Figura que refleja la teoría del constructivismo. Autor. Carrera & Espinosa (2023)

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

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

Ing. Ana Marcela Cordero, Mgs.

RECTORA ISTS

10. Marco Conceptual

10.1. Capítulo I

10.1.1. ¿Qué es el turismo?

El turismo es una de las prácticas modernas que los individuos tienen para descansar, recrearse, conocer y socializar con otras personas; conlleva múltiples implicaciones en las sociedades y la economía de las comunidades que se ven afectadas positiva o negativamente por este fenómeno; es sobre todo en este último punto donde se da una gran relevancia al turismo como una actividad que genera inversión de infraestructura, estructura y superestructura en los destinos turísticos, favorece la inversión nacional y extranjera que a su vez repercute de manera positiva en la creación de fuentes de empleo y captación de divisas para el país (Maldonado Alcudia, 2012).

El turismo se puede describir como una actividad que consiste en el traslado de personas a cierto lugar determinado ya sea por motivos de trabajo, vacaciones, familiares, etc. El turismo también representa una gran fuente de ingresos económicos para cada país.

10.1.2. Impacto económico del turismo

En Economía, la diversidad de papeles que desempeñan los agentes económicos se puede clasificar en tres grandes sectores: el sector primario, el sector secundario, y el sector terciario o de servicios. Las actividades turísticas se integran mayoritariamente dentro de este último sector, aunque también pueden presentarse en los dos sectores anteriores. (Casas, 2005)

10.1.3. Abordaje estadístico del turismo

El abordaje estadístico del fenómeno “turismo” en su aspecto económico puede hacerse desde el punto de vista de la demanda o desde el punto de vista de la oferta. La

demanda se define en función de: , Perfil de los visitantes (sexo, edad, nivel educativo, nivel de ingresos, etc.) , Medio de transporte utilizado , Tipo de alojamiento utilizado , Destinos elegidos , Período y duración de la estadía , Finalidad o motivo del viaje , Actividades desarrolladas en el lugar visitado , Su impacto económico en las diferentes ramas de actividad, en la ocupación y en las inversiones. La oferta, se define en función de las ramas de actividad relacionadas con la satisfacción del consumo turístico: , Hoteles y establecimientos similares , Inmuebles en alquiler para el turismo , Restaurantes, cafés , Transportes , Agencias de viaje y operadores de turismo. (SECTUR, 2003)

10.1.4. Parroquias del Cantón Loja

El cantón Loja posee 4 parroquias urbanas (San Sebastián, Sucre, El Valle, Y sagrario) 13 parroquias rurales (Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualiel, Malacatos, Jimbilla, San Lucas, San Pedro, Santiago, Taquil, Vilcabamba, Yangana y Quinara.) (UTPL, 2018)

10.1.5. Parroquias Urbanas

10.1.5.1. Sucre

Esta parroquia compone los siguientes barrios: San José, San Vicente, Capulí, Loma, El pedestal, Clodoveo, Turunuma, Belén, Plateado, Borja, Obrapía, Menfis, Chotacruz, Bolonia, Eucaliptos, Tierras Coloradas, Céli Román, Alborada, Miraflores. La Zona en Desarrollo de esta parroquia está comprendida entre la vía nueva a la Costa, el Perímetro Urbano de la ciudad entre los mojones del 26 al 29, el camino antiguo al sitio Guachichambo, y el límite cantonal con Catamayo. Área de terreno: 1.259,24 Has (12'592.422,08 m²). (Municipio De Loja, 2010)

10.1.5.2.El Valle

Esta parroquia compone los siguientes barrios: Las Palmas, San Cayetano, Santiago Fernández, Jipiro, La inmaculada, La estancia, Chingulanchi, La Paz, Amable María. La Zona en Desarrollo de esta parroquia está comprendida entre el Perímetro urbano de la ..., entre los mojones del 13 al 22, la continuidad del cauce del río Zamora de esta parroquia, la vía nueva a Zamora, el límite con la parroquia Jimbilla, y el límite cantonal con la provincia de Zamora Chinchipe. Área de Terreno: 5.702,25 Has (57'025.283,38 m²). (Municipio de Loja, 2010)

10.1.6. Parroquias Rurales

10.1.6.1.Vilcabamba

Vilcabamba en quechua, HUILLOPAMBA, que significa “Valle Sagrado”, a 40 Km., de la ciudad de Loja, es un valle a 1.700 metros sobre el nivel del mar, regado por los ríos Chamba y Uchima. Sus casas están construidas con tapia, adobe y madera, con patios interiores y amplios portales. Se cultiva maíz, maní, plátano, tabaco, caña de azúcar, yuca, cítricos y frutales. Un alto porcentaje de su población llega a longevo, con sus facultades vitales intactas y no es raro encontrar un anciano centenario realizando faenas agrícolas como cualquier agricultor de 40 o 50 años. Es la razón por la cual se le conoce como “Isla de la longevidad” que llama la atención de los científicos y turistas. Atribuyen la buena salud de los longevos al agua de los ríos que la rodean, capaz de eliminar el colesterol y curar el reumatismo. (Municipio de Loja, 2010)

10.1.6.2.San Pedro de Vilcabamba

San Pedro de Vilcabamba es un pueblo que goza de un clima cálido subtropical, por encontrarse en la cordillera andina, su vegetación es de tipo bosque seco, aquí pasa una vía que conduce a Vilcabamba. En la parroquia se cuenta con 2.967,26 hectáreas de bosque sumando el Parque Nacional Podocarpus y el bosque protector El Bosque. En esta

zona, por la presencia de ecosistemas húmedos, existe suficiente cantidad de agua, que a su vez garantiza medios suficientes para una gran diversidad de plantas y fauna. Precisamente una de las potencialidades de la parroquia es el turismo ornitológico para la observación de aves. (GAD Parroquial San Pedro de Vilcabamba, 2015)

10.1.6.3. Yangana

Este valle ubicado al Oriente de la ciudad de Loja, es la puerta de entrada a estas fértiles regiones de nuestro territorio Oriental, hasta esta población se halla construida una carretera de verano que, partiendo desde Loja, atraviesa los fértiles valles de Malacatos, Vilcabamba, Quinara y otros lugares donde se levantan pequeños grupos de gente, a lo largo el Río Palmira, se divisan huertos con plantaciones de cafetos, cañaverales, naranjos y limones. (Municipio de Loja, 2010)

10.1.6.4. Quinara

Quinara está ubicada al suroccidente de la capital provincial Loja, aproximadamente a 62 Km, en las estribaciones de la cordillera de Sabanilla; bañada por las aguas del río Piscobamba, que en su trayecto recoge las aguas de varios ríos y quebradas que descienden de la cordillera de los Andes. Según la historia, este lugar toma el nombre de Quinara, debido a que allí existió un campamento indio cuyo jefe se llamaba Quinara. Al estar unido al valle de Vilcabamba, se constituye en una zona de clima templado, por lo tanto, apto para producir ciertos productos tropicales, como la caña de azúcar, café, achira, cítricos y productos de ciclo corto en general; de la misma manera, para la producción de ganado bovino, porcino y caprino, aunque en menor escala. (GAD Quinara, 2016)

10.1.6.5. Taquil

La Parroquia Taquil, está ubicada al Noreste de Loja, el terreno es fecundo y todavía se cultivan en la forma primitiva el maíz y la cebada. Se destaca por tener grandes valles como es el Chichaza, cuenta con una casa parroquial y una pequeña central eléctrica. Esta parroquia tiene una orografía muy accidentada que lo constituye en un verdadero laberinto de cerritos, pequeñas cordilleras y lomas alrededor de Hoya de Loja que es de relieve bastante irregular. Con abundantes quebradas que contribuyen a la fertilidad del suelo, se trata de un verdadero sistema orográfico formado por las cordilleras de Sayocruz, Cajatamas, Sacama, Hatillo, Jindo, Guindona y otras lomas de menor importancia. (GoRaymi, 2018)

10.1.6.6. Malacatos

A 33 kilómetros de la ciudad de Loja, está el Valle de Malacatos, famoso por sus frutas, cañaverales y buen aguardiente. Malacatos, Valle Parroquial de clima Subtropical con paisajes privilegiados, ubicado al Sur, con múltiples cultivos de carácter tropical, constituyendo un lugar de gran atractivo turístico, con una población activa en el quehacer diario del trabajo, cuenta con un importante mercado, con un centro turístico. En este caliente valle se elaboran las sabrosas panelas hechas en sus tradicionales moliendas, la exquisitez de un negro café, parece que cubre de aroma a esta hermosa región de Loja, zona productora de un aguardiente de excelente calidad. (Municipio de Loja, 2010)

Este valle que cuenta con una vista panorámica y paisajista acogedora, por su policromía y su clima lo han convertido en uno de los mejores agro-industriales de caña de azúcar y sus derivados como: panela, y aguardiente de la más alta calidad. A uno y otro lado del río están diseminadas diversas casas de hacienda propiedades de Lojanos y malacateños que conjuntamente con sus arrimados han colmado los sembríos de caña de azúcar, cafetos, naranjales en los declives de la cuenca del río. (GoRaymi, 2013)

10.1.6.7. Jimbilla

Parroquia del Cantón Loja, provincia de Loja Ecuador, su extensión es de 106 km², su altura es de 2200m sobre el nivel del mar promedio. Posee dos tipos de clima, parte baja templado húmedo y parte alta frío húmedo. Su población 1600 habitantes aproximadamente, temperatura fluctúa entre 12 y 20 C°. Distancia de Loja 27km. Es una de las 13 parroquias rurales del cantón Loja y ofrece diversidad natural y productiva. Ubicada a 26 Km. de la capital provincial está Jimbilla, asentada sobre una meseta, rodeada de cerros y llena de prodigios naturales, que le dan una peculiar belleza. (Gobierno Parroquial de Jimbilla, 2020)

10.1.7. Principales sitios turísticos del Cantón Loja

10.1.7.1. Basílica del Cisne

Según (Loja Trabajamos para ti, (s.f.)) el santuario el cisne es “El templo es imponente en sí y mayor grandiosidad le da su ubicación en la cumbre de una escarpada montaña. En su interior se venera una imagen de la Virgen María tallada en cedro, a fines del siglo XVI por Don Diego de Robles, el autor de la Virgen del Quinche y la de Guápulo.”

10.1.7.2. Plaza de San Sebastián

El monumento a la Independencia de Loja, también conocida como Torre del Reloj de San Sebastián, es una estructura conmemorativa ubicada en la plaza de San Sebastián (o de la Independencia), de la ciudad de Loja. Concebida para rendir tributo a la independencia de la urbe y su zona de influencia, hecho acaecido el 18 de noviembre de 1820, está considerada como uno de los más sobresalientes atractivos de la ciudad. (Goraymy, (s.f.))

La Plaza de San Sebastián también conocida como Plaza de la Independencia cuenta con un monumento llamado la Torre del Reloj, edificada con el objetivo de rendir tributo a la independencia de la urbe, que se dio el 18 de noviembre de 1820.

10.1.7.3. La Puerta de Entrada a la Ciudad.

Sobre la valoración del monumento Puerta de Entrada a la Ciudad de Loja, así como de los elementos complementarios y adyacentes hay criterios variados y divergentes entre los informantes consultados. Sobre el conjunto arquitectónico, el representante de la Iglesia católica lojana, la funcionaria de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) y un profesor secundario manifiestan su acuerdo: dicen que “trata de representar el espíritu conquistador de los españoles vecinados en Loja [...] con el apoyo humano del habitante lojano” y “que se ha convertido en un hito de gran relevancia turística y cultural dentro de Loja”. (Salazar, (s.f.))

Según varios autores el monumento de la Puerta de Entrada a la ciudad se trata de un edificio arquitectónico en donde los españoles quisieron plasmar la conquista de esta ciudad.

10.1.7.4. Parque Laguna de Carigán

Ubicado en la vía a Cuenca a sólo pocos minutos del centro de la ciudad, el sitio dota de un área de recreación, una zona para acampar, dos lagos pequeños, un sendero y una frondosa vegetación como para perderse caminando hacia las montañas. Sumergiéndose en el parque se puede hallar un campo amplio, tal como si existió una laguna alguna vez, donde durante el ocaso y amanecer se puede ver el amplio cielo pintado de varios colores. (Terán, 2019)

El Parque de Carigán es uno de los últimos parques en ser construidos en la ciudad de Loja, se encuentra ubicado en la vía a Cuenca, en él grandes y chicos pueden disfrutar los fines de semana de muchas actividades recreativas.

10.1.7.5. Ruinas de la Ciudadela (San Lucas)

Como uno de los principales atractivos de esta parroquia se detalla las Ruinas de Ciudadela, considerado como un centro arqueológico en donde existen huellas o pequeños muros de una antigua ciudad incásica, la misma que estaba atravesada por el camino real o del Inca. Según estudio de Max Ulhe, este lugar se conformaba con: la puerta del palacio, la plaza, el cuartel donde vivían la guarnición, el salón de recepciones y la cisterna de castigo. (Municipio de Loja, Trabajamos para tí.)

Entre los atractivos turísticos de la parroquia San Lucas se destacan los sitios arqueológicos, mismos que forman parte de la historia de Ecuador, en donde podemos observar las bellezas creadas por nuestros antepasados.

10.1.7.6. El bosque de Sayo

El Bosque de Sayo declarado como bosque protector tiene una superficie de 120.22 has. De lo cual es bosque natural 87.89 has., Matorral medio 24.78 has. Y pastizal 7.72 has. Asociadas a este bosque se encuentran pequeñas vertientes en gran número que forman una quebrada principal llamada Sayo y a 5 min. desde la carretera existen las aguas sulfurosas que siguen su causa a esta quebrada.

El bosque de Sayo es un lugar turístico de la parroquia de Santiago, en él podemos encontrar vertientes mismas que forman quebradas que forman parte de la belleza de San Lucas.

10.1.8. Gastronomía del Cantón Loja

El cantón Loja ha desarrollado una gastronomía única, entre los platos típicos más destacados tenemos: seco de chivo, cecina lojana, sango, repe, los cuyes de San Juan de El Valle, y una gran variedad de dulce, entre otros. Otros platos típicos son: el repe lojano, sopa tradicional que se prepara con guineo verde y quesillo, y se puede servir con aguacate; el grano, los tamales de maíz, las humitas lojanas, la cecina, gallina cuyada, fritada, el tamal lojano, hecho a base de maíz maduro molido y sazonado con diferentes especias, relleno con carne de pollo o de cerdo, y en ocasiones de quesillo, acompañado de un café bien cargado. El tamal se ha convertido en escarpela de la gastronomía lojana (Gastronomía, (s.f.)).

El cantón Loja cuenta con una gran variedad gastronómica con una gran variedad de platillos para todos los gustos de las personas que deseen visitar la provincia y por los cuales les resulte más atractiva la provincia para que la visiten

10.1.9. Turismo Religioso

El turismo y la religión han estado fuertemente conectados desde tiempos remotos, el hombre ha peregrinado decididamente desde la Edad Media hasta nuestros días. Por este motivo ha recorrido el mundo en busca de lo sagrado; siguiendo las leyes que le dictan su doctrina religiosa y su corazón (Maldonado Alcuía, 2012, pág. 9).

Loja cuenta con una gran cantidad de personas creyentes en la fe católica, por lo que muchas de sus atracciones tienen que ver con la religión un ejemplo sería la parroquia el cisne que cada año atrae a muchos turistas de distintas partes para rendirle devoción.

10.2. Capítulo II

10.2.1. ¿Qué es una campaña publicitaria?

Cualquier campaña de publicidad tiene como fin último hacer llegar un mensaje, de manera entendible, al/los públicos/s objetivo. Por tanto, la campaña de publicidad siempre tendrá su origen en la información previa elaborada por el anunciante; una información sobre la base de la que, posteriormente, se elaborará la estrategia publicitaria que mejor pueda satisfacer los objetivos de la campaña (Vilajoana Alejandre, 2014).

Una campaña publicitaria se puede definir con un plan de estrategias para comunicar ya sea un mensaje o información de lo que se quiere dar a conocer a las personas, se realiza primero una investigación amplia del tema para realizar una campaña publicitaria

10.2.2. Tipos de campañas publicitarias

Las campañas publicitarias son esenciales para el crecimiento y el conocimiento de la marca de cada empresa. Son la manera perfecta para que las empresas lleguen a clientes, clientes potenciales y clientes. Un plan de publicidad bien diseñado captará la atención de alguien y tal vez sea el factor decisivo para un cliente potencial. Una campaña debe ser específica para su negocio, pero decidir qué tipo de campaña utilizar puede ser una decisión desafiante (Certus, 2022).

10.2.3. Campañas de medios tradicionales

Se basa en el uso de medios de comunicación tradicionales, incluidos la televisión, la prensa, la publicidad, la radio y la publicidad por correo directo para promocionar productos y servicios.

Se puede utilizar la televisión y radio como medio de difusión para la campaña publicitaria ya que es un medio que todavía se utiliza

10.2.4. Campaña de marketing en redes sociales

Más de 3.500 millones de personas usan las redes sociales cada día. Una campaña de marketing en redes sociales es una estrategia planificada dirigida a un público en particular para aumentar la conciencia y el interés del consumidor, así como la lealtad a una organización o marca. Al diseñar una campaña de redes sociales, hay algunos componentes clave a considerar, incluido un plan bien desarrollado, objetivos definidos y promociones en varios canales (Certus, 2022).

Es un buen medio para que los jóvenes conozcan la campaña ya que son quienes principalmente utilizan las redes sociales

10.2.5. Campaña de empuje estacional

Las campañas push de temporada se utilizan para promocionar ventas, productos y servicios de temporada. Este tipo de campañas de publicidad se utilizan normalmente durante la temporada navideña. Las tiendas minoristas crean anuncios navideños en las plataformas de redes sociales en torno a las ventas navideñas (Certus, 2022).

10.2.6. Campaña de reconocimiento de marca

La publicidad de marca se utiliza para hacer llegar su marca a la mayor cantidad de personas posible. Al crear una campaña publicitaria de desarrollo de marca, conozca a su audiencia, respete un presupuesto, conozca sus objetivos y realice un seguimiento de los resultados (Certus, 2022).

10.2.7. Campaña de lanzamiento de producto

Lanzar un nuevo producto es una experiencia muy emocionante, pero angustiada para las marcas. El lanzamiento de un producto ayudará a que los consumidores se

entusiasmen con el objetivo de difundir el conocimiento del producto y convencer a los clientes de por qué lo necesitan (Certus, 2022).

10.2.8. Email Marketing

Las campañas de marketing por correo electrónico se utilizan para mantenerse en contacto con los clientes actuales para informarles sobre ventas, cupones y nuevos productos o servicios. El marketing por correo electrónico efectivo requiere una línea de asunto bien desarrollada, contenido enfocado, un llamado a la acción específico y debe enviarse durante un período de tiempo específico (Certus, 2022).

10.2.9. Campaña de publicidad pagada

Las campañas de publicidad pagada cuestan más que la publicidad ganada, pero los anuncios pagados son una forma efectiva de exponer la marca de su empresa a una gran audiencia. Hay diferentes tipos de campañas de marketing de pago para elegir, incluido el pago por clic (PPC), el pago por impresión (PPI) y los anuncios gráficos (Certus, 2022).

10.2.10. Marketing de contenidos

Las marcas utilizan información valiosa y narraciones para aumentar el conocimiento de su producto/servicio. El objetivo final del marketing de contenidos es permitir que el cliente potencial realice acciones rentables construyendo una relación con el cliente en el proceso y se convertirá en un socio en lugar de ser un anunciante (Certus, 2022).

10.2.11. SMS

La publicidad por SMS existe desde hace algún tiempo. De hecho, el potencial de marketing del teléfono móvil aún no se ha aprovechado por completo, pero existen

muchas opciones para aprovechar este concepto. Los mensajes pueden servir como recordatorio para que los usuarios averigüen sobre tus productos. (Certus, 2022)

10.2.12. Producción Audiovisual

Según Video Content “hace referencia al proceso por el cual se lleva a cabo la elaboración de contenidos de diversos géneros para medios de comunicación audiovisuales, como, por ejemplo, la televisión y el cine.” (Flores, 2021)

Para el proceso de una campaña publicitaria, es importante la implementación de medios audiovisuales para así socializar los sitios turísticos del cantón Loja, ya que este recurso suele ser ms fácil de digerir para el público.

10.2.13. Diseño Gráfico

El diseño gráfico se define como el arte y la práctica de planificar y proyectar ideas y experiencias con contenido visual y textual. En otras palabras, el diseño gráfico comunica ciertas ideas o mensajes de manera visual. (toulouselautrec, (s.f.))

Los conocimientos en diseño gráfico ayudan a darle forma a la campaña publicitaria haciéndola mucho más llamativa a través de distintas herramientas digitales y de conocimientos en cómo se maneja lo visual de una campaña publicitaria.

11. Metodología

11.1. Método hermenéutico

La hermenéutica no es un simple método, por oposición al científico, sino que más bien es un enfoque amplio que se plantea las condiciones en las que se produce la comprensión de un fenómeno. El carácter abarcador del lenguaje sobre todo lo conocido hace que para la hermenéutica la interpretación lingüística presente una importancia primordial en cualquier metodología que pretenda alcanzar conocimiento. El enfoque hermenéutico rechaza la lógica instrumental del método científico, ya que se pregunta por los fines y no solo por los medios. (Gadamer, 1960)

Para desarrollar la primera parte del proyecto nos basamos en el método hermenéutico que inicia con la recopilación de información continua con la documentación bibliográfica y finaliza con la obtención de información acerca de los orígenes de los espacios turísticos que posee el cantón Loja.

11.2. Método fenomenológico

Este método se basa del conjunto de experiencias a la conciencia de las vivencias más genuinas, pues este método se detiene en la experiencia y no presupone al mundo más allá de la experiencia. (Martín, 1986)

Para desarrollar la segunda parte del proyecto nos guiamos en el método hermenéutico que inicia con la investigación y recopilación de información continua con el desarrollo de entrevistas y encuestas y finaliza con la determinación de los sitios turísticos los cuales van a dar a conocer como turismo local.

11.3. Método práctico proyectual

El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. El método proyectual para el diseñador no es algo absoluto y definitivo; es algo modificable si se encuentran los valores objetivos que mejoren el proceso. Y este hecho depende de la creatividad del proyectista que, al aplicar el método, puede descubrir algo para mejorarlo. (Munari, 1983)

Para el desarrollo de la tercera parte del proyecto nos guiamos en el método práctico proyectual que inicia con el desarrollo de una campaña publicitaria aplicando herramientas de diseño y comunicación continua con la descripción de beneficiarios, cronogramas y actividades; y concluye con la implementación de la investigación ante el tribunal de grado.

11.4. Técnicas de investigación

11.4.1. Encuestas

Las encuestas implican la recopilación de información. Generalmente de grupos bastante grandes de personas, mediante cuestionarios, pero también se pueden utilizar otras técnicas como entrevistas o llamadas telefónicas. Hay diferentes tipos de encuestas. El tipo más sencillo (la «encuesta única») se administra a una muestra de personas en un momento determinado. Otro tipo es la “encuesta antes y después” que las personas completan antes de un evento o experiencia importante y luego de nuevo. (Tesis Y master, 2022)

A través de encuestas podemos saber que opinan las personas por ejemplo disminución del turismo en el cantón y que lugares les gustaría conocer.

11.4.2. Entrevistas

Las entrevistas generalmente se llevan a cabo en persona, es decir, cara a cara. También se pueden administrar por teléfono o utilizando tecnología informática más avanzada, como Skype. A veces se llevan a cabo en la casa del entrevistado, a veces en un lugar más neutral (Tesis Y master, 2022).

11.4.3. Observación

La observación, como su propio nombre indica, implica observar atentamente el fenómeno, hecho o caso concreto, tomando la información necesaria y registrándola de forma más o menos sistemática.

Podemos aplicar la observación como medio de investigación para determinar que lugares tienen más potencial turístico para los visitantes y cuales podemos impulsar a que lo sean (Tesis Y master, 2022).

11.5. Determinación de la muestra

Para obtener el tamaño de muestra se tomó como universo a la cantidad poblacional del cantón Loja, en un rango de edad de 20 años teniendo un total de 39.032 datos obtenidos del censo del 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2020).

- Proyección de la Población 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 (254000)
- 1 = constante.
- i = tasa de crecimiento poblacional (1,1%)
- n = # de años a proyectar (12)

- $2022 = 39.032 (1 + 1.1)^{12}$
- $2022 = 39.032 (1 + 0,011)^{12}$
- $2022 = 39.032 (1,011)^{12}$
- $2022 = 39.032 (12.13)$
- $2022 = 473.45$
- $2022 = 473.5$ Respuesta.

11.5.1. 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 (475.5)
- $n =$ 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)

$$n = \frac{497.5(1,96)^2 (0,5) \times (0,5)}{(473.5 - 1)(0,5)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{497.5(3,84)^2 (0,25)}{(472.5)(0,0025)^2 + 3,84(0,25)}$$

$$n = \frac{497.5(0,96)}{(472.5)(0,0025)^2 + (0,96)}$$

$$n = \frac{477,6}{1.181^2 + 0,96}$$

$$n = \frac{477,6}{2,141}$$

$$n = 223,07$$

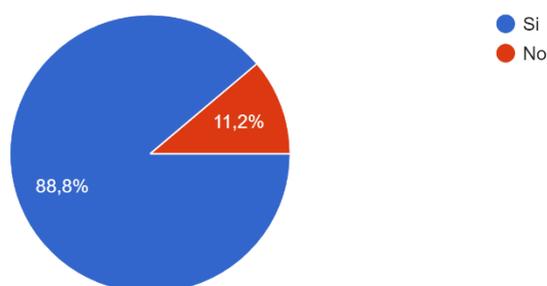
$$n = 223 \text{ Respuesta}$$

12. Análisis y resultados de tabulaciones

1. ¿Conoce algún sitio turístico de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja?

Sitios turísticos de las parroquias del cantón Loja

Figura 2 Pregunta 1



Nota: La figura representa los porcentajes reflejados acerca del conocimiento de las personas con respecto a los sitios turísticos del cantón Loja. Autor: Carrera y Espinosa (2023)

Tabla 1

Pregunta 1

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	198	88,8
No	25	11,2
Total	223	100%

Nota: Conocimiento acerca de los lugares turísticos de las parroquias rurales y urbanas del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

La figura expuesta muestra el 88,8% representa a 194 encuestados considera que en el cantón Loja los ciudadanos de 20 años si conocen algún sitio turístico que existe dentro del cantón, un 11,2% equivale a 25 encuestados califica que en nuestro cantón no conocen algún espacio turístico.

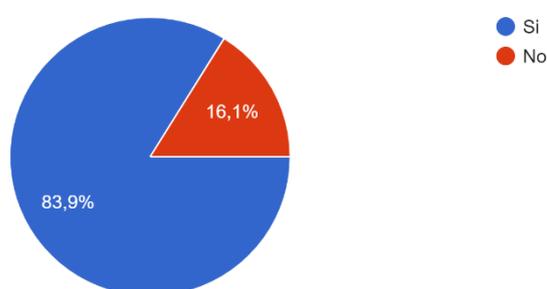
Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable si conoce algún sitio turístico que dispone el cantón Loja y un porcentaje muy reducido respondió que no conoce algún sitio turístico por lo que se podría determinar que, aunque no exista una buena difusión por parte de las entidades públicas, la población mismo ha difundido entre ellos mismos este conocimiento de estos lugares.

2. ¿Le gustaría obtener información de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales cantón Loja?

Figura 3 Pregunta 2

223 respuestas



Nota: La figura representa los porcentajes reflejados acerca de la obtención de información sobre los sitios turísticos del cantón Loja. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 1

¿Le gustaría obtener información de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales cantón Loja?

Tabla 2 ¿Le gustaría obtener información de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales cantón Loja?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	83,9
No	36	16,1
Total	223	100%

Nota: Obtención de información acerca de los lugares turísticos de las parroquias rurales y urbanas del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

La figura demuestra que el 83,9% representa a 183 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años si les gustaría obtener información acerca de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales dentro del cantón, un 16,1 % equivale a 36 encuestados exponen que no les parece relevante obtener información acerca de estos espacios turísticos.

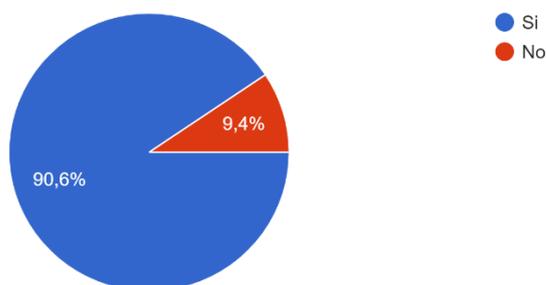
Análisis Cualitativo

Los resultados arrojan que la mayor parte de los encuestados si desea obtener información de los sitios turísticos que componen las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja, mientras que el otro porcentaje restante considera que no tienen interés en obtener información acerca de estos lugares.

3. ¿Cree usted que es importante preservar los sitios turísticos de las parroquias

Figura 4 Pregunta 3

223 respuestas



Nota: La figura representa los porcentajes reflejados sobre la importancia que tiene preservar los sitios turísticos del cantón Loja. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 3

¿Cree usted que es importante preservar los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales cantón Loja?

Tabla 2 ¿Cree usted que es importante preservar los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales cantón Loja?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	202	90,6
No	21	9,4
Total	223	100%

Nota: Importancia de preservar los lugares turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

La figura expuesta muestra el 90,6% representa a 202 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años cree que es importante preservar los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales dentro del cantón, un 9,4% equivale a 21 encuestados califica que en nuestro cantón no conocen algún espacio turístico.

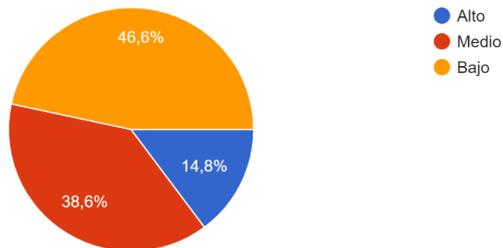
Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable no considera que si es importante preservar los sitios turísticos de las parroquias rurales y urbanas del cantón Loja

4. ¿Qué porcentaje de interés cree usted que tienen las parroquias rurales del cantón Loja por parte de las autoridades del cantón?

Figura 5 Pregunta 4

223 respuestas



Nota: La figura representa los porcentajes reflejados sobre lo que la ciudadanía cree acerca de cómo las autoridades le dan importancia a las parroquias rurales y urbanas. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla

¿Qué porcentaje de interés cree usted que tienen las parroquias rurales del cantón Loja por parte de las autoridades del cantón?

Tabla 3 ¿Qué porcentaje de interés cree usted que tienen las parroquias rurales del cantón Loja por parte de las autoridades del cantón?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Alto	33	14,8
Medio	86	38,6
Bajo	104	46,6
Total	223	100%

Nota. Interés por los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja por parte de las autoridades.

Análisis Cuantitativo

La figura expuesta muestra el 14,8% representa a 33 encuestados considera que existe un alto nivel de interés por parte de las autoridades por estas parroquias, un 38,6 % equivale a 104 encuestados califica que existe un nivel medio de interés en estas parroquias y un 46,6% considera que existe un bajo interés por parte de las autoridades del cantón por las parroquias rurales de nuestro cantón.

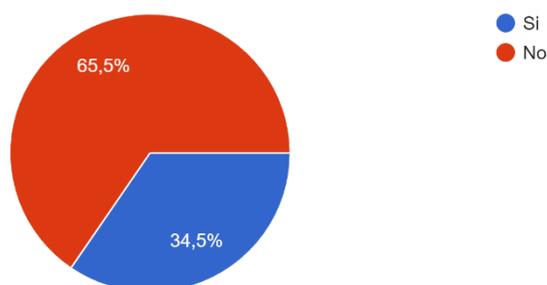
Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable no considera que existe un bajo nivel de interés por estas parroquias rurales las cuales se encuentran lejos de la ciudad

5. ¿Considera que los sitios turísticos del cantón Loja tienen una buena difusión a través de los medios de comunicación?

Figura 6 Pregunta 5

223 respuestas



Nota: La figura representa los porcentajes obtenidos sobre la difusión que tienen los sitios turísticos del cantón Loja en los medios de comunicación. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 4

¿Considera que los sitios turísticos del cantón Loja tienen una buena difusión a través de los medios de comunicación?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	34,5%
No	146	65,5%
Total	223	100%

Nota. Frecuencia acerca de la difusión de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja a través de medios de comunicación.

Análisis Cuantitativo

La figura expuesta muestra el 34,5% representa a 77 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años considera que, si existe una buena difusión de los sitios turísticos de las parroquias rurales y urbanas del cantón Loja, y un 65,5 % que equivale a 146 encuestados califica no hay una buena difusión sitios turísticos de las parroquias rurales y urbanas del cantón Loja.

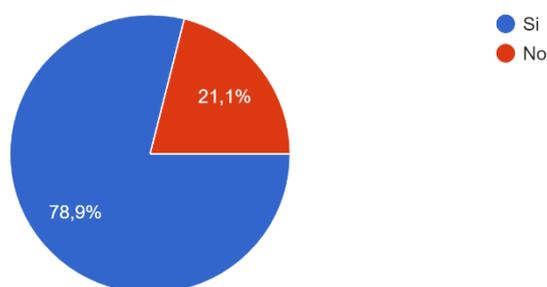
Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable no considera que por parte de los medios de comunicación no existe una buena difusión de estas parroquias del cantón Loja.

6. ¿Le gustaría conocer los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja?

Figura 7 Pregunta 6

223 respuestas



Nota: La figura representa los porcentajes obtenidos sobre el deseo de tener conocimiento de los sitios turísticos de las parroquias rurales y urbanas del cantón Loja. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 5

¿Le gustaría conocer los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	176	78,9
No	47	21,1
Total	223	100%

Nota. La tabla refleja el deseo por parte de las personas en tener conocimiento sobre los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

La figura expuesta muestra el 78,9% representa a 176 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años si les gustaría conocer los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales dentro del cantón, un 21,1 % equivale a 47 encuestados califica que en nuestro cantón no les gustaría conocer los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales dentro del cantón.

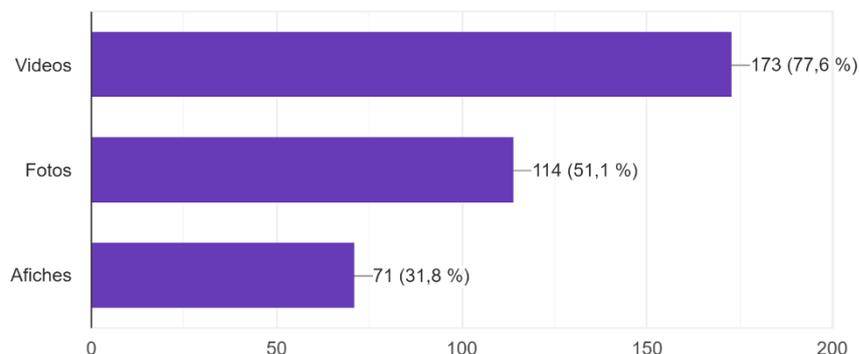
Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable no considera que a la mayor parte de los encuestados les gustaría conocer las parroquias del cantón Loja.

7. ¿A través de qué medio publicitario te gustaría conocer las parroquias del cantón Loja?

Figura 8 Pregunta 7

223 respuestas



Nota: La figura representa los porcentajes obtenidos acerca de que medio publicitarios es el preferido de las personas para difundir la información acerca de los sitios turísticos de las parroquias del cantón Loja. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 6

¿A través de qué medio publicitario te gustaría conocer las parroquias del cantón Loja?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Videos	173	77,6
Fotos	114	51,4
Afiches	71	31,8
Total	223	100%

Nota. La tabla refleja el medio publicitario preferido de las personas para difundir la información sobre los sitios turísticos de las parroquias del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

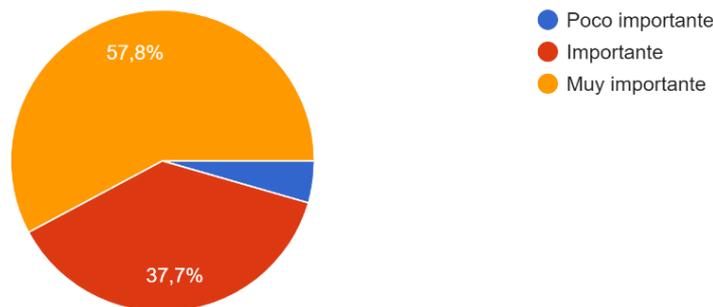
La figura expuesta muestra el 77,6% representa a 173 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años si les gustaría obtener videos en el medio publicitario, un 51,4 % equivale a 114 encuestados califica que desea ver fotos a través del medio publicitario, un 31,8% representa a 71 encuestados consideran que desean ver afiches acerca de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales dentro del cantón en el medio publicitario.

Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable que los videos son uno de los insumos que más desea ver en un medio publicitario para conocer las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja

8. ¿Qué tan importante considera que es una campaña sobre las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja

Figura 9 Pregunta 8



Nota: La figura presenta los resultados obtenidos de la opinión de las personas sobre la importancia que las campañas publicitarias tienen para dar a conocer las parroquias del cantón Loja. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 7

¿Qué tan importante considera que es una campaña sobre las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja?

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	129	57,8%
Importante	84	37,7%
Poco Importante	10	4,5%
Total	223	100%

Nota. La tabla refleja los resultados obtenidos sobre la importancia de una campaña publicitaria para dar a conocer los sitios turísticos de las parroquias del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

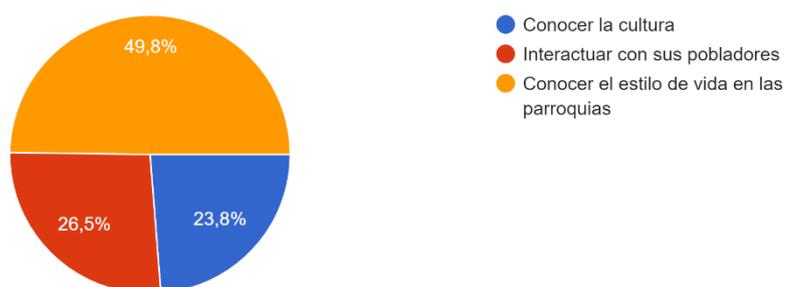
La figura expuesta muestra el 57,8% representa a 129 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años si creen que es muy importante una campaña publicitaria, un 37,7% equivale a 84 encuestados considera que es importante una campaña, un 4,5% representa a 10 encuestados consideran que es muy poco importante la creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable que es muy importante la creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja

9. ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más le motivaría visitar las parroquias del cantón Loja?

Figura 10. Pregunta 9.



Nota: La figura presenta los resultados obtenidos sobre los aspectos que motivan a las personas a conocer los sitios turísticos del cantón Loja. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 8

¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más le motivaría visitar las parroquias del cantón Loja?

Motivación	Frecuencia	Porcentaje
Conocer la cultura	111	49,8%
Interactuar con sus pobladores	59	26,5%
Conocer estilo de vida en parroquias.	53	23,8%
Total	223	100%

Nota. La tabla refleja los resultados obtenidos sobre los aspectos motivadores que hacen que las personas decidan conocer los sitios turísticos de las parroquias del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

La figura expuesta muestra el 49,8% representa a 111 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años si les gustaría conocer sobre la cultura de nuestras parroquias, un 26,5% equivale a 59 encuestados les gustaría interactuar con sus pobladores, un 23,8% representa a 53 encuestados consideran que desean conocer el estilo de vida en las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja

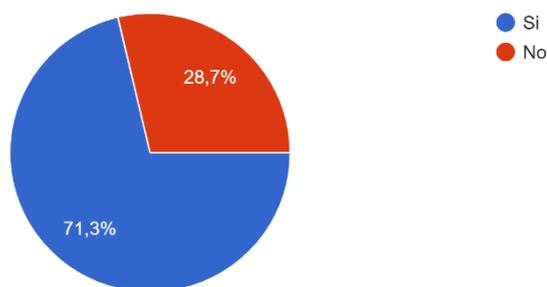
Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable que los gustaría conocer más sobre su cultura de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja

10. ¿Usted ya tenía el conocimiento de que existían más parroquias aparte de las que se encuentran en la ciudad?

Figura 11 Pregunta 10.

223 respuestas



Nota: La figura presenta los resultados obtenidos sobre el conocimiento de las parroquias rurales por parte de las personas encuestadas. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 9

¿Usted ya tenía el conocimiento de que existían más parroquias aparte de las que se encuentran en la ciudad?

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	159	71,3%
No	64	28,7%
Total	223	100%

Nota. La tabla refleja los resultados obtenidos el conocimiento por parte de las personas sobre la existencia de las parroquias rurales del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

La figura demuestra que el 71,3% representa a 159 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años si tienen el conocimiento de existencia de más parroquias aparte de las que se encuentran en la ciudad, un 28,7 % equivale a 64 encuestados no tienen el conocimiento de existencia de más parroquias aparte de las que se encuentran en la ciudad.

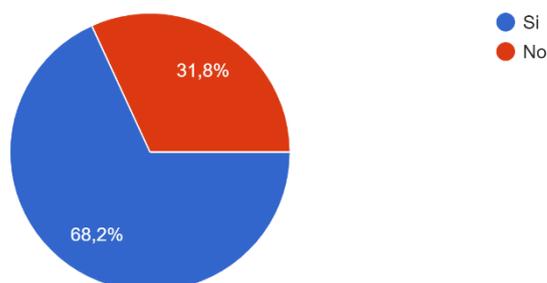
Análisis Cualitativo

Los resultados arrojan que la mayor parte de los encuestados si tenía el conocimiento de existencia de más parroquias aparte de las que existen en la ciudad.

11. ¿Estás interesado en ayudar a la economía de estos cantones con tu visita?

Figura 12 Pregunta 11.

223 respuestas



Nota: La figura presenta los resultados acerca de que si las personas están dispuestas a apoyar a la economía de las parroquias mediante las visitas y turismo que realicen. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 10

¿Estás interesado en ayudar a la economía de estos cantones con tu visita?

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	159	71,3%
No	64	28,7%
Total	223	100%

Nota. La tabla refleja los resultados obtenidos resultados acerca de que si las personas están dispuestas a apoyar a la economía de las parroquias mediante las visitas y turismo que realicen.

Análisis Cuantitativo

La figura demuestra que el 68,2 % representa a 152 encuestados considera que, si ciudadanía del cantón Loja de 20 años les interesaría ayudar a la economía de estos

cantones con la visita, un 31,8 % equivale a 71 encuestados no están interesados en ayudar a la economía de estos cantones con la visita a los mismos.

Análisis Cualitativo

Los resultados arrojan que la mayor parte de los encuestados si está interesado en ayudar a la economía de estos cantones con su visita.

12. ¿A través de que red social le gustaría que se le brinde información sobre los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja?

Figura 13 Pregunta 12

223 respuestas

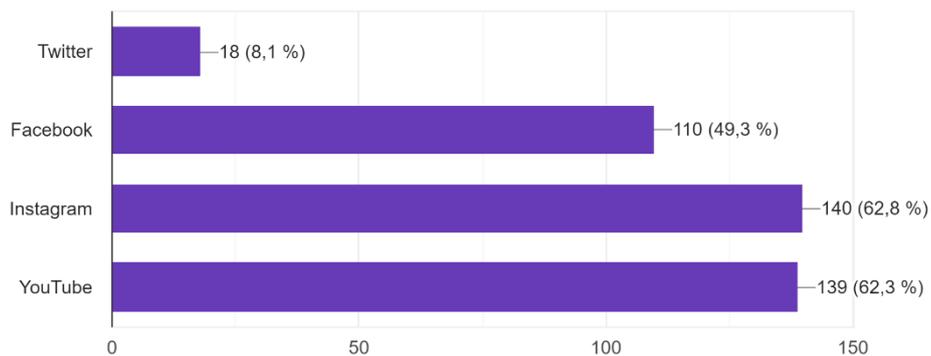


Figura 13. Pregunta 12.

Nota: La figura presenta los resultados sobre la red social de preferencia por la cual las personas desearían obtener información de las parroquias rurales. Autor: Carrera & Espinosa (2023)

Tabla 11

¿A través de que red social le gustaría que se le brinde información sobre los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Twitter	18	8,1
Facebook	110	49,3
Instagram	140	62,8
YouTube	139	62,3
Total	223	100%

Nota. La figura presenta los resultados sobre la red social de preferencia por la cual las personas desearían que se les brinde información de las parroquias rurales y urbanas del cantón Loja.

Análisis Cuantitativo

La figura expuesta muestra el 62,8% representa a 140 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años les gustaría obtener información en Instagram acerca de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales dentro del cantón, un 62,3 % equivale a 139 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años les gustaría obtener información en YouTube, 49,3 % equivale a 110 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años les gustaría obtener información en Facebook, y por último un 8,1 % equivale a 18 encuestados considera que a la ciudadanía del cantón Loja de 20 años les gustaría obtener información en Twitter.

Análisis Cualitativo

Los resultados nos indican que un porcentaje bastante considerable que desea obtener información de la campaña publicitaria a través de YouTube para conocer sobre los espacios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

13. Entrevista

Esta entrevista fue realizada a la Lic. Adriana Tacuri la cual es Licenciada en Turismo

- **¿Cómo describirías la industria del turismo en la ciudad de Loja?**

La industria del turismo en la ciudad de Loja es un sector en constante crecimiento y desarrollo. La ciudad cuenta con un gran patrimonio cultural y natural que se refleja en la diversidad de atracciones turísticas disponibles para los visitantes. Además, la ciudad cuenta con una amplia variedad de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, guías turísticos, entre otros.

- **¿Cuáles son los lugares turísticos más populares en la ciudad de Loja?**

Los lugares turísticos más populares en la ciudad de Loja incluyen la Catedral de Loja, el Parque Nacional Podocarpus, el Parque Jipiro, el Centro Histórico de la ciudad, y el Santuario de El Cisne.

- **¿Qué medidas crees que se deben tomar para promover el turismo en la ciudad de Loja?**

Para promover el turismo en la ciudad de Loja, se deben desarrollar estrategias de marketing adecuadas y efectivas para atraer a los visitantes. También se deben fortalecer las alianzas entre el sector público y privado para mejorar la calidad de los servicios turísticos. Además, es importante invertir en la formación y capacitación de los actores turísticos locales.

- **¿Crees que el turismo en la ciudad de Loja se ha visto afectado por la pandemia de COVID-19? Si es así, ¿cómo?**

Sin duda, la pandemia de COVID-19 ha afectado al turismo en la ciudad de Loja. Las restricciones de viaje y el cierre de fronteras han reducido significativamente el número de visitantes a la ciudad. Sin embargo, se están implementando medidas

sanitarias y protocolos de seguridad para garantizar que los visitantes puedan disfrutar de la ciudad de manera segura.

- **¿Qué impacto tiene el turismo en la economía de la ciudad de Loja?**

El turismo tiene un impacto significativo en la economía de la ciudad de Loja. Genera empleos directos e indirectos, contribuye a la reactivación económica de la ciudad y atrae inversiones para el desarrollo de infraestructura turística.

- **¿Qué actividades turísticas destacarías en la ciudad de Loja?**

Entre las actividades turísticas destacadas en la ciudad de Loja se encuentran el turismo cultural, el turismo de aventura y el turismo ecológico. Además, la ciudad cuenta con una amplia oferta gastronómica y cultural que atrae a los visitantes.

- **¿Cómo crees que la ciudad de Loja podría mejorar la experiencia turística para los visitantes?**

Para mejorar la experiencia turística en la ciudad de Loja, se deben fortalecer los servicios turísticos y mejorar la infraestructura turística. También se deben fomentar las actividades turísticas sostenibles que respeten el medio ambiente y la cultura local.

- **¿Crees que hay suficientes opciones de alojamiento en la ciudad de Loja? Si no, ¿cómo se podría abordar ese problema?**

Aunque la ciudad cuenta con una amplia variedad de opciones de alojamiento, se puede abordar el problema de la falta de opciones mediante el desarrollo de nuevos proyectos turísticos que ofrezcan alternativas innovadoras y atractivas para los visitantes.

- **¿Qué consejos darías a alguien que visita la ciudad de Loja por primera vez?**

Para aquellos que visitan la ciudad de Loja por primera vez, recomendaría que visiten los lugares turísticos más importantes de la ciudad, que prueben la gastronomía local y que se sumerjan en la cultura y las tradiciones de la ciudad.

- **¿Crees que el turismo sostenible es importante en la ciudad de Loja? Si es así, ¿qué se está haciendo para promover el turismo sostenible en la ciudad?**

El turismo sostenible es fundamental para el desarrollo sostenible de la ciudad de Loja. Se están implementando políticas y estrategias para fomentar el turismo sostenible y minimizar el impacto negativo del turismo en el medio ambiente y la cultura local.

14. Propuesta de acción

14.1. Introducción

La ciudad de Loja cuenta, según el último censo el cuál se llevó a cabo en 2010, con un aproximado de 39.032 ciudadanos los cuales están entre los 20 años, esta población lo que se intenta es incentivar al turismo local, ya que el flujo se ha disminuido considerablemente y por ende estas zonas se han visto afectadas por la economía, lo cual el turismo era su principal fuente de ingresos

La industria del turismo es un importante motor económico en muchas regiones del mundo, incluyendo el cantón Loja, sin embargo, a pesar de tener una gran cantidad de atractivos turísticos tanto en sus parroquias urbanas como rurales, aún hay un gran potencial por explotar en cuanto a la visita y el disfrute de estos lugares. En este contexto, esta propuesta de acción tiene como objetivo principal la creación de una campaña publicitaria que fomente y promueva la visita a los sitios turísticos del cantón Loja. A través de esta campaña, se buscará concienciar y sensibilizar a la población local sobre la importancia del turismo en la región, así como de sus beneficios económicos y culturales. Con esta iniciativa se espera aumentar el flujo de visitantes, tanto nacionales como extranjeros, a las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja, fomentando así el desarrollo sostenible del turismo en la zona.

Para poder lograr que las personas visiten los diferentes sitios turísticos que ofrece el cantón, hemos llevado a cabo una serie de pasos para poder llegar al objetivo deseado:

- Se llevará a cabo la producción audiovisual de cada sitio turístico.
- Se realizarán posts digitales en una red social específica como Instagram, cuyo contenido sea de valor y llamativo para los usuarios.

14.2. Marca del Proyecto

"Loja Tu Destino Predilecto" es una campaña publicitaria creada para fomentar la visita de sitios turísticos en las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja. Nuestro objetivo principal es promover el turismo local, resaltando la riqueza cultural e histórica que ofrece nuestra región.

Para lograr este objetivo, hemos llevado a cabo investigaciones detalladas para identificar los sitios turísticos más relevantes y atractivos de la zona. Utilizando herramientas de diseño gráfico y comunicación, hemos desarrollado una campaña publicitaria atractiva y creativa que resalta los aspectos más interesantes de cada uno de estos sitios.

Nuestra campaña publicitaria busca llegar a un público amplio y diverso, por lo que utilizamos medios digitales e informativos para su difusión. Estamos comprometidos con el desarrollo del turismo local y con promover un turismo sostenible y responsable en nuestra región. Únete a "Loja Tu Destino Predilecto" y descubre todo lo que nuestra hermosa región tiene para ofrecer.

El nombre de la marca de este proyecto es "Loja "Tu destino predilecto" Debido a que esta palabra tiene un significado, en su lado menos mórbido se refiere a un vacío en el alma, un anhelo sin nada que anhelar, un lamento enfermo, una inquietud vaga, agonía mental, nostalgia

Figura 14 Versiones del logo



Su tipografía es Bell tell – Regular la cuál fue elegida por su simpleza, su claridad y su forma única.

14.3. Proceso de realización del Logo

Figura 15 Proceso de realización del Logo



14.4. Manual de marca

Texturas, versiones, colores y mockups.

Figura 16 Referencias



14.5. Línea Gráfica

Figura 17 Línea Gráfica

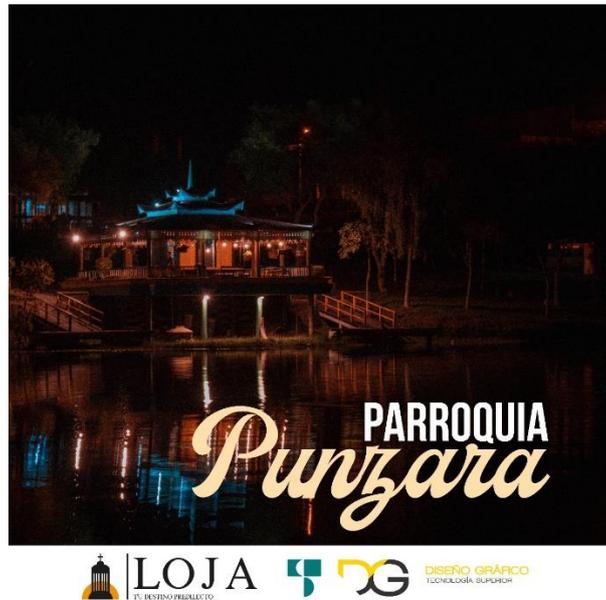
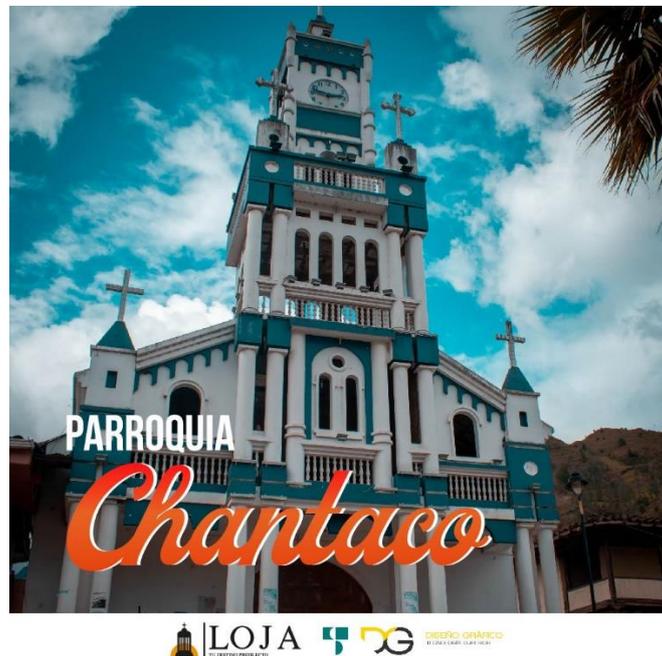


Figura 18 *Gráfica 2*



14.6. Guion voz en off

Tabla 13 Guión de Voz en off

Guión para los videos	
Narrador: Augusta Valentina Escudero Dávila	
Empresa: Instituto Superior Tecnológico Sudamericano	
Lugar	Narración
Vilcabamba	<p>Valle Sagrado o conocido principalmente como valle de longevidad debido a que dentro de este se alberga la mayor cantidad de longevos en todo el mundo, esta es la parroquia rural Vilcabamba la cual está ubicada a 40 kilómetros de la ciudad de Loja, un valle a 1 700 metros sobre el nivel del mar, regado por los ríos Chamba y Uchima. La arquitectura de las casas de este lugar esta construidas por tapia, adobe y madera con patios interiores y amplios portales. Cuneata con un clima tropical debido a que se encuentra influenciado por la Cordillera de los Andes, las cordilleras son bajas y con muchas mesetas, en el Valle donde se asienta la Parroquia encontramos algunos cerros que la circundan, entre éstos tenemos: Laguarango, Cararango, Cerro Grande, Tuco – Tuco; asimismo existe muchos lugares con los que se puede experimentar una diversión asegurada entre estos se puede visitar: el sendero serró de Mandango, Cascada el Palto, Parque de Vilcabamba, La cascada del arco, etc.</p>
Malacatos	<p>Valle productor de caña de azúcar y cultivos de ciclo corto: maíz, yuca y fréjol. Produce aguardiente de calidad, sin duda estamos hablando de la parroquia Malacatos, el mismo que bajase se encuentra ubicado a 33 kilómetros de la ciudad de Loja, se encuentra encerrado por las Cordilleras de Cajanuma y la de Cararango, Cerro la Era, Uritusinga, este valle parroquial posee un clima Subtropical con paisajes privilegiados, ubicado al Sur, con múltiples cultivos de carácter tropical, lo que con el pasar de los años ha hecho que este lugar se convierta en un espacio atractivo turístico. La arquitectura de esta parroquia conlleva un estilo tradicional que conserva la identidad de la época republicana que se vivió en Loja, dentro de esta se encuentran varios atractivos turísticos entre los cuales se destaca el parque Santuario Diocesano El Señor de la Caridad el mismo que mantiene un estilo renacentista neoclásico quien fue consagrado por Mons. Bernardino Echeverría quien fue un sacerdote, arzobispo y cardenal ecuatoriano, también encontramos el Centro Recreacional propicio quien cuenta con áreas verdes, espacio de camping, un pequeño estadio, árboles frutales perfecto para pasar y disfrutar un día familiar, con amigos, además cuenta con una vista panorámica y paisajista acogedora, quien por sus características y su clima es considerado uno de los mejores lugares de agro- industriales de la caña de azúcar.</p>

<p>Chantaco</p>	<p>Productora de tomate riñón, pimiento, donde la naturaleza está llena de verdes praderas, hermosas cascadas, adornada por bellos árboles y cerros como el Huaynapamba y el conocido San Juan, esta es la parroquia Chantaco la cual está ubicada a 30km de la ciudad de Loja, es una de las parroquias que cuenta con una topografía muy accidentada lo que ocasiona que sea de difícil acceso, es considerada dueña de las iglesias debido a que son las que cuentan con la mayor altitud a nivel provincial, además la torre que esta posee es de una estructura arquitectónica moderna, en esta parroquia también se destaca la Biblioteca Popular, junta parroquial y tenencia política, mismas que funcionan dentro de un edificio que fue construido por el Ilustre Municipio de Loja, la agricultura y la ganadería son las fuentes de la riqueza de este sector.</p>
<p>Chuquiribamba</p>	<p>En las faldas del nudo de Sansigre y muy cerca del cerro Santa Bárbara, se levanta la parroquia Chuquiribamba, la cual está ubicada a 49,10 kilómetros de la capital provincial Loja, limita al norte con la parroquia Gualiel, al sur con Chantaco y el cantón Catamayo, al este con Santiago y Taquil y al oeste con Gualiel y El Cisne, la agricultura, la ganadería, la acuicultura y lo artesanal son las fuentes de riqueza de este sector, el mirador turístico Loma de Gallinazo desde donde se puede visualizar el bello paisaje que ofrece la parroquia es una de las infraestructuras más llamativas del sitio, si se quiere tener un momento de diversión y contemplación de la naturaleza sin duda este es el mejor lugar para tener una excursión, camping, pesca, actividades que en este lugar van a formar la mejor experiencia.</p>
<p>El Cisne</p>	<p>Situada hacia la parte más sobresaliente de su límite occidental, al noroeste a 72 kilómetros del cantón Loja encuentra ubicada la parroquia El Cisne en donde se levanta un enorme templo gótico quien posee un estilo ojival, su construcción fue iniciada por el reverendo padre Ricardo Fernández, quien dejó sentados los cimientos y las columnas del primer piso, la obra fue continuada por los Padres Oblatos quienes terminaron el Santuario, el cual es muy concurrido durante todo el año por peregrinos del ecuatoriano y del norte de Perú los mismos que demuestran la fe hacia nuestra señora del Cisne. En su interior se venera la sagrada imagen de Nuestra Señora de El Cisne, tallada en cedro a fines del siglo XVI por Don Diego de Robles.</p> <p>Junto al Santuario se encuentra la Torre del Reloj, construida por los moradores, en ella reposan dos campanas medianas que anuncian las horas, ocho pequeñas con las que se tocan los repiques y dobles de las llamadas a las ceremonias y una campana mayor utilizada para anunciar situaciones de emergencia como incendios, y robos al santuario, todas las campanas son manipuladas por un sistema eléctrico. La orografía de esta zona es muy irregular, las pendientes del terreno sobrepasan el 100%, sin embargo y a pesar de estas</p>

	condiciones existen una población que depende en buena forma de las actividades agrícolas y ganaderas que son su principal fuente de riqueza.
Gualel	Parroquia esencialmente ganadera. La cabecera parroquial aún mantiene viviendas y patios de tapia, verdaderas reliquias del pasado. La agricultura y la ganadería constituyen la principal ocupación de la parroquia de Gualel quienes utilizan el sistema de labranza de la tierra mediante arado y actividades manuales como hilar y tejer como su principal actividad económica, tiene sus límites plenamente establecidos por el relieve topográfico (línea de cumbre); ya que se encuentra rodeada por el nudo de Guagrahuma y las cordilleras de Fierrohurco, además cuenta con hermosas lagunas: Yanacocha, Surihuiña, Tigrilla, Piedra Bola, la cascada Gallibón, el nudo de Guagarhuma, Plan de Kerosene, y la ciudad encantada de Ganazhapa, que constituyen esplendidos miradores de la naturaleza y son los mejores atractivos turísticos para salir de la rutina y salir a realizar actividades diferentes.
Quinara	Se dice que en el sitio Taranza Aguacollas, se encuentra un escondite de rescate de Atahualpa. Según las leyendas aquí se encuentran los siete guandos de oro, bienvenidos a la parroquia Quinara, es una población pequeña, ubicada al Sur de Loja, nace en las estribaciones de la cordillera de Sabanilla y durante su recorrido recibe las aguas de varios ríos y quebradas del sector. Lugar ideal para admirar la belleza de verdes pastizales y cañaverales mecidas por el viento. El río Palmira con aguas cristalinas que bañan esta parroquia se convierte en un interesante atractivo en la época de carnaval el cual es apto para realizar camping en sus riveras ya que cuenta con cabañas que entregan una experiencia única, otro de los lugares es los Siete Huanos el cual es poco visitado porque durante la historia ha sido un sitio encantado.
San lucas	San Lucas está ubicada a 55 kilómetros de la ciudad de Loja, es un asiento importante del grupo de la etnia de los Saraguros y de varios sitios arqueológicos ligados a las culturas vernáculas, culturalmente hablando se sabe que el 91% de la población pertenece al pueblo kichwa Saraguro y el 9% dice pertenecer a la cultura mestiza, esta parroquia se detalla las Ruinas de Ciudadela, considerado como un centro arqueológico en donde existen huellas o pequeños muros de una antigua ciudad incásica, la misma que estaba atravesada por el camino real o del Inca. La característica más importante del lugar es la hidrográfica que destaca el río San Lucas, el mismo que constituye un atractivo turístico y se convierte en el principal proveedor de agua para el consumo humano y riego
Santiago	La parroquia Santiago se encuentra ubicada al noreste de la ciudad de Loja, y va en dirección a la provincia vecina del Azuay, se encuentra al pie del cerro Uraqu el mismo que está

	<p>atravesado por el río de San Lucas. Las características topográficas del sector son muy irregulares, existiendo solo en ciertos sectores pequeñas planicies las cuales son utilizadas para agricultura y ganadería; además cuenta con grandes extensiones de bosque natural, en donde se destaca principalmente dos bosques protegidos los cuales llevan el nombre de: el Sayo y Servio Aguirre. Esta parroquia se encuentra rodeada de colinas, las mismas que se sitúan geográficamente e ideográficamente en los occidentes físicos e hídricos que dan origen al paisaje occidental de la provincia de Loja, en ella se pueden apreciar terrazas arqueológicas de utilidad agrícola, durante la invasión incásica y que venían desde el Cuzco. La arquitectura es ancestral con un estilo tradicional republicano, en donde la población utiliza la vestimenta propia y representativa de la sierra.</p>
Yangana	<p>Valle ubicado al Oriente de la ciudad de Loja, puerta de entrada a fértiles regiones de nuestro territorio Oriental, en esta población se halla construida una carretera de verano que, parte desde Loja, y atraviesa los fértiles valles de Malacatos, Vilcabamba, Quinara, sin duda estamos hablando de la parroquia Yangana quien posee una diversidad de climas, que van desde el clima cálido en sus valles bajos. A la llegada de esta parroquia se levanta un conjunto de formaciones geológicas conocidas como la CATEDRAL ZURO. Esta zona de interés geológico con suelo rocoso es un sitio desértico con escasa cobertura vegetal. Las Ruina de Taranza es uno de los atractivos más importantes de esta zona debido a que es considerado de fundamental importancia tanto desde el punto de vista científico y cultural considerado como la gran vía ceremonial de Incas y Preincaicos. Su arquitectura religiosa vale la pena visitar construida en 1920 la primera iglesia que luego fue nuevamente construida, su estilo concebido con criterio colonial conserva algunas piezas relevantes del antiguo templo como la escultura del Señor de la Buena Muerte que fuera donada por Pbro. Fernando de la Vega.</p>
El sagrario	<p>Parroquia eclesiástica urbana, principal lugar comercial que permite el desarrollo y sostenibilidad de la ciudad, bienvenidos al Sagrario esta parroquia se forma gracias a la integración del sector céntrico de la ciudad y los barrios Santa Marianita del Churo, Buena Esperanza, Las Palmeras y El Calvario. Sus límites al norte con la calle Colón, al sur con la calle Rocafuerte, al oeste con el Río Malacatos, dentro la parroquia se encuentran las principales instituciones públicas el municipio, la prefectura, la gobernación de la ciudad de Loja, museos y algunas entidades bancarias, en esta zona se levanta majestuosa la iglesia la Catedral considerada como la catedral de la ciudad debido a su impresionante arquitectura que se destaca por sus bellas molduras y un estilo algo gótico, El Sagrario es una de las parroquias llena de encantos y arquitectura conservada lo que genera un ambiente propicio</p>

	<p>para tomar una pausa para admirar y disfrutar un poco de la belleza de la ciudad de Loja.</p>
El valle	<p>Pequeña plaza con su Glorieta e Iglesia Coloniales son el complemento para las viviendas tradicionales que las rodean, es una de las primeras parroquias urbanas consolidadas en la ciudad de Loja sin duda características de la parroquia El Valle quien se destaca por dentro de esta se encuentran diversos restaurantes en donde puede disfrutar de la variedad de comida típica lojana, entre las que destacan el cuy asado con papas y ají de pepa de zambo. Cecina (carne de chanco fileteada, sazónada y secada al sol que luego se asa) que se la come con yuca cocinada. Gallina "cuy (gallina sazónada con los mismos condimentos que el cuy) asada y servida con papa y mote. También esta parroquia es caracterizada y reconocida por su Iglesia la misma que lleva el mismo nombre de la zona El Valle, la misma que posee una fachada retablo, se cree que tiene esta forma porque los indígenas tenían la tradición de celebrar ritos en espacios abiertos y por esta razón la Iglesia se constituyó en una capilla abierta. Cuenta también con un campanario, y una ventana con el propósito de comunicar al coro con el exterior. Su estructura está hecha sobre cimientos de piedras, paredes dobles de adobe y cubierta de madera.</p>
San Sebastián	<p>San Sebastián junto con El Valle son consideradas como las primeras parroquias consolidadas dentro de la ciudad de Loja, esta zona céntrica también conforma uno de los principales lugares comerciales que contribuyen al desarrollo económico de la ciudad. Dentro de ella se puede destacar la calle Lourdes entre la Bolívar y Sucre, quien es considerada como uno de los principales atractivos de la ciudad, puesto que caminar por esta pequeña y angosta calle permite a la población y a los turistas transportarse al pasado; debido que dentro de ella se encuentran casas pintadas de llamativos y vistosos colores, con sus balcones de madera y faroles que son una reliquia colonial, el adoquinado de esta calle complementa el escenario de Loja de antaño. La Iglesia San Sebastián es uno del monumento más notable de Loja el mismo que se encuentra en la Plaza de San Sebastián también llamada la Plaza de la Independencia. Este templo consta de tres naves, un retablo en cada una de ellas, en la parte superior existen dos pasamanos que rodean la parte interna de la iglesia y se sostienen con arquería de medio punto. De la nave izquierda nace una pequeña capilla para la veneración del Divino Niño. Se destaca la imagen de San Sebastián tallada en madera esmaltada y el retablo mayor que contiene elementos de tipo gótico, pináculos y sus arcos en crucería, es tan interesante este lugar porque además dentro de ella también se encuentra otro monumento que caracteriza la ciudad que es Torre del Reloj de San Sebastián, es una estructura concebida para rendir tributo a la independencia de la urbe y su zona de influencia, hecho acaecido el 18 de noviembre de 1820, sus dimensiones son de 32 metros de alto</p>

	<p>y estilo art déco, se encuentra coronada por un reloj público de cuatro esferas, una a cada lado de la estructura. En su base se pueden apreciar cuatro sobre relieves de bronce que recuerdan la historia del territorio lojano: cuando fue habitado por las paltas y bracamoros, cuando constituyó la gobernación española de Maynas y Yaguarzongo.</p>
--	--

Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

14.7. Artes de cada parroquia

Figura 19 Parroquia Chuquiribamba



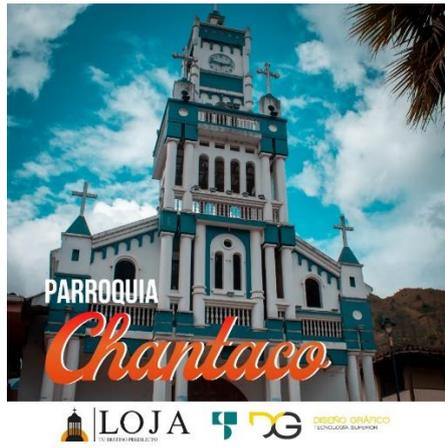
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 20 Parroquia El cisne



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

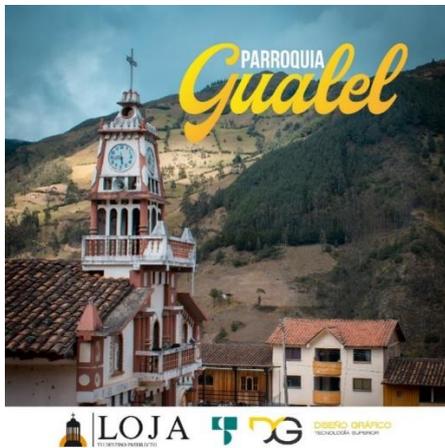
Figura 21 Parroquia Chantaco



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 20.

Parroquia Gualiel.



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 21 Parroquia San Sebastian



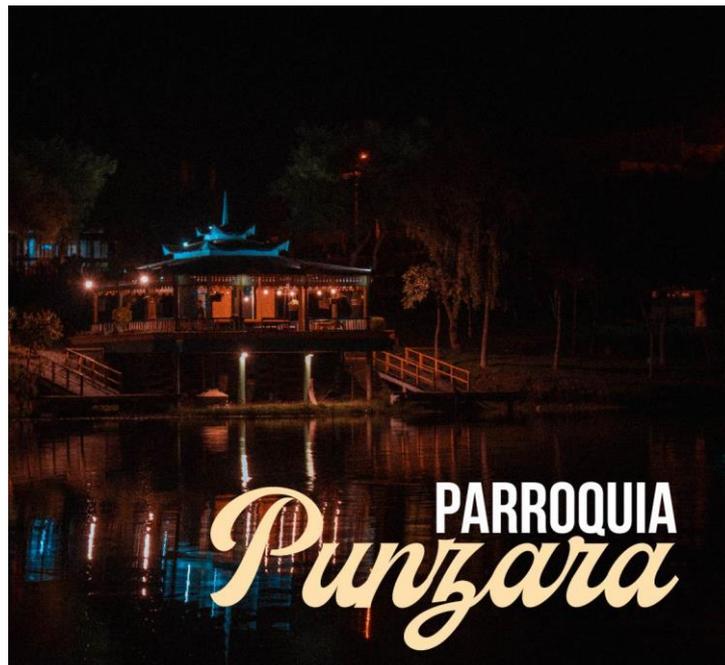
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 20 Parroquia el valle



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 21 Parroquia Punzara



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 22 Parroquia Carigan



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 23 Parroquia El Sagrario



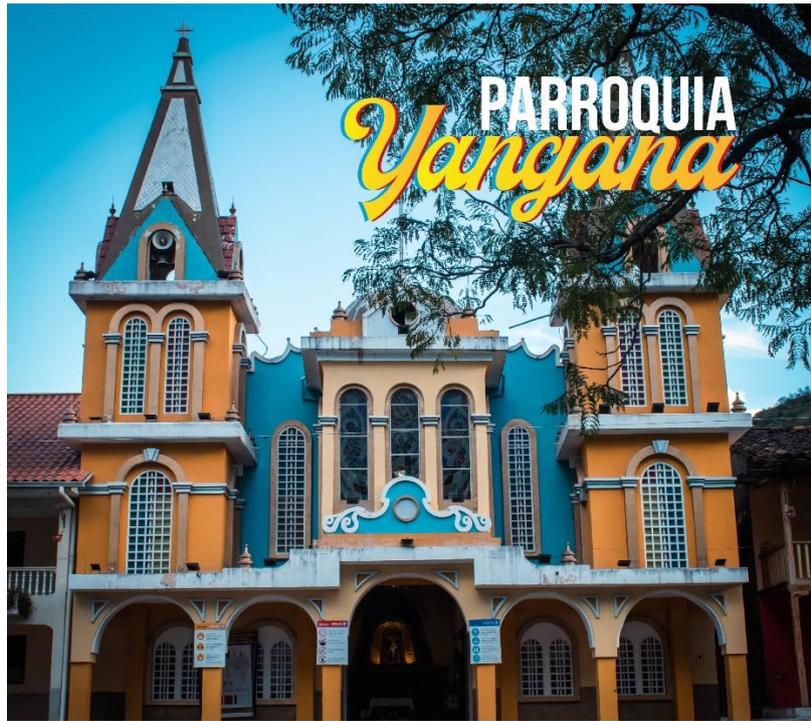
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 24 Parroquia Vilcabamba



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 25 Parroquia Yangana



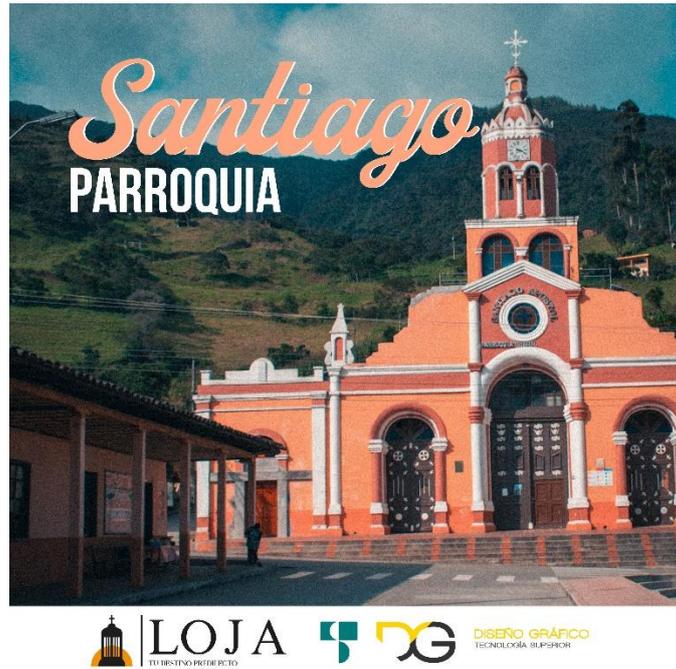
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 26 Parroquia Gualel



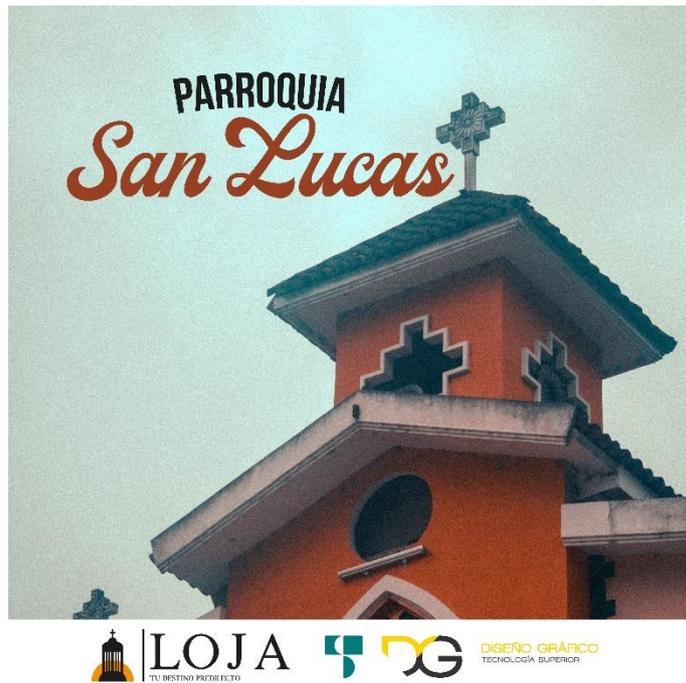
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 27 Parroquia Santiago



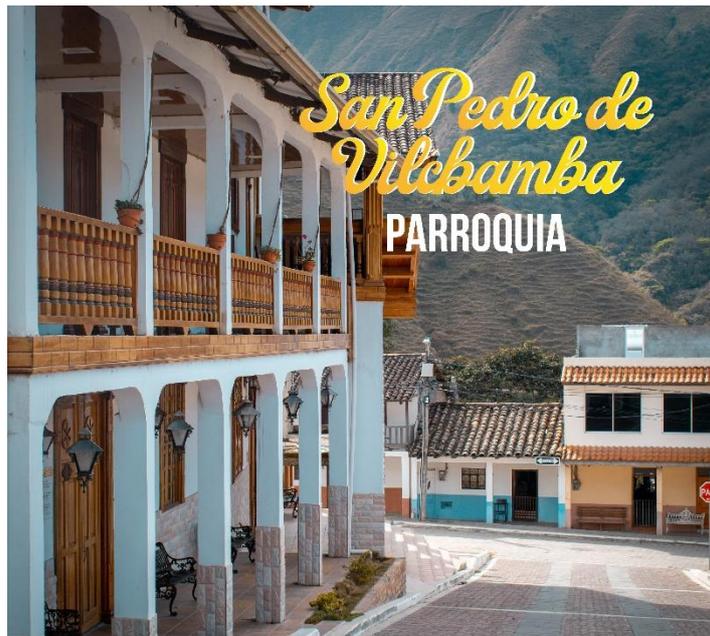
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 28 Parroquia San Lucas



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 29 San Pedro de Vilcabamba



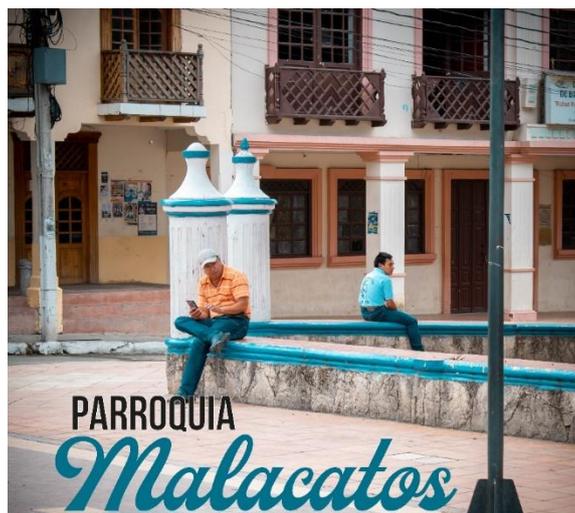
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 30 Parroquia Quinara



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 31 Parroquia Malacatos



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 32 Parroquia Jimbilla

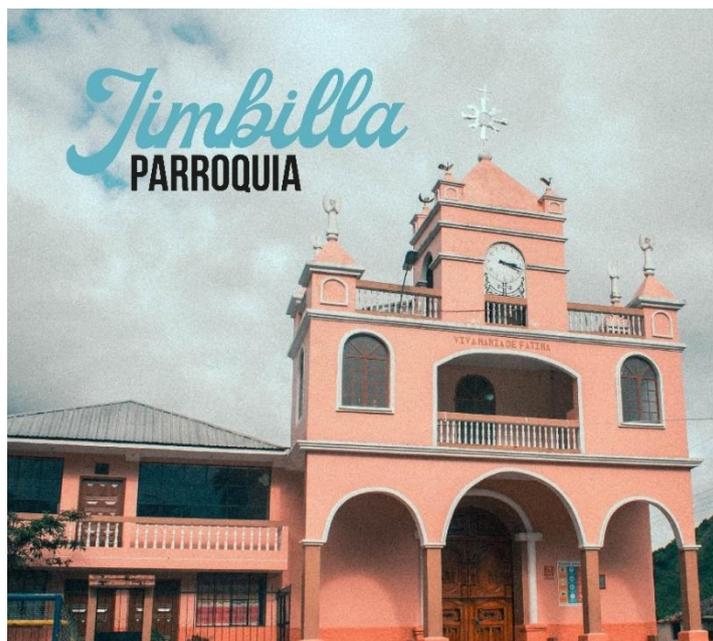
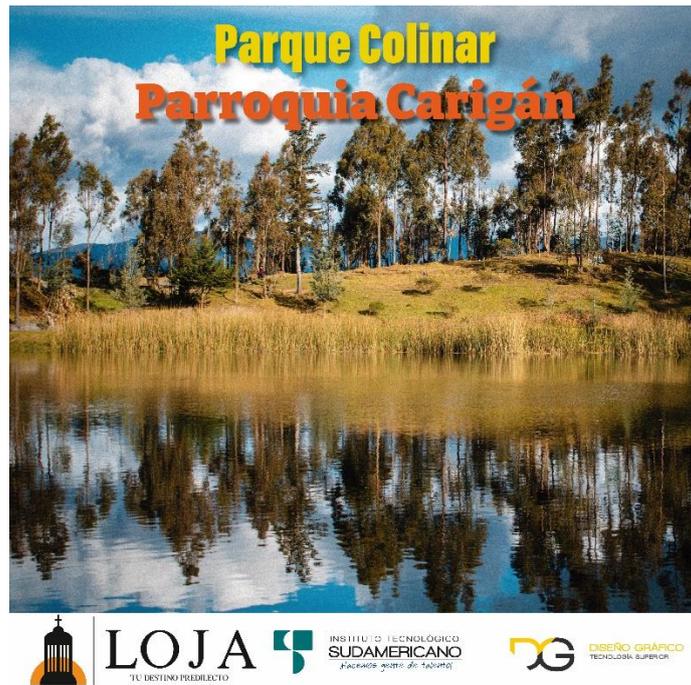


Figura 33 Parroquia Carigán



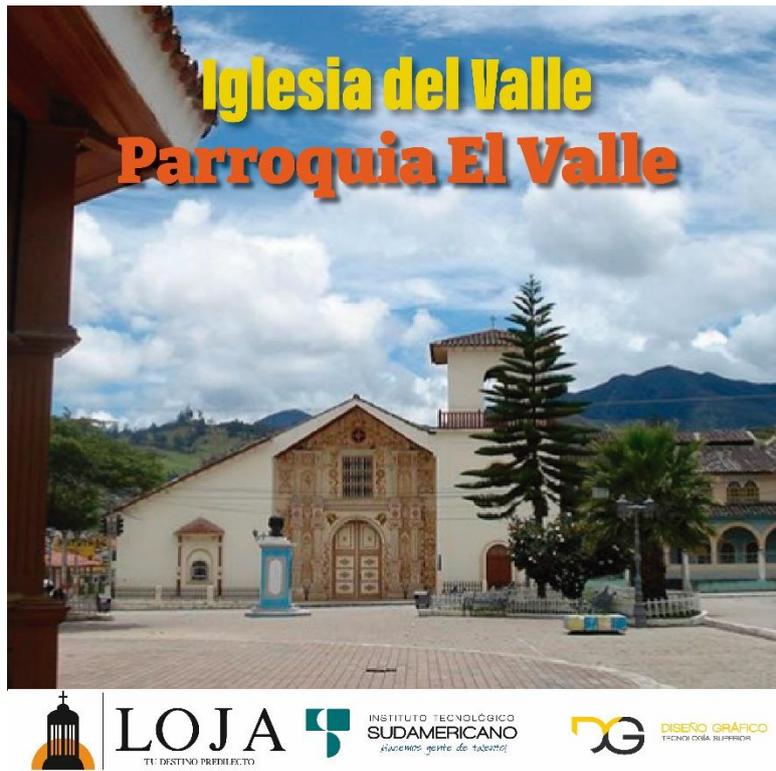
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 24 Parroquia El Sagrario



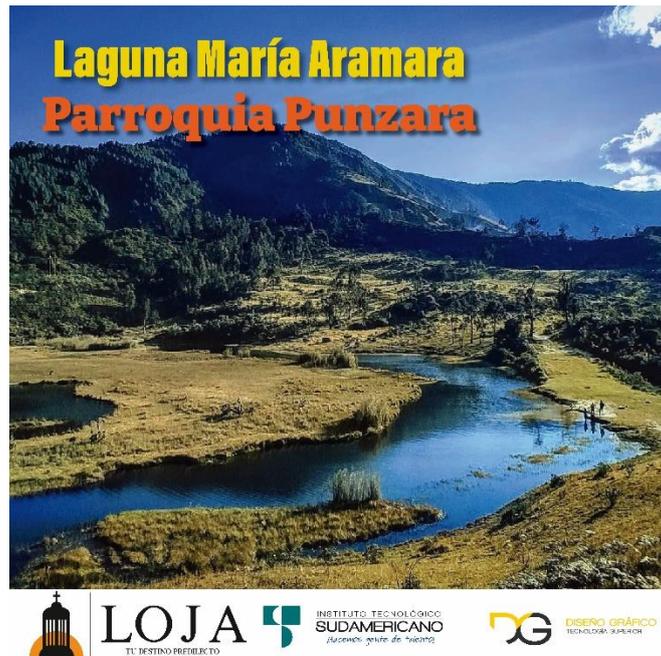
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 25 Parroquia El Valle



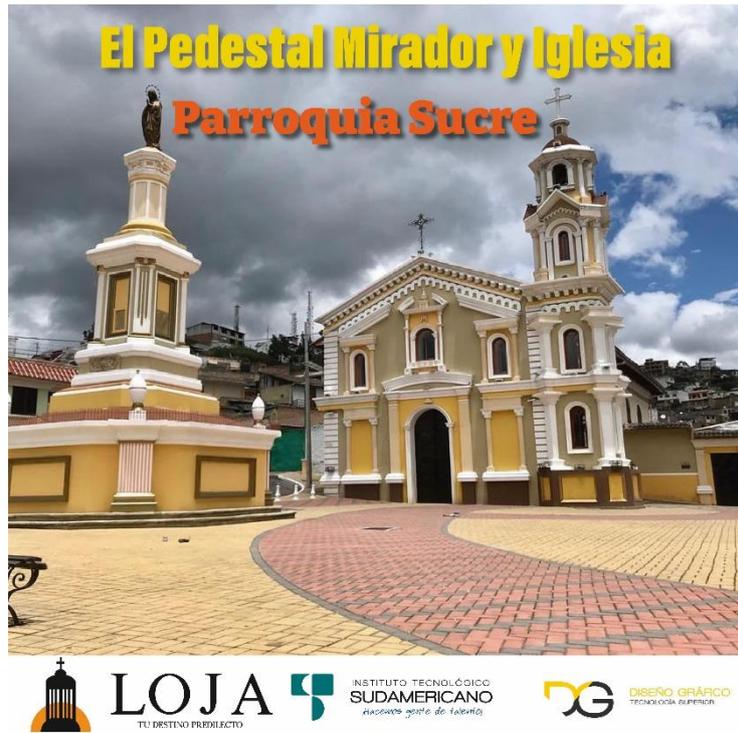
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 26 Parroquia Punzara



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 27 Parroquia Sucre



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 28 Parroquia San Sebastián



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

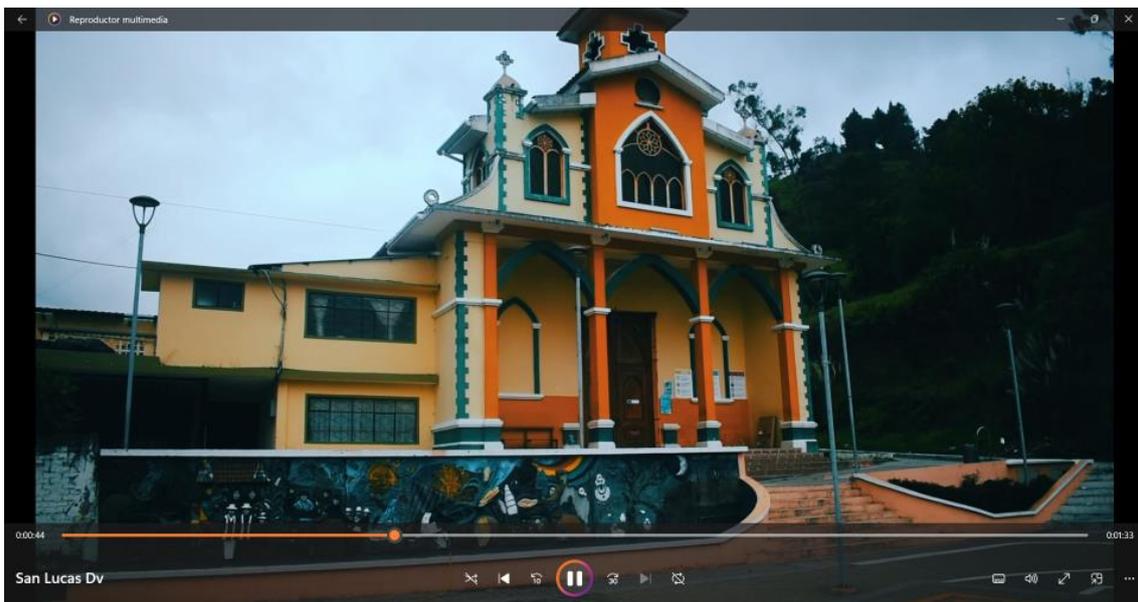
14.8. Videos de cada parroquia

Figura 29 Video Vilcabamba



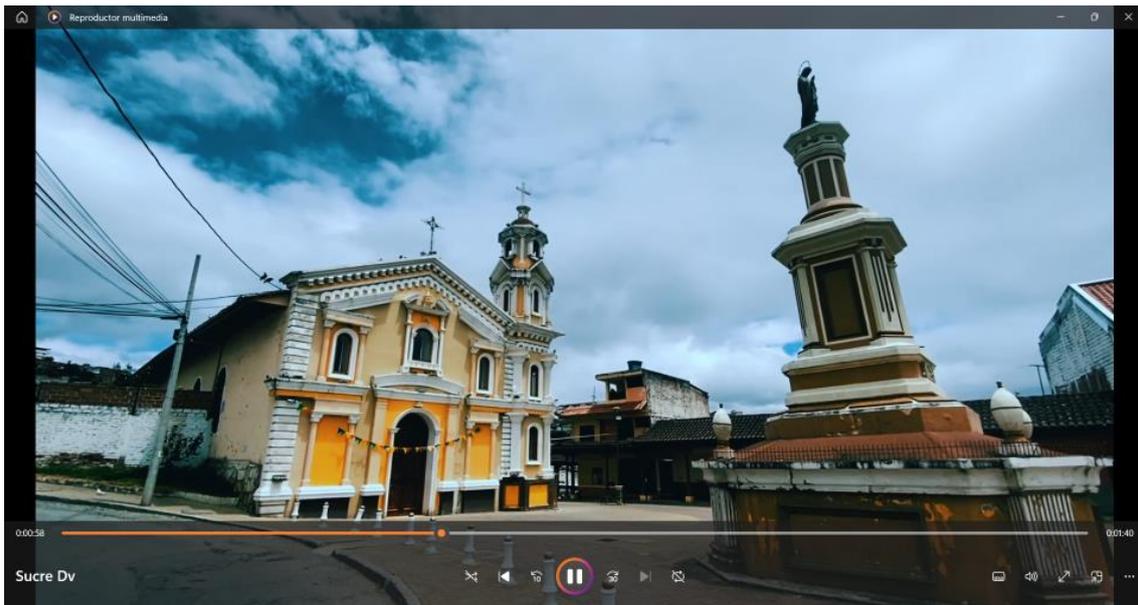
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 30 Video San Lucas



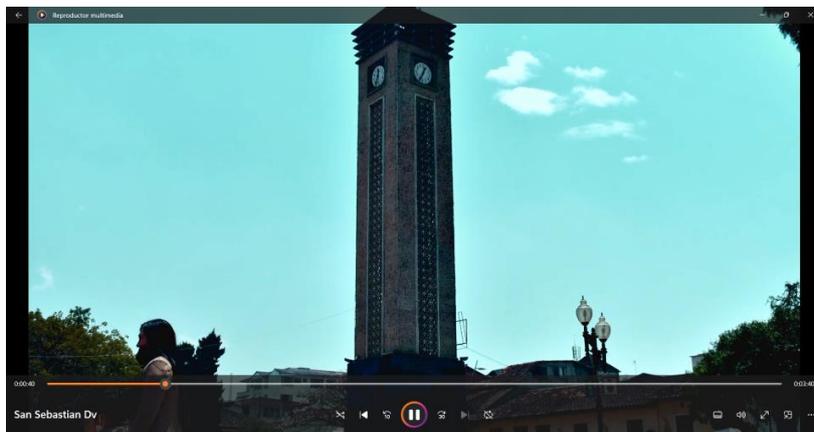
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 31 Video Sucre



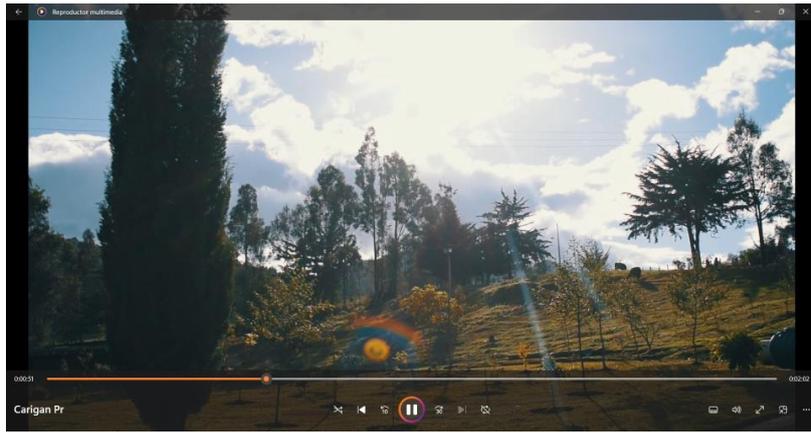
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 32 Video San Sebastián



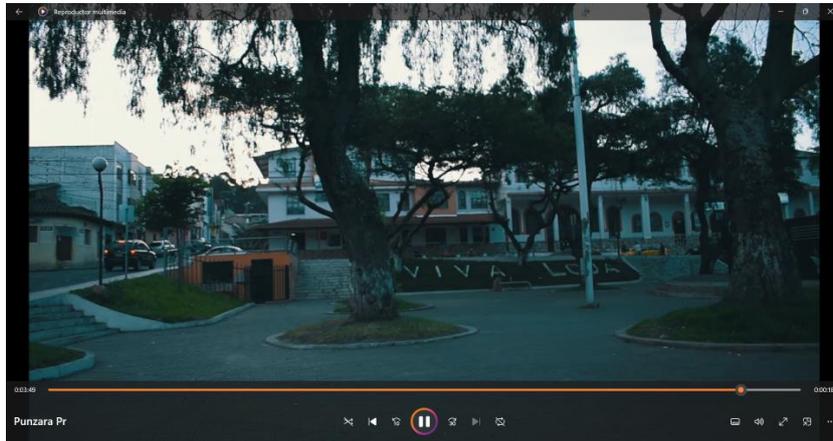
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 33 Video Carigán



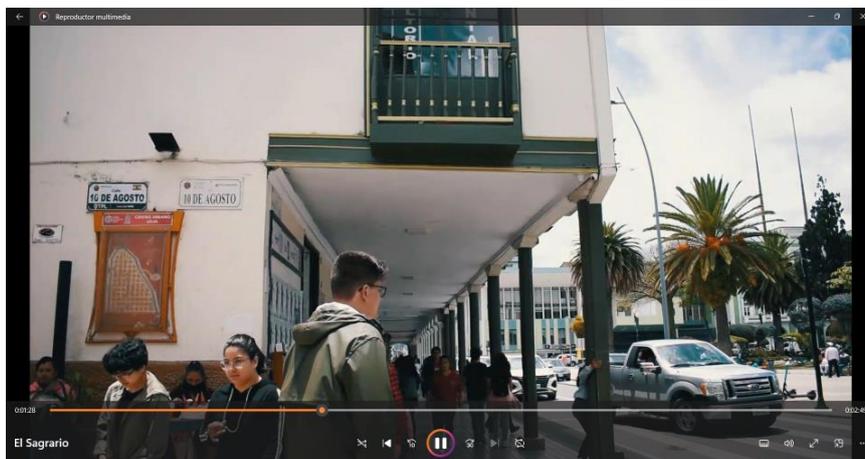
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 34 Video Punzara



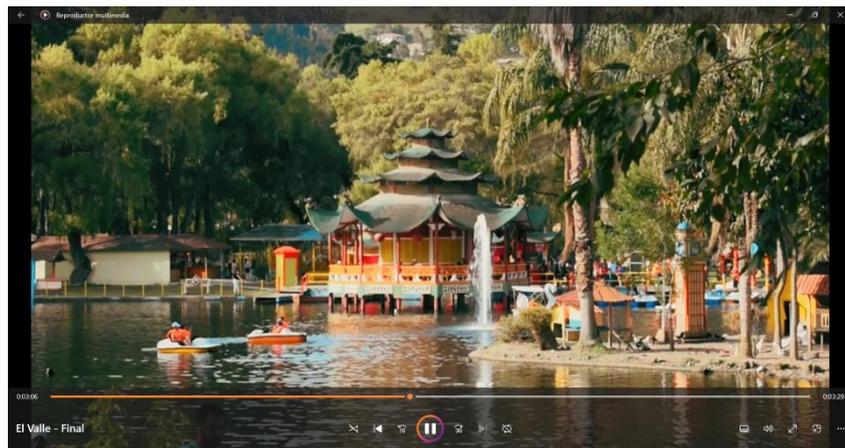
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 35 Video El Sagrario



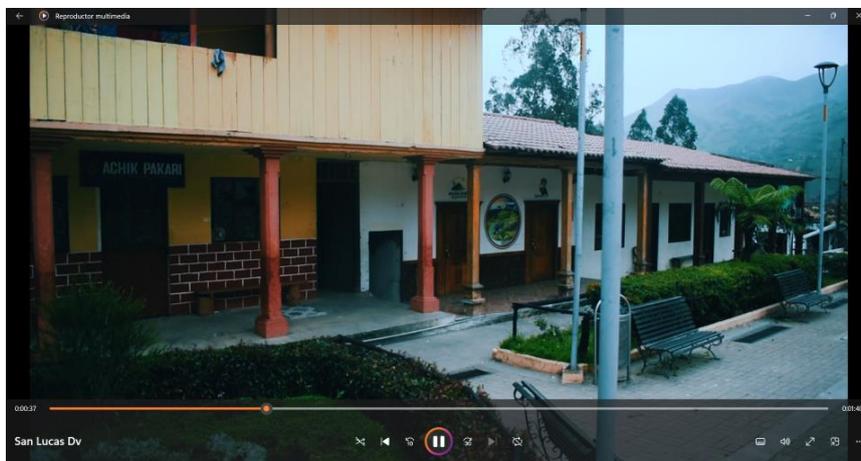
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 36 Video El Valle



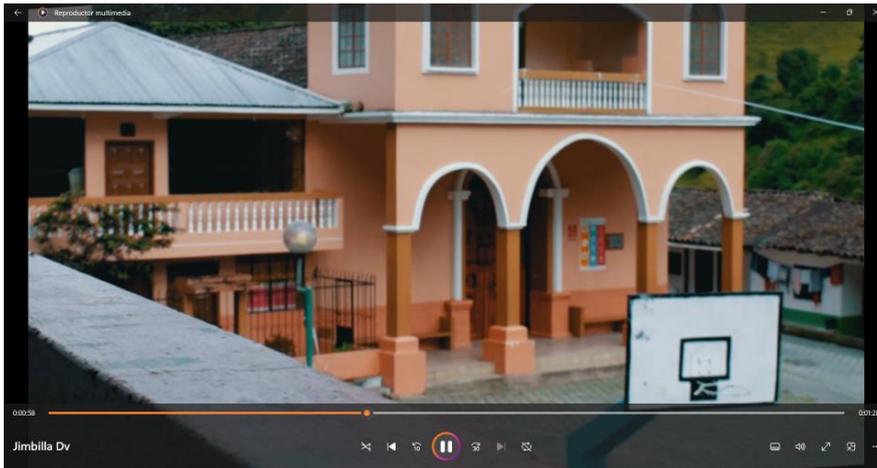
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 37 Video San Lucas



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 38 Video Jimbilla



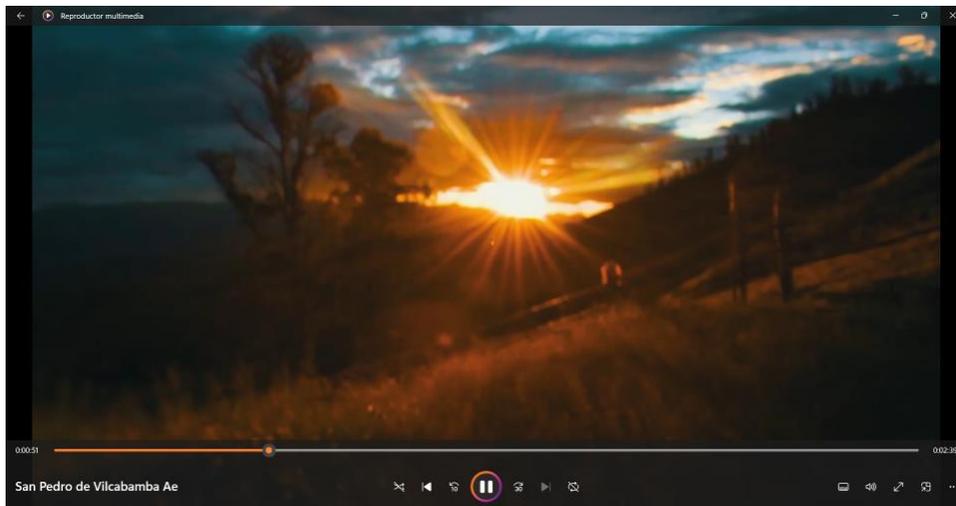
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinos

Figura 39 Video Santiago



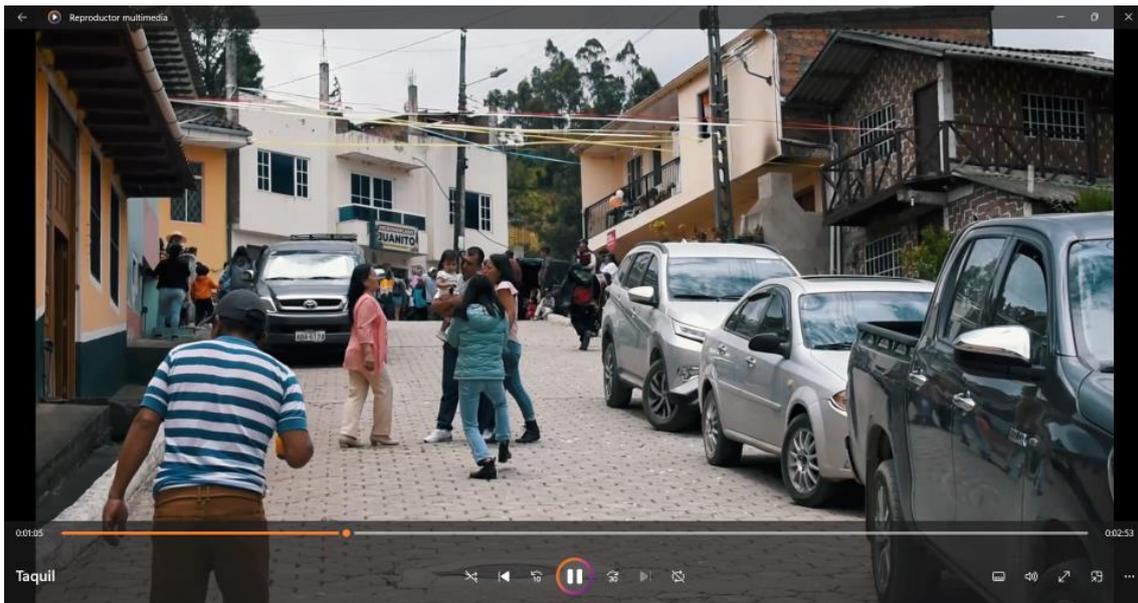
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 40 Video San Pedro De Vilcabamba



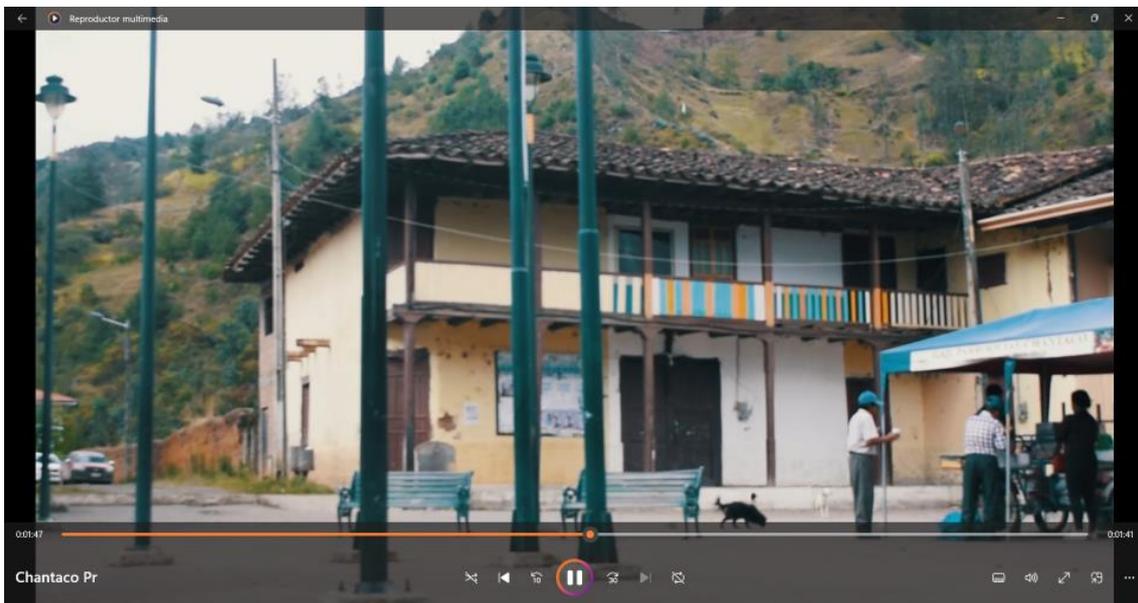
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 41 Video Taquil



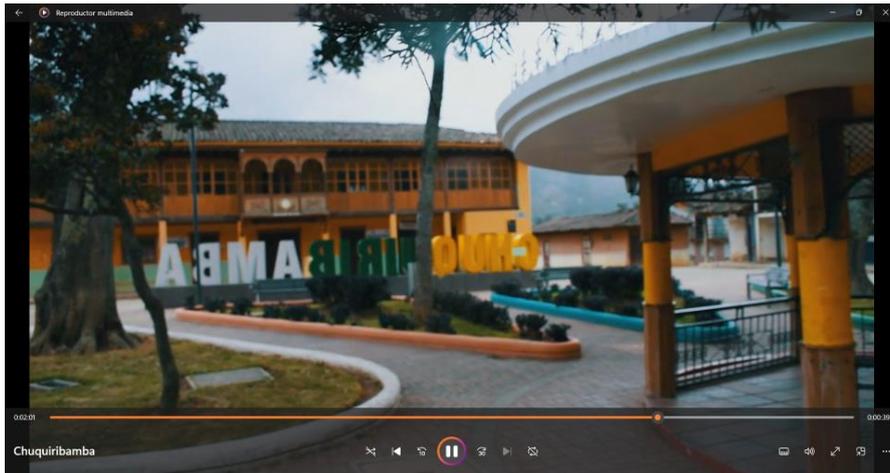
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 42 Video Chantaco



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 43 Video Chuquiribamba



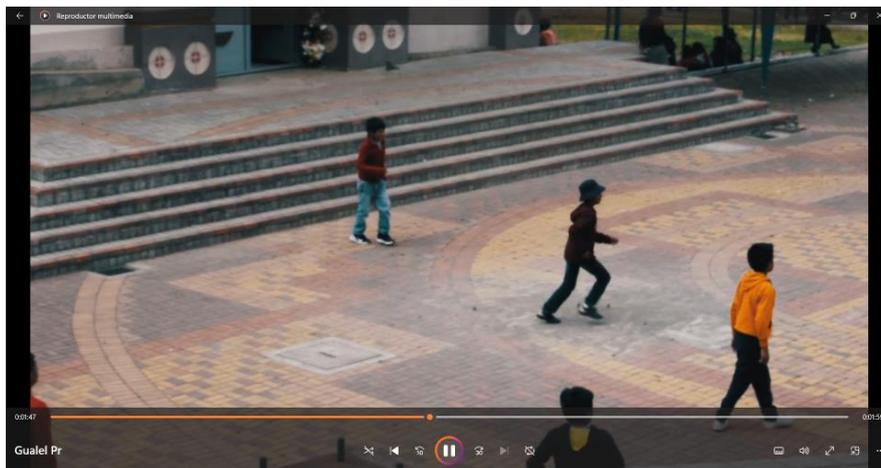
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 44 Video Taquil



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 45 Video Gualel



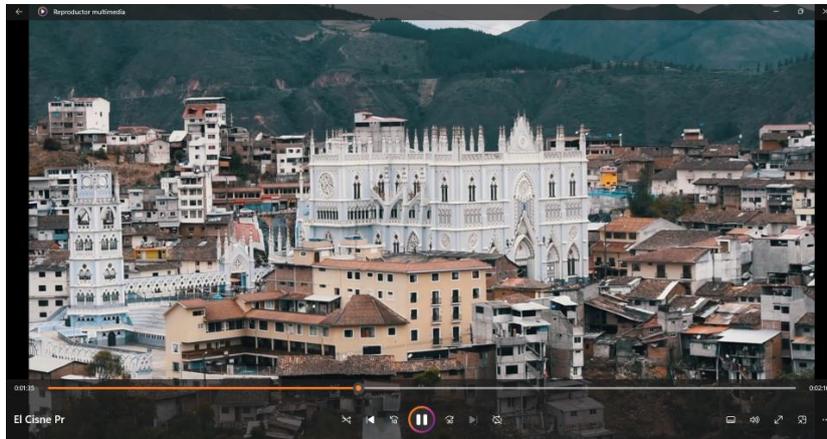
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 46 Video Quinara



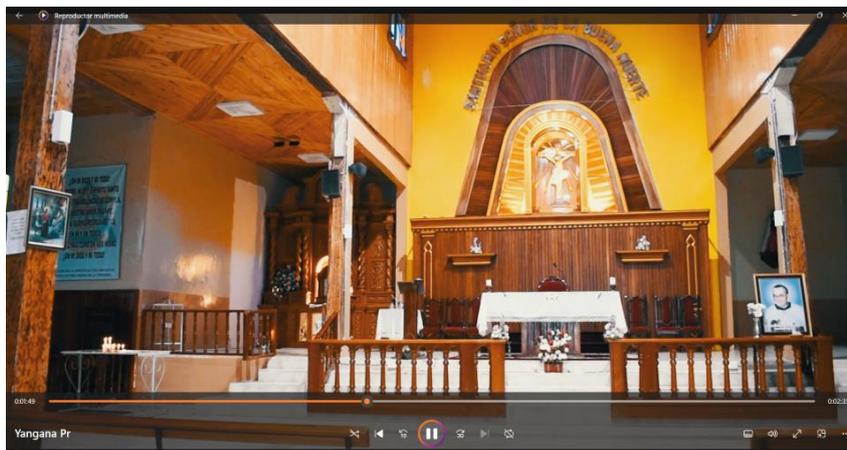
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 47 Video El Cisne



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 48 Video Yangana



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

15. Conclusiones

En este trabajo se ha llevado a cabo una investigación exhaustiva con el objetivo de crear una campaña publicitaria que fomente la visita de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja. Para lograr este objetivo, se plantearon varios objetivos específicos que se han cumplido a lo largo del trabajo.

En primer lugar, se realizó una investigación bibliográfica para conocer los orígenes y características de los espacios turísticos que posee el cantón Loja. Se recopiló información acerca de la historia, la cultura, la gastronomía y otros aspectos relevantes de cada parroquia, con el fin de conocer en profundidad su oferta turística y poder incluirla en la campaña publicitaria.

Posteriormente, se aplicó la técnica de investigación de entrevistas y encuestas para determinar los sitios turísticos que podrían ser incluidos en la campaña publicitaria. Se entrevistó a diversos actores locales, como guías turísticos, representantes de las parroquias, empresarios turísticos, entre otros, y se realizó una encuesta a turistas que habían visitado previamente la zona. Los resultados obtenidos permitieron identificar los principales atractivos turísticos de cada parroquia y las necesidades y expectativas de los turistas.

Con base en los resultados obtenidos, se desarrolló una campaña publicitaria mediante el uso de herramientas de diseño y comunicación, que busca resaltar los atractivos turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja y así fomentar la visita de turistas locales y extranjeros. Se diseñó un logotipo para la campaña, se crearon diversos materiales gráficos, como folletos, carteles y videos, y se planificó una estrategia de comunicación para difundir la campaña a través de medios digitales y redes sociales.

Finalmente, se socializó la campaña publicitaria a través de medios digitales y se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la carrera de Diseño Gráfico para asegurar una mayor efectividad en la difusión de la misma. Se elaboró un sitio web para la campaña y se promocionó en las redes sociales, mediante publicaciones pagadas y publicaciones orgánicas.

En conclusión, este trabajo ha logrado su objetivo general de crear una campaña publicitaria para fomentar el turismo en el cantón Loja, a través de una investigación rigurosa y una implementación creativa y efectiva de herramientas de diseño y comunicación. Se espera que esta campaña contribuya al desarrollo turístico de la zona y sea un punto de partida para futuras iniciativas en este ámbito. La campaña se ha diseñado teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de los turistas y se ha enfocado en resaltar los atractivos turísticos de cada parroquia, para atraer a turistas interesados en la cultura, la naturaleza y la gastronomía de la zona.

16. Recomendaciones

- Continuar investigando sobre los sitios turísticos del Cantón Loja: Aunque se haya realizado una investigación, se recomienda seguir explorando y actualizando la información sobre los sitios turísticos en la zona. Esto permitirá mantener la campaña publicitaria actualizada y atractiva para los visitantes.
- Realizar una evaluación de la campaña publicitaria: Es importante medir el impacto y efectividad de la campaña publicitaria en el aumento del turismo en las parroquias urbanas y rurales de Loja. Esto se puede hacer a través de encuestas o estadísticas de visitas a los sitios turísticos. La evaluación permitirá identificar qué aspectos de la campaña publicitaria se pueden mejorar en el futuro.
- Desarrollar alianzas con los actores locales: Se sugiere establecer alianzas con los diferentes actores locales, como agencias de viajes, hoteles, restaurantes, entre otros. Estas colaboraciones permitirán ampliar el alcance de la campaña publicitaria y ofrecer paquetes turísticos atractivos y accesibles para los visitantes.
- Incentivar la formación y capacitación del personal turístico: Es importante contar con personal capacitado y comprometido en la atención al turista en los diferentes sitios turísticos. Por tanto, se recomienda ofrecer programas de formación y capacitación para el personal turístico, con el objetivo de mejorar su desempeño y ofrecer una mejor experiencia a los visitantes.
- Implementar tecnología en la promoción turística: La tecnología puede ser una herramienta efectiva en la promoción turística. Se sugiere implementar aplicaciones móviles, realidad virtual o vídeos 360° para promocionar los sitios turísticos del Cantón Loja. Esto permitirá que los turistas puedan conocer previamente los atractivos turísticos y planificar mejor su visita.

17. Bibliografía

- Casas, A. L. (2005). Economía y turismo: prácticas. Madrid: McGraw-Hill España.
- Certus. (15 de 03 de 2022). ¿Cuántos tipos de campañas publicitarias existen? Obtenido de Certus: <https://www.certus.edu.pe/blog/tipos-de-campanas-publicitarias/>
- Chacha. (2015).
- Diaz, Y. (26 de Diciembre de 2017). Municipio de Loja. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/noticia/2017-12/parque-jipiro-un-lugar-para-visitar>
- Flores, A. (21 de 12 de 2021). crehana. Obtenido de ¿Qué es la producción audiovisual? Descubre cómo se realizan tus películas favoritas: <https://www.crehana.com/blog/video/que-es-produccion-audiovisual/>
- GAD Parroquial San Pedro de Vilcabamba. (2015). GAD Parroquial San Pedro de Vilcabamba. Obtenido de <https://www.sanpedrodevilcabamba.gob.ec/index.php/ct-menu-item-11>
- GAD Quinara. (2016). Gobierno Autónomo Descentralizado Quinara. Obtenido de <http://www.quinara.gob.ec/index.php/parroquia/historia>
- Gadamer, H.-G. (1960). Verdad y método.
- Gastronomía. ((s.f.)). Obtenido de turismo accesible: <https://turismoaccesible.ec/site/information/region-sierra/loja/gastronomia/>
- Gobierno Parroquial de Jimbilla. (2020). Gobierno Parroquial Jimbilla. Obtenido de <http://www.jimbilla.gob.ec/>
- GoRaymi. (2007). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/zamora-chinchipe/parques-nacionales/parque-nacional-podocarpus-alkaodann>

- GoRaymi. (2013). GoRaymi. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/loja/loja/rurales/malacatos-afmc41etr>
- GoRaymi. (2015). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/loja/loja/parques-plazas/jipiro-a9871aca8#:~:text=Historia%20del%20parque%20jipiro%20loja,de%20la%20ciudad%20de%20Loja.>
- GoRaymi. (2018). GoRaymi. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/loja/loja/rurales/parroquia-taquil-az4j9qy4v>
- GoRaymy. ((s.f.)). Obtenido de Plaza de San Sebastian-Loja: <https://www.goraymi.com/es-ec/loja/loja/parques-plazas/plaza-san-sebastian-loja-a668d1703>
- Loja Trabajamos para ti. ((s.f.)). Obtenido de EL CISNE.
- Maldonado Alcudia, M. M. (2012). Turismo y religión. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Martín, S. (1986). El método fenomenológico-hermenéutico y su pertinencia en la educación.
- Munari, B. (1983). Cómo nacen los objetos. Apuntes para una metodología proyectual. Barcelona.
- Municipio De Loja. (2010). Municipio de Loja. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/contenido/parroquia-sucra>
- Municipio de Loja. (2010). Municipio de Loja. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/node/176>

Municipio de Loja. (2010). Municipio de Loja. Obtenido de

<https://www.loja.gob.ec/contenido/vilcabamba>

Municipio de Loja. (2010). Municipio de Loja. Obtenido de

<https://www.loja.gob.ec/contenido/yangana>

Municipio de Loja. (2010). Municipio de Loja. Obtenido de

<https://www.loja.gob.ec/node/165>

Municipio de Loja, Trabajamos para tí. (s.f.). Obtenido de San Lucas:

<https://www.loja.gob.ec/contenido/san-lucas>

Rendición de cuentas. (2020).

Salazar, Y. ((s.f.)). La Puerta de entrada a la ciudad de Loja: Un monumento al

hispanismo. En Y. Salazar. Loja.

Scheibel. (2020).

SECTUR. (2003). Obtenido de

https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo_cyd.pdf

SECTUR. (2003).

Terán, R. (14 de mayo de 2019). Campers. Obtenido de Parque Laguna Carigan

Villinaco.: <https://campers.guide/acampar-en-loja-laguna-de-carigan/>

Tesis Y master. (2022). Obtenido de Técnicas de investigación:

<https://tesisymasters.com.co/tecnicas-de-investigacion/>

toulouselautrec. (21 de 05 de (s.f.)). Obtenido de ¿Qué es el diseño gráfico?:

<https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-diseno->

16. Anexos

16.1 Certificación de aprobación del proyecto

Figura 57 Certificado de Vicerrectorado Académico



17 Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 58 Certificado de Vicerrectorado Académico



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

16.2. Certificación de la Implementación del proyecto

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo directora de investigación

CERTIFICA

Que el Sr. Alejandro Josué Carrera Criollo con C.I: 110504795 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación fin titulado “CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FOMENTAR LA VISITA DE SITIOS TURÍSTICOS DE LAS PARROQUIAS URBANAS Y RURALES DEL CANTÓN LOJA”, el mismo que ha sido revisado y se encuentra con un 100% de haber cumplido y aun no se ha implementado porque está sujeto a cambios por parte del tribunal de grado; la actual propuesta de acción entregada por el estudiante consta de la siguiente información:

- Desarrollo de marca
- Creación de artes
- Creación de Videos

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



Firmado electrónicamente por:
**BRIGITTE ALEJANDRA
PESANTEZ JARAMILLO**

F_____

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Certificación de la Implementación del proyecto

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo directora de investigación

CERTIFICA

Que el Sr. Daniel Alejandro Espinosa Sanmartín con C.I: 1150311908 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación fin titulado “CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FOMENTAR LA VISITA DE SITIOS TURÍSTICOS DE LAS PARROQUIAS URBANAS Y RURALES DEL CANTÓN LOJA”, el mismo que ha sido revisado y se encuentra con un 100% de haber cumplido y aun no se ha implementado porque está sujeto a cambios por parte del tribunal de grado; la actual propuesta de acción entregada por el estudiante consta de la siguiente información:

- Desarrollo de marca
- Creación de artes
- Creación de Videos

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



Firmado electrónicamente por:
**BRIGITTE ALEJANDRA
PESANTEZ JARAMILLO**

F_____

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo
DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Certificación de Aprobación del Abstract



CERTF. N°. 021-KC-ISTS-2023

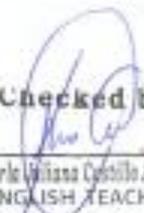
Loja, 25 de abril de 2023

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

CERTIFICA:

*Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de los señores **ALEJANDRO JOSUÉ CARRERA CRIOLLO** y **DANIEL ALEJANDRO ESPINOSA SANAMARTÍN** estudiantes en proceso de titulación periodo Octubre 2022 – Marzo 2023 de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la impresión y presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.*

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

Checked by:

Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño
ENGLISH TEACHER

English is a piece of cake.

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

16.1. Declaración Juramentada

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, 04 de Mayo de 2023

Nombres: Alejandro Josué

Apellidos: Carrera Criollo

Cédula de Identidad: 1105034795

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Periodo extraordinario.

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación: Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

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

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.

4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

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

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

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

Firma:



Nro. Cédula: 1105034795

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, 04 de Mayo 2023

Nombres: Daniel Alejandro

Apellidos: Espinosa Sanmartín

Cédula de Identidad: 1150311908

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Periodo extraordinario.

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación: Creación de una campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja.

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

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

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

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

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

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. C. ...', written over a circular stamp or seal.

Firma:

Nro. Cédula: 1150311908

16.2. Formato de acta de cesión de derechos de proyecto de investigación de fin de carrera

Acta de cesión de derecho 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 Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; Carrera Criollo Alejandro Josué; en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; emite la presente acta de cesión de derechos:

SEGUNDA. –Carrera Criollo Alejandro Josué; realizó la Investigación: “Campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – abril 2023”; para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y Publicidad, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo.

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

CUARTA. -Los comparecientes Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo, en calidad de Directora del proyecto de investigación de fin de carrera; Carrera Criollo Alejandro Josué como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – abril 2023”; a favor del Instituto Superior

Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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



Firmado electrónicamente por:
**BRIGITTE ALEJANDRA
PESANTEZ JARAMILLO**

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

Alejandro Josué Carrera Criollo

DIRECTORA

AUTOR

C.I.: 1105902348

C.I.: 1105034795

Acta de cesión de derecho 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 Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; Espinosa Sanmartín Daniel Alejandro; en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; emite la presente acta de cesión de derechos:

SEGUNDA. – Espinosa Sanmartin Daniel Alejandro; realizó la Investigación: “Campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – abril 2023”; para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y Publicidad, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo.

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

CUARTA. -Los comparecientes Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo, en calidad de Directora del proyecto de investigación de fin de carrera; Espinosa Sanmartin Daniel Alejandro como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Campaña publicitaria para fomentar la visita de sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja en el periodo octubre – abril 2023”; a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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



Firmado electrónicamente por:
**BRIGITTE ALEJANDRA
PESANTEZ JARAMILLO**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel Alejandro Espinosa Sanmartin'.

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

Daniel Alejandro Espinosa Sanmartin

DIRECTORA

AUTOR

C.I.: 1105902348

C.I.: 1150311908

10 Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado de Desarrollo e Innovación con la petición para su aprobación en su orden.

X

Autor: ISTS

16.4. Presupuesto

16.4.1. Materiales Básicos

Tabla 13

Presupuesto

N o	Descripción	V. TOTAL
1	Derecho para la realización del proyecto	\$987
2	Impresión de documentos	\$80
3	CD	\$4
4	Internet	\$80
5	Hoja Valorada	\$2
6	Luz	\$40
7	Lápices	\$1
8	Borradores.	\$1
9	Cámara	\$60
1	Publicidad Pagada	\$100
	TOTAL	\$1454

16.4.2. Materiales Tecnológicos

Tabla 14 Materiales Tecnológicos

N o	Descripción	V.TOTAL
1	Computadora	\$1500

16.4.3. Presupuesto Total

Tabla 15 Presupuesto Total

N o	Actividad o tarea	V.TOTAL
1	Materiales Básicos	\$1454
2	Materiales Tecnológicos	\$1500
	TOTAL	\$ 2.954

16.5. Plan de contenidos

Tabla 14

Cronograma de Tareas para el proyecto

CRONOGRAMA DE TAREAS PARA EL PROYECTO						
TAREAS	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6
TAREA 1	Elaboración de Guiones para los Videos de cada parroquia	Grabación de videos de los sitios turísticos de Chantaco – Chuquiribamba – Cisne – Gualel – Jimbilla	Grabación de videos de los sitios turísticos de San Lucas – Santiago – Taquil - Sucre	Grabación de videos de los sitios turísticos de San Sebastián – Carigán – El Sagrario – Punzara	Grabación de videos de los sitios turísticos de Sucre – El Valle	Finalización de edición de los 19 videos de cada parroquia con su respectivo material grabado
TAREA 2	Grabación de videos de los sitios turísticos de Vilcabamba – Quinara – San Pedro de Vilcabamba – Malacatos - Yangana	Elaboración de los videos editados con el contenido grabado de las parroquias rurales	Elaboración de los videos editados con el contenido grabado de las parroquias rurales	Elaboración de los videos editados con el contenido grabado de las parroquias urbanas y rurales	Elaboración de los videos editados con el contenido grabado de las parroquias urbanas y rurales	Finalización de artes publicitarias de cada lugar de cada parroquia
TAREA 3	Creación de la Marca y su manual	Grabación de entrevistas a gente nativa de ese lugar de estas parroquias		Creación de artes publicitarias de cada lugar de cada parroquia (1 por cada uno)	Creación de artes publicitarias de cada lugar de cada parroquia (1 por cada uno)	

		debido a la cantidad)	debido a la cantidad)
TAREA 4	Investigación de información acerca de los sitios turísticos		

Cronograma de Redes Sociales

CRONOGRAMA DE REDES SOCIALES						
Tareas Y Youtube	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Instagram Y Youtube	Post Yangana	Post Quinara	Post San Sebastián	Post Carigán	Post Jimbilla	Post Chuquiribamba
Instagram Y Youtube	Post San Pedro de Vilcabamba	Post Vilcabamba	Post El Sagrario	Post Santiago	Post El Cisne	Post El Chantaco
Instagram	Post Malacatos	Post Punzara y San Pedro	Post Valle	Post San Lucas	Post El Gualel	Post Taquil
Instagram Y Youtube			Post Sucre			Post Vilcabamba

16.8. Formato de encuesta

Figura 59 Formato de Encuesta

CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FOMENTAR LA VISITA DE SITIOS TURÍSTICOS DE LAS PARROQUIAS URBANAS Y RURALES DEL CANTÓN LOJA

1. ¿Conoce algún sitio turístico de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja? *

- Si
- No

2. ¿Le gustaría obtener información de los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales cantón Loja? *

- Si
- No

3. ¿Cree usted que es importante preservar los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales cantón Loja? *

- Si
- No

Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

4. Qué porcentaje de interés de conocer cree usted que tiene las parroquias rurales del cantón Loja por parte de la ciudadanía? *

- Alto
- Medio
- Bajo

5. ¿Considera que los sitios turísticos de cantón Loja tienen una buena difusión a través de los medios de comunicación? *

- Si
- No

6. ¿Le gustaría conocer los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja? *

- Si
- No

7. ¿A través de que red social le gustaría que se le brinde información sobre los sitios turísticos de las parroquias urbanas y rurales del cantón Loja? *

- Twitter
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Otra...

Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

16.6. Fotografías de la Galería de Arte

Figura 60 *Evidencia Galeria de Arte 1*



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 61 *Evidencia Galeria de Arte 2*



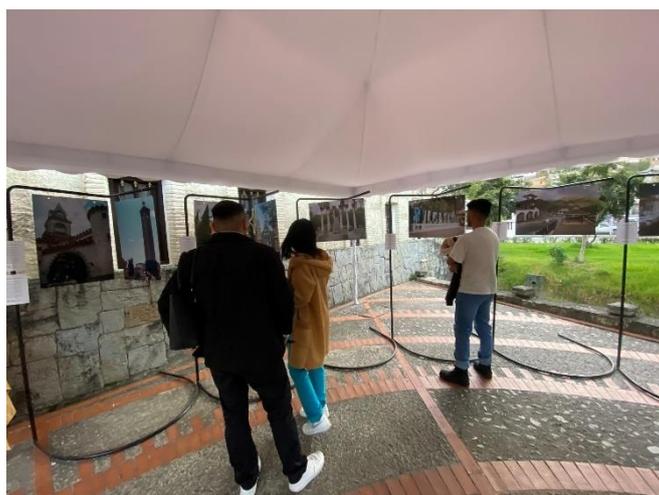
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 62 Evidencia Galería de Arte 3



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 63 Evidencia Galería de Arte 4



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 64 Evidencia Galería de Arte 5



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 65 Evidencia Galería de Arte 6



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

16.7. Fotografías del proceso de producción

Figura 66 Edición de Artes



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 67 Grabación de Voz en OFF



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 68 Grabación de lugar turístico en Quinara



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 69 Tomando Fotos en Yangana



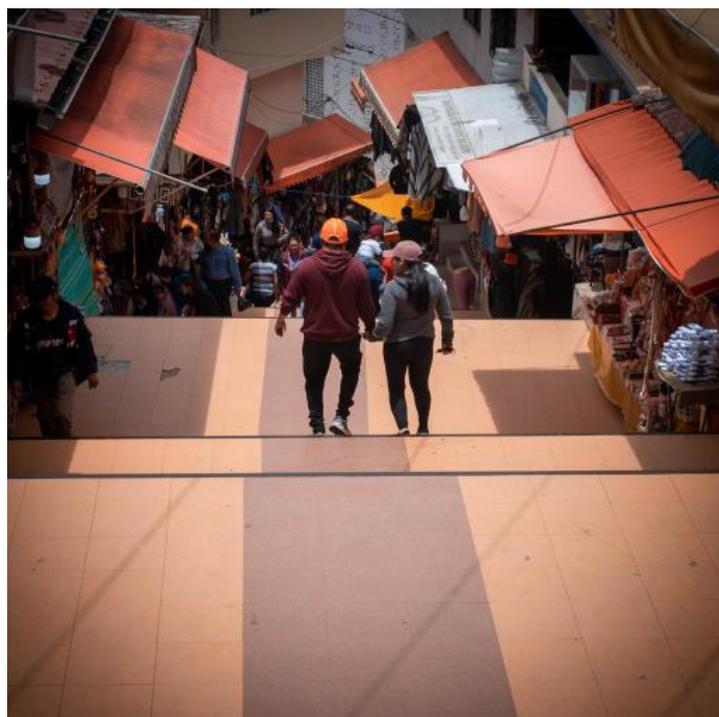
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 70 Tomando Fotos en San Pedro de Vilcabamba



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 71 Ejemplo de Fotografías



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

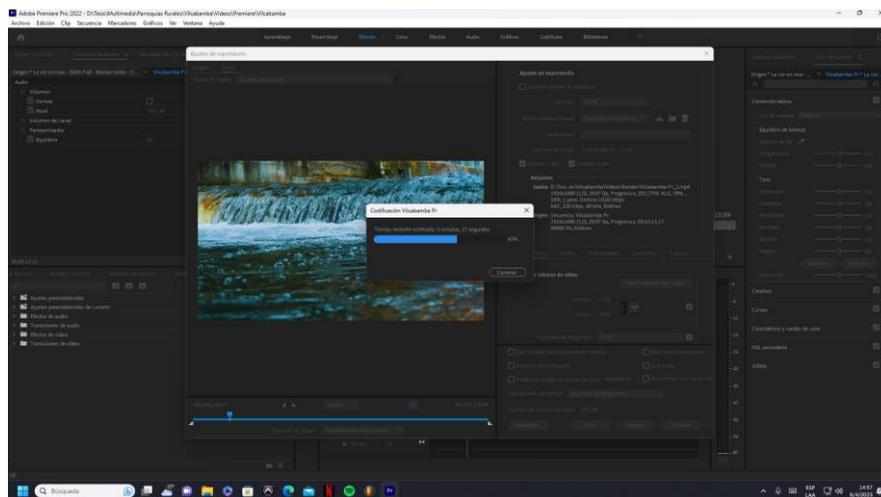
Figura 72 Grabación



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

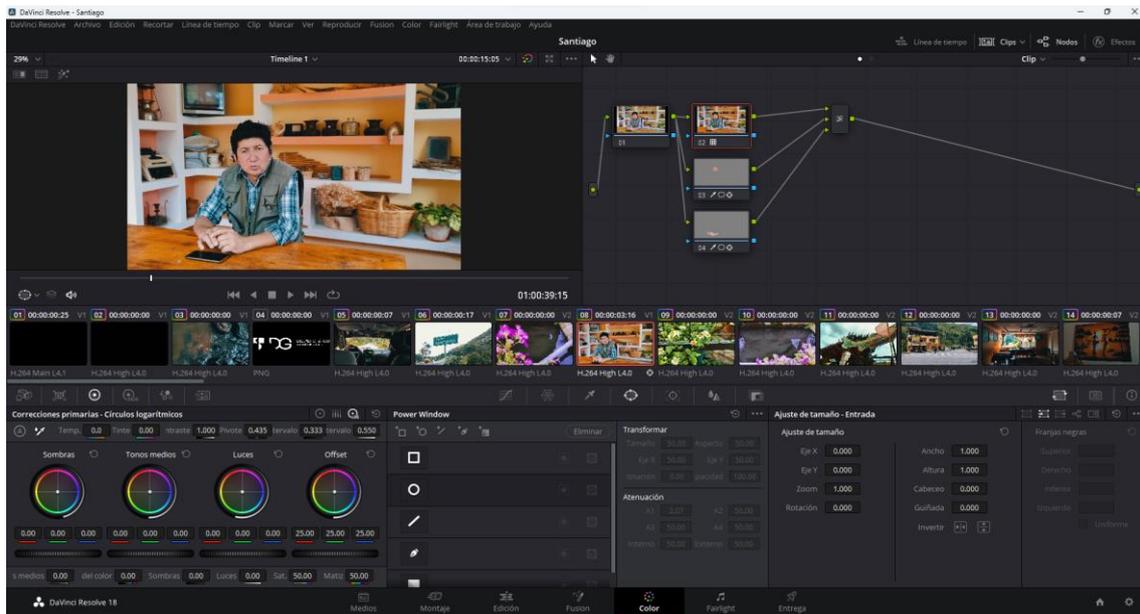
16.8. Capturas de Pantalla

Figura 73 Premiere Captura



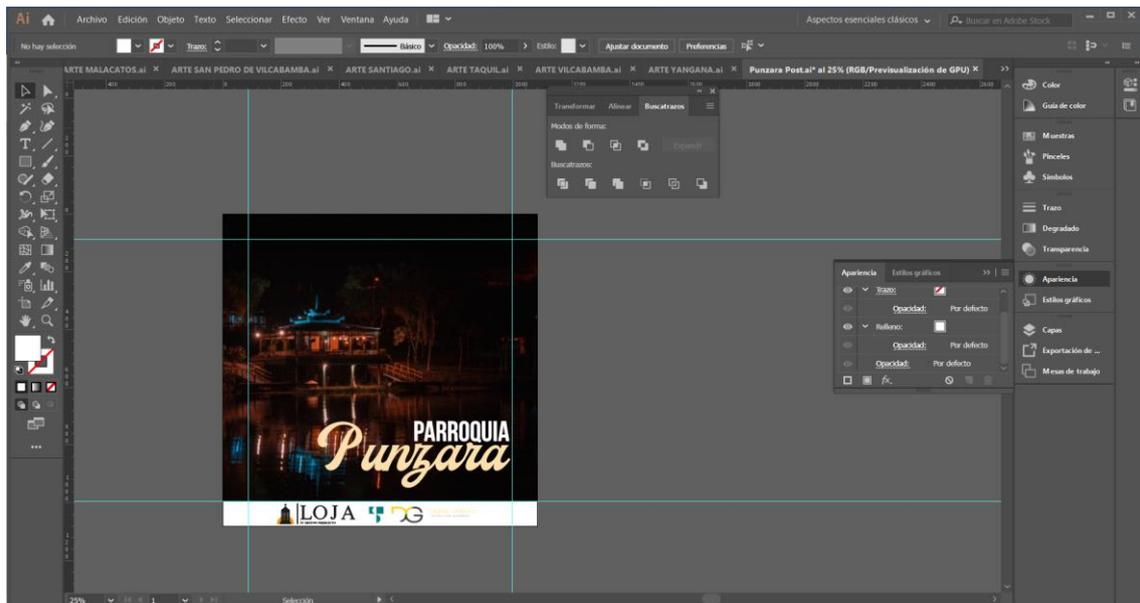
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 74 Davinci Resolve Captura



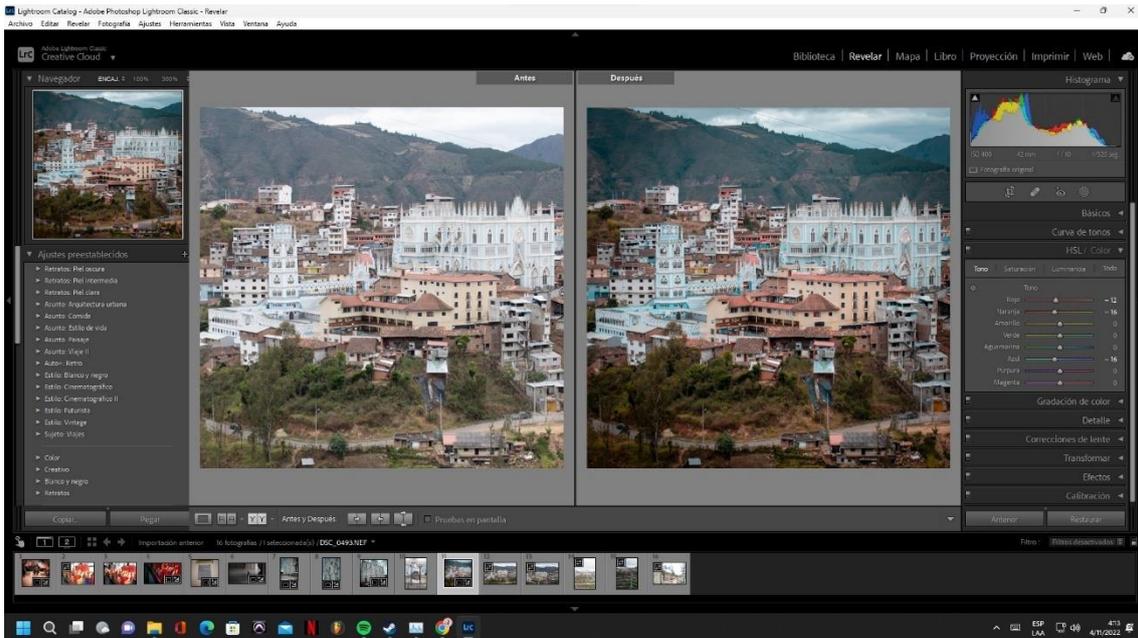
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 75 Adobe Illustrator Captura



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

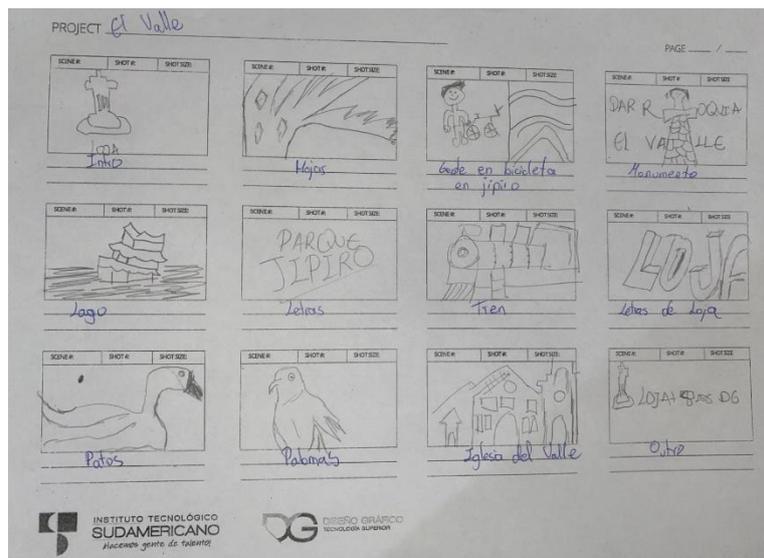
Figura 76 Ligtroom Caputura



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

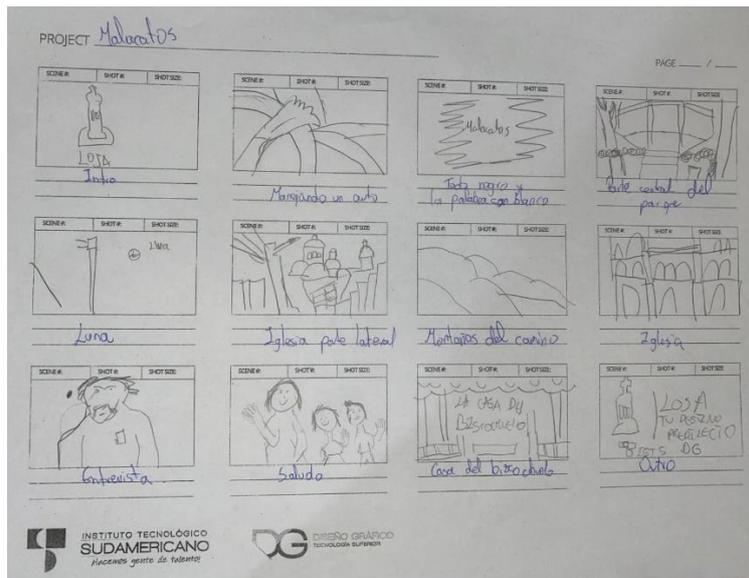
16.9. Storyboards para los videos

Figura 77 Storyboard El Valle



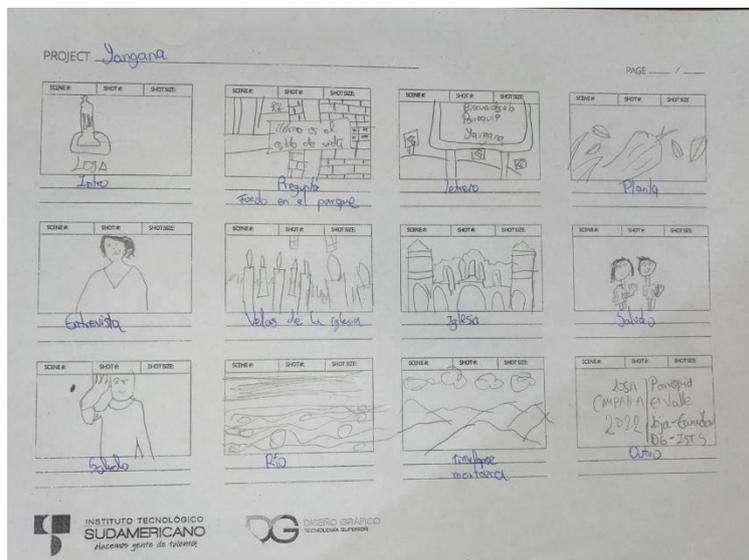
Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 78 Storyboard Malacatos



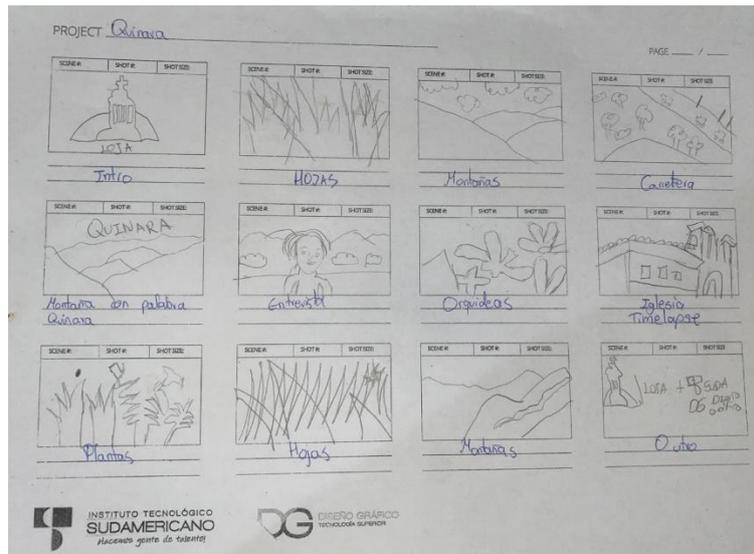
Nota: 110503479a y Daniel Espinosa

Figura 79 Storyboard Yangana



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

Figura 80 Storyboard *Quinara*



Nota: Alejandro Carrera y Daniel Espinosa

