



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
ESCUELA DE INFORMÁTICA
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

**Proyecto de Investigación, previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Diseño Gráfico y Multimedia**

Título del Proyecto de Investigación

Comunicación turística del GAD municipal el empalme y su incidencia en el incremento del turismo del cantón, año 2016.

AUTOR

Jorge Abel Arcentales Torres

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing. Jaime Espinoza Cercado, MBA.

QUEVEDO – ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **JORGE ABEL ARCENTALES TORRES** declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente

Jorge Abel Arcentales Torres

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, Ing. Jaime Espinoza Cercado, MBA., docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado, señor **JORGE ABEL ARCENTALES TORRES**, realizó el Proyecto de Investigación Previo a la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico y Multimedia, titulada **“COMUNICACIÓN TURÍSTICA DEL GAD MUNICIPAL EL EMPALME Y SU INCIDENCIA EN EL INCREMENTO DEL TURISMO DEL CANTÓN, AÑO 2016.”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

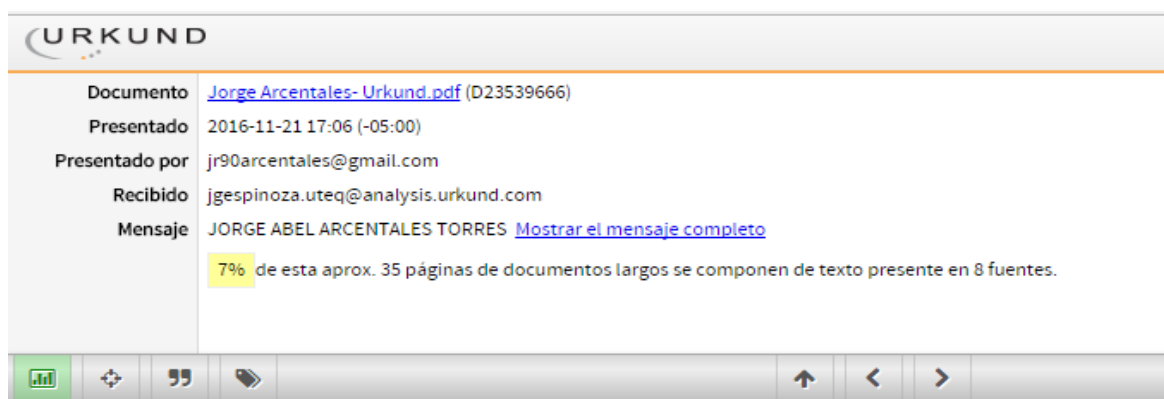
Ing. Jaime Espinoza Cercado, MBA.

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

El suscrito, **Ing. Jaime Gonzalo Espinoza Cercado, MBA.**, en calidad de Director del Proyecto de Investigación titulado “**COMUNICACIÓN TURÍSTICA DEL GAD MUNICIPAL EL EMPALME Y SU INCIDENCIA EN EL INCREMENTO DEL TURISMO DEL CANTÓN, AÑO 2016**”, me permito manifestar a usted y por intermedio al Honorable Consejo Directivo lo siguiente:

Que, el Sr. **JORGE ABEL ARCENTALES TORRES**, egresado de la Facultad de Ciencias de la Ingeniería, ha cumplido con las correcciones pertinentes, e ingresado su Proyecto de Investigación al sistema URKUND, tengo a bien certificar la siguiente información sobre el informe del sistema anti plagio con un porcentaje del **7%**.



The screenshot displays the URKUND interface with the following details:

URKUND	
Documento	Jorge Arcentales- Urkund.pdf (D23539666)
Presentado	2016-11-21 17:06 (-05:00)
Presentado por	jr90arcentales@gmail.com
Recibido	jgespinoza.uteq@analysis.arkund.com
Mensaje	JORGE ABEL ARCENTALES TORRES Mostrar el mensaje completo
7% de esta aprox. 35 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 8 fuentes.	

At the bottom, there is a navigation bar with icons for document analysis, zoom, and navigation.

Quevedo, 22 de Noviembre del 2016.

Ing. Jaime Gonzalo Espinoza Cercado, MBA.
DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
ESCUELA DE INFORMÁTICA
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

Proyecto de Investigación

**“COMUNICACIÓN TURÍSTICA DEL GAD MUNICIPAL EL EMPALME Y SU
INCIDENCIA EN EL INCREMENTO DEL TURISMO DEL CANTÓN, AÑO 2016”.**

Presentada al Comité Técnico Académico como requisito previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

Aprobado por:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo- Los Ríos- Ecuador

2016

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a mis padres que han dado todo el esfuerzo para que ahora este culminando esta etapa de mi vida y darles las gracias por apoyarme en todos los momentos difíciles de mi vida tales como la felicidad la tristeza, pero ellos siempre han estado junto a mí y gracias a ellos soy lo que a hora soy y con el esfuerzo de ellos y mi esfuerzo ahora puedo ser una gran profesional y seré un gran orgullo para ellos y para todos los que confiaron en mí.

A mi querida familia y a mi hija que es un pilar fundamental en mi vida me apoyado con su amor y comprensión para poder cumplir con este sueño. Agradezco también a mi Asesor de Tesis el Ing. Jaime Espinoza por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, así como también haberme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

Mi agradecimiento también va dirigido al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón el Empalme por darme la oportunidad de desarrollar mi trabajo de investigación y apoyo incondicional en todo.

Y para finalizar, también agradezco a todos los que fueron mis compañeros de clase durante todos los niveles de Universidad ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional. ¡Mil gracias a todos!, por qué sin su guía y apoyo no hubiésemos podido alcanzar el gran reto de concluir el reto con éxito muestra tesis.

Jorge Arcentales

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mi convivir diario; a mis padres por ser los guías en el sendero de cada acto que he realizado; a mi hija que es un pilar fundamental en mi vida, a mis docentes por entregarme sus conocimientos para realizar los propósitos que tengo en mente.

Jorge Arcentales

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES.

La investigación denominada Comunicación Turística del GAD Municipal El Empalme y su incidencia en el incremento del turismo del Cantón, año 2016, establece como objetivos revisar la gestión comunicacional turística; investigar cuales son los lugares turísticos atractivos del Cantón; determinar el impacto de la gestión comunicacional del Municipio entre la ciudadanía y diseñar una propuesta con estrategias de difusión publicitaria, para la obtención de los resultados del estudio; se utilizó la investigación de campo, descriptiva, bibliográfica documental, los métodos fueron inductivo, deductivo y analítico; la población consistió en 82.787 se aplicó la fórmula de muestreo obteniendo un segmento de 382 habitantes, obteniendo como resultados en la encuesta (anexo 4) en la (figura 38); el 76% indicaron que el manejo de la comunicación turística del cantón poco ha generado un impacto positivo en el desarrollo del turismo, el 100% de los habitantes consideran necesario mejorar la promoción de la oferta turística, además el impacto que genera la gestión comunicacional del GAD Municipal entre la ciudadanía según (anexo 4); en la encuesta el 56% poco impacto ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio donde se diseñó una propuesta con estrategias de difusión publicitaria que en base a la entrevista (anexos 5) las autoridades indicaron (pregunta 5) que la revista si ayudaría a informar la gran mayoría de sitios turísticos que tiene la zona, considerando que es una herramienta que permite dar a conocer mediante imágenes y contenido textual a los habitantes y turista referente a los sitios turísticos, gastronomía, arte y cultura.

Palabras claves.

Medios de comunicación, diseño y turismo.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The research called GAD Municipal Tourist Communication Splicing and its impact on increasing tourism Canton, 2016, the constitution review the communicational objectives tourism management; Investigate what are the attractive tourist places of the Canton; Determine the impact of the communicational management of the municipality between citizens and design a proposal with strategies for public dissemination, to obtain the results of the study using field research, descriptive literature documentary methods were inductive, deductive and analytical; The population consisted of 82,787 using the formula of sampling for the survey of 382 people, obtaining as results in the survey (Annex 4) (figure 38) 76% indicated that the management of communication positive impact on tourism development , 100% of the people consider necessary the promotion of tourism, and the impact generated by the communication management of GAD City between citizens according to (Annex 4) in the survey 56% little impact generated tourism advertising by the municipality in which designed a proposal with strategies for public dissemination based on the interview (Annex 5) the authorities indicated (question 5) that the magazine and help inform the vast majority of tourist sites with the area, considering it is a tool to be made available through images and textual content to residents and tourists regarding tourist sites, gastronomy, art and culture.

Keywords.

Media, design and tourism.

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO	Pág.
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	i
CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES.	viii
ABSTRACT AND KEYWORDS	ix
TABLA DE CONTENIDO	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
CÓDIGO DUBLÍN	xviii
 INTRODUCCIÓN.....	 1
 CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	 3
1.1. Problema de investigación.....	3
1.1.1. Planteamiento del problema.	4
1.1.2. Formulación del problema.....	5
1.1.3. Sistematización del problema.	5
1.2. Objetivos.....	6
1.2.1. General.....	6
1.2.2. Específicos.....	6
1.3. Justificación.....	6
 CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	 8
2.1. Marco conceptual.	9

2.1.1. La comunicación.....	9
2.1.2. Elementos de la comunicación.	9
2.1.3. Niveles de comunicación.....	11
2.1.4. Funciones de la comunicación.....	12
2.1.5. Comunicación organizacional.	13
2.1.6. Tipos de comunicación.....	14
2.1.7. Marketing.	15
2.1.8. Objetivos del marketing.	16
2.1.9. Marketing digital.	17
2.1.10. Importancia del marketing digital.....	17
2.1.11. Implementación de un marketing digital.	18
2.1.12. Componentes del marketing digital.....	18
2.1.12.1. Redes sociales.....	18
2.1.12.2. Facebook.....	19
2.1.11.3. Twitter.	20
2.1.12.4. Youtube.	20
2.1.13. Marketing online.	21
2.1.14. Marketing directo.	22
2.1.14.1 Medios del marketing directo.....	22
2.1.15. La publicidad.	23
2.1.16. Los medios de publicidad.....	23
2.1.16.1. Medios ATL.	23
2.1.16.2. Medios BTL.....	25
2.1.17. Publicidad online.	25
2.1.18. Tipos de publicidad en internet.	26
2.1.19. Branding.	27
2.1.19.1. Características del Branding.....	27
2.1.19.2. Proceso del branding.	28
2.1.20. Cobranding.	29
2.1.21. Turismo.....	29
2.1.20. Importancia del turismo.....	29
2.1.21. Revistas digitales.	30
2.1.22. Características de las revistas digitales.....	30
2.1.23. Componentes Editoriales de las Revistas Digitales.....	31

2.1.24. Beneficios de las revistas digitales para los editores.	32
2.1.25. Beneficios de las revistas digitales para los lectores.	32
2.1.26. Diseño Gráfico.....	33
2.2. Marco Referencial.	34
 CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1. Localización.....	36
3.2. Tipo de Investigación.	37
3.2.1. De campo.	37
3.2.2. Descriptiva.....	38
3.2.2. Bibliográfica – documental.	38
3.3. Métodos de Investigación.....	39
3.3.1. Inductivo.....	39
3.3.2. Deductivo.....	39
3.3.3. Analítico.	39
3.4. Fuentes de Recopilación de Información.	39
3.4.1. Primarias.....	39
3.4.2. Secundarias.....	40
3.5. Diseño de la Investigación.....	40
3.5.1. Población.	40
3.6. Instrumentos de Investigación.	41
3.6.1. Encuesta.....	41
3.6.1. Entrevista.	41
3.7. Tratamiento de los Datos.....	42
3.8. Recursos Humanos y Materiales.	42
 CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	43
4.1. Resultados.....	44
4.1.1. Gestión comunicacional turística del GAD Municipal El Empalme.....	44
4.1.2. Impacto que genera la gestión comunicacional del GAD Municipal El Empalme entre la ciudadanía.	46
4.1.3. Investigación de los lugares turísticos del Cantón El Empalme.....	47
4.1.4. Propuesta de difusión turística para el GAD Municipal El Empalme.....	51
4.2. Discusión.	86

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1. Conclusiones.....	90
5.2. Recomendaciones.	91
 CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA	 92
6.1. Referencia Citada.	93
 CAPÍTULO VII. ANEXOS.....	 98

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Matriz FODA	45
Tabla 2. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee el cantón El Empalme”	105
Tabla 3. ¿Cree que los recursos turísticos existentes pueden estar dentro de la oferta turística?	106
Tabla 4. ¿Usted cree que el manejo de la comunicación turística del cantón ha generado un impacto positivo en el turismo?	107
Tabla 5. ¿Considera usted que es necesaria la oferta turística en el Cantón El Empalme?	108
Tabla 6. ¿Considera que el GAD fomenta el turismo adecuadamente?	109
Tabla 7. ¿Cree que el Municipio El Empalme debe mejorar la comunicación del turismo?	110
Tabla 8. ¿Cuál es el principal motivo cuando visita algún Cantón?.....	111
Tabla 9. ¿Con quién les gusta visitar los diversos sitios?.....	112
Tabla 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por día/persona por turismo?.....	113
Tabla 11. ¿En qué temporadas cree que existe mayor influencia de turistas?.....	114
Tabla 12. ¿Qué medios de información usted ha escuchado que el GAD Municipal promociona el turismo de la localidad?.....	115
Tabla 13. ¿Qué impacto ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio en la visita a los sitios turísticos?.....	116
Tabla 14. ¿Qué medios de información influyen su visita?.....	117
Tabla 15. ¿Conoce los siguientes lugares turísticos del Cantón El Empalme?	118
Tabla 16. ¿Considera indispensable la utilización de una herramienta de difusión Turística para fomentar el desarrollo turístico de la ciudad?	119
Tabla 17. Análisis de la entrevista.....	120

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Localización del GAD Municipal del Cantón El Empalme.....	37
Figura 2. Portada de la Revista.....	52
Figura 3. Esquema de la Revista	52
Figura 4. Contraportada de la Revista	53
Figura 5. Portada	54
Figura 6. Agradecimiento revista	55
Figura 7. Índice.....	56
Figura 8. Historia.....	57
Figura 9. Reseña Historia	58
Figura 10. Costumbre y tradiciones.....	59
Figura 11. Costumbre y tradiciones.....	60
Figura 12. Turismo	61
Figura 13. Parque Central.....	62
Figura 14. Parques	63
Figura 15. Parques de El Empalme	64
Figura 16. Parques Municipal.....	65
Figura 17. Centros de arte y cultura	66
Figura 18. Centros Recreacionales	67
Figura 19. Balnearios.....	68
Figura 20. Hoteles	69
Figura 21. Iglesias	70
Figura 22. Aventura.....	71
Figura 23. Parroquia Guayas	72
Figura 24. Parques.....	73
Figura 25. Cascadas.....	74
Figura 26. Gabarra y sendero	75
Figura 27. Parroquia El Rosario	76
Figura 28. Cascadas turísticas	77
Figura 29. Presa y mirador	78
Figura 30. Bambú e islote.....	79

Figura 31. Sitios de recreación	80
Figura 32. Tradición y cultura	81
Figura 33. Gastronomía	82
Figura 34. Diversión nocturna	83
Figura 35. Discoteca	84
Figura 36. Contraportada.....	85
Figura 37. Conocimiento sitios turísticos.....	105
Figura 38. Oferta turística del cantón.	106
Figura 39. Comunicación turística del cantón	107
Figura 40. Mejoramiento oferta turística en el Cantón.....	108
Figura 41. GAD fomenta el turismo adecuadamente	109
Figura 42. Mejorar la comunicación del turismo	110
Figura 43. Motivo cuando visita algún Cantón	111
Figura 44. Visita a los diversos sitios	112
Figura 45. Gastos por día/persona en turismo	113
Figura 46. Temporadas de mayor influencia de turistas.....	114
Figura 47. Promoción turística del GAD Municipal	115
Figura 48. Impacto promoción turística del GAD Municipal	116
Figura 49. Medios de información influyen su visita	117
Figura 50. Medios de información influyen su visita	118
Figura 51. Herramienta de difusión Turística para fomentar el desarrollo turístico	119

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Cuestionario para encuestas	99
Anexo 2. Cuestionario para entrevista.....	102
Anexo 3. Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones	104
Anexo 4. Análisis de los Resultados de la encuesta efectuada a los Habitantes del Cantón El Empalme	105
Anexo 5. Análisis de la entrevista aplicada al Alcalde, Concejal y Director de Relaciones Públicas del Municipio.	120
Anexo 6. Solicitud al GAD Municipal para subir revista al portal Web.....	127
Anexo 7. Fotos.....	128

CÓDIGO DUBLÍN

Título:	“COMUNICACIÓN TURÍSTICA DEL GAD MUNICIPAL EL EMPALME Y SU INCIDENCIA EN EL INCREMENTO DEL TURISMO DEL CANTÓN, AÑO 2016”.				
Autor:	<u>Jorge Abel Arcentales Torres</u>				
Palabras clave:	Medios de comunicación	Diseño	Turismo		
Fecha de publicación:	2016				
Editorial:	Quevedo: UTEQ, 2016.				
Resumen:	Resumen .- La investigación denominada Comunicación Turística del GAD Municipal El Empalme y su incidencia en el incremento del turismo del Cantón, año 2016, establece como objetivos revisar la gestión comunicacional turística; investigar cuales son los lugares turísticos atractivos del Cantón; determinar el impacto de la gestión comunicacional del Municipio entre la ciudadanía y diseñar una propuesta con estrategias de difusión publicitaria, para la obtención de los resultados del estudio; se utilizó la investigación de campo, descriptiva, bibliográfica documental, los métodos fueron inductivo, deductivo y analítico; la población consistió en 82.787 se aplicó la fórmula de muestreo obteniendo un segmento de 382 habitantes, obteniendo como resultados en la encuesta (anexo 4) en la (figura 38); el 76% indicaron que el manejo de la comunicación turística del cantón poco ha generado un impacto positivo en el desarrollo del turismo, el 100% de los habitantes consideran necesario mejorar la promoción de la oferta turística, además el impacto que genera la gestión comunicacional del GAD Municipal entre la ciudadanía según (anexo 4); en la encuesta el 56% poco impacto ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio donde se diseñó una propuesta con estrategias de difusión publicitaria que en base a la entrevista (anexos 5) las autoridades indicaron (pregunta 5) que la revista si ayudaría a informar la gran mayoría de sitios turísticos que tiene la zona, considerando que es una herramienta que permite dar a conocer mediante imágenes y contenido textual a los habitantes y turista referente a los sitios turísticos, gastronomía, arte y cultura. Abstract.- The research called GAD Municipal tourist communication Splicing and its impact on increasing tourism Canton, 2016, the constitution review the communicational objectives tourism management; Investigate what are the attractive tourist places of the				

	Canton; Determine the impact of the communicational management of the municipality between citizens and design a proposal with strategies for public dissemination, to obtain the results of the study using field research, descriptive literature documentary methods were inductive, deductive and analytical; The population consisted of 82,787 using the formula of sampling for the survey of 382 people, obtaining as results in the survey (Annex 4) (figure 38) 76% indicated that the management of communication positive impact on tourism development , 100% of the people consider necessary the promotion of tourism, and the impact generated by the communication management of GAD City between citizens according to (Annex 4) in the survey 56% little impact generated tourism advertising by the municipality in which designed a proposal with strategies for public dissemination based on the interview (Annex 5) the authorities indicated (question 5) that the magazine and help inform the vast majority of tourist sites with the area, considering it is a tool to be made available through images and textual content to residents and tourists regarding tourist sites, gastronomy, art and culture.
Descripción:	146 hojas: dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM
URI:	<u>(en blanco hasta cuando se dispongan los repositorios)</u>

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el turismo es un sector y una industria en crecimiento economías nacionales y regionales. Puede ser un importante enlace de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente, de allí la importancia de proyectarlo hacia la satisfacción del cliente a mediano y largo plazo. Si bien es cierto que como actividad económica cada vez tiene mayor crecimiento alrededor del mundo, también fortalece el intercambio sociocultural en los distintos países y satisface la demanda cultural y recreacional de la sociedad [1].

En el Ecuador el turismo es uno de los recursos principales que reactivan la economía del país, el gobierno actual implementa estrategias para potencializar el turismo, aplicando técnicas eficaces como la fotografía digital, revistas, folletos entre otros, captando los mejores escenarios naturales de la belleza en flora y fauna, logrando generar esas expectativas por visitar y conocer el lugar, incentivando la visita turistas nacionales e internacionales.

El cantón del Empalme cuenta con territorios turísticos de gran importancia, la promoción y difusión de estos lugares se hace necesaria, para que turistas nacionales e internacionales puedan visitarlos. Desde el punto de vista del diseño gráfico la publicidad de lugares turísticos debe contener información gráfica y escrita, que despierte el interés de quienes los visitan y transmitan la cultura.

El presente estudio se encuentra orientado a mejorar la gestión en la comunicación turística del GAD Municipal El Empalme estableciendo herramientas de difusión y publicidad como las revistas, folletos consideradas como un medio impreso de difusión masiva, se pretende diseñar con graficas innovadoras y profesionales que generen expectativa y novedad en los turistas por conocer los recursos naturales y sitios turísticos de la zona del cantón El Empalme.

Este aporte constituye un informático, no solo para los turistas sino también para los ciudadanos del cantón El Empalme, promocionando los diversos sitios turísticos para impulsar la visita de turistas nacionales e internacionales, donde disfrute de un sano esparcimiento y entretenimiento entre su familia o amigos.

La aplicación de estrategias permite atraer y mantener una constante comunicación con los habitantes del cantón y los gobiernos cercanos estas herramientas de difusión turística tendrán información actualizada de los diferentes lugares turísticos. La investigación dará a conocer los destinos y atractivos del cantón El Empalme.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación.

1.1.1. Planteamiento del problema.

Los diferentes factores negativos que afectan el desarrollo turístico del cantón El Empalme, una de las principales causas es la poca aplicación de herramientas de difusión y promoción turística para comunicar o dar conocer cada uno de los atractivos y sitios turísticos, la escases de información turística genera el desconocimiento de la ciudadanía y turistas nacionales e internacionales en los diversos lugares que pueden disfrutar de esparcimiento y diversión.

Debido a los diversos factores negativos que afectan al cantón El Empalme en dar a conocer los sitios turísticos el diagnóstico previo evidencia que se debe de utilizar medios de comunicación, es necesario que el cantón tenga herramientas digitales e impresas que permita dar a conocer sobre eventos, lugares turísticos y noticias que en beneficio para la comunidad y turistas.

Diagnóstico

El Gobierno Autónomo Descentralizado El Empalme se preocupa muy poco por fomentar el desarrollo turístico del cantón, considerando que el turismo en la actualidad genera un impacto en el bienestar económico dependiendo la calidad de los servicios que se oferten. El turismo genera nuevas oportunidades de ingresos económicos, fuentes de empleo para muchos sectores desde la construcción, agricultura, comercio o telecomunicación, es notorio que el departamento poco planifica y propone proyectos que incentiven a la inversión en el sector turístico para el crecimiento turístico sostenible de la ciudad.

Las principales causas diagnosticadas en el estudio es la ausencia de un medio de comunicación turística para publicación de información y actividades además la necesidad que tiene el cantón El Empalme en colocar un medio de comunicación para la ciudadanía, también la poca información en la ciudad sobre los distintos aspectos de mayor relevancia para la ciudadanía.

Pronóstico

En el sector turístico ha presentado varios factores desfavorables, debido al débil aprovechamiento de los recursos naturales y culturales del sector en función del desarrollo turístico local y el desconocimiento de los recursos turísticos que no están inventariados, haciendo que la comunidad presente una insuficiente planificación turística, debido al escaso interés de las entidades públicas o privadas para poder aprovechar los recursos turísticos que existen en este sector, siendo el recurso económico el principal factor como sustento para el desarrollo de la actividad turística.

1.1.2. Formulación del problema.

¿Cómo la comunicación turística del GAD Municipal El Empalme incide en el incremento del turismo del cantón?

1.1.3. Sistematización del problema.

- ¿Cuál es la gestión comunicacional del GAD Municipal El Empalme para promocionar los lugares turísticos de la ciudad?
- ¿La gestión comunicacional que aplica el GAD Municipal El Empalme genera un impacto en la ciudadanía?
- ¿Cuáles es la información de los lugares turísticos atractivos del cantón El Empalme?
- ¿La aplicación de estrategias de difusión publicitaria inciden en la comunicación turística del GAD Municipal El Empalme?

1.2. Objetivos.

1.2.1. General.

Investigar la comunicación turística del GAD Municipal El Empalme para contribuir a incrementar la promoción del turismo en el cantón.

1.2.2. Específicos.

- Revisar la gestión comunicacional turística del GAD Municipal El Empalme.
- Determinar el impacto que genera la gestión comunicacional turística del GAD Municipal El Empalme entre la ciudadanía.
- Identificar los lugares y atractivos turísticos del Cantón El Empalme.
- Diseñar una propuesta como estrategia de difusión turística para el GAD Municipal El Empalme.

1.3. Justificación.

El turismo a nivel mundial es una de las industrias con mayor crecimiento e importancia en el ámbito económico, ambiental y sociocultural. Esta importancia se evidencia en el alza en la generación de importantes ingresos para la mayoría de los países que han intervenido de manera responsable y sostenible sobre sus productos y atractivos turísticos. Según menciona la OMT [2], el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número creciente de destinos que se han abierto al turismo y que han invertido en este sector, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo y de empresas y la ejecución de infraestructuras.

El turismo es un importante incentivo para el desarrollo local. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo [3]. Tanto es así que el turismo está considerado como una de las mayores actividades, que generan ingresos económicos. Pero el turismo puede tener efectos positivos y negativos. El desarrollo y la operación inapropiados de este pueden degradar el hábitat, los paisajes y agotar los recursos naturales.

El turismo es un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas, con la finalidad de que la actividad turística para el Cantón El Empalme permita alcanzar oportunidades en el turismo, cultural, natural, que puede desarrollarse en este sitio.

El estudio se lo desarrolla porque por medio de estrategias de difusión se potenciará los sitios turísticos del cantón El Empalme, la idea radica en capturar las mejores fotografías de los recursos naturales en flora y fauna, atractivos, zonas de diversión y deporte para los habitantes y turistas nacionales y extranjeros.

La implementación de este proyecto se busca beneficiar directamente a la comunidad y los gobiernos locales, ya que constara de muchos puntos importantes lo cuales muchas personas desconocían, de los sitios turísticos por medio de información detallada como noticias, eventos, será de mucha ayuda para el Cantón.

La investigación brinda un aporte esencial para la profesión de Diseño Gráfico y Multimedia, porque permitió fomentar el arte de comunicar utilizando las diversas herramientas gráficas para la edición fotografía, software de maquetación para el diseño de la revista, además de aplicar estrategias de marketing online que ayudan a incrementar la segmentación de los lugares y atractivos turísticos, también permitió evidenciar la importancia del trabajo como profesional que ayude a generar un impacto positivo para el progreso del cantón y sociedad.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual.

2.1.1. La comunicación.

Es la acción que permite a un individuo o a un organismo, situado en una época y en un punto dado, participar de las experiencias estímulos del medio ambiente de otro individuo de otro sistema, situado en otra época o en otro lugar utilizando los elementos o conocimientos que tiene en común con ellos [4].

La comunicación es la transferencia de la información por medio de mensajes. Un mensaje es una sustancia que ha recibido cierta forma; por ejemplo, las vibraciones acústicas del mensaje oral, los impulsos eléctricos del mensaje telefónico, las formas visuales del mensaje escrito, el surco grabado del disco fonográfico, etc. [5].

2.1.2. Elementos de la comunicación.

Entre los elementos que se emplean en una eficiente comunicación son: el emisor, receptor, mensaje, código, canal y contexto [6].

- 1. Emisor.** Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina). El emisor es quien abre el proceso de la comunicación, el que da a conocer el mensaje y lo emite. Esto se hace mediante la elección, la codificación y el envío del mensaje.

En una conversación, el emisor es quien inicia la conversación. Es aquel objeto que codifica el mensaje y lo transmite por medio de un canal o medio hasta un receptor, perceptor y/u observador. En sentido más estricto, el emisor es aquella fuente que genera mensajes de interés o que reproduce una base de datos de la manera más fiel posible sea en el espacio o en tiempo. La fuente puede ser el mismo actor de los eventos o sus testigos [7].

- 2. Receptor.** Este elemento realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos utilizados por el emisor; es decir, descodifica el mensaje que recibe

del Emisor. Es el punto al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer.

Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe y lo almacena. El mensaje es recibido tal como el emisor quiso decir, en este tipo de receptor se realiza el feed-back o retroalimentación [8].

3. **Código.** Es un conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje que además consiste en traducir la idea en palabras, gráficas u otros símbolos adecuados para dar a conocer el mensaje. El emisor escoge el código a fin de organizar las palabras y los símbolos en una forma que facilite el tipo de transmisión.

Existen cinco principios para precisar la codificación del mensaje.

- ✓ **Pertinencia:** el mensaje debe tener contenido y significado, por lo tanto se seleccionan cuidadosamente las palabras, gráficas o los símbolos que lo conforman.
- ✓ **Sencillez:** formular el mensaje de la manera más sencilla posible.
- ✓ **Organización:** el mensaje debe disponerse en una serie de puntos que faciliten su **comprensión. Concluir cada punto que se elabore.**
- ✓ **Repetición:** los puntos principales del mensaje deben formularse al menos dos veces.
- ✓ **Enfoque:** el mensaje debe ser claro; se debe prescindir de los detalles innecesarios [9].

4. **Canal.** Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural como al medio técnico empleado y se perciben a través de los sentidos del receptor. Los medios de difusión, son esencialmente aquellos que utilizan un canal natural entre el emisor y el receptor. Cuando el canal es artificial, entonces estamos hablando de medios de comunicación [10]

En la práctica las barreras psicológicas de la comunicación pueden localizarse en las personas, en las relaciones entre ellas, o en ambas. Entre las primeras pueden identificar las siguientes:

- ✓ La selectividad de la percepción que determina que el receptor solo capte el mensaje, o los aspectos de éste, que por alguna razón le son significativos, ignorando el resto.
- ✓ Estados emocionales extremos como la ira, el odio, el júbilo, el miedo, la vergüenza o la depresión, que afectan la interpretación de quién recibe el mensaje y la capacidad de influir de quién bajo estos estados lo elabora.
- ✓ Disonancia cognoscitiva o conflicto interno y ansiedad que la persona experimenta cuando recibe información incompatible con su sistema de valores u otra información significativa que pudiera tener.
- ✓ Evaluación prematura o tendencia a juzgar, aprobar o desaprobar, en lugar de escuchar todo el mensaje para comprender al que habla.
- ✓ Inconsistencia entre la conducta verbal y no verbal que se produce cuando los gestos, la expresión facial, la postura la distancia que guardamos respecto a nuestro interlocutor pueden comunicar intenciones diferentes a la de nuestro mensaje verbal.
- ✓ Supuestos no esclarecidos, que se manifiesta cuando el emisor elabora un mensaje a partir de suposiciones que resultan erradas con respecto al marco de referencia del receptor [11].

2.1.3. Niveles de comunicación.

Intrapersonal: es aquella comunicación que llevamos con nosotros mismos, esto quiere decir que el emisor y receptor es la misma persona o individuo. Intervienen solamente el pensamiento y el lenguaje, que nos permite ser conscientes de nuestras emociones, sentimientos, necesidades, etc.

- **Interpersonal:** se lleva a cabo entre dos o más individuos. Su proximidad física es máxima y se pueden utilizar los cinco sentidos, permitiendo relacionarse con los demás individuos.
- **Grupal:** se realiza entre un grupo considerable de quince a veinte personas cuyo fin es lograr una meta y su implicación sentimental es fuerte.
- **Organizacional:** se lleva a cabo en empresas, instituciones, donde la proximidad física es menor debido al uso de medios de comunicación no masivos para cumplir sus metas auxiliándose de la administración, psicología y comunicación.
- **Nivel masivo:** este se ejecuta a través de medios de comunicación. El uso de la tecnología es fundamental, la proximidad física desaparece por completo [12].

2.1.4. Funciones de la comunicación.

- ✓ **Informativa:** Por medio de ésta se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como también proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones [13].
- ✓ **Afectivo - valorativa:** El emisor coloca toda su carga afectiva en el mensaje, sin embargo, de aquello no todos los mensajes necesitarán de la misma emotividad, por lo que es importante que los sujetos y su realización personal sea equilibrada.
- ✓ **Reguladora:** Esto hace referencia a la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. También hace eco a la capacidad autorregular, autorreguladora del individuo, del cual depende el éxito o fracaso del acto comunicativo [13].
- ✓ **Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.

- ✓ **Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento.
- ✓ **Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones y puedan presentar.
- ✓ **Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones [13].

2.1.5. Comunicación organizacional.

El Comportamiento Organizacional es el estudio de los individuos y los grupos dentro del contexto de una organización y el estudio de los procesos y las practicas internas que influyen en la efectividad de los individuos, los equipos y las organizaciones. Cuando la gerencia practica el comportamiento organizacional, está tratando de desarrollar un mejor empleado, pero también contribuye a formar a una mejor persona respecto a su desarrollo personal y satisfacción. [14].

El Comportamiento Organizacional constituye un campo de estudio que se encarga de estudiar el impacto que los individuos, grupos y la estructura tienen sobre el comportamiento dentro de la organización, además aplica todo su conocimiento en hacer que las organizaciones trabajen de manera eficiente. De manera específica el comportamiento organizacional centra su estudio en la búsqueda de una mejora en la productividad de las organizaciones, así como para reducir las tasas de ausentismo y de rotación de personal, además busca los medios que se requieran para incrementar la satisfacción del empleado en su trabajo [15].

- **Comunicación Interna.-** Se refiere a los procesos comunicativos que se llevan a cabo dentro de la organización, es decir, aquella que busca el logro de los objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior,

de relaciones satisfactorias entre sus miembros, un ambiente de trabajo agradable, entre otras cosas.

- **Comunicación Externa.-** Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos; a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios [16].

2.1.6. Tipos de comunicación.

La comunicación se puede clasificar en distintas tipologías dependiendo del canal utilizado, la dependencia jerárquica y el grado de interacción entre emisor y receptor. Existen diferentes aspectos sobre los cuales se puede clasificar la comunicación, ya sean de acuerdo al canal que se emplea, ya sea escrito, oral (verbal) o no verbal. O la comunicación según el grado de interacción, ya sea directa o indirecta. A continuación se detalla cada tipo de comunicación [17].

1. **La comunicación escrita.** Es una forma de comunicación que permite al emisor poder transmitir un mensaje a un destinatario a través de un medio físico, ya sea un periódico, una revista, una carta, entre otros. La comunicación escrita se caracteriza por ser un tipo de comunicación a distancia, asíncrona e impersonal. Por lo tanto, la comunicación escrita es una forma de comunicación a distancia, ya que ayuda a transmitir el mensaje incluso desde la distancia.
2. **La comunicación oral.** Es aquella que se realiza a través del habla, por lo tanto el remitente y el destinatario generalmente deben estar en el mismo lugar y tiempo. La comunicación oral es, de hecho, una forma de comunicación sincrónica y local suficiente para transmitir la experiencia de un pueblo prehistórico. Con la comunicación oral surge el lenguaje como un buen conocimiento de los sistemas de codificación.
3. **Comunicación no verbal.** La comunicación verbal, también denominada oral, es un tipo de comunicación que se origina entre dos o más personas, que se comparten

información por medio de la voz, los gestos y los movimientos físicos que se puedan realizar, en la comunicación verbal existe una dinámica entre los individuos, donde ocurre una retroalimentación: mientras uno habla, el otro oye, y viceversa. Siempre están interactuando uno con el otro, que no es lo mismo en comparación con la comunicación no verbal o escrita, donde a juro no se necesita los individuos presentes [18].

4. Comunicación Gráfica. La comunicación gráfica ha existido desde el principio de los tiempos. La comunicación gráfica es una de las primeras formas de comunicación que se han originado. Esto ha ido llevando al humano a reducir las formas visuales que se creaban, para interpretarlas de una manera más corta, sencilla y eficiente. La comunicación gráfica viene siendo parte o comprende lo que es la comunicación visual.

5. Comunicación Visual. El diseño de la comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Para poder convencer a las personas en la decisión de compra o adquisición de un producto y/o servicio, se debe realizar un buen diseño con un mensaje sencillo y claramente comprensible, y eso es lo que lleva a generar una comunicación visual efectiva [19].

2.1.7. Marketing.

Es la realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el productor al consumidor o usuario. Una herramienta importante para todas las empresas del medio ya que de esta forma conocemos un poco más sobre los gustos y preferencias de los clientes al fin de satisfacerlos y llegar a los objetivos de la empresa [20].

La importancia de la función de marketing y, por ende, del plan de marketing dentro del proceso de planificación de una empresa es muy grande. En la empresa orientada al mercado, sólo se fabrican aquellos productos que se puedan vender, porque existe una demanda para ellos. De esta manera, hasta que el responsable de marketing no tenga una idea clara de qué

productos se pueden vender, producción no debería hacer sus propios planes de fabricación o, cuando menos, desconocerá el equipo material y humano que va a necesitar [21].

2.1.8. Objetivos del marketing.

Un objetivo de marketing indica algo que debe lograrse. Diferenciar objetivos de estrategias no es siempre fácil, es una fuente de confusión muy usual, incluso para personas de empresa. Para diferenciar ambos conceptos hay que tener en cuenta que un objetivo de marketing debe [22].

- a) Ser específico
- b) Ser medible
- c) Referirse a un periodo de tiempo limitado
- d) Afectar el comportamiento del mercado objetivo

Los objetivos de marketing deben referirse al mercado objetivo y tendrán en cuenta el comportamiento; pudiendo dividirse por tanto en dos categorías: usuarios actuales o nuevos, dentro de cada uno de ellos pueden idearse varios objetivos.

En consecuencia, el marketing es un proceso que inicia con la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales, planifica, estudia, investiga, analiza, da a conocer el producto, nos dice que vender y termina con el intercambio de nuestros productos en el mercado.

Desde esta perspectiva, podemos decir que el objetivo del marketing es promover el intercambio de productos [23].

- **Usuarios actuales:** los objetivos básicos son: Retener los actuales usuarios, tanto desde el punto de vista del número de usuarios como de compras realizadas; Incrementar las compras de los usuarios actuales, consiguiendo más compras en un periodo de tiempo.
- **Revisar el mercado objetivo:** el mercado es la fuente de información precisa para fijar objetivos de ventas, tanto para los usuarios existentes como para los nuevos.

Todo objetivo de marketing hará referencia al comportamiento del mercado, por lo que es fundamental su estudio.

- **Revisar los problemas y oportunidades:** los problemas y oportunidades descritos anteriormente son fundamentales para establecer los objetivos de marketing. Resolviendo los problemas o explotando las oportunidades obtendremos las ideas básicas para plantear los objetivos de marketing [23].

2.1.9. Marketing digital.

El marketing digital es el conjunto de actividades que a través del uso de las herramientas digitales, desarrolla campañas de marketing y comunicación integrada, la cual es capaz de generar resultados medibles que ayudan a la organización a identificar y controlar continuamente las necesidades de la aplicación, facilitar los intercambios de una forma innovadora, incluso con los miembros de la empresa, al crear una relación interactiva que va a generar valor con el tiempo. Los medios digitales han cambiado la forma en que se desarrolla la comercialización en el entorno empresarial [24].

El marketing digital permite una integración entre los diferentes medios, aprovechando las posibilidades que nos brindan los nuevos junto a los tradicionales, generando así mayor interacción y atrayendo a los usuarios a la participación. Si la empresa ya posee un sitio web el plan puede centrarse estrictamente en cuestiones de marketing. Si la empresa posee un sitio que necesita ser mejorado, su plan de marketing será más eficaz si se integran las mejoras estructurales para el sitio a sus estrategias [25]

2.1.10. Importancia del marketing digital.

El marketing digital proporciona a una empresa herramientas inmejorables que les ayudarán a conseguir sus objetivos de marketing, por lo que en la actualidad, Los medios digitales se han convertido en una parte muy importante en la promoción de negocios en línea, esto debido a que muchas las personas que tienen acceso a medios digitales, y gracias a los avances tecnológicos cada vez son más las herramientas digitales disponibles, de las cuales muchas organizaciones están aprovechando [26].

El marketing electrónico le proporciona beneficios a una empresa, ya que a través del marketing electrónico o digital, la empresa tiene la capacidad de captar más clientes, e incluso llevar una base de datos de los mismos. Debido a que los medios digitales son el único lugar donde los consumidores pueden buscar a las empresas que desean de acuerdo a su propio ritmo y según sus necesidades [27].

2.1.11. Implementación de un marketing digital.

El e-marketing o marketing digital se trata de técnicas que se utilizan para apoyar los objetivos de adquisición de nuevos interesados, la prestación de servicios a los clientes existentes y que ayudan a desarrollar las relaciones entre ellos. La aplicación de tecnologías que forman múltiples canales de comercialización electrónica para el mercado son: Web, correo electrónico, base de datos, móviles, celulares y la televisión digital.

El desarrollo de un plan de marketing digital debe considerarse en base a lineamientos que puedan proporcionar buenos resultados para la empresa. Estos puntos a considerar son:

- ✓ Investigación
- ✓ Estrategia
- ✓ Tácticas
- ✓ Medición de Resultados [28].

2.1.12. Componentes del marketing digital.

Dentro de las herramientas del marketing digital se debe tener en cuenta lo siguiente:

2.1.12.1. Redes sociales.

Las redes sociales se consideran una evolución de los medios tradicionales de comunicación, los cuales nos permiten interactuar con miles de personas que comparten nuestras mismas inquietudes. Como las redes sociales aglomeran a internautas casi con las mismas características, las estrategias de marketing se ven más productivas, pues los mercados objetivos son más específicos y la publicidad llega a quien está necesitando un producto o servicio, casi de manera simultánea a la aparición de la necesidad [29].

2.1.12.2. Facebook.

Facebook es la red social más grande del mundo que hasta junio del 2011 alcanzaba los 750 millones de usuarios, pero porque el éxito de esta red social, pues porque le permite al usuario establecer un ambiente de comunicación, seguimiento a personas, generar grupos de opinión. Es como la vida misma pero traducida al ámbito virtual. Puede destacar las siguientes funcionalidades.

- Posibilidad de subir foros y videos, organizados por carpeta.
- Publicación de mensajes de texto con información del estado del usuario, notas, fotos, videos y enlaces en el muro asociado al perfil del usuario.
- Accesos a todo un conjunto de aplicaciones que ofrecen nuevas funcionalidades a los usuarios de esta red social, y que son desarrolladas por empresas y programadores externos a Google.
- Utilización de juegos sociales (social games), como un tipo particular de aplicación para Facebook que ha alcanzado una gran popularidad en los últimos años.
- Definición de grupos de usuarios, que pueden ser abiertos, cerrados o secretos, para poner un nuevo espacio de debate y de comunicación dedicados a una determinada temática [30].

a) Facebook y las empresas.

Las empresas utilizan facebook con el fin de encontrar clientes potenciales, así como socios comerciales que sabrán un poco más de las actividades que realizan, facebook es una de las redes sociales que da a los negocios la oportunidad de expandirse y tener una presencia relevante dentro del medio.

Las aplicaciones que existen dentro son:

- ✓ Eventos
- ✓ Promociones
- ✓ Encuestas [31].

b) Facebook y la publicidad.

La publicidad en facebook se está utilizando con el fin de que las empresas puedan llegar al mercado objetivo deseado, esto se puede conseguir realizando una segmentación adecuada tomando en cuenta los gustos y preferencias de los usuarios [32].

2.1.11.3. Twitter.

Es un microblogging que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres a los que se les denomina como tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden inscribirse a los tweets de otros usuarios, a los que se denomina como seguidores. Los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a seguidores, los usuarios pueden twittear desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas como smatphones o mediante el servicio de mensajes cortos. Posee gran cantidad de herramientas para añadir el contenido, monitorizando mensaje y conversaciones [33].

a) Twitter y las empresas.

Twitter es utilizado por las empresas como un medio de comunicación que ayuda a mantener contacto con los clientes, así como promocionar marcas, productos o servicios, es decir facilita la construcción de relaciones. Las empresas usan Twitter para compartir rápidamente información con personas interesadas en sus productos y servicios, obtener inteligencia empresarial en tiempo real y sugerencias o comentarios y construir relaciones con los clientes, socios y personas influyentes. [34].

2.1.12.4. Youtube.

Es un sitio web, por medio del cual los usuarios pueden subir y compartir videos, usa un reproductor de línea basado en Adobe Flash, aunque puede ser un reproductor HTML, es muy popular por la facilidad que brinda al alojar videos personales de manera sencilla. Puede alojar una gran variedad de programas, películas, videos, música, etc. Una de las facilidades que brinda es que los enlaces a los videos de YouTube pueden ser insertados en blogs y sitios electrónicos personales. Por lo general todos los videos deben ocupar un espacio en un disco

no mayor a 2GB y debe tener una duración no menor o igual a 15 minutos, con la tolerancia de 59 segundos [35].

2.1.13. Marketing online.

Es la aplicación de tecnologías digitales que forman canales online para contribuir a las actividades de marketing dirigidas a lograr la adquisición y retención rentable de consumidores. Se caracteriza por utilizar el internet para publicitar y vender productos y servicios, así como también las redes sociales [36].

El marketing online se basa en cuatro pilares que son:

- **Usabilidad:** Es la eficiencia con la que se ofrece al usuario el servicio o información que este requiere.
- **Interfaz:** Una interfaz correctamente diseñada permite resaltar el contenido nuevo y relevante para el usuario de una forma clara y sin extravagancias.
- **Motores de búsqueda:** Son los encargados de ordenar la información que existe en internet. Para publicitarse a través de un motor de búsqueda existen dos sistemas:
 - ✓ **SEO (Search Engine Optimization):** Se trata de una persona o una empresa que se encarga de que una página web aparezca en las primeras posiciones dentro de los resultados de un buscador, en relación a una serie de palabras o términos.
 - ✓ **SEM (Search Engine Marketing):** Tiene relación con el SEO pero también trata todo lo relacionado con la promoción y aparición en los buscadores. Se encargan de hacer enlaces patrocinados, los cuales se facturan por cada clic que el usuario realiza sobre ellos.
- **Promoción:** Esta se da a través de los canales exclusivos de internet que son: Social Media Marketing, Email Marketing y E-advertising (Banners) [36].

2.1.14. Marketing directo.

Es el método mediante el cual se ofrecen al cliente productos o servicios de forma personalizada y, claro, directa. Estos métodos pueden incluir catálogos, folletos informativos, correos personalizados, comunicación desde el punto de venta y correo electrónico. La idea es lograr llegar a los consumidores lo más rápido posible en orden de conseguir ventas, feedback o tráfico. La definición ha ido evolucionando conforme el paso del tiempo [37].

2.1.14.1 Medios del marketing directo.

Los principales medios de marketing directo son los siguientes:

- ✓ **Marketing telefónico:** Es la principal herramienta del marketing directo y consiste en utilizar el teléfono para vender directamente a los consumidores y a empresas.
- ✓ **Marketing por correo directo:** Implica enviar una oferta, un anuncio, un recordatorio u otros a una persona en una dirección específica (su domicilio, oficina, fax o e-mail).
- ✓ **Marketing por catálogo:** Tradicionalmente y según la revista Catalog Age, consiste en una pieza impresa y encuadrada de por lo menos ocho páginas que ofrece múltiples productos y ofrece un mecanismo para ordenar directamente.
- ✓ **Marketing de respuesta directa por televisión:** Es un medio que adopta uno de dos medios principales:
 - 1) Anuncios en televisión de 60 o 120 segundos de duración que describen de forma persuasiva a un producto y proporcionan a los clientes un número sin cargos telefónicos con el cual se pueden efectuar pedidos.
 - 2) Los programas de televisión y canales de compras en casa dedicados a la venta de productos y servicios

- ✓ **Marketing en Línea:** Consiste en utilizar un sitio web en internet como un canal para proporcionar información actualizada a los clientes acerca de los productos y servicios que se comercializan [38].

2.1.15. La publicidad.

La publicidad es una comunicación pagada por una compañía u organización que desea difundir una información. La publicidad esta meditada por las masas. Esto quiere decir que se distribuye a través de un medio de comunicación diseñado para llegar a más de una persona, por lo común a un gran número de personas. La publicidad incluye un propósito de persuadir, para decirlo en forma contundente los anuncios son comunicaciones diseñadas para lograr que alguien haga algo [39]

2.1.16. Los medios de publicidad.

El medio que lleva el mensaje del anunciante es la conexión vital entre la compañía que fabrica un producto u ofrece un servicio y el cliente que puede desear cómpralo. Aunque por lo general el término plural medios describe los canales de comunicación masiva como la televisión, radio, periódicos y revistas, también se refiere a otros vehículos de comunicación masiva como el correo directo, los medios fuera de hogar artículos de publicidad especializados y nuevas tecnologías de comunicación como los medios digitales, la televisión interactiva y las redes de satélite [40].

2.1.16.1. Medios ATL.

Es una técnica publicitaria que se enfoca en utilizar los medios de comunicación costosos y también de tipo masivo.

a) Tv

La televisión al ser un medio de cobertura global depende: de las condiciones económicas, del nivel de desarrollo, de la infraestructura de comunicaciones y de las regulaciones y limitaciones legales.

Ventajas

- Oportunidades creativas Cobertura.
- Alcance y repetición.
- Selectividad de audiencia.

Desventajas

- Mensaje fugaz.
- Costo elevado de pauta.
- Selectividad geográfica deficiente [41].

b) Radio

La radio es un medio publicitario de distribución amplia para el pauta ya que tiene más canales de distribución en frecuencia en modo FM y AM. El mensaje que transmite al grupo objetivo es auditivo.

Ventajas

- Costo bajo de pauta.
- Alcance y frecuencia alta.
- Selectividad de la audiencia meta.

Desventajas

- Atención deficiente de la audiencia.
- La distracción del oyente.
- Impacto limitado [42].

c) Cine

El cine a nivel publicitario se encuentra definido por la potencia audiovisual, la misma que incide comunicacionalmente en las personas de una manera más significativa que el medio televisivo.

Ventajas

- Potencial de producción más alto.
- Capta audiencia.
- Resistencia pasiva

Desventajas

- Costo alto de pauta.
- Poca recordación.
- Baja audiencia meta.
- Audiencia limitada [43].

2.1.16.2. Medios BTL.

Es una técnica de Marketing que emplea un tipo de comunicación no masivo orientado a segmentos específicos desarrollada para el impulso o promoción de productos o servicios mediante acciones cuya concepción se caracteriza por el empleo de altas dosis de creatividad, sorpresa y sentido de oportunidad, creándose novedosos canales para comunicar mensajes publicitarios, y corporativos internos. Consiste en aprovechar formas de comunicación no masivas dirigidas a grupos objetivos utilizando como estrategias principales la creatividad, la sorpresa o el sentido de oportunidad, estableciendo a su vez canales novedosos para comunicar el mensaje deseado [44].

2.1.17. Publicidad online.

La publicidad online es una forma de publicidad en formato digital especialmente promovida en los portales y sitios web de Internet. Puede ser un banner, un vínculo, una fotografía o

cualquier recurso similar, la publicidad lo que busca es impulsar el consumo de un producto/servicio, pero al hablar de publicidad online la diferencia más notoria se da en el canal que se utiliza para llegar al cliente [45].

2.1.18. Tipos de publicidad en internet.

Los diferentes tipos de publicidad en internet que existen permiten aumentar las visitas a productos o servicios que se exhiben en internet. Estos tipos han surgido con el fin de vincular las redes sociales y la publicidad- es decir, permiten a las empresas utilizar nuevas estrategias dentro de este medio. Los principales son:

- ✓ **Publicidad en Banners.** Ventanas de Internet que se integran como parte de una página web y que se utiliza como soporte del mensaje publicitario. Los banners pueden ser estáticos (similar al cartel publicitario que se incorpora en los medios de comunicación escrito) o dinámicos (similares a los anuncios publicitarios que se emiten, los medios de comunicación audiovisuales, pero con una relevancia mínima o inexistente del sonido como parte del mensaje). La interactividad del banners se da en la posibilidad que tiene el receptor de dirigirse directamente a la oferta o al inicio de las negociaciones pulsando con el ratón del ordenador sobre el banner.
- ✓ **Pop up:** Ventanas de Internet vinculadas de forma independiente a una página web. Su uso suele ser el de soporte de un mensaje publicitario o como web de marca en la que se ofertan determinados bienes o servicios.
- ✓ **Keyword banners:** Es un tipo especial de banner con un carácter personalizado. La página web que sirve de soporte al banner incluye un programa de búsqueda, de tal modo que dependerá de la búsqueda realizada la aparición de un banner u otro. Como se puede comprobar mediante el Keyword banner se dirige el mensaje publicitario a un público mucho más específico [46].
- ✓ **Correo electrónico comercial:** Mensaje publicitario que se transmite por vía electrónica al correo privado de un potencial consumidor. Pudiéndose distinguir el correo electrónico solicitado y el "spam" o correo electrónico no solicitado.

- ✓ **Web de marca o empresa:** La simple aparición de una determinada empresa o marca en Internet es considerada como un método publicitario. La empresa se presenta de un modo actual y adecuada a una nueva forma de marketing, utilizando a su vez el espacio web para lanzar mensajes publicitarios que vinculan directamente con la oferta.
- ✓ **Juegos publicitarios:** Son juegos interactivos utilizados como medio de distribución de mensajes publicitarios. Los juegos interactivos intentan aprovechar las cualidades del juego tradicional incorporando los mensajes publicitarios de los anunciantes al uso y disfrute que el público obtiene de ellos.
- ✓ **Videos publicitarios:** Tienen una perspectiva muy similar a la de los juegos interactivos. Son mensajes publicitarios audiovisuales que se asemejan a los anuncios televisivos con una importante diferencias: los videos publicitarios en la red tienen una posibilidad de difusión internacional en muy poco tiempo y a un bajo coste debido a que en la mayoría de las ocasiones son los propios usuarios de la red los que difunden el mensaje [47].

2.1.19. Branding.

El Branding es un anglicismo empleado en mercadotecnia (marketing) que hace referencia al proceso de creación de valor de marca (Brand equity) mediante la administración estratégica del conjunto total de activos y pasivos vinculados en forma directa o indirecta al nombre y/o símbolo (isotipo) que identifican a la marca influyendo en el valor suministrado; tanto al cliente como a la empresa oferente; por un producto o servicio, incrementándolo o reduciéndolo según el caso [48].

2.1.19.1. Características del Branding.

Las características de la gestión de marcas son:

1. Creación y exaltación de una marca estableciendo una conexión emocional con el cliente.

2. La finalidad no es otra que vincular emocionalmente al consumidor con la marca creada: se trata de llegar a sus deseos más profundos.
3. No se produce un objeto para un sujeto, sino un sujeto para un objeto determinado: hay que producir y crear deseos; el branding crea una necesidad concreta.
4. A través de la marca se comunican valores y principios de una compañía.
5. El branding permite cierta “humanización” de una marca.
6. La publicidad se dirige a la mente de los consumidores; el branding intenta apoderarse de sus corazones [49].

2.1.19.2. Proceso del branding.

El proceso del branding consta de 5 pasos:

1. **Conducir la investigación:** Consiste en aclarar la visión, las estrategias, metas y valores; buscar las necesidades y percepciones de las partes interesadas; conducir el marketing, la competitividad, la tecnología, aspectos legales y elementos del lenguaje y evaluar marcas existentes y su arquitectura de marca.
2. **Definir la estrategia:** Se basa en sintetizar de la información, aclarar la estrategia de marca y desarrollar una plataforma de posicionamiento; co-crear los atributos de la marca y escribir un brief acerca de esta y finalmente montar la estrategia y el proceso de creación del nombre y mensajes claves.
3. **Diseñar la identidad:** Inicia al visualizar el futuro y realizar una lluvia de ideas para el diseño de la marca, continúa con la exploración de las aplicaciones y la presentación de la estrategia VISUAL.
4. **Crear puntos de contacto:** Esta etapa consiste en finalizar la identidad de marca para así aplicar la arquitectura de marca no sin antes haber diseñado programas y aplicaciones.
5. **Manejar los activos:** Se finaliza mediante la acción conjunta alrededor de la marca desarrollando el lanzamiento interno y luego externo con estándares y guías para la gestión de marca [50].

2.1.20. Cobranding.

El Cobranding es una expresión que en la actualidad se aplica a una amplia gama de actividades de marketing referidas al uso de dos nombres de marca. Si analizamos esta palabra, vemos que es un descendiente legítimo del branding, es decir, de la estrategia de marca. Una disciplina de fundamental importancia para las empresas a la hora de crear una ventaja competitiva.

Nos referimos a una acción que es relativamente nueva en la terminología de negocios, y toma un gran valor en la actualidad por ser una alternativa económica para reforzar la marca en un mundo globalizado. La hipersegmentación del mercado resulta un terreno fértil para que las marcas sumen fuerzas, y afiancen el vínculo con el consumidor a través de una de las pocas estrategias que brinda más garantías de éxito que posibilidades de fracaso [51].

2.1.21. Turismo.

El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos. El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos [52].

El turismo es la suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesarios para satisfacer necesidades personales como comida, casa, transporte, y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hecho de viajar [53].

2.1.20. Importancia del turismo.

Los viajes y el turismo crean trabajo, generan exportaciones, y estimulan la inversión. En un momento de recuperación global pos crisis, la industria se encuentra en una posición única para fomentar un crecimiento sostenible en todo el globo, ya sea en economías maduras

emergiendo de la recesión o en mercados jóvenes emergentes en mitad de un rápido crecimiento [54].

La industria de los viajes y el turismo se encuentra entre los sectores más importantes del mundo en cuanto a ingresos se refiere, aunque principalmente para los países desarrollados. Verdaderamente, viajes y turismo sigue siendo un sector económico fundamental en todo el mundo, con el potencial de proporcionar crecimiento económico y desarrollo internacionalmente [55].

2.1.21. Revistas digitales.

Las revistas electrónicas se están imponiendo como sistema de transmisión de la investigación científica. Se analizan las principales características de las publicaciones periódicas electrónicas, así como las fuentes de información que existen para acceder a los datos sobre revistas impresas y electrónicas. Se comentan los procedimientos que están empleando para difundir y comercializar las revistas electrónicas, así como las empresas que destacan en este sector y los servicios que ofrecen [56].

2.1.22. Características de las revistas digitales.

Las características de las revistas digitales:

Reducción del plazo de espera para la edición: En algunos casos, se presentan los trabajos antes de que estén totalmente terminados.

- ✓ Universalidad y facilidad de acceso de la información. Por medio de su difusión en Internet las publicaciones están presentes en cualquier lugar del mundo y a cualquier hora sin los enormes costes que esto supondría de otra forma.
- ✓ Posibilidad de añadir nuevos elementos a los documentos. Vídeo, audio, realidad virtual y diversidad de formatos (impresión, en pantalla).

- ✓ Capacidad de establecer una comunicación bidireccional con el destinatario de la información que permite conocer sus impresiones en tiempo real, haciéndonos llegar sus consultas, peticiones, sugerencias, etc.
- ✓ Actualización inmediata: La rapidez con la que las revistas electrónicas se actualizan dinamiza la investigación, ya que los resultados de la misma se difunden en el momento [57].

2.1.23. Componentes Editoriales de las Revistas Digitales.

Cinco componentes editoriales se han mantenido en las publicaciones impresas a lo largo del tiempo desde su aparición, las cuales se mantienen en las digitales aumentando una sexta componente; la preparación de una base de datos para poder cubrir las características particulares de éstas como persistencia, acceso y facilidad de consulta de la información por parte de los lectores.

Los componentes editoriales del proceso de publicación son:

- **Preparación del autor.** El autor debe elaborar el contenido de su artículo siguiendo las normas editoriales de la revista.
- **Revisión.** Se debe garantizar la calidad y rigurosidad científica de los contenidos.
- **Edición tipográfica.** Claridad y eficacia de presentación para ayudar al lector a obtener la máxima comprensión posible.
- **Preparación de la base de datos.** Para garantizar el acceso y la interoperabilidad.
- **Producción y distribución.** Hacer disponible la publicación a los potenciales lectores.
- **Archivo.** Garantizar la disponibilidad y mantener histórico para consulta de ediciones pasadas [58].

2.1.24. Beneficios de las revistas digitales para los editores.

Una publicación digital no es simplemente permitirle a los editores revitalizar sus revistas en un formato versátil basado en la web, sino que también representa un modo más amplio coste efectivo de la edición, la entrega de beneficios tangibles en todos los ámbitos:

- Costos de distribución digital son una fracción de distribución de medios convencionales.
- Las publicaciones digitales permiten llegar a nuevos grupos destinatarios, y nuevas audiencias en una escala global. Una mayor circulación y posible suscripción ya que puede tener una cobertura mundial.
- Potencial publicitario con capacidad de interacción y referencias de tráfico web para anunciantes, los editores de las publicaciones en línea tienen un mayor potencial para generar ingresos por la venta de los espacios publicitarios en línea en su publicación electrónica [59].

2.1.25. Beneficios de las revistas digitales para los lectores.

- Permite acceder a las publicaciones digitales en cualquier momento y en cualquier lugar, las 24 horas del día, siete días a la semana.
- Es visualmente muy atractivo, con colores llamativos, fácil de leer y con un formato limpio, la lectura de las ediciones digitales es más divertida, más interesante, ofrece más interactividad y todos los beneficios de los medios de comunicación de Internet.
- Ofrece una facilidad para usar sus funciones como el zoom y la búsqueda, el usuario puede hojear las páginas como en la clásica edición, desplazarse entre páginas, o saltar a una página determinada.
- Es flexible, se puede imprimir las páginas seleccionadas o toda la publicación, debido a la tecnología incorporada se puede interactuar con el contenido, acceder a información adicional a través de hipervínculos o incluso escuchar los sonidos.

- Permite una fácil distribución compartiendo el contenido, los lectores pueden enviar un correo electrónico con un enlace a la edición elegida o a cualquier publicación, o simplemente compartir en el perfil de cualquier red social [60].

2.1.26. Diseño Gráfico.

El diseño gráfico tiene una serie de competencias asociadas que pueden ser en extremo amplias. En efecto, en este tipo de disciplina existe una combinación de fotografía, dibujo, uso de software dedicado, etc. Es por ello que puede ser un tanto vago describir una tarea recurrente. Lo importante a considerar es que toda este abanico de competencias se interrelaciona para lograr algún tipo de impacto desde la perspectiva de la vista. Este hecho hace también factible que en el futuro se agreguen nuevas disciplinas, o que las actuales muten generando toda una nueva camada de competencias. En cualquier caso, el objetivo seguirá siendo el mismo [61]

Un ámbito en el que el diseño gráfico tiene un enorme peso es en el de la confección de diarios y revistas. En efecto, la relación que los lectores tienen ante estos elementos es ante todo visual y es por ello que ningún detalle se deja al azar si lo que se pretende es generar algún tipo de fidelización. Lo que se busca ante todo es que el contenido se presente de una forma estética, circunstancia que hace que existan fotos de alto contenido expresivo conjuntamente con el texto. La diagramación en este sentido también es de enorme importancia, haciendo que exista un mayor interés en el contenido [28].

La relevancia del diseño gráfico estriba en que el mismo desarrolla diversas estrategias para lograr una comunicación desde el punto de vista visual. Este hecho es de enorme importancia desde la perspectiva del marketing, puesto que permite el elaborado de distintas presentaciones que rápidamente comunicarán valor a un potencial comprador. En este sentido el diseño gráfico a menudo se presenta como un medio de mucha eficacia por la inmediatez de su mensaje; en efecto, en una época signada por el vértigo y la experiencia rápidamente cambiante, el tiempo es de enorme importancia; una correcta imagen permite comunicar algo ahorrando una enorme cantidad del mismo [48].

2.2. Marco Referencial.

La investigación desarrollada por Robalino (2012) [62] de la Universidad de Guayaquil sobre la gestión y promoción turística del Balneario de Banchal parroquia Cascol Cantón Pajan Provincia de Manabí, indica que mejorando la oferta turística se incrementará el estatus económico de los pobladores darán un buen trato al turista y les ayudará a mejorar sus servicios, para lo cual el Municipio debería encargarse de la difusión publicitaria utilizando herramientas como revistas, folletos, trípticos que incentiven a la visita de un lugar que brinda un sano esparcimiento para las familias y amigos.

Lozano (2013) [63] de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en su estudio de tesis sobre un plan de marketing turístico para el cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, refleja en su investigación lo fundamental que es aplicar estrategias de comunicación para promocionar el turismo de las zonas, el turismo es una base esencial para el crecimiento y desarrollo socioeconómico de una población, además realizó una indagación de las diversas zonas de mayor relevancia para la promoción del turismo del cantón indicando un antecedente del sector y fotos que impacten al lector para incentivarlo a visitar los diversos sitios naturales y de recreación que oferta la ciudad.

El estudio desarrollado por Quintana, (2013) [64] sobre la creación de una herramienta de comunicación (revista) informativa-turística para la parroquia La Merced, en la cual quedan recopilados las ofertas, atractivos y lugares históricos, culturales de la región con el objetivo de hacer de la misma el órgano de difusión e información en todo lo que se refiere al ámbito turístico de la zona. Abordará temas culturales del quehacer diario de los pobladores, sus herencias milenarias, costumbres y tradiciones, mantendrá informado tanto a turistas nacionales como extranjeros, de los atractivos, cultura, idiosincrasia e historia de la región. Las técnicas utilizadas en la presente investigación son las encuestas, entrevistas y observación participativa, las cuales fueron realizadas a diferentes autoridades, pobladores y turistas. Se concluye que, con la creación de la revista, va a mejorar la comunicación tanto del turista interno como del externo y de esta forma mantiene informada a la clientela de los diferentes destinos turísticos e incentiva la visita del turista nacional y extranjero.

En la investigación desarrollada por los autores Barbosa & Cruz (2014) [65] donde se detalla una propuesta de una herramienta turística empleando el diseño editorial como herramienta de promoción turística del cantón, se obtuvieron los resultados que el turismo es un área estratégica para un país que sabe explotarlo y que, dentro de sus objetivos de desarrollo, tiene como visión establecer políticas que potencialicen la inversión. De ello, no está impedida la administración seccional o municipal. Muy importante, si cuenta con una riqueza paisajística y una biodiversidad en los contextos natural y cultural, pues ello implica contar con ventajas competitivas en el marco de la inversión y promoción del turismo. Por eso, posicionarse en este sector socioeconómico permite generar empleo, ingresos que sustentan los hogares, elevan el nivel de vida de la comunidad y por lo tanto hay un mayor crecimiento económico; a la vez de que se revitaliza la identidad, la cultura y la sociedad. Todo ello, derivado de políticas y estrategias que fomenten la inversión, la promoción de ofertas turísticas encaminadas a entregar productos y servicios de recreación y sano esparcimiento a quienes hacen del turismo una actividad no contaminante y espiritual. Es así que el Diseño y elaboración de una herramienta Turística asume gran relevancia, puesto que coadyuva en esfuerzos por potencializar el turismo mediante una herramienta de Mercadotecnia hacia la promoción y difusión de los elementos naturales y expresiones culturales del cantón

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización.

El presente trabajo se realizó en El GAD Municipal del cantón El Empalme, ubicada en la Av. Quevedo y ciudadela 2 de Mayo de la provincia del Guayas, con una altitud de 71 msnm, su población es de 74.451 habitantes, según el último censo en el año 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, con una superficie de 711 km², localizado según sus coordenadas a 1°02'46" Sur 79°38'01" Oeste. El estudio fue desarrollado en un tiempo de 90 días establecidas desde Julio hasta Octubre del 2016.

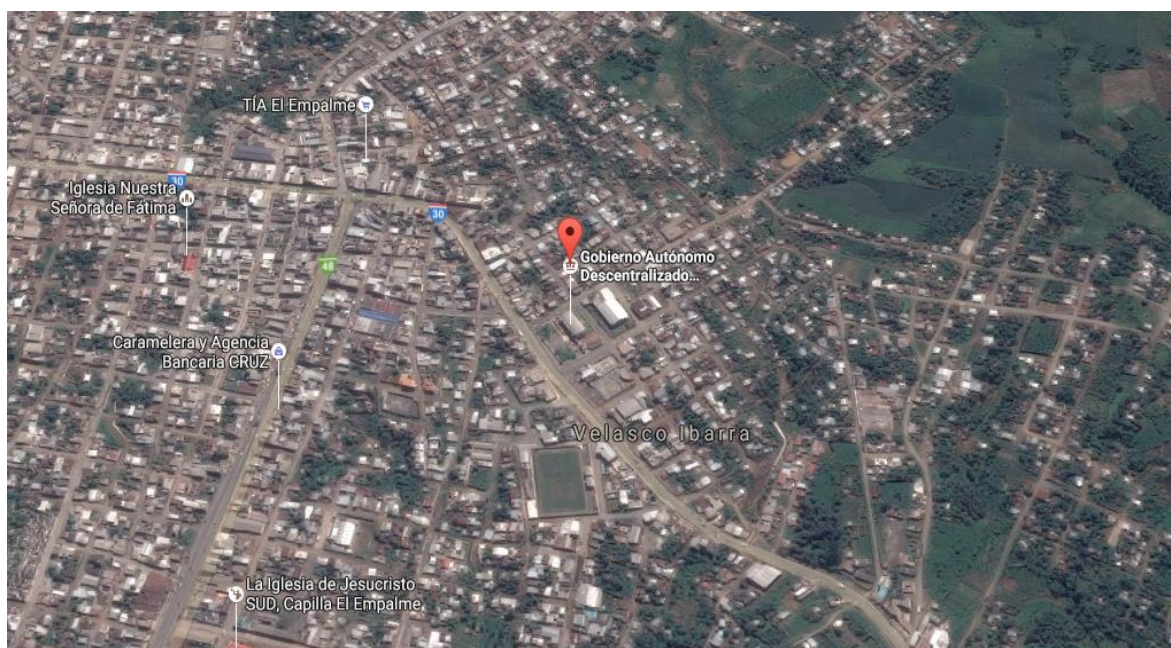


Figura 1. Localización del GAD Municipal del Cantón El Empalme

Fuente: Googlemaps

3.2. Tipo de Investigación.

3.2.1. De campo.

El estudio de campo consistió en la obtención de información referente a la comunicación turística que aplica el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Empalme, mediante las entrevistas aplicadas a los encargados de la promoción estratégica, además de la encuesta desarrollada a los habitantes del cantón, esto permitirá determinar los factores que afectan la promoción turística de la zona y brindar una herramienta como la revista a los habitantes, turistas nacionales e internacionales.

Mediante datos que tiene el GAD Municipal del Cantón El Empalme se establecieron los sitios turísticos más representativos para realizar la promoción a los turistas mediante un medio informativo entre ellos se encuentran los siguientes:

- Velasco Ibarra
- Parque De La Madre, Parque Del León
- Parque Central, Parque 29 De Octubre
- Parque Dos De Mayo, Palacio Municipal
- Balneario Del Río Limón, Balneario Del Río Congo
- Iglesia Nuestra Señora De Fátima, Iglesia Sagrado
- Parroquia Guayas
- Carrera Puerto El Mono, Parque Central De La Parroquia
- Parroquia El Rosario
- El Descanso Del Vago, Cascada De Los Pingüinos
- Bambusario, Presa Daule Peripa

3.2.2. Descriptiva.

La investigación descriptiva permite determinar los factores que inciden en la problemática en estudio basada en la comunicación turística que aplica el GAD Municipal El Empalme, esto ayudó a detallar los datos recopilados para establecer los cálculos estadísticos del estudio desarrollado para incremental de demanda turística en el cantón aplicando una herramienta de difusión y dar a conocer los atractivos turísticos.

3.2.2. Bibliográfica – documental.

Consistió en la recopilación de las teorías basadas en la comunicación turísticas y las estrategias para la difusión de los sitios turísticos del cantón El Empalme, este tipo de investigación ayudó a la obtención de datos indispensables para la comprensión de la información recopilada de libros como Fraseara, Diseño Gráfico para la gente, 2008; Linares, Marketing digital, 2009; Kloter, Dirección de Marketing, 2008, también proyectos, ensayos, páginas web entre otras fuentes validadas que ayudan a las alternativas para incrementar la demanda turística del cantón.

3.3. Métodos de Investigación.

3.3.1. Inductivo.

Permitió extraer los antecedentes de la comunicación turística y su impacto en el turismo, esto generará información relevante e importante para plasmar una herramienta de comunicación en el cantón El Empalme.

3.3.2. Deductivo.

Por medio de este método se logró analizar e interpretar la información obtenida de las diversas fuentes del estudio de campo determinando la importancia de la comunicación turística e impacto en el diseño de una estrategia de fomento del turismo, además ayudará a determinar las causas y efectos que genera la débil promoción para potencializar el turismo.

3.3.3. Analítico.

Este método permitió analizar la información recopilada con el fin establecer conclusiones y a su vez determinar la importancia de implementar estrategias de difusión turística en el cantón El Empalme.

3.4. Fuentes de Recopilación de Información.

3.4.1. Primarias.

La recopilación de la información primaria se la obtuvo mediante el estudio de campo aplicando las encuestas basadas en un cuestionario para la indagación referente al conocimiento de los lugares turísticos que existen en el cantón El Empalme, y además la manera en que dan a conocer estos sitios a la comunidad turística, determinando como población los habitantes del cantón, además la entrevista destinada a las autoridades del GAD ayudó a conocer los factores internos en la problemática de la comunicación turística en la zona.

3.4.2. Secundarias.

Los datos secundarios ofrecieron el punto de partida de la investigación; se refiere a la información citada en varios textos, folletos, libros e internet, enfocada al objeto de estudio. Este tipo de información permitió fortalecer teóricamente el objeto y variables de la investigación además ayudó a la recopilación de fotos y direcciones de varios sitios como Velasco Ibarra, Parque De La Madre, Parque Del León, Parque Central, Parque 29 De Octubre, Parque Dos De Mayo, Palacio Municipal, Centro De Arte y Cultura Charlie, Ceriem, Centro Recreacional La Aurora, Centro recreacional, La Finca entre otros.

3.5. Diseño de la Investigación.

El estudio se utilizó la investigación descriptiva porque ayudó a recopilar la información de la situación en la que actualmente se encuentra el cantón El Empalme en la fomentación de los recursos turísticos, también se conoció la descripción exacta sobre la comunicación turística y su impacto en el diseño de estrategias de fomentación turística en el cantón El Empalme.

3.5.1. Población.

En el Cantón El Empalme según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC existen hasta el año 2010 un total de 74.451 habitantes, según la proyección de crecimiento poblacional estimada del 1,6% hasta el año 2016 posee 82.787 pobladores en el cantón donde se plantea un rango de 18 a 60 años efectuar la encuesta (ver anexos # 3) [66].

Muestra

Para determinar la muestra, se aplicó la siguiente fórmula, utilizada en poblaciones finitas [59]:

$$n = \frac{Z^2 \times PQN}{E^2 (N-1) + Z^2 \times PQ}$$

Dónde:

N= Población o número de elementos a ser estudiado: 82.787 habitantes.

Z² =Nivel de confianza de 95% (equivalente 1.96)

P/Q =Probabilidad de que el evento ocurra y no ocurra (50 / 50%)

E² = Margen de error permitido 5 % (valor estándar de 0,05)

n =?

Cálculo:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 82.787}{0,05^2 (82.787 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,50 \times 0,50 \times 82.787}{0,0025 (82.786) + 3,84 \times 0,25}$$

$$n = \frac{79508,63}{207,92}$$

$$n = 382,39$$

De un universo de 82.787 se aplicó las encuestas a 382 habitantes de 18 a 60 años del cantón de El Empalme.

3.6. Instrumentos de Investigación.

3.6.1. Encuesta.

Se aplicó con la finalidad de recopilar información referente a la información turística que existe en el cantón El Empalme para lo cual se estructuró un cuestionario con preguntas cerradas destinada a 382 habitantes de 18 a 60 años, esto ayudó al análisis externo referente a la comunicación turística para incrementar la demanda del turismo en las diversas zonas del cantón.

3.6.1. Entrevista.

La entrevista consistió en obtener información de las autoridades encargadas de la planificación y promoción turística del Cantón El Empalme, para lo cual se aplicó un instrumento con preguntas abiertas sobre la comunicación turística.

3.7. Tratamiento de los Datos.

Los datos obtenidos mediante el estudio de campo permitieron analizar los resultados de acuerdo al tratamiento de la información aplicada en las encuestas donde se tabuló de acuerdo a las respuestas de los habitantes para lo cual se utilizó el programa de hojas de cálculos Microsoft Excel para establecer las frecuencias y obtenerlo los valores porcentuales junto a su gráfico estadístico.

1.8. Recursos Humanos y Materiales.

Humanos	Cantidad
Jorge Abel Arcentales Torres, Autor	1
Ing. Jaime Espinoza Cercado, MBA., Director de proyecto	1
Autoridades del GAD Municipal El Empalme	3
Habitantes del cantón El Empalme	382
Materiales	
Agenda	1
Bolígrafos	2
Anillados	1
Carpetas	1
Dispositivo de almacenamiento (Pen driver)	1
Empastado	2
Equipos	
Computador Toshiba Core I7	1
Impresora multifuncional	1
Cámara profesional Canon	1
Internet (horas)	100

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados.

Los resultados del estudio se los estableció mediante el estudio de campo según las encuestas dirigidas a los habitantes de 18 a 60 años y la entrevista dirigida a las autoridades del GAD Municipal a continuación se detalla el alcance de los objetivos específicos.

4.1.1. Gestión comunicacional turística del GAD Municipal El Empalme.

Para el alcance de los resultados de este objetivo se estableció como instrumento la encuesta y la entrevista que reflejaron lo siguiente:

El análisis sobre la gestión comunicacional se determinó basado en la encuesta (anexo 4) en la (figura 37) el 84% de los habitantes poco conocen sobre los atractivos turísticos del cantón, mientras que en la (figura 39) el 76% indicaron que el manejo de la comunicación turística del cantón ha generado un débil impacto en el turismo, además en la (figura 40) que el 100% de los habitantes consideran necesario mejorar la promoción de la oferta turística, En consecuencia el Municipio debe aplicar estrategias de difusión para informar a la comunidad sobre los diversos sitios que pueden disfrutar de los atractivos naturales.

Es importante la comunicación en el sector turístico con la finalidad de promocionar los diversos sitios y zonas de esparcimiento y distracción, el GAD Municipal debe de optimizar la aplicación de estrategias de difusión que ayuden a mejorar la gestión comunicacional para incrementar la demanda turística.

Se ratifica de acuerdo a los resultados de los encuestados (figura 41) que el 78% indican que no se está aplicando por parte del GAD una fomentación eficiente y adecuada del turismo de las diversas zonas del cantón El Empalme. Es notorio que un 48% les gusta visitar y disfrutar de los atractivos turísticos con la familia encontrando una forma de distraerse y pasar momentos inolvidables en familia, también el 33% con amigos planifican realizar viajes para disfrutar de sitios de oferta turística.

El turismo es una fuente de crecimiento económico para muchos países son el principal ingreso de sus recursos financieros, es indispensable que el Cantón El Empalme mejore la oferta y promoción de los sitios turísticos impulsando al crecimiento de las diversas zonas

que posee donde las familias y amigos pueden disfrutar de momentos de esparcimiento y distracción.

Los resultados de la entrevista (anexo 5) dirigida al Alcalde Lenin Valle, Concejala Jessica Díaz y Director de Relaciones Públicas Víctor Vera, se evidenció (pregunta 1) que es notorio la poca preocupación para mejorar la gestión turística en el cantón, aceptando que ha faltado mayor actividad para atender a este sector; sin embargo, para conocer los actores internos y externos referente a la gestión turística que posee el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón El Empalme se realizó el diagnóstico mediante la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

A continuación, se detalla el diagnóstico FODA:

Tabla 1. Matriz FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
- Amplia oferta turística. - Ambiente agradable y acogedor. - Excelentes recursos naturales - Interés de inversión turística privada.		- Creciente interés del mercado turístico. - Potencial para desarrollo turístico. - Se presenta como un destino seguro - Con el turismo se pretende ofertar un lugar de distracción y esparcimiento. - El desarrollo turístico, por los atractivos naturales	
DEBILIDADES		AMENAZAS	
- Limitada infraestructura para el turismo - Escasas zonas de diversión potencialmente turísticos. - Falta de concienciación, educación y capacitación turística-ambiental. - Escasos lugares para recreación y esparcimiento. - Falta de señalización turística. - Escasa promoción y difusión turística.		- Deterioro de escenarios turísticos. - Competencia turística de cantones aledaños - Situación económica del país - Desastres naturales	

Fuente: Entrevista GAD Municipal El Empalme (anexo 5)

Elaborado por: Arcenales Jorge

4.1.2. Impacto que genera la gestión comunicacional del GAD Municipal El Empalme entre la ciudadanía.

El análisis del impacto generado sobre la gestión comunicacional del GAD Municipal establecen que los problemas en el manejo de la comunicación en el (anexo 4) un 95% de los encuestados (figura 42); además el 63% indicaron que por ningún medio de comunicación ha escuchado que el GAD Municipal promociona el turismo de la localidad (figura 47), esto reflejó con un 56% muy poco impacto que ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio en la visita a los sitios turísticos (figura 48) es notorio que se debe de mejorar la gestión turística utilizando herramientas que ayuden a dar a conocer los diversos sitios que posee el cantón para la diversión y esparcimiento entre familia y amigos.

El turismo en la actualidad está siendo considerado como uno de los sectores esenciales para el crecimiento y desarrollo económico en el Ecuador, su elevado mejoramiento en la oferta turística se encuentra orientado a los diversos ámbitos sociales, psicológicos, financieros, económicos, los mismos que generan una incidencia directa o indirecta, es esencial tomar medidas delimitadas al control y monitoreo de la oferta y actividad turística mediante la formulación de estrategias que permitan establecer las acciones y disminuir las falencias en la promoción turística, además mejorar las condiciones de los diversos sectores y procurar el desarrollo sostenible y sustentable de los recursos naturales.

Otro dato significativo que se obtuvo para plantear una alternativa que ayude a mejorar la difusión turística del cantón según la encuesta (anexo 4) el 52% de los habitantes (figura 49) consideran que por medio de una revista sería indispensable promocionar los sitios turísticos, gastronomía entre otros datos de relevancia del cantón, debido que el 54% (figura 50) poco conoce los lugares para disfrutar de un sano esparcimiento y diversión, existiendo un apoyo del 100% que se debe de crear una herramienta para lograr mejorar la difusión del turismo, generando muchas oportunidades en nuevas fuentes de ingreso económico.

En la entrevista (anexo 5) efectuada a las máximas autoridades el Alcalde, Concejal y Director de Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón El Empalme, en la (pregunta 4) ellos si considera que se hace viable y necesario

aplicar herramientas de publicitarias para mejorar la comunicación turística, además establecen (pregunta 5) que la revista si ayudaría a informar la gran mayoría de sitios turísticos que tiene la zona, considerando que es una herramienta que permite dar a conocer mediante imágenes y contenido textual a los habitantes y turista referente a los sitios turísticos, gastronomía, arte y cultura que puede disfrutar en el cantón en conjunto con sus familiares, amigos, compañeros de sanos lugares para el esparcimiento.

La gestión comunicacional se lo desarrolla como una herramienta para mejorar los procesos de promoción turística, además se pretende generar un impacto sobre la importancia de la problemática que afectan el crecimiento del cantón en el sector turístico y aplicar mejoras a corto, mediano y largo plazo que incidan en la innovación de la oferta turística; beneficiando a la comunidad de la ciudad mediante las estrategias sostenibles para el bienestar colectivo.

4.1.3. Investigación de los lugares turísticos del Cantón El Empalme.

El alcance de este objetivo se lo obtuvo mediante el estudio de campo realizado recopilando información del GAD Municipal y la encuesta a los habitantes del cantón El Empalme sobre los diversos atractivos turísticos de la zona.

Entre los principales se encuentran los siguientes:

- Velasco Ibarra
- Parque De La Madre, Parque Del León
- Parque Central, Parque 29 De Octubre
- Parque Dos De Mayo, Palacio Municipal
- Centro De Arte y Cultura Charlie, Ceriem
- Centro Recreacional La Aurora, Centro recreacional
- La Finca
- Balneario Del Río Limón, Balneario Del Río Congo
- Hotel Four Way, Hotel Caromo
- Iglesia Nuestra Señora De Fátima, Iglesia Sagrado
- Corazón De Jesús
- Portada Aventura

- Parroquia Guayas
- Balneario La Guayas, Parque Central De La Parroquia
- Carrera Puerto El Mono, Parque Central De La Parroquia
- Carrera Puerto El Mono, Parque Central De La Parroquia
- Parroquia El Rosario
- El Descanso Del Vago, Cascada De Los Pingüinos
- Presa Daule Peripa, Mirador Aéreo
- Bambusario, Presa Daule Peripa
- Paradero Turístico Reto. La 25, Piscinas De Hidronación

Según los datos proporcionados por el GAD Municipal del Cantón El Empalme se detalla un antecedente sobre los sitios turísticos de mayor relevancia para el cantón El Empalme.

Velazco Ibarra: Más conocida como El Empalme, es una ciudad de la provincia del Guayas de la República del Ecuador. Está situada en el oeste del país, en las riberas del río Congo. Es la cabecera del cantón El Empalme. Su población es de 35. 686. El cantón cuenta con cuatro vías principales, empalmándolas en el centro de la ciudad conocido como el “Obelisco”, (de allí el nombre de El Empalme) siendo el principal atractivo turístico de la cabecera cantonal, en el encontramos un monumento en memoria al Dr. José María Velasco Ibarra, como un tributo al decreto de elevar a cantón la parroquia del mismo nombre, el 23 de junio de 1971.

Monumento a la Madre: Obra particular del año 1969 de un Líbano llamado Félix que habitaba en ese entonces en el Cantón El Empalme. El creó el diseño y la placa con el nombre de la madre, actualmente se encuentra remodelado por los anteriores gobiernos Municipales. La estatua, ubicada en un pequeño parque, lugar sublime que sintetiza el nombre más hermoso de la humanidad a las madres del mundo.

Monumento del León: Construido en el año de 1985 Presidente del Club de Leones de esa época era Tulio Delgado, precedido a la señora Pulina Carreño de Delgado, por el año de 1978, Después de eso fue entregado a la Municipalidad, en la Administración del Dr. Eduardo Franco Mora, Presidente del Concejo Municipal.

Parque Central: Uno de los atractivos turísticos de la cabecera cantonal más emblemático y principales, considerado como uno de los lugares más llamativos y atractivos de la ciudad, en ella concurren cientos de personas diariamente a sentarse y descansar en sus bancas, reunirse entre amigos a reír y platicar.

Palacio Municipal: Considerado como uno de los principales atractivos que tiene el cantón, por ser una obra de gran importancia, que representa la casa del pueblo.

Centro de arte y cultura Charlie: Este edificio fue construido por los primeros años de vida cantonal que venía funcionando como uno de los mejores cines de esos tiempos, hoy el G.A.D adquirió este inmueble para que funcione como centro cultural y teatro Charlie donde se dan diferentes actos en la actualidad como son:

Presentaciones de grupos de danza. es un arte donde se utiliza el movimiento del cuerpo usualmente con música, como una forma de expresión, de interacción social, con fines de entretenimiento, artísticos o religiosos. Es el movimiento en el espacio que se realiza con una parte o todo el cuerpo del ejecutante, con cierto compás o ritmo como expresión de sentimientos individuales, o de símbolos de la cultura y la sociedad.

Centro recreacional La Finca: Un atractivo turístico para todo público, que brinda los servicios de descanso, baños en las piscinas para niños y adultos, bar, pista de baile, y disfrutar de momentos alegres saboreando de las exquisitas comidas típicas, y un descanso acogedor en las hamacas bajo las sobras de los frondosos árboles que se encuentran a pocos metros de las piscinas, y lo más importante, parqueadero y seguridad mientras usted disfruta con su familia y amigos.

Balneario del Río Limón: Un atractivo turístico natural situado a pocos kilómetros del Cantón, escenario turístico natural que recibe a todas las personas que visitan a refrescarse en sus cristalinas aguas, un baño de la naturaleza, disfrutar de un paraje hermoso, tranquilo donde llegan las familias con chicos y grandes a disfrutar y saborear las exquisitas empanadas, refrescos, helados, y varios bocadillos más en este atractivo natural como lo es el balneario del Río Limón.

Balneario del Río Macúl: Un atractivo turístico en la cabecera cantonal de El Empalme, con sus corrientosas aguas cristalinas que llegan a este magnífico lugar para deleitar con sus frescuras de un delicioso y relajante baño, que fortalece el espíritu y reconforta la vida.

Balneario del Río Mancha de Mate: Este atractivo turístico ubicado a unos 8 Km. de la cabecera cantonal es uno de los más visitados por propios y extraños, que aprovechan la calidez de sus aguas y su excelente gastronomía.

Iglesia Nuestra Señora de Fátima: La Parroquia Nuestra Sra. De Fátima, ubicada en la zona céntrica del cantón El Empalme, en la intersección de las calles Quito y Padre Mateo Rodríguez, es el templo católico matriz y de mayor antigüedad de nuestra localidad. Construida a inicios de la década de los 70 y con el nombre de la Virgen de Fátima, nombre que hace referencia a la aparición que hiciera en Portugal la Virgen María el 13 de mayo de 1917 a tres pastorcitos (Lucía, Jacinta y Francisco).

Parroquia cuya celebración patronal es una festividad de gran trascendencia en todo el cantón, fiesta que inicia en los últimos días de agosto con un sinnúmero de actividades de orden religioso (pregones, procesiones, celebraciones eucarísticas y el tradicional rosario de aurora) y que culmina el día 8 de septiembre con la misa solemne en honor a la Virgen en la advocación de Nuestra Señora de Fátima.

La Parroquia Guayas: se encuentra ubicada en la parte Norte de la Provincia del Guayas. Limita por el Norte con el Río Congo, por el Sur con la Boca del Estero Limón, por el Este con la confluencia de los esteros Congo y Conguillo, que forman el Río Congo y por el Sur, margen izquierdo del Río Peripa desde el punto que constituye el Límite entre Balzar y Quevedo, en línea recta del estero Limón en el Río Congo.

Gabarra Puerto el Mono: Es una embarcación fluvial de gran capacidad para la carga y pasajero, presta un gran servicio a la comunidad de estos sectores de gran afluencia comercial.

La Parroquia El Rosario: se encuentra ubicada en la parte Oeste del Cantón El Empalme, limita al Norte con la Parroquia Guayas, al sur con el Cantón Balzar, al Este con el Cantón El Empalme y al Oeste con la provincia de Manabí, tiene una extensión de 170 kilómetros cuadrado y una población de aproximadamente 9.205 habitantes.

El Descanso del Vago: Ubicado en la Parroquia el Rosario, denominado El Descanso del vago, es un lugar rústico al lado de la carretera vía a Pichincha Frente a la Gasolinera. en él se encuentran un asiento de madera y bambú, actualmente está construido con una banca de cemento junto a la peña, con una pancarta donde inicia los 10 mandamientos del vago creado por los finqueros de piñas.

Cascada de Los Pingüinos: Es un atractivo turístico que refleja curiosidad y suspenso, al llegar al sitio se observa las cascadas de agua cristalina que caen como manojos de perlas y forman una laguna rodeada de grandes piedras blancas, que después de disfrutar un baño confortante, se puede recorrer el cauce, el cual unos metros más abajo se ve un contraste natural que las piedras del mismo río son de colores negros

Paradero Turístico del Recinto la 25: Este atractivo ubicado a 3 kilómetros del Paraíso la 14, es un lugar encantador en espera que el turista lo visite, está preparado para ofrecer un descanso agradable en medio de la naturaleza con casitas ecológicas, zonas verdes con juegos para niños, lugar para pescar, piscinas, hamacas, lugar para conferencias, bajo techo ecológicos, bar, restaurante, un lugar predilecto para conocer y pasar un fin de semana con su familia.

4.1.4. Propuesta de difusión turística para el GAD Municipal El Empalme.

De acuerdo a los resultados del estudio de campo mediante las encuestas y entrevistas se establece fundamental el diseño de una revista que sirva como guía para la difusión de los diversos sitios turísticos del cantón El Empalme.

Para el diseño de la revista se establecieron las paginas maestras, para determinar las diferentes secciones, la cantidad de páginas, junto a la identidad logotipo, nombre, columnas que comprenderán la maquetación de la revista. Para el diseño se utilizó el software Adobe InDesign CC.

La revista consta con 32 páginas donde se detalla los aspectos más importantes para promocionar a los habitantes y turistas consta de una portada, reseña histórica del cantón, costumbres además de información sobre cada uno de los sitios turísticos que los habitantes pueden disfrutar su gastronomía variada que oferta.

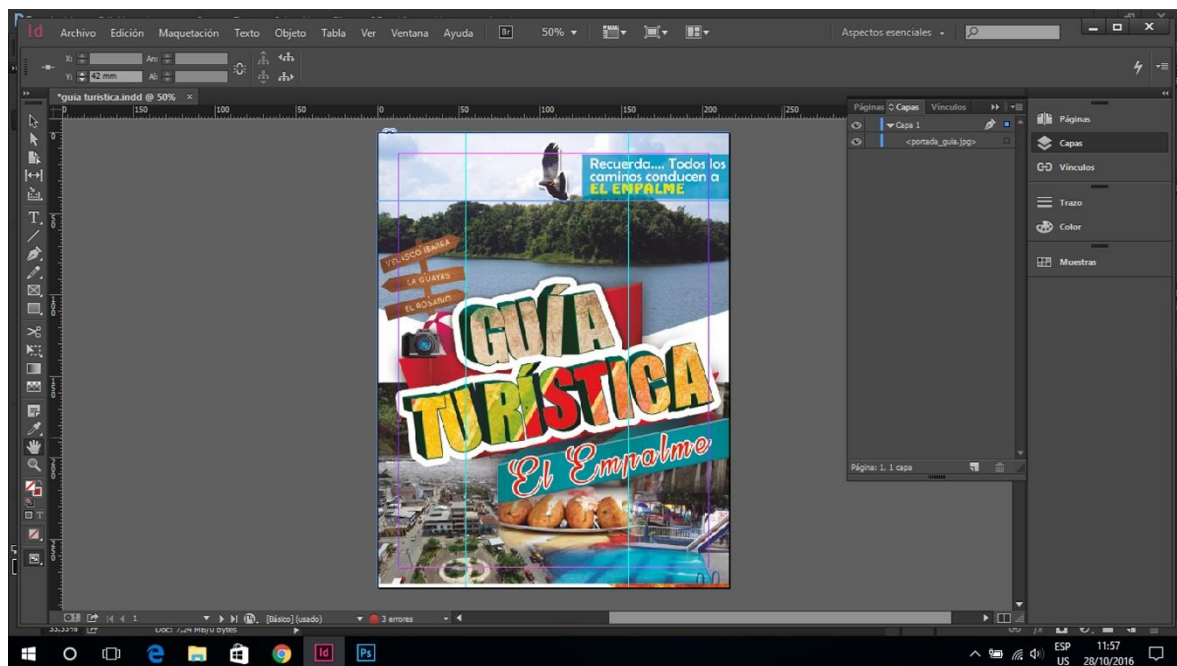


Figura 2. Portada de la Revista

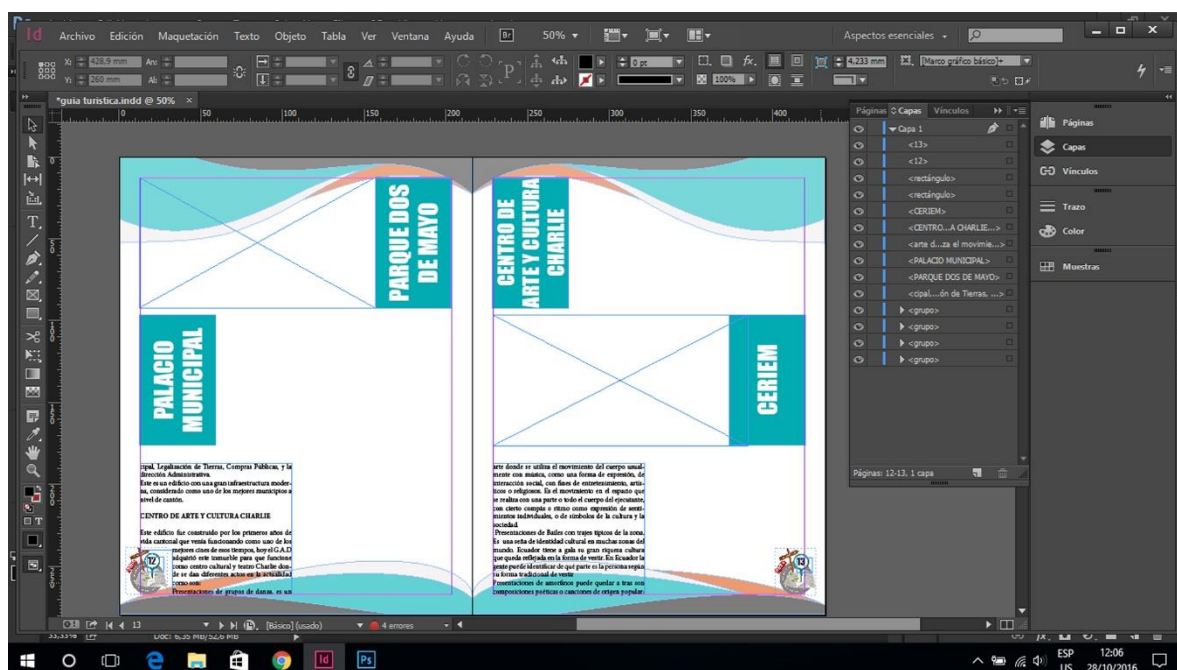


Figura 3. Esquema de la Revista

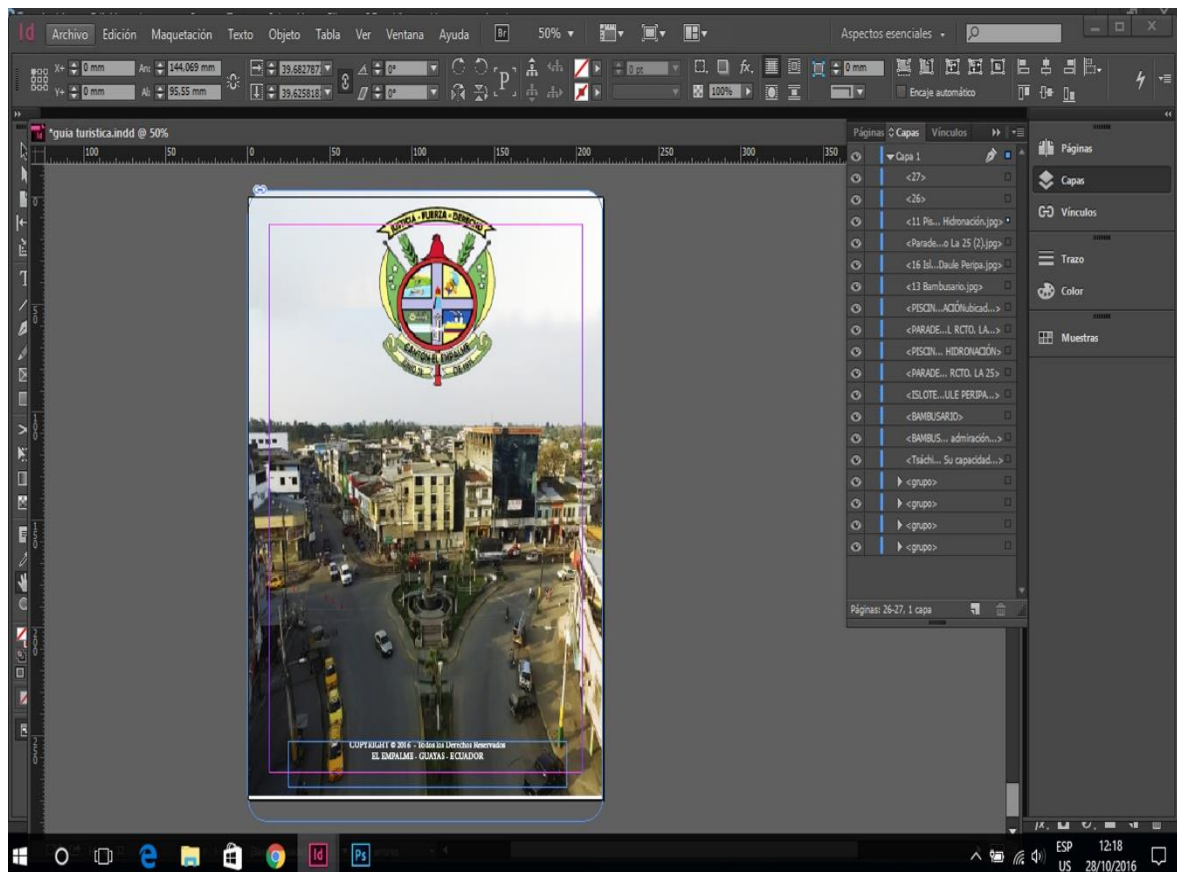


Figura 4. Contraportada de la Revista

A continuación, se muestra el contenido de la revista turística para la promoción de la oferta turística del cantón El Empalme.



Figura 5. Portada

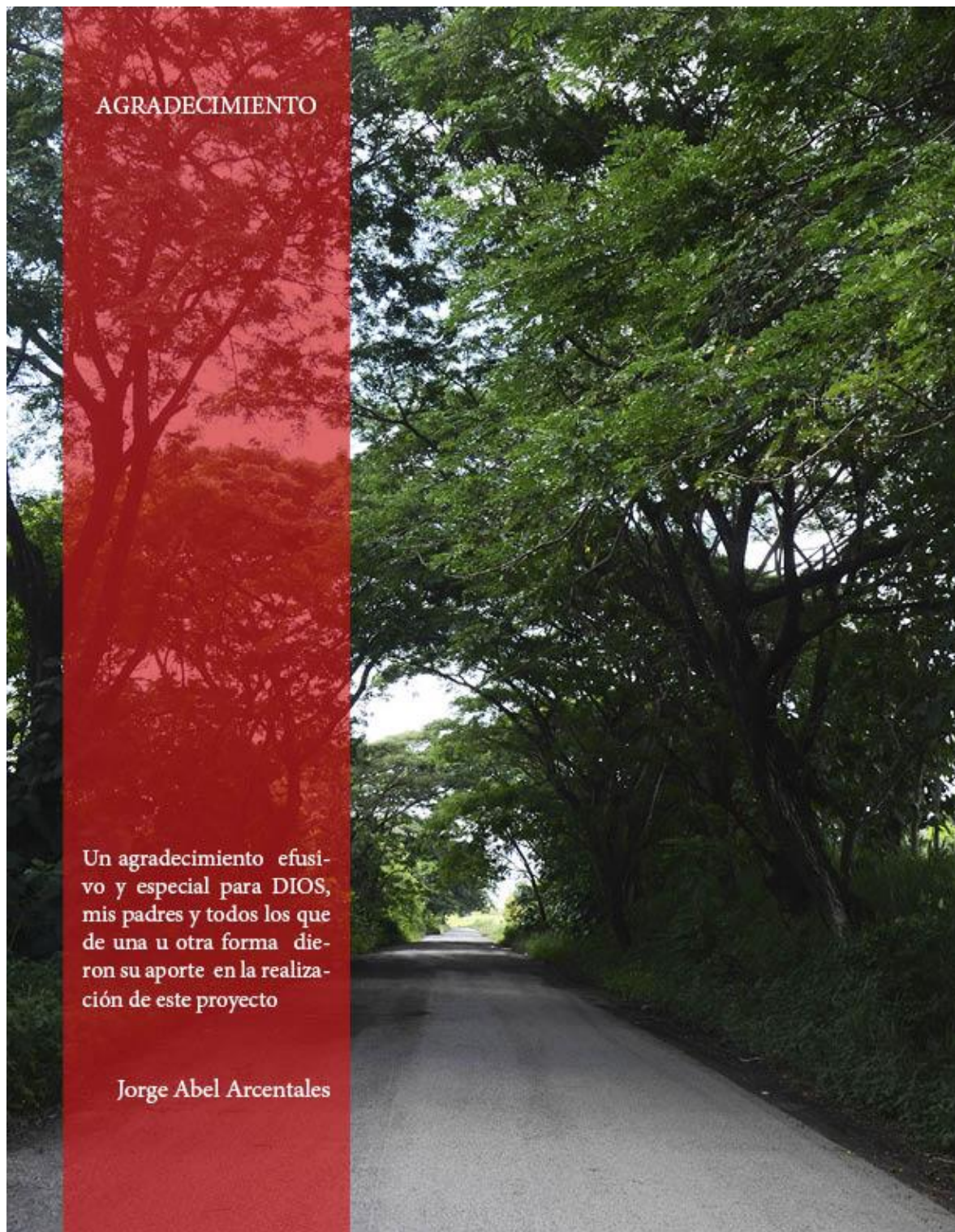


Figura 6. Agradecimiento revista

CONTENIDO

Guía Turística		PAG.
	Portada Agradecimiento Contenido	
	Historia	4
	Reseña Histórica, Atractivos Turísticos	5
	Costrumbres y Tradiciones	6
	Portada Turismo	8
	Velasco Ibarra	9
	Parque De La Madre, Parque Del León	10
	Parque Central, Parque 29 De Octubre	11
	Parque Dos De Mayo, Palacio Municipal	12
	Centro De Arte y Cultura Charlie, Ceriem	13
	Centro Recreacional La Aurora, Centro recreacional La Finca	14
	Bañeario Del Río Limón, Bañeario Del Río Congo	15
	Hotel Four Way, Hotel Caromo	16
	Iglesia Nuestra Señora De Fátima, Iglesia Sagrado Corazón De Jesús	17
	Portada Aventura	18
	Parroquia Guayas	19
	Bañeario La Guayas, Parque Central De La Parroquia	20
	Cascada Salto Del Armadillo, Cascada Chorrera Del Pintado	21
	Carrera Puerto El Mono, Parque Central De La Parroquia	22
	Parroquia El Rosario	23
	El Descanso Del Vago, Cascada De Los Pinguinos	24
	Presa Daule Peripa, Mirador Aereo	25
	Bambusario, Presa Daule Peripa	26
	Paradero Turístico Rcto. La 25, Piscinas De Hidronación	27
	Tradición y Cultura	28
	Gastronomía	29
	Publicidad Ohlalá	30 -31

Figura 7. Índice

RESEÑA HISTÓRICA

Por el año de 1925, quienes comenzaban a explotar maderas como la balsa y el caucho relatan que la extensión de lo que es el cantón El Empalme se denominaba como Las Montañas de San Francisco de Peripa. Entre los años de 1942 a 1945 aumenta la migración de explotadores de la balsa como principal materia de exportación para los EE.UU de Norte América. Está fue la razón a saber de la colonización de la montaña. En 1948 al finalizar uno de los periodos del Dr. José M. Velasco Ibarra, planificó el

En 1961 el recinto El Empalme, que formaba parte del cantón Balzar fue reconocido como parroquia. En 1971 fue declarado cantón con el nombre de Velasco Ibarra, en honor a quien fue cinco veces Presidente del Ecuador. Con la llegada de empresas maderera para explotar la boya, se inició la era de progreso y desarrollo que valió para que el gobierno del Doctor Velasco Ibarra, construyera el plan vial Guayaquil Daule Quevedo, lo que formó un cruce de vías que permitía el paso hacia la provincia del Guayas, Manabí, Los Ríos, por lo cual se deriva su nombre El Empalme.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Cuenta con 5 playas de agua dulce como son: El Congo, El Limón, Macul, Mancha de Mate, y el balneario natural de la parroquia Guayas.

La principal atracción turística es sin duda la Presa Daule-Peripa, gran lago artificial formado por la unión de los ríos Daule y Peripa, con una profundidad de hasta 200 metros, deja al descubierto cimas y elevaciones que han quedado como islas que mantiene una exuberante flora y fauna, llena de cocodrilos, tortugas, tigrillos, serpientes, nutrias y una gran variedad de aves. Una

belleza natural que seduce al turista, además, alrededor de la Presa se pueden encontrar vestigios arqueológicos en cerámicas, como estatuillas, cántaros, flautas, etc., existen algunos senderos por lo que pueden caminar en medio de un entorno natural.

También resulta interesante visitar las instalaciones de CEDEGE y de la Central Hidroeléctrica, que se encuentra al interior de la Represa. Si continuamos el recorrido por el cantón y seguimos por la parroquia Guayas podemos cruzar en gabarra y continuar en la famosas "Chivas", hasta la Manga del



ter-
cer
plan
vial en
la provin-
cia del Gua-
yas, siendo su
principal vía Guaya-
quil-Daule, hasta el can-
tón Quevedo. Luego el Pre-
sidente Sr. Galo Plaza Lasso quien
autorizó, la construcción de la carretera estable
Quevedo-Manta con la compañía Johnes, lo que dio origen al EMPALME de dos vías Sur Norte y Este Oeste. Al conocer de estas obras, los habitantes de la Parroquia Guayas construyeron la carretera de verano desde esa parroquia hasta encontrarse con la que venía desde Guayaquil. La prensa nacional difundió estas obras y se realizó una gran migración desde las provincias de Loja y Manabí y entre los moradores acordaron llamar a este naciente sitio EL EMPALME por encontrarse en la unión de las dos vías. Para el año 1960 el recinto El Empalme ya contaba con siete mil habitantes.



Figura 9. Reseña Historia

Cura y por último llegar al Paraíso, en donde podremos admirar el paisaje y tomar un refrescante baño en las bellas cascadas llamadas El Salto del Armadillo y La Chorrera del Pintado. Otros sitios de interés turístico son las Islas del Embalse y la "Reserva de los Monos"

COSTUMBRES Y TRADICIONES

El Empalme es una excelente zona agrícola donde se cultiva el arroz, cacao, banano, café y una gran variedad de frutas tropicales. En la selva tropical hay producción maderera como el laurel, pechiche, caña guadúa, palo de balsa y otros. La cría de ganado se ha tecnificado para mejorar la calidad del hato que se cría en la zona para la producción de leche, carne o reproductores.

El crecimiento de la actividad comercial con

las principales ciudades de las provincias cercanas ha sido importante para la instalación de fábricas de balanceado y harina de plátano entre otras. Puede disfrutar de una variedad de oferta gastronómica, como arroz con menestra y carne asada con patacones, el seco de gallina criolla, los tamales, gran variedad de platos de pescado de agua dulce y su sabroso café negro. Para visitar el cantón El Empalme puedes hacerlo desde el terminal terrestre en Guayaquil, tomando la Cooperativa Rutas Empalmeñas. Internamente sirven las cooperativas Bolívar y Peripa.

DATOS GENERALES:

Ubicación: Ubicado a 167 kilómetros de Guayaquil.

Clima: Posee un agradable clima tropical con temperaturas medias.

Altitud: Se halla a una altura de 120 Metros sobre el nivel del mar.

Cabecera cantonal: Velasco Ibarra.

Área: 3.854 km².

Población: 64.945 habitantes

Fuente: Cámara de Turismo de la Provincia del Guayas
<http://turismoguayas.com>

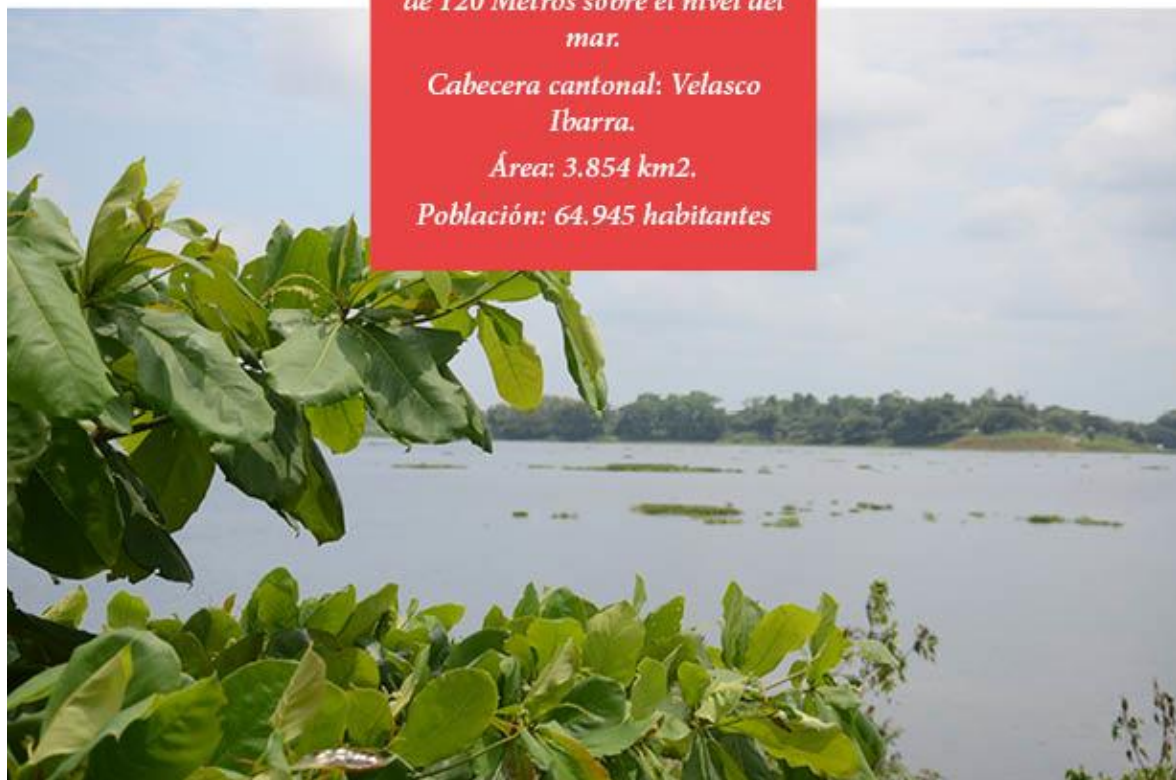


Figura 10. Costumbre y tradiciones



Figura 11. Costumbre y tradiciones

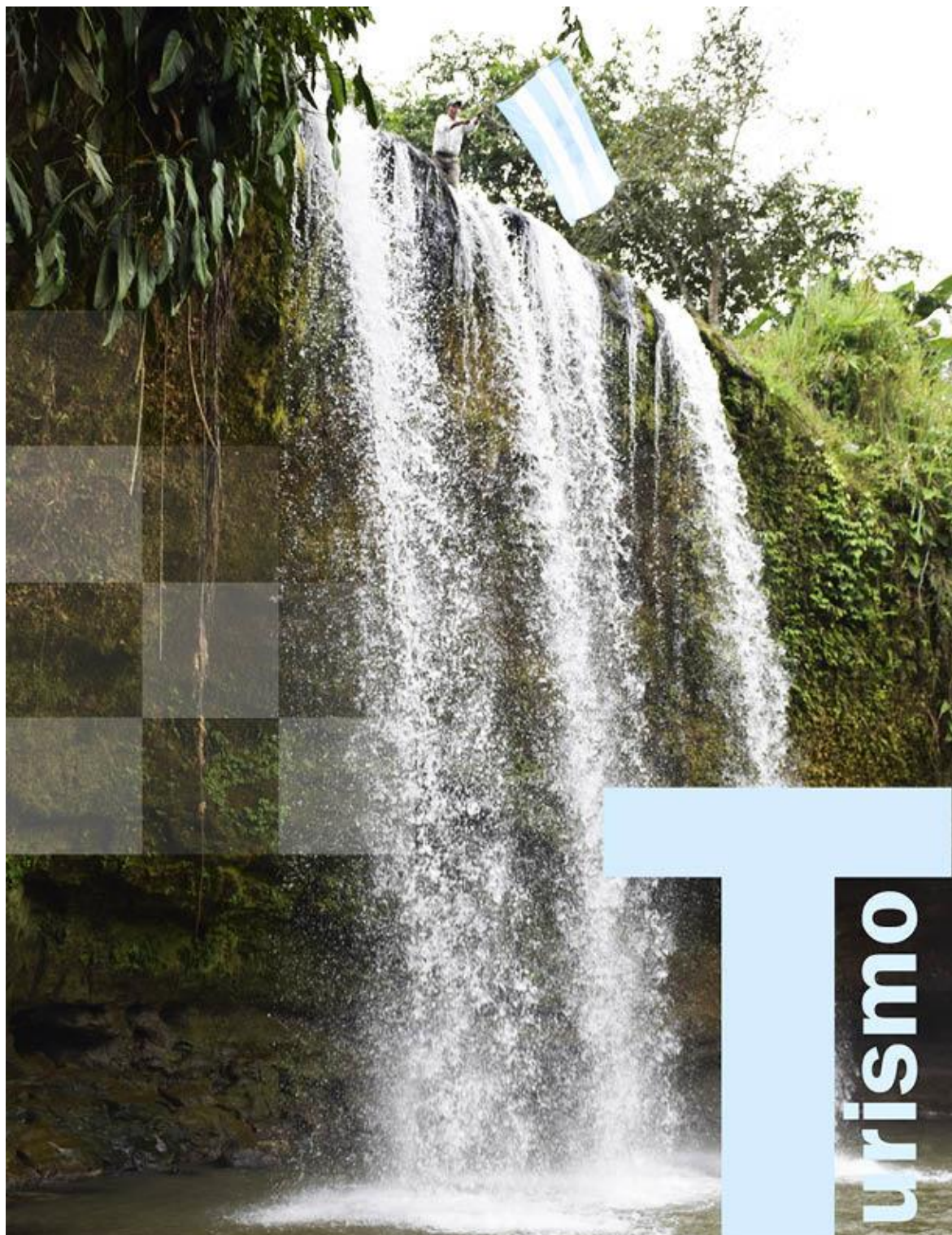
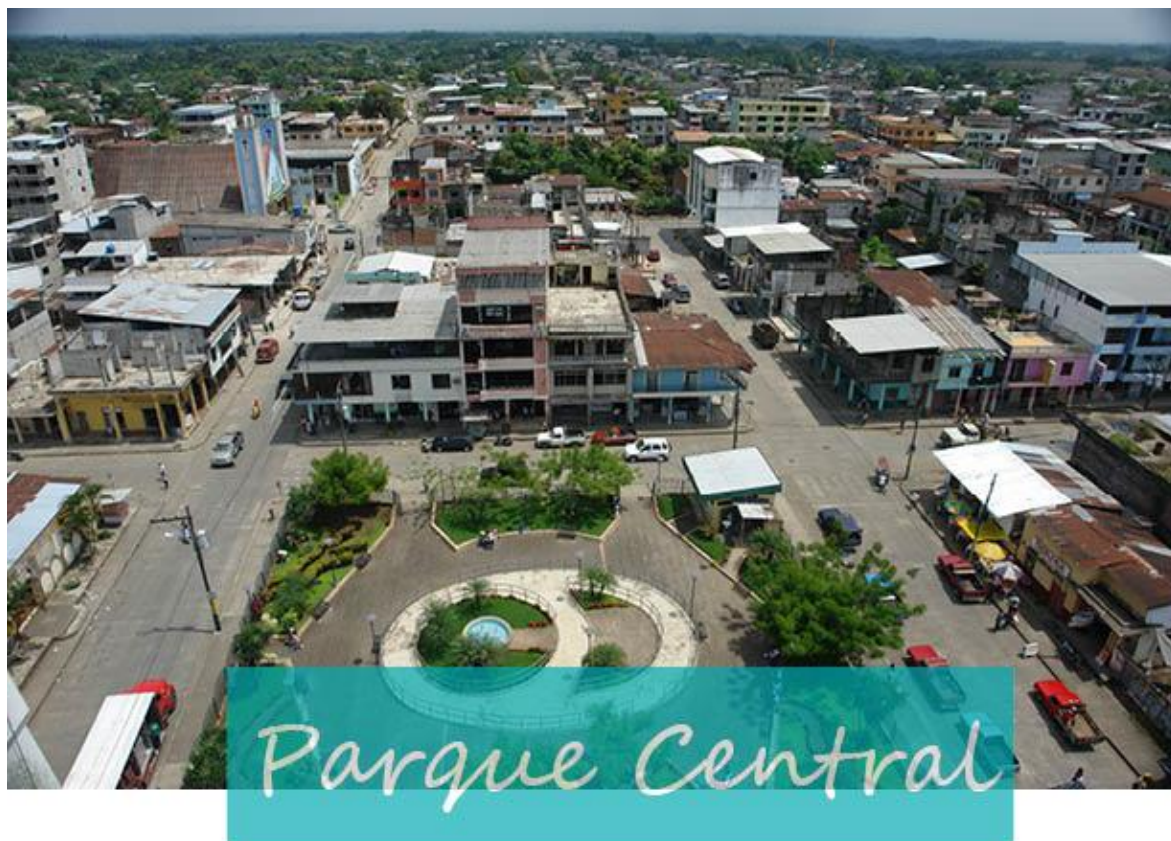


Figura 12. Turismo



Más conocida como El Empalme, es una ciudad de la provincia del Guayas de la República del Ecuador. Está situada en el oeste del país, en las riberas del río Congo. Es la cabecera del cantón El Empalme. Su población es de 35. 686.

El cantón cuenta con cuatro vías principales, empalmandolas en el centro de la ciudad conocido como el "Obelisco", (de allí el nombre de El Empalme) siendo el principal atractivo turístico de la cabecera cantonal, en el encontramos un monumento en memoria al Dr. José María Velasco Ibarra, como un tributo al decreto de elevar a cantón la parroquia del mismo nombre, el 23 de junio de 1971.

Considerado como el eje que la historia la identifica como el corazón de la ciudad. Punto principal donde convergen las cuatro vías; Guayas, Manabí, Quevedo, Guayaquil.

En cada aniversario las autoridades y el pueblo rinden su homenaje de su creación política depositando una ofrenda floral en un acto protocolario.



Obelisco - Monumento al Dr. José María Velasco Ibarra



Figura 13. Parque Central



MONUMENTO A LA MADRE

Obra particular del año 1969 de un Líbano llamado Felix que habitaba en ese entonces en el Cantón El Empalme. El creó el diseño y la placa con el nombre de la madre, actualmente se encuentra remodelado por los anteriores gobiernos Municipales.

La estatua, ubicada en un pequeño parque, lugar sublime que sintetiza el nombre más hermoso de la humanidad a las madres del mundo

reño de Delgado, por el año de 1978, Después de eso fue entregado a la Municipalidad, en la Administración del Dr. Eduardo Franco Mora, Presidente del Concejo Municipal.

La estatua, ubicada en un pequeño parque, muestra a este insigne, fraternidad, compañerismo, firmeza de carácter y objetivos

PARQUE CENTRAL

Uno de los atractivos turísticos de la cabecera cantonal más emblemático y principales, considerado como uno de los lugares más llamativos y atractivos de la ciudad, en ella concurren cientos de personas diariamente a sentarse y descansar en sus bancas, reunirse entre amigos a reír y platicar. Escenario de los niños donde



MONUMENTO DEL LEÓN

Construido en el año de 1985 Presidente del Club de Leones de esa época era Tulio Delgado, precedido a la señora Pulina Ca-

Figura 14. Parques



concurrir a correr, jugar y reír, el parque donde acoge a los enamorados, el parque de los recuerdos de todos los tiempos ya que fue el primero que se creó en el cantón.

PARQUE 29 DE OCTUBRE

Este atractivo turístico es parte de la regeneración urbana, conservando lugares para la distracción, meditación, reuniones de amistad, un maravilloso lugar para chicos y grandes.

PARQUE 2 DE MAYO

Considerado como un atractivo turístico de recreación para los niños, donde acuden a jugar, gritar, reírse, y divertirse en los juegos que existen.

PALACIO MUNICIPAL

Considerado como uno de los principales atractivos que tiene el cantón, por ser una obra de gran importancia, que representa la casa del pueblo. En este edificio impresionante se encuentran las oficinas de servicios de cobros de impuestos a los contribuyentes, oficina del Agua Potable, Catastro y Renta, Tesorería, en la segunda planta tenemos la oficina principal de Alcaldía, Asesoría Jurídica, Secretaría, Sistemas, Planificación Urbana, Cultura y Deporte, Obras Públicas, Higiene y Medio Ambiente, Desarrollo Humano e Inclusión Social, Relaciones Públicas y Turismo, Finanzas y Contabilidad, Oficinas de los Concejales, y en la tercera planta encontramos;



Figura 15. Parques de El Empalme



Figura 16. Parques Municipal



a diferencia de las coplas, mezclan lo romántico y los sentimientos producidos por el amor. El humor es parte esencial de esta típica forma de expresión de los pueblos.

ARTES CON PINTURA

En la actualidad se practica este tipo de arte como lo es la pintura con pincel es muy típico en El Empalme, se lleva a cabo con distintos elementos, en general, a través de pinceles y brochas, pero también puede realizarse usando el cuerpo humano o incluso casi cualquier otro objeto como instrumento o como parte de la obra final. Entre los pigmentos, los más comunes son las acuarelas, témperas, acrílicos, pasteles y óleos, y la pintura se suele realizar sobre una superficie con diversas características de textura y absorción como puede ser un lienzo de tela,

un papel, un muro y otras.

CERIEM

Este es un centro educativo para niños con capacidades especiales, que fue creado por la Municipalidad del cantón El Empalme, para brindar un servicio de calidad a este grupo de personas

CENTRO RECREACIONAL LA AURORA

Este es un atractivo turístico al servicio de la comunidad y público en general, que concurren los fines de semanas y días feriados a disfrutar de un agradable y refrescante baño en las piscinas y saborear de las comidas deliciosas, de la buena música y la recreación de los niños en los juegos mecánicos. todo esto ofrece al turista que visita El Empalme.



Figura 17. Centros de arte y cultura



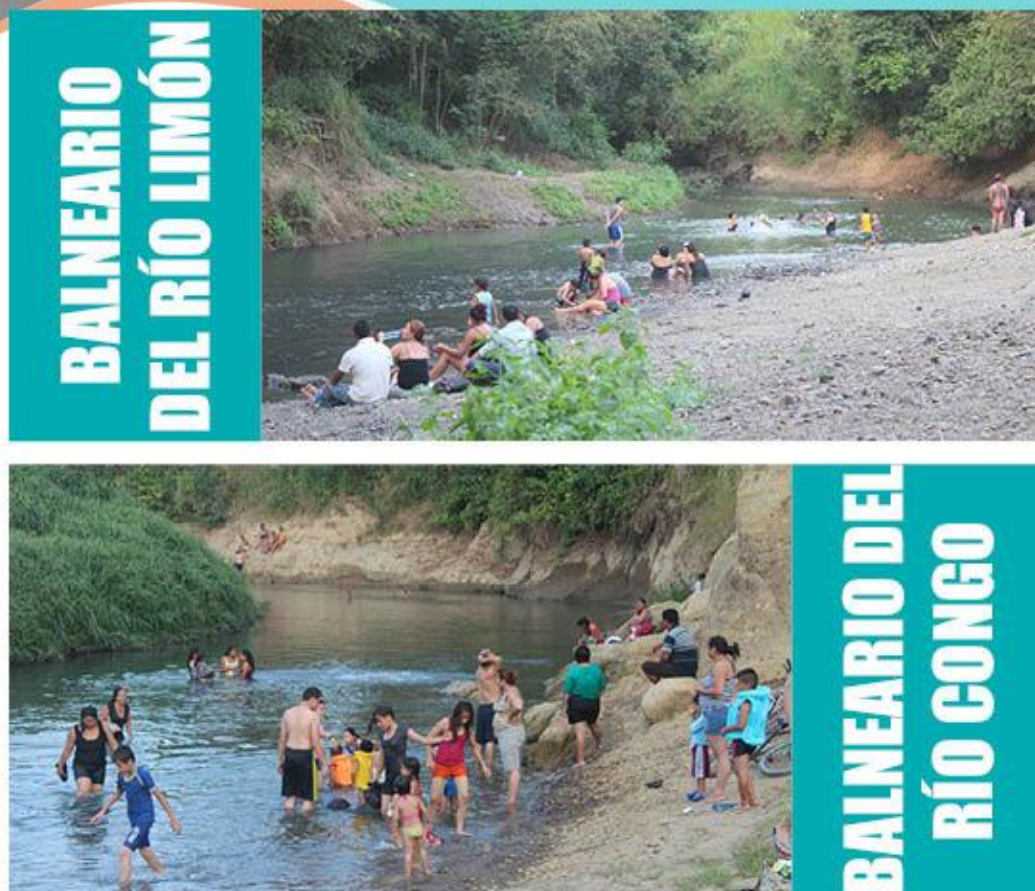
CENTRO RECREACIONAL LA FINCA

Un atractivo turístico para todo público, que brinda los servicios de descanso, baños en las piscinas para niños y adultos, bar, pista de baile, y disfrutar de momentos alegres saboreando de las exquisitas comidas típicas, y un descanso acogedor en las hamacas bajo las sobras de los frondosos árboles que se encuentran a pocos metros de las piscinas, y lo más importante, parqueadero y seguridad mientras usted disfruta con su familia y amigos.

BALNEARIO DEL RÍO LIMÓN

Un atractivo turístico natural situado a pocos kilómetros del Cantón, escenario turístico natural que recibe a todas las personas que visitan a refrescarse en sus cristalinas aguas, un baño de la naturaleza, disfrutar de un paraje hermoso, tranquilo donde llegan las familias con chicos y grandes a disfrutar y saborear las exquisitas empanadas, refrescos, helados, y varios bocadillos más en este atractivo natural como lo es el balneario del Río Limón

Figura 18. Centros Recreacionales



BALNEARIO DEL RÍO CONGO

Este atractivo turístico que es bien visitado por propios y extraños, convirtiéndose en un paradero turístico, en la actualidad en este lugar se realizan actividades de carácter social además de ofrecer cabañas ecológicas, balcones , pistas, graderío hacia el río, bar y baterías sanitarias.

BALNEARIO DEL RIO MACÚL

Un atractivo turístico en la cabecera cantonal de El Empalme, con sus corrientosas aguas cristalinas que llegan

a este magnifico lugar para deleitar con sus frescura de un delicioso y relajante baño, que fortalece el espíritu y reconforta la vida.

BALNEARIO DEL RÍO MANCHA DE MATE

Este atractivo turístico ubicado a unos 8 Km. de la cabecera cantonal es uno de los más visitados por propios y extraños, que aprovechan la calidez de sus aguas y su excelente gastronomía.



Figura 19. Balnearios



HOTEL FOUR WAY

Un atractivo turístico en las cabecera cantonal, que brinda al visitante la mejor opción para venir y disfrutar con mododidad, elegancia y prestigio que amablemente ofrece su hospitalidad, con habitaciones de primera, salón de conferencias, bar, restaurante, estacionamiento, garaje y seguridad las 24 horas.

HOTEL CAROMO



Un lugar de primera para descansar con elegantes y cómodas Suites, confortables habitaciones con baño privado, Tv cable, Nevera, Salas de conferencias y recepciones, bar restaurante, garaje y seguridad las 24 horas.

IGLESIA NUESTRA SEÑORA DE FÁTIMA

La Parroquia Nuestra Sra. De Fátima, ubicada en la zona céntrica del cantón El Empalme, en la intersección de las calles Quito y Padre Mateo Rodríguez, es el templo católico matriz y de mayor antigüedad de nuestra localidad.

Construida a inicios de la década de los 70 y con el nombre de la Virgen de Fátima, nombre que hace referencia a la aparición que hiciera en Portugal la Virgen María el 13 de mayo de 1917 a tres pastorcitos (Lucía, Jacinta y Francisco).

Parroquia cuya celebración patronal es una festividad de gran trascendencia en todo el cantón, fiesta que inicia en los últimos días de agosto con un sinnúmero de actividades de orden religioso (pregones, procesio-

Figura 20. Hoteles

IGLESIA NUESTRA SEÑORA DE FÁTIMA



IGLESIA SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS

nes, celebraciones eucarísticas y el tradicional rosario de aurora) y que culmina el día 8 de septiembre con la misa solemne en honor a la Virgen en la advocación de Nuestra Señora de Fátima.

Este templo católico ha experimentado notables mejoras en su estructura y fachada, uno de ellos es el realizado en el cambio de techo de eternit, el mismo que fue reemplazado por uno de zinc galvanizado luego de casi 40 años.

En este templo han pasado varios sacerdotes, entre los más últimos destacan: Patricio Gallegos, Víctor Hugo Varela y el más reciente Vicente Sahuig el mismo que está al frente de la parroquia desde el año 2008.

Dirección: calles Quito y Padre Mateo Rodríguez

IGLESIA SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS.

HISTORIA

El 9 de Agosto de 1992 se inauguró y se bendijo la iglesia con la presencia de las autoridades Cantonal y los Feligreses es difícil describir la emoción. La vía Guayas se vistió de gala, y con una importante procesión se llegó hasta la puerta del templo. Se escuchó palabras del Arzobispo Juan Larrea Holguín bendiciendo e inaugurando la obra, lo que despertó alegría indescriptible: aplausos, euforia, lágrimas y así entrar en la Iglesia y encontrarnos con la imagen del Sagrado Corazón de Jesús.

Segundo templo Católico que abre sus puertas a los visitantes donde demuestran el amor y la fe de todos los tiempos al llegar están depositando **recíprocamente** la hospitalidad que de buen corazón les ofrece. Se encuentra ubicada en la Vía Guayas.



Figura 21. Iglesias

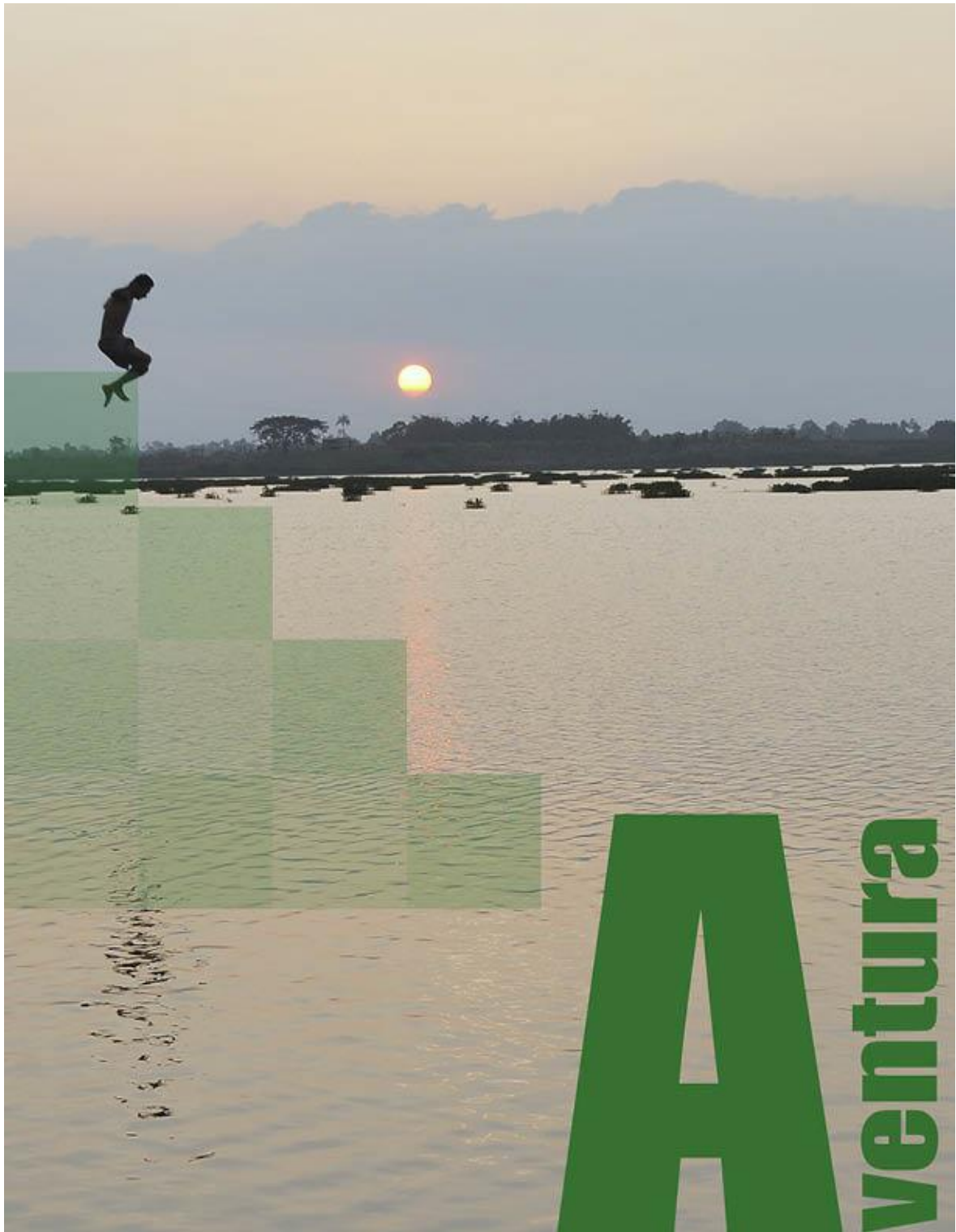
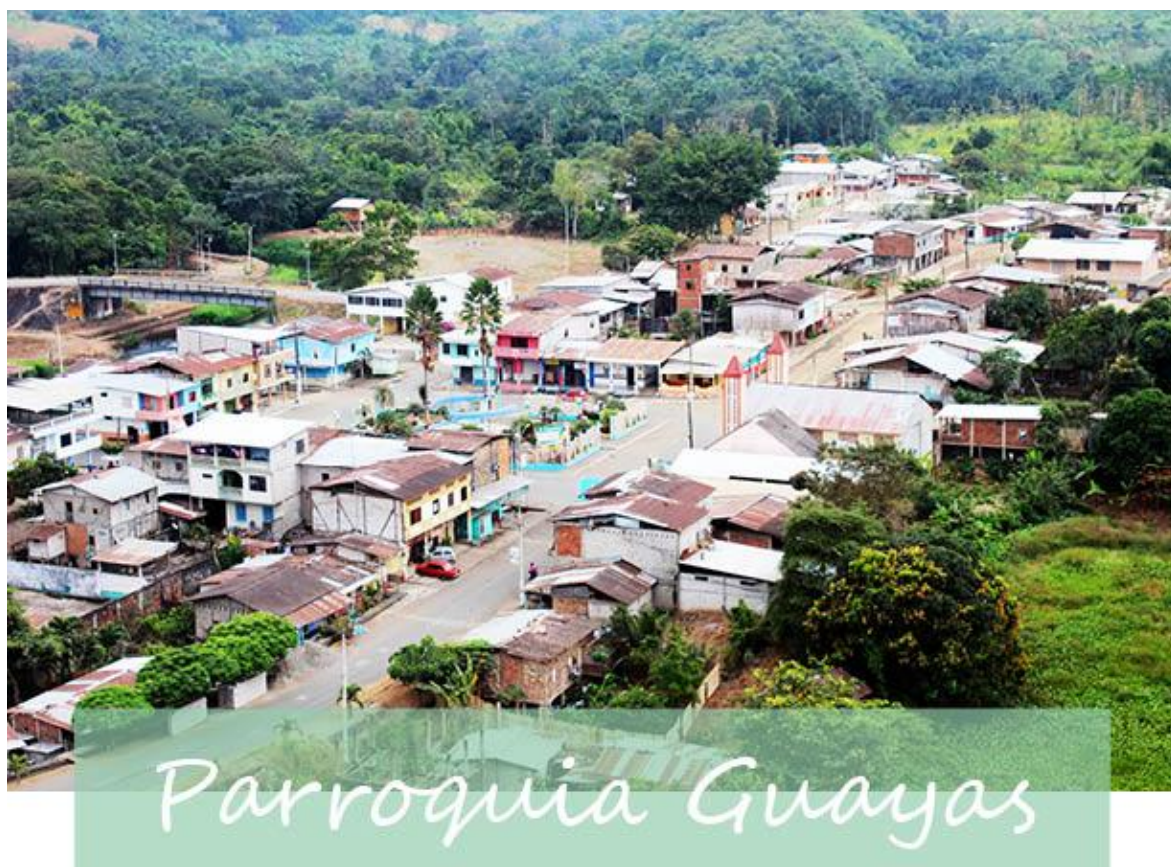


Figura 22. Aventura



HISTORIA

La Parroquia Guayas se encuentra ubicada en la parte Norte de la Provincia del Guayas. Limita por el Norte con el Río Congo, por el Sur con la Boca del Estero Limón, por el Este con la confluencia de los esteros Congo y Conguillo, que forman el Río Congo y por el Sur, margen izquierdo del Río Peripa desde el punto que constituye el Límite entre Balzar y Quevedo, en línea recta del estero Limón en el Río Congo.

Su extensión es de 825 kilómetros cuadrado, cuenta con una población de 17.579 habitantes, su fiesta de parroquialización se celebra el 7 de agosto y las festividades patronales el 3 de octubre (San Francisco).

Su creación como parroquia data del año 1946 (69 años de vida parroquial). El actual presidente del Gobierno Parroquial es el Sr. Darwin Anchundia Jiménez, la creación de la Parroquia Guayas obedeció al impulso de sus primeros habitantes, que en el año de 1925 se internaron en las montañas de San Francisco de Peripa, con la

finalidad de extraer toda variedad de madera y caucho. Desde entonces nació el recinto pueblo de Vijao, luego se creó Pueblo Nuevo en el año de 1934, 12 años más



Parroquia Guayas - Iglesia San Francisco de Asís



Figura 23. Parroquia Guayas



BALNEARIO LA GUAYAS



PARQUE CENTRAL DE LA PARROQUIA

tarde obtuvo la categoría de Parroquia Rural del cantón Balzar ante discusiones con cantones como Vinces y Quevedo por la conservación del Río Macul como límite inter-cantonal y provincial.

Durante toda su vida parroquial Guayas fue atendida por el cantón Balzar y después por el Empalme. Al comienzo el territorio de la Parroquia Guayas era mucho más extenso, pero su extensión se desmembró al crearse la parroquia Velasco Ibarra, según una ordenanza municipal.



La producción agrícola empezó por el año 1950 con la siembra de cacao de variedad nacional, banano, café y ganadería. En la actualidad es el primer renglón del comercio local y provincial.

Su historia esta enriquecida de leyendas,

costumbres y trabajo, con ciudadanos preocupados por el futuro promisorio de la parroquia y es un gran atractivo turístico gracias a sus belleza natural, pero sobre todo por la calidad de su gente.

IGLESIA SAN FRANCISCO DE ASÍS

Basado en la Historia de los pobladores de este asentamiento poblacional junto al Río Congo, conocido como pueblo de Buao, por el año de 1946 donde se construyó una pequeña capilla acompañado del sacerdote Franciscano que entrego una estatua de San Francisco de Asis. Los Pobladores llevando una política de desarrollo, lo llamaron Pueblo Nuevo. Después de un proceso legal y de tiempo lo que es hoy la Parroquia La Guayas, la iglesia se encuentra ubicada en el corazón de la parroquia.

Figura 24. Parques

CASCADA SALTO DEL ARMADILLO



CASCADA CHORRERA DEL PINTADO

CASCADA SALTO DEL AMADILLO

El Salto del Armadillo es una caída de agua de cerca de 30 metros de alto, rodeada de mucha vegetación y árboles, por ser una zona bendecida por el agua de sus afluentes y las lluvias. En verano el río Armadillo llega algo debilitado, a diferencia de la temporada de invierno donde el mayor volumen del afluente se refleja en una caída más intensa y fuerte.

Es un sitio donde se puede descansar en familia, tranquilo.

Luego de recorrer por un camino lastrado, para llegar a la cascada se accede por el poblado de San Ramón del Armadillo. Para bajar a sus refrescantes aguas se puede acceder a través de un complejo privado donde se paga USD 1. También, gratuitamente, se puede cruzar la caí-

da de agua sobre un puente peatonal y descender por el cerro hasta su orilla opuesta.

Decenas de turistas llegan a bañarse en la enorme laguna.

CASCADA CHORRERA DEL PINTADO

a unos 20 minutos de el Salto del Armadillo, está el Salto del Pintado. Es otra cascada de similar magnitud. Para llegar allí también se puede partir desde el cantón manabita de El Carmen que, como El Empalme, asegura que ese torrente está dentro de su jurisdicción. Se recorre en bus o en 'chiva' hasta el recinto La Bramadora. Hay puntos desde donde se avanza un tramo sobre una gabarra.



Figura 25. Cascadas



GABARRA PUERTO EL MONO



El espectáculo es único. Incluso, con la caída fuerte del agua se forma un arco iris que es parte de los placeres que se llevan los turistas en sus visitas.

La presa Daule Peripa se presenta como el gran imán turístico de La Manga.

Las cimas de los que algún fueron cerros ahora son islas que acogen a una gran variedad de fauna y flora. Se encuentran especies como cocodrilos, tigrillos, armadillos, guanta, venados, tortugas, reptiles, mamíferos, diversidad de aves... También está el bambusario, que alberga una gran variedad de árboles maderables.

Otra opción es el turismo arqueológico. Alrededor de la presa se pueden encontrar

vestigios en cerámica como flautas, cántaros, estatuillas. Además se ofrecen platos tradicionales -cocinados con leña- como la tonga, un plato con variedad de ingredientes que es servido en hojas de plátano; la guanta asada o estofada; el seco o el caldo de gallina criolla; la guatita, platos hechos a base de chanco y pescado...

GABARRA PUERTO EL MONO

Es una embarcación fluvial de gran capacidad para la carga y pasajero, presta un gran servicio a la comunidad de estos sectores de gran afluencia comercial.

EL SENDERO DE LOS MONOS



Figura 26. Gabarra y sendero



Parroquia El Rosario

LA PARROQUIA

La Parroquia El Rosario se encuentra ubicada en la parte Oeste del Cantón El Empalme, limita al Norte con la Parroquia Guayas, al sur con el Cantón Balzar, al Este con el Cantón El Empalme y al Oeste con la provincia de Manabí, tiene una extensión de 170 kilómetros cuadrado y una población de aproximadamente 9.205 habitantes.

Su historia se inicia con el asentamiento de sus primeros pobladores en la década de los años 60, siendo su fundador el señor Enrique Zambrano, quien donó terrenos y espacios tanto para los habitantes como para las instituciones que se fundaran a futuro.

En el mes de enero de 1991 se inicia el proceso de parroquialización culminando con la promulgación en el Registro Oficial Nro. 13 del 27 de agosto de 1992 con el acuerdo 1260 de la administración del Arquitecto Sixto

Durán Ballen, el actual Presidente del Gobierno Parroquial el rosario es el Señor Jhonny Cedeño Del Valle. Esta parroquia está conformada por 28 comunidades



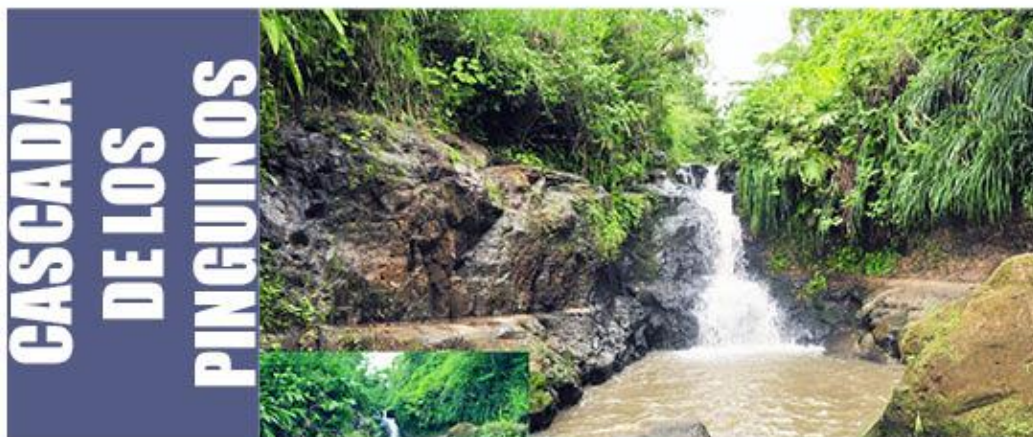
Parroquia El Rosario - Iglesia Nuestra Señora del Rosario



Figura 27. Parroquia El Rosario



EL DESCANSO DEL VAGO



CASCADA DE LOS PINGUINOS

recintales legalmente reconocidas.

En esta zona rural del Cantón El Empalme la economía es dinamizada por la agricultura, siendo sus principales productos el cacao, la piña, otros del ciclo corto como el maíz, arroz y variedades de frutas tropicales.

IGLESIA NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO

Considerada como una de las principales obras que resalta en la Parroquia El Rosario, por la doctrina religiosa emprendida por el Arquitecto Párroco Carlos Trac. Quien fue el que construyó la iglesia con colores llamativos claridad y amplia para que los feligreses puedan Escuchar y practicar con recogimiento las plegarias al creador.



Se encuentra ubicada en el Corazón de la Parroquia.

EL DESCANSO DEL VAGO

Ubicado en la Parroquia el Rosario, denominado El Descanso del vago, es un lugar rústico al lado de la carretera vía a Pichincha Frente a la Gasolinera. en el se encuentran un asiento de madera y bambú, actualmente está construido con una banca de cemento junto a la peña, con una pancarta donde inicia los 10 mandamientos del vago creado por los finqueros de piñas.

CASCADA DE LOS PINGUINOS

Es un atractivo turístico que refleja curiosidad y suspense, al llegar al sitio se observa las cascadas de agua

Figura 28. Cascadas turísticas

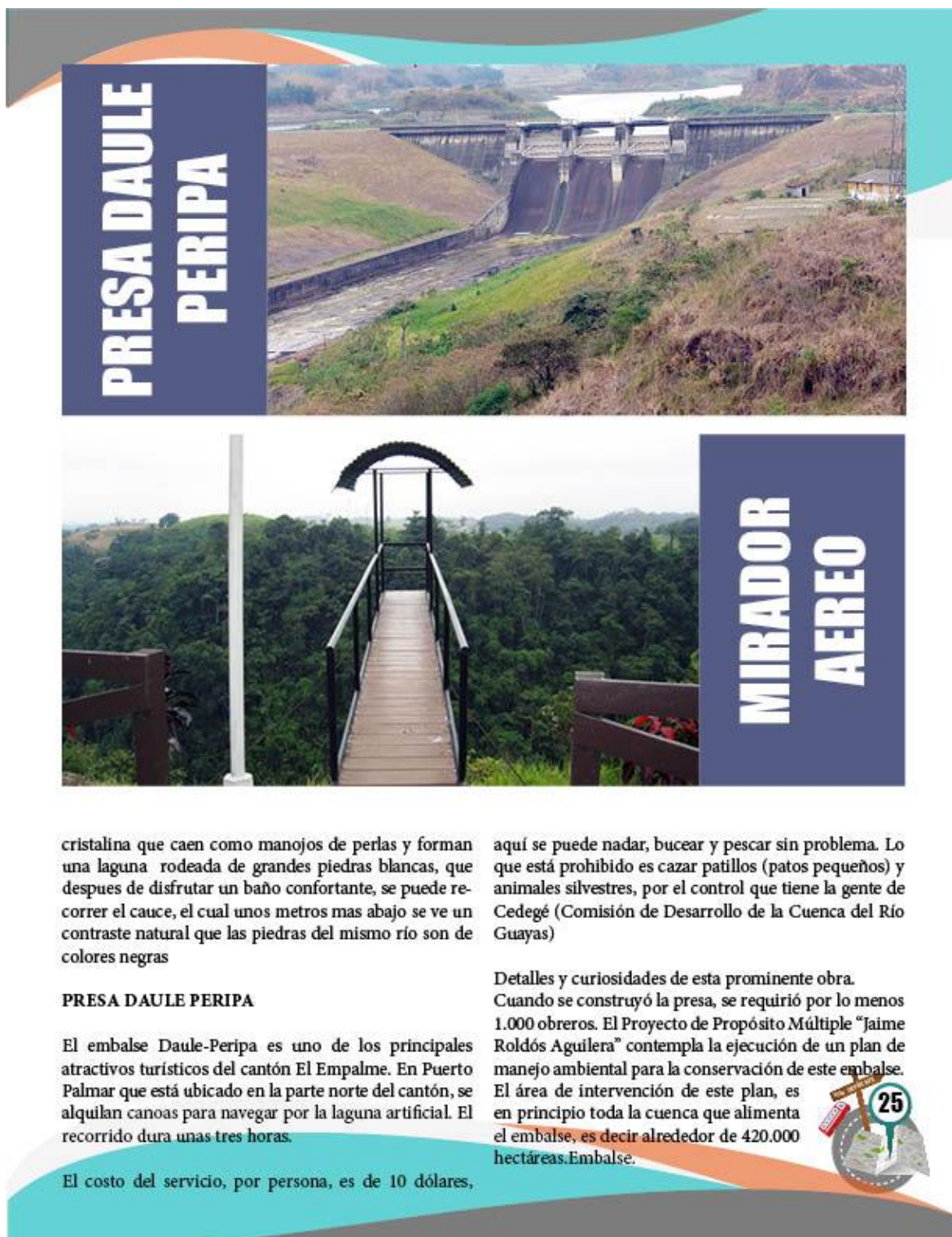


Figura 29. Presa y mirador



BAMBUSARIO

ISLOTES DE LA PRESA DAULE PERIPA



El embalse inunda aproximadamente 34mil hectáreas de tierra, perteneciente al territorio de cuatro provincias: Los Ríos, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas y Guayas. Su capacidad de almacenamiento es de 6000.000.000 m³ de agua (seis mil millones de m³), cuando el nivel del embalse alcanza su cota máxima de 88 m.s.n.m. y se estima que el espejo de agua es de 295 Km². El volumen de agua para generación es de 3800.000.000 m³, la fluctuación normal del nivel del embalse está entre las cotas 70 y 85.

mo donde se puede observar al fondo el Río Daule y la espesa vegetación que existe en este sector, siendo parte de la aventura que es una atracción turística.

BAMBUSARIO

Sorpresa y admiración al mirar variedades de especies de bambu, por su grosor, color, altura, provenientes de varios países de Europa y Asia. Estas especies de bambú son utilizados para todo clase de trabajos, en la construcción, en la artesanía y son utilizados bajo un proceso químico que los hacen resistente al fuego y mantienen el color para su industrialización.



MIRADOR AEREO

Es un atractivo turístico visitado por muchas personas, es un puente saliente al avís

Figura 30. Bambú e islote

PARADERO TURÍSTICO RCTO. LA 25



PISCINAS DE HIDRONACIÓN

ISLOTES DE LA PRESA DAULE PERIPA

este atractivo turístico se ve reflejado en los hermosos paisajes que tiene este hermoso sector del cantón El Empalme, con paseos en balsas o en las tradicionales canoas son momentos únicos en los que podemos presenciar estos hermosos paisajes.

PARADERO TURÍSTICO DEL RCTO. LA 25

Este atractivo ubicado a 3 kilómetros del Paraíso la 14, es un lugar encantador en espera que el turista lo visite, está preparado para ofrecer un descanso agradable en medio de la naturaleza con casitas ecológicas, zonas verdes con juegos para niños, lugar para pescar, pisci-

nas, amahacas, lugar para conferencias, bajo techo ecológicos, bar, restaurante, un lugar predilecto para conocer y pasar un fin de semana con su familia.

PISCINAS DE HIDRONACIÓN

ubicadas en la ciudadela de Hidronación (Presa Daule Peripa) en un complemento a la ciudadela, que brinda un baño refrescante en estas deliciosas piscinas, decoradas con parasoles de madera y paja toquilla, jardines, duchas, etc.



Figura 31. Sitios de recreación



QUESO MAS GRANDE

Esta elaboración de queso generalmente se la suele hacer el día 7 de septiembre en las afueras de la iglesia "Nuestra Señora de Fátima" y en la que ganaderos de la zona aportan con los litros de leche necesarios para el desarrollo de dicha actividad.



RODEO MONTUBIO

Año a año se celebran la Fiesta del Cantón EL Empalme en conmemoración las festividades de cantonización, una exposición pictórica y escultórica sobre el rodeo montubio, bienes culturales como monturas, que mostraron de forma recreativa y lúdica lo trascendental de esta tradición.



GALLOS

Las galleras son otra tradición en el cantón se celebran en las fiestas del Cantón El Empalme se reúnen personas aledañas para un encuentro con su gallos donde el ganador, En cada espuelas se escucha el grito afónico de apostadores jóvenes, adultos y ancianos.



ARTES CON PINTURAS

En la actualidad se practica este tipo de arte como lo es la pintura con pincel es muy típico en El Empalme, se lleva a cabo con distintos elementos, en general, a través de pinceles y brochas, pero también puede realizarse usando el cuerpo humano o incluso casi cualquier otro objeto como instrumento o como parte de la obra final.



INFOCENTRO EL EMPALME

Los Infocentros son espacios comunitarios de participación y desarrollo, que garantizan el acceso inclusivo a las Tecnologías de la Información y Comunicación de las poblaciones de parroquias rurales y urbanas marginales del Ecuador. La propuesta es introducir al ciudadano en el conocimiento de las TIC con el fin de reducir la brecha y analfabetismo digital.

TRADICIÓN Y CULTURA

Figura 32. Tradición y cultura



GASTRONOMÍA

Hablar de la gastronomía del El Empalme es abrir un abanico de opciones, desde la Parroquia el Rosario hasta la Parroquia la Guayas, el seco de gallina criolla, el viche, el corviche, la tonga, las tortillas de yuca y maíz, el ceviche con maní, el greñoso y los tradicionales dulces son solo algunas de las delicias que pueden disfrutar propios y extraños.

PRODUCTOS.

El plátano es uno de los productos más utilizados en la gastronomía, los bolones, de queso, maní y chicharrón son los más opcionados a la hora de servirse un desayuno.

En El Empalme también existe una gran producción láctea, lo que determina un importante consumo de queso, leche, cuajada y el famoso suero blanco acompañado de plátano o maduro asado.

La tortilla de yuca es muy apetecida en el campo. Según comenta Lidia González, ama de casa, nada mejor que una tortilla de yuca de chicharrón acompañada de una taza de café caliente en la mañana.

Figura 33. Gastronomía



MISIÓN

Ohlala brindan un sitio atractivo y exclusivo con horarios extendidos y de muy buen ambiente, ofreciendo a los visitantes una atmósfera alegre y de distracción acompañada de productos de calidad, música selecta y excelente servicio.

Los Turista que visitan El Empalme tienen un amplio abanico de opciones para distraerse, entre estas:

- * Resto Bar
- * Karaoke
- * Discoteca
- * Piscina



Donde la diversión y el encanto de El Empalme se une para brindar a los visitantes la mejor experiencia de sana esparcimiento.

OHLALA es el único lugar de la Ciudad que le ofrece a los turistas cuatro ambientes para disfrutar en familia y amigos.

SEGURIDAD

Parqueo Privado, Seguridad 24 Horas.

Circuito Cerrado, Recepción para Eventos Sociales.

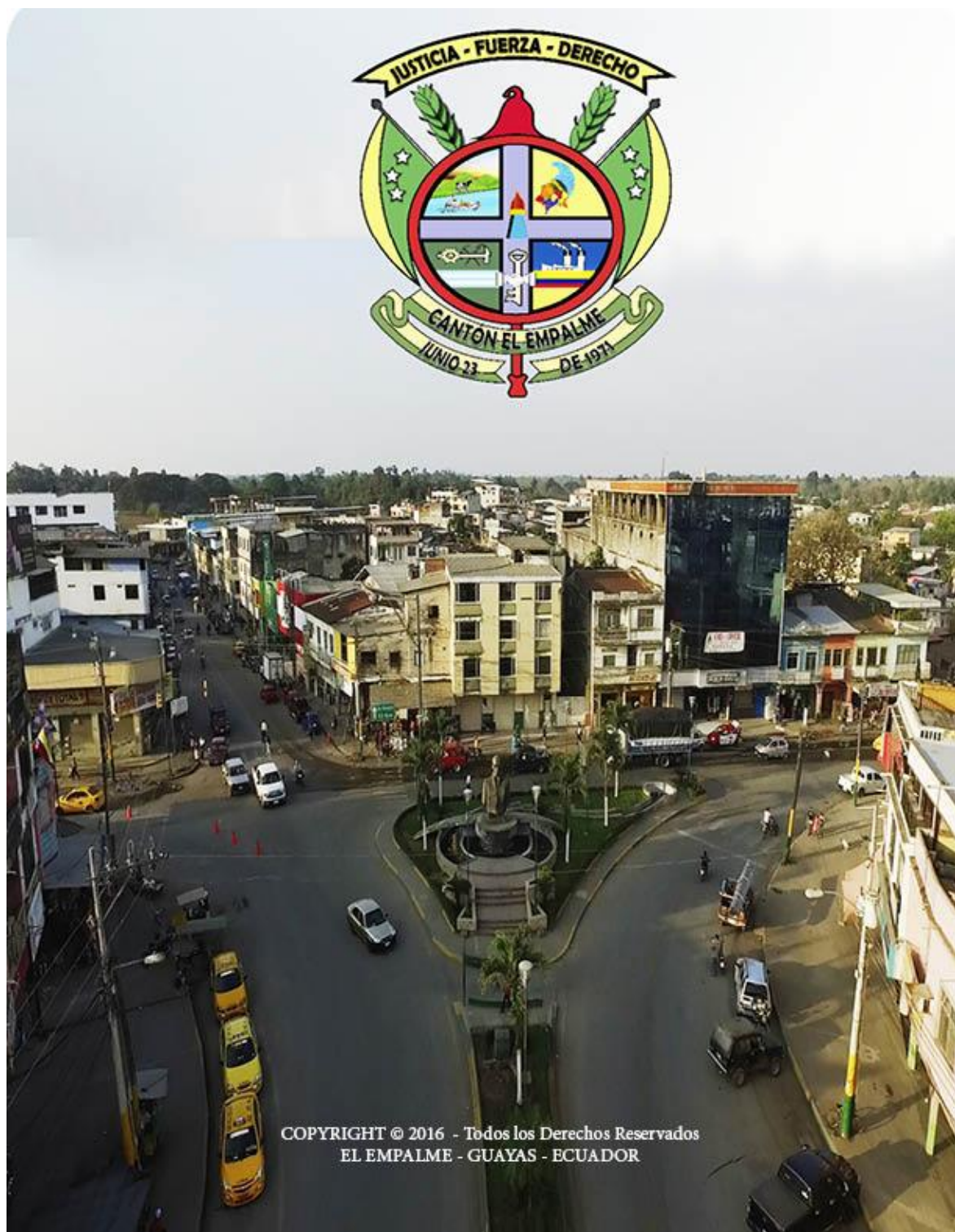
Show con Artistas en vivo.

Cdla.2 de Mayo(calle cuarta esquinera) Telf,0982441716

Figura 34. Diversión nocturna



Figura 35. Discoteca



COPYRIGHT © 2016 - Todos los Derechos Reservados
EL EMPALME - GUAYAS - ECUADOR

Figura 36. Contraportada

4.1.4.1. Promoción por sitio Web GAD El Empalme.

La estrategia de promocionar mediante un medio digital se considera indispensable para generar un alto alcance al público objetivo, para ello se coordinó con la Autoridad principal del GAD Municipal el Alcalde Ec. Lenin Valle (Anexo 6), solicitando la autorización para subir la revista de forma digital al portal web correspondiente del Municipio del cantón <http://www.municipiolempalme.gob.ec/index.php/guia-turistica> donde los usuarios podrán acceder desde los diversos equipos tecnológicos y conocer sobre los sitios turísticos del cantón El Empalme.

De acuerdo al contador de visitas el sitio web posee 190.732 personas que pueden conocer mediante la revista los diversos sitios turísticos que posee el cantón y pueden disfrutar de un sano esparcimiento.

The screenshot shows the 'Guia Turistica' website interface. The header includes navigation links: Inicio, La Municipalidad, La ciudad, Transparencia, Noticias, Turismo, and Agenda. A search bar is located on the right. The main content area features a large image of a person jumping over a sunset. Below this, a 'Guia Turistica' section displays a digital magazine cover with the title 'AGRADECIMIENTO' and a 'CONTENIDO' sidebar. To the right of the magazine, there is a 'FlippingBook Demo' section. Below the magazine, a 'CONTADOR DE VISITAS' (Visitor Counter) is visible, showing the number 190732, which is circled in red. The footer contains copyright information: 'COPYRIGHT © 2016 GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN EL EMPALME. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. EL EMPALME - GUAYAS - ECUADOR' and social media icons for Facebook, Twitter, and Google+. The system clock at the bottom right shows 15:56.

Hoy	22
Ayer	604
Esta Semana	1246
Este mes	9091
Su IP	190.63.155.3
Hoy	18-01-2017
Usuarios en línea	0
Invitados	12

Figura 37. Revista Digital en sitio Web del GAD

4.2. Discusión.

La revisión de la gestión comunicacional turística del GAD Municipal El Empalme, evidenció según las encuestas (anexo 4) en la (figura 2) el 84% de los habitantes poco conocen sobre los atractivos turísticos del cantón, mientras que en la (figura 3) el 76% establecen que el manejo de la comunicación turística del cantón presenta inconvenientes debido al débil impacto que genera para la promoción de las diversas zonas naturales y de recreación turística, en relación con el estudio de Robalino (2012) [62], indica que mejorando la oferta turística se incrementará el estatus económico de los pobladores, brindando un eficiente servicio y les ayudará a mejorar sus servicios, el Municipio debe de mejorar la oferta en la comunicación publicitaria utilizando herramientas esenciales como revistas, folletos, trípticos que incentiven a la visita de un lugar que brinda un sano esparcimiento para las familias y amigos.

La investigación de los lugares turísticos atractivos del Cantón El Empalme se lo obtuvo mediante el estudio de campo realizado, recopilando información del GAD Municipal y la encuesta a los habitantes del cantón entre los principales sitios Velasco Ibarra, Parroquia Guayas, Parroquia El Rosario, balneario La Guayas, Parque Central entre otros, en comparación con el estudio de Lozano (2013) [63] que refleja que el turismo es una base esencial para el crecimiento y desarrollo socioeconómico de una población, además realizó una indagación de los diversas zonas de mayor relevancia para la promoción del turismo del cantón indicando un antecedentes del sector y fotos que impacten al lector para incentivarlo a visitar los diversos sitios naturales y de recreación que oferta la ciudad.

El impacto que genera la gestión comunicacional del GAD Municipal El Empalme entre la ciudadanía según (anexo 4) el 95% de los encuestados (figura 7); además el 63% indicaron que por ningún medio de comunicación ha escuchado que el GAD Municipal promociona el turismo de la localidad (figura 12), un 56% indicó que poco impacto que ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio en la visita a los sitios turísticos (figura 13), en un análisis con el estudio de Quintana, (2013) [64] concluye que es esencial la gestión en la comunicación del turismo por medio de herramientas de difusión como la creación de la revista, va a mejorar la información tanto del turista interno como del externo y de esta forma

mantiene informada a la clientela de los diferentes destinos turísticos e incentiva la visita del turista nacional y extranjero.

La propuesta sobre una estrategia de difusión turística para el GAD Municipal El Empalme se determinó según la entrevista (anexo 5) efectuada a las máximas autoridades el Alcalde, Concejal y Director de Relaciones Públicas del Municipio, en la (pregunta 4) ellos si consideran viable y necesario aplicar herramientas publicitarias para mejorar la comunicación turística, además establecen (pregunta 5) fundamenta el estudio de los autores Barbosa & Cruz (2014) [65] donde se detalla una propuesta de una herramienta turística empleando el diseño editorial como herramienta de promoción turística del cantón, obteniendo como resultados que el turismo es un área estratégica para un país que sabe explotarlo y que, dentro de sus objetivos de desarrollo, el diseño y elaboración de una herramienta turística es de gran relevancia, puesto que contribuye en esfuerzos por potencializar el turístico mediante una herramienta de marketing hacia la promoción y difusión de los elementos naturales y expresiones culturales del cantón.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

- La gestión comunicacional turística del GAD Municipal El Empalme, evidencia según el 76% de los encuestados que poco ha generado un impacto positivo en el desarrollo del turismo, el 100% de los habitantes consideran necesario mejorar la promoción de los sitios y atractivos turísticos, el Municipio debe aplicar estrategias de difusión para informar a la comunidad, en la entrevista dirigida al Alcalde, Concejala y Director de Relaciones Públicas se evidenció la poca preocupación para mejorar la gestión turística, aceptando que ha faltado mayor organización para atender a este sector.
- Se determinó el impacto que genera la gestión comunicacional del GAD Municipal El Empalme entre la ciudadanía según la encuesta el 56% poco impacto ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio, en este sentido se debe mejorar la gestión turística utilizando herramientas que ayuden a dar a conocer los diversos sitios que posee el cantón, además en base a la entrevista efectuada a las máximas autoridades ellos si considera que se hace viable y necesario aplicar herramientas para mejorar la comunicación turística.
- En la investigación de los lugares turísticos del Cantón El Empalme fue recopilada la información del GAD Municipal donde se obtuvo un antecedente sobre el cantón y datos de cada uno de los sitios que pueden incentivar al crecimiento del turismo en la zona entre ellos se detallan parroquias, parques, centro de arte y cultura, balnearios, iglesias, hoteles, centro de diversión, y zonas de entretenimiento familiar y social.
- El diseño de una propuesta como estrategias de difusión turística para el GAD Municipal El Empalme según la encuesta el 100% indica que se debe crear una herramienta para lograr mejorar la difusión del turismo, mientras que en la entrevista las autoridades indicaron que la revista si ayudaría a informar la gran mayoría de sitios turísticos que tiene la zona, considerando que es una herramienta que permite dar a conocer mediante imágenes y contenido textual a los habitantes y turista referente a los sitios turísticos, gastronomía, arte y cultura.

5.2. Recomendaciones.

- El GAD Municipal del Cantón El Empalme debe mejorar la gestión comunicacional turística para promover información a los habitantes y turistas acerca de las diferentes zonas de esparcimiento y entretenimiento que pueden disfrutar entre familia y amigos.
- Se recomienda al GAD Municipal mejorar el impacto de la gestión comunicacional turística mediante la utilización de la revista donde se detalla las diversas zonas que posee el cantón con el propósito de impulsar en los habitantes y turistas a visitar los diferentes sitios de esparcimiento y recreación, de esta manera mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona mediante el crecimiento turístico.
- El GAD Municipal debe de aplicar estrategias para difundir los diversos lugares turísticos que posee el Cantón El Empalme sus parroquias, parques, centro de arte y cultura, balnearios, iglesias, hoteles, centro de diversión, utilizando los diferentes medios de comunicación como afiches, trípticos, volantes, radio y televisión para generar un crecimiento en la demanda turística de las zonas.
- Es importante que se utilice la revista como medio de difusión publicitaria además de la creación de sistemas de información o promoción sea impresa o digital tiene que ser una actividad continua, con el fin de evitar la pérdida de turismo y conocimiento cultural de los visitantes, además establecer un cronograma de publicación de forma trimestral, semestral o anual de acuerdo a las mejoras en los lugares turísticos y el descubrimiento de nuevos lugares.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Referencia Citada.

- [1] A. Michael, «Importancia de la comunicación turística,» Digital SLR Astrophotography, 2009.
- [2] Organización Mundial de Turismo, *Documento de diagnóstico sectorial* Pág. 5., MINTUR, 2014.
- [3] J. Traverso Cortés, Estudios Turísticos, Instituto de Estudios Turísticos, (1996.
- [4] A. Moles, La comunicación, en planeación y desarrollo, México: Alpha, 2009.
- [5] F. Francois, El Lenguaje: La comunicación, Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2010.
- [6] M. España, «Elementos de la comunicación,» 2007. [En línea]. Available: http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm.
- [7] M. Yerena, *Comunicación oral: fundamentos y practica estratégica*, Madrid: Pearson prentice hall, 2009.
- [8] B. Bastardas, *Comunicación humana y paradigmas holísticos*, Barcelona: Paidós Empresa, 2009.
- [9] R. Gargurevich, *¿Para qué estudiar Periodismo?. En Revista Palestra de la Comunicación.*, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2012.
- [10] D. Spada, *Comunicación*, Brasil: Grupo planeta, 2011.
- [11] G. Cardenal, *La comunicación Global*, The Global Marketing Company, 2013.
- [12] J. Costa, *La Comunicación en Acción: informe sobre la nueva cultura de gestión*, España: Paidos, 2012.
- [13] G. Bonilla, *La comunicación, función básica de las Relaciones Públicas*, México: Trillas, 2008.
- [14] H. Slocum, *Comportamiento Organizacional*, México: Cengage Learning, 2010.
- [15] E. Amoros, *Comportamiento Organizacional*, Perú: Lambayeque, 2011.
- [16] M. Rebeil, *El poder de la comunicación en las organizaciones*, México: AMCO, 2010.

- [17] Vértice, *Análisis de mercados*, Málaga, 2008.
- [18] M. Fonseca, *Comunicación Oral*, Pearson Educación., 2010.
- [19] J. Fraseara, *Diseño Gráfico para la gente*, Buenos Aires: Infinito, 2008.
- [20] J. Linares, *Marketing digital*, Lima: Agencia de Marketing , 2008.
- [21] P. Kloter, *Dirección de Mercadotecnia*, Editorial Pearson, 2008.
- [22] J. Levison, *Marketing*, Tercera ed., McGraw-Hill, 2009.
- [23] K. Lane, *Dirección de Marketing.*, México: Parson Educacion, 2008.
- [24] V. Ros, *E-Branding. Posiciona tu marca en la red*, La Coruña: Netbiblo, 2008.
- [25] D. Ivoskus, *Cumbre Mundial de Comunicación Política*, Buenos Aires: Libros del Zorzal, 2010.
- [26] J. Gaitán y A. Pruvost, *El comercio electronico al alcance de su empresa*, Santa Fe: Universidad Nac. del Litoral, 2010.
- [27] P. Kloter, *Las Preguntas Mas Frecuentes Sobre*, Bogotá: Norma, 2008.
- [28] S. Echeverria, *Implementacion del marketign digital*, Club Universitario, 2008.
- [29] L. Weber, *Marketing en las Redes Sociales*, México: Mcgraw-Hill Interamericana., 2010.
- [30] O. Gómez, *Redes Sociales en la Empresa: La Revolución e Impulso a Nivel Empresarial Y Profesional*, Madrid: RA-MA Editorial, 2011.
- [31] P. Bejerano, «¿Cómo utilizar facebook para las empresas?,» Junio 2011. [En línea]. Available: <http://www.ticbeat.com/socialmedia/como-utilizar-facebook-empresas/>.
- [32] A. Ortiz, «Facebook Beacon,» 2008. [En línea]. Available: <http://www.error500.net/facebook-beacon-evil/>.
- [33] «Guía de Twitter para los negocios,» 2011. [En línea]. Available: <http://www.blogpocket.com/guia-de-twitter-para-los-negocios/>.
- [34] LocaFollow, *Twitter y las empresas*, 2009.

- [35] S. Gómez, «Youtube,» 2010. [En línea]. Available: <http://www.tuexperto.com/tag/youtube/>.
- [36] J. Contreras, *Qué es marketing online*, Ilifebelt., 2010.
- [37] M. Mesa, «¿Qué es el marketing directo? 3 definiciones,» 2014. [En línea]. Available: <http://www.merca20.com/que-es-el-marketing-directo-3-definiciones/>.
- [38] Kotler y Armstrong, *Fundamentos de Marketing*, Madrid: Prentice Hall,, 2011.
- [39] T. Guinn, *Publicidad y comunicación integral de marca*, México: Internacional Thomson., 2007.
- [40] W. Arens, *Publicidad*, Mexico: : Editorial Mexicana, 2008.
- [41] Cordicom, «Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación,» 2014. [En línea]. Available: <http://www.cordicom.gob.ec/wordpress>.
- [42] H. Sánchez, *Guía de Planificación de Medios*, Quito: Multi Servicios Integrados, 2009.
- [43] Wallace, «Ventajas y desventajas de la publicidad en los cines,» 2014. [En línea]. Available: <http://pyme.lavoztx.com/ventajas-y-desventajas-de-la-publicidad-en-los-cines-4021.html>.
- [44] G. Gonzales, «¿Qué es BTL?,» 2009. [En línea]. Available: <https://codigovisual.wordpress.com/2009/07/29/%C2%BFque-es-el-btl/>.
- [45] Entra en la red, «Publicidad online,» 2012. [En línea]. Available: <http://www.entraenlared.com/c/publicidad/online/>.
- [46] V. García, *Derecho de marcas e Internet*, Valencia: Tirant lo blanch, 2009.
- [47] J. Martínez, *La publicidad y el derecho a la información en el comercio electrónico*, Front Cover, 2010.
- [48] M. Moline, *La fuerza de la publicidad: saber hacer buena publicidad, saber administrar su fuerza*, Madrid: McGraw-Hill, 2010.
- [49] J. Mariotti, *Lo fundamental y lo más efectivo acerca de las marcas y el brandin*, McGrawHill, 2011.
- [50] Tierney Communications, *El proceso de branding*, Philadelphia, 2011.

- [51] T. Blackett, *Co-Branding.*, Argentina: Pearson Education, 2010.
- [52] M. Montaner, *Diccionario de turismo*, Madrid: Síntesis, 2010.
- [53] S. García, *Psicosociología del ocio y el turismo*, Málaga: Ediciones Aljibe S. L, 2009.
- [54] D. Scowsill, *Presidente y Secretario General del Consejo Mundial de Viajes y Turismo*, Barcelona: Ariel, 2007.
- [55] D. Guevara, *Historia de la Amazonía, Ministerio de Turismo*, London: Routledge, 2008.
- [56] O. López, *Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas*, Revista Razón y palabra, 2010.
- [57] F. Ortega, *Historia de la educacion y las doctrinas pedagogicas*, Barcelona: Universidad del pais Vasco, 2012.
- [58] G. Booch, *Objeto de Análisis y Diseño Orientado con aplicaciones*, Boston: Addison-Wesley, 2007.
- [59] M. Benassini, *Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina*, Juárez: Pearson Educación., 2010.
- [60] J. Scheff, *Marketing tras bambalinas*, México: Librería, 2008.
- [61] I. Fernández, «Revistas interactivas digitales ¿cuáles son sus ventajas y sus desventajas?,» 2014. [En línea]. Available: <http://codendigital.com/revistasinteractivasdigitalescuallessonsusventajasysusdesventajas/>.
- [62] G. Robalino, *Gestion y promoción turística del Balneario de Banchal parroquia Cascol Cantón Pajan Provincia de Manabí*, Guayaquil: Universidad De Guayaquil, 2012.
- [63] P. Lozano, *Plan de marketing turístico para el cantón Guamote, Provincia de Chimborazo*, Guamote: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2013.
- [64] M. Quintana, *Creación de una revista informativa-turística para la parroquia La Merced. Tesis. 116 p.*, Quito: Universidad Central del Ecuador, 2013.

- [65] E. Barbosa y J. Cruz, *Propuesta de una guía turística empleando el diseño editorial e infografía como herramienta de promoción turística del cantón Pujilí y sus parroquias.*, Latacunca: Universidad Técnica de Cotopaxi, 2014.
- [66] INEC, *Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020*, El Empalme: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016.
- [67] G. Cabrera, N. Velásquez y M. Valladares, *Gestión comunicacional*, Facultad Nacional de Informática , 2011.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario para encuestas



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
ESCUELA DE INFORMÁTICA
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA**

ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN EL EMPALME

1. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee el cantón El Empalme?

- a. Muy en desacuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indeciso ()
- d. De acuerdo ()
- e. Muy de acuerdo ()

2. ¿Cree que los recursos turísticos existentes pueden estar dentro de la oferta turística?

- a. Muy en desacuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indeciso ()
- d. De acuerdo ()
- e. Muy de acuerdo ()

3. ¿Usted cree que el manejo de la comunicación turística del cantón ha generado un impacto positivo en el turismo?

- a. Muy en desacuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indeciso ()
- d. De acuerdo ()
- e. Muy de acuerdo ()

4. ¿Considera usted que es necesaria la oferta turística en el cantón El Empalme?

- a. Muy en desacuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indeciso ()
- d. De acuerdo ()
- e. Muy de acuerdo ()

5. ¿Considera que el GAD fomenta el turismo adecuadamente?

- a. Muy en desacuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indeciso ()
- d. De acuerdo ()
- e. Muy de acuerdo ()

6. ¿Cree que el Municipio El Empalme debe mejorar la comunicación del turismo?

- a. Muy en desacuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indeciso ()
- d. De acuerdo ()
- e. Muy de acuerdo ()

7. ¿Cuál es el principal motivo cuando visita algún cantón?

- Turismo de aventura ()
- Ecoturismo ()
- Turismo cultural ()
- Turismo comunitario ()
- Convenciones ()

8. ¿Con quién les gusta visitar los diversos sitios?

- Familia ()
- Amigos ()
- Pareja ()
- Otros ()

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por día/persona?

- a. \$10 - \$ 20 ()
- b. \$20 - \$30 ()
- c. \$30 - \$40 ()
- d. Más de \$40 ()

10. ¿En qué temporadas cree que existe mayor afluencia de turistas?

- Enero a Marzo ()
- Abril a Junio ()
- Julio a Septiembre ()
- Octubre a Diciembre ()

11. ¿Qué medios de información usted ha escuchado que el GAD Municipal promociona el turismo de la localidad?

- Televisión ()
- Radio ()

Prensa Escrita	()
Revistas	()
Sitio Web	()
Redes Sociales	()
Ninguno	()
Otros	()
Especifique.....	

12. ¿Qué impacto ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio en la visita a los sitios turísticos?

a. Muy poco	()
b. Poco	()
c. Indeciso	()
d. Algo de impacto	()
e. Mucho impacto	()

13. ¿Qué medios de información influyen en su visita?

Televisión	()
Radio	()
Prensa Escrita	()
Revistas	()
Familia y Amigos	()
Agencia de Viajes	()
Centros de información turística	()
Redes Sociales	()
Otros	()
Especifique.....	

14. ¿Conoce los siguientes lugares turísticos del Cantón El Empalme?

Parque Dos De Mayo, Palacio Municipal	()
Parroquia Guayas	()
El Descanso del Vago, Cascada de los Pingüinos	()
Presa Daule Peripa, Mirador Aéreo	()
Pocos lugares conozco	()
Desconozco	()

15. ¿Considera indispensable la utilización de una herramienta de difusión Turística para fomentar el desarrollo turístico de la ciudad?

a. Muy en desacuerdo	()
b. En desacuerdo	()
c. Indeciso	()
d. De acuerdo	()
e. Muy de acuerdo	()

¡Gracias por su cooperación!

Anexo 2. Cuestionario para entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
ESCUELA DE INFORMÁTICA
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

ENTREVISTA

Sírvase leer las instrucciones y las preguntas cuidadosamente. - Gracias.

Distinguido compañero (a):

Datos generales

Profesión u oficio:			
Sexo:	1. Femenino		2. Masculino

1. ¿Cómo evalúa la gestión turística que realiza el Gobierno Municipal dentro del cantón?

.....
.....
.....

2. ¿Qué opina del manejo y uso de los recursos turísticos en el cantón El Empalme?

.....
.....
.....

3. ¿Cree usted que el cantón El Empalme podría convertirse en un destino turístico de excelencia?

.....
.....

4. ¿Considera que se hace viable y necesario aplicar herramientas de publicitarias para mejorar la comunicación turística?

.....

.....

.....

5. ¿Considera Usted que una revista le ayudaría a informar la gran mayoría de sitios turísticos que tiene el cantón El Empalme?

.....

.....

.....

6. ¿Indique cuáles son las fortalezas en la comunicación turística?

.....

.....

.....

7. ¿Cuáles son las oportunidades del Cantón El Empalme en la comunicación turística?

.....

.....

.....

8. ¿Cuáles son las principales debilidades que presenta el cantón en la comunicación turística?

.....

.....

.....

9. ¿Qué amenazas se presentan en la comunicación y fomentación del turismo?

.....

.....

.....

¡Gracias por su cooperación!

Anexo 3. Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES												
2010-2020												
Código	Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
902	ALFREDO BAQUERIZO MORENO	26.031	26.623	27.220	27.822	28.426	29.034	29.646	30.259	30.874	31.491	32.110
903	BALAO	21.212	21.709	22.212	22.718	23.228	23.741	24.258	24.777	25.299	25.822	26.348
904	BALZAR	56.081	56.571	57.046	57.507	57.953	58.382	58.792	59.186	59.563	59.921	60.260
905	COLIMES	24.354	24.567	24.773	24.973	25.167	25.353	25.531	25.702	25.866	26.022	26.169
906	DAULE	123.735	128.192	132.777	137.473	142.287	147.219	152.276	157.446	162.734	168.144	173.684
907	DURAN	243.235	250.033	256.954	263.970	271.085	278.296	285.609	293.005	300.488	308.059	315.724
908	EL EMPALME	77.297	78.250	79.190	80.115	81.024	81.915	82.787	83.639	84.472	85.284	86.073
909	EL TRIUNFO	46.207	47.471	48.757	50.060	51.380	52.717	54.071	55.439	56.823	58.221	59.636
910	MILAGRO	172.730	175.528	178.319	181.093	183.848	186.581	189.289	191.970	194.622	197.245	199.835
911	NARANJAL	71.111	73.313	75.564	77.856	80.189	82.564	84.983	87.439	89.936	92.472	95.052
912	NARANJITO	38.574	39.131	39.685	40.232	40.774	41.309	41.836	42.355	42.866	43.369	43.862
913	PALESTINA	16.684	16.878	17.069	17.257	17.440	17.620	17.795	17.966	18.132	18.294	18.451
914	PEDRO CARBO	45.036	45.739	46.439	47.134	47.824	48.507	49.182	49.850	50.510	51.161	51.802
916	SAMBORONDON	69.360	72.222	75.185	78.238	81.388	84.634	87.986	91.434	94.983	98.638	102.404
918	SANTA LUCIA	40.411	40.909	41.401	41.886	42.361	42.828	43.284	43.730	44.166	44.591	45.004
919	URBINA JADO	59.619	60.297	60.964	61.619	62.259	62.884	63.493	64.087	64.663	65.223	65.765
920	YAGUACHI	63.005	64.477	65.965	67.464	68.974	70.493	72.021	73.557	75.099	76.648	78.204
921	PLAYAS	43.151	44.635	46.159	47.717	49.311	50.940	52.607	54.308	56.044	57.817	59.628
922	SIMON BOLIVAR	26.355	26.930	27.510	28.093	28.679	29.266	29.856	30.446	31.038	31.630	32.224

Fuente: INEC

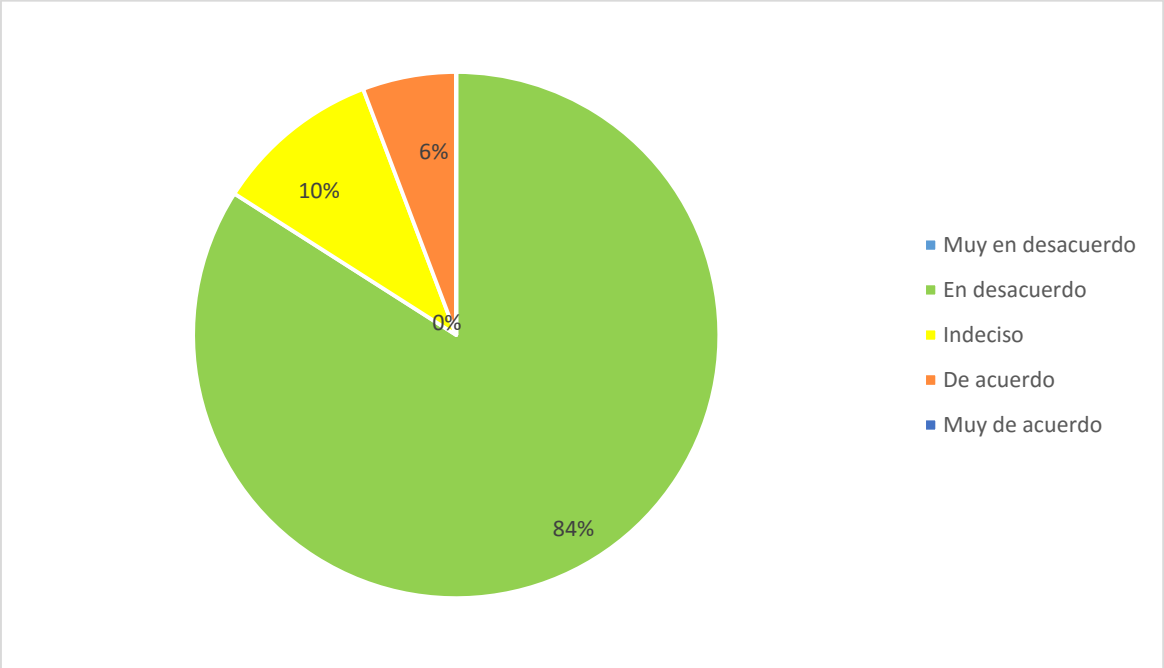
Anexo 4. Análisis de los Resultados de la encuesta efectuada a los Habitantes del Cantón El Empalme

Tabla 2. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee el cantón El Empalme”?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	321	84%
Indeciso	39	10%
De acuerdo	22	6%
Muy de acuerdo	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 38. Conocimiento sitios turísticos



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

Se establece que la mayoría de las personas encuestadas del Cantón están en desacuerdo sobre el conocimiento de los atractivos turísticos del Cantón El Empalme, mientras tanto otro grupo de personas indicaron que estaban indecisos, y una minoría sí estuvo de acuerdo, es importante que los atractivos turísticos del cantón se den a conocer, para poder incrementar el turismo en el Cantón.

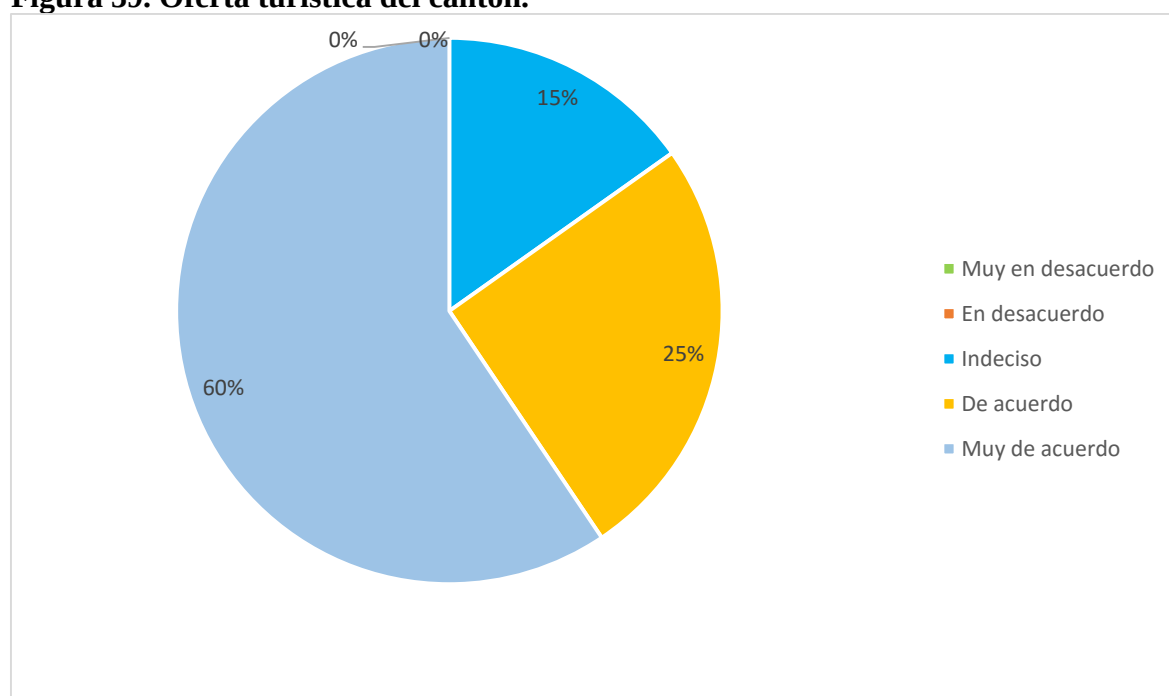
Tabla 3. ¿Cree que los recursos turísticos existentes pueden estar dentro de la oferta turística?

Variables	N° Personas	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indeciso	58	15%
De acuerdo	97	25%
Muy de acuerdo	227	59%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 39. Oferta turística del cantón.



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

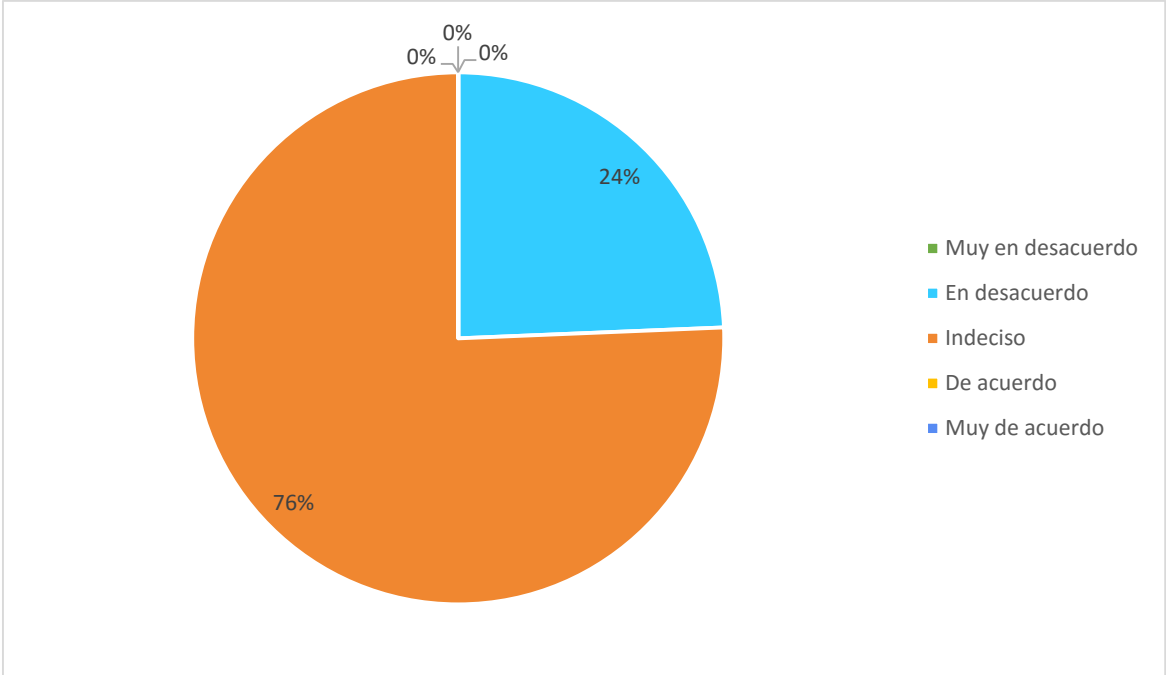
De acuerdo a la encuesta efectuada se establece que en su gran mayoría están muy de acuerdo que los recursos turísticos existentes pueden estar dentro de la oferta turística, mientras otro grupo menor indicó que están de acuerdo, y una minoría estuvo indecisa.

Tabla 4. ¿Usted cree que el manejo de la comunicación turística del cantón ha generado un impacto positivo en el turismo?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	93	24%
Indeciso	289	76%
De acuerdo	0	0%
Muy de acuerdo	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 40. Comunicación turística del cantón



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta realizada en su mayoría de los habitantes manifestaron estar indecisos sobre el manejo de la comunicación turística del cantón y su impacto positivo en el turismo, mientras que otro grupo de personas indicaron que estaban en desacuerdo, es indispensable que el GAD conozca como es el manejo de la comunicación turística para que de esta manera se pueda tener un impacto positivo en el sector turístico.

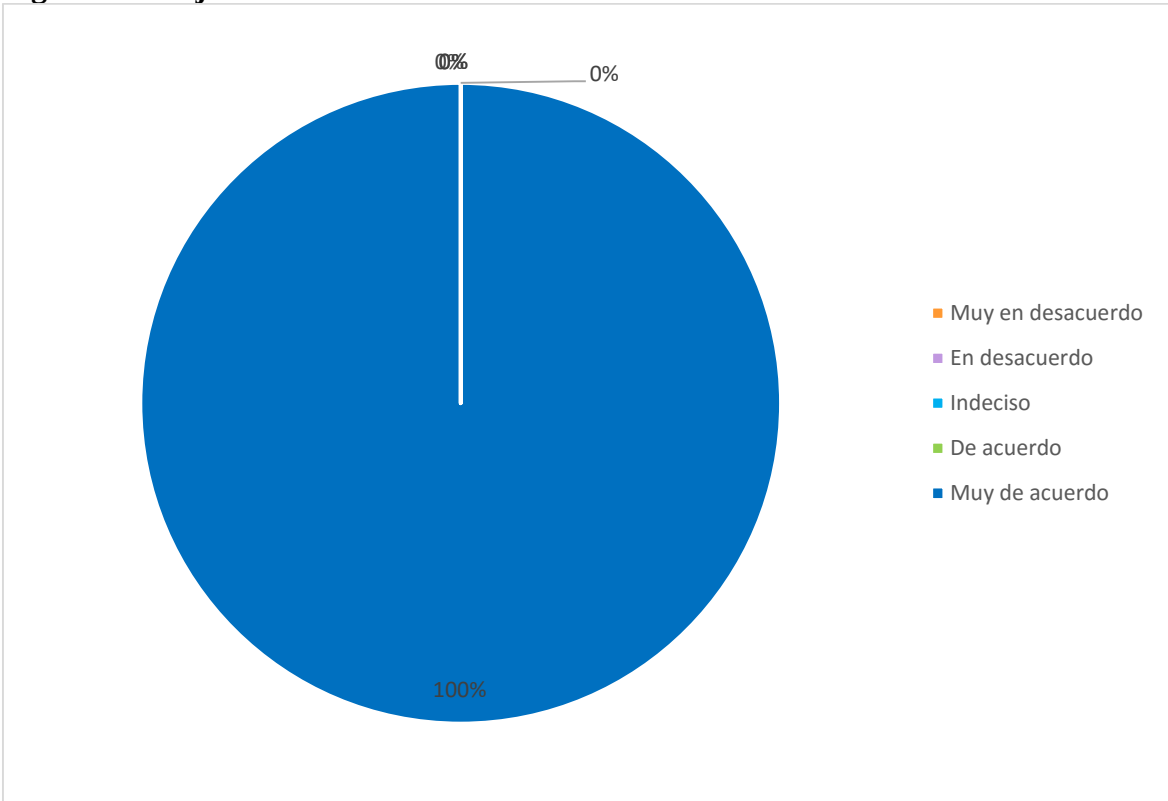
Tabla 5. ¿Considera usted que es necesaria la oferta turística en el Cantón El Empalme?

Variabales	Nº Personas	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
De acuerdo	0	0%
Muy de acuerdo	382	100%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 41. Mejoramiento oferta turística en el Cantón



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

La mayoría de los habitantes encuestados indican que están muy de acuerdo sobre la necesidad de la oferta turística en el Cantón El Empalme, es necesario que el Municipio motive mediante ofertas turísticas para que de esta manera el turismo pueda incrementar.

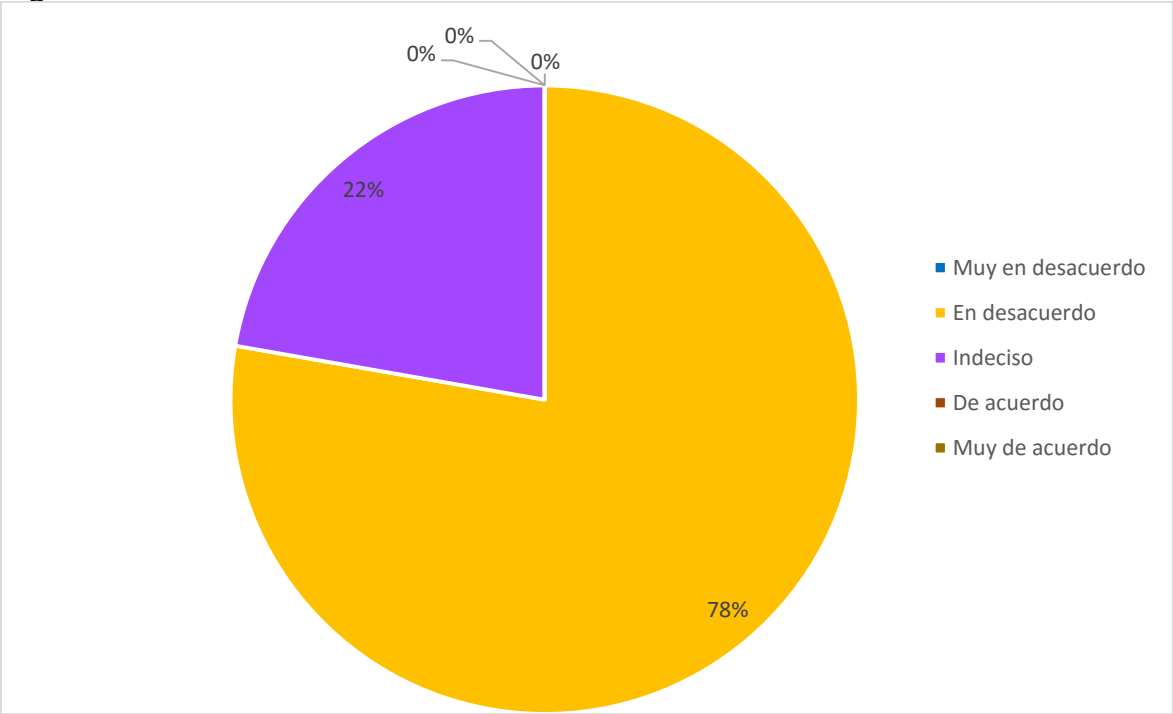
Tabla 6. ¿Considera que el GAD fomenta el turismo adecuadamente?

Variablen	Nº Personas	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	297	78%
Indeciso	85	22%
De acuerdo	0	0%
Muy de acuerdo	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 42. GAD fomenta el turismo adecuadamente



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

Basado en los resultados de la encuesta en su mayoría de los habitantes manifestaron que están en desacuerdo que el GAD fomenta el turismo adecuadamente, mientras que una pequeña parte estuvo indecisa, es de gran importancia fomentar el turismo ya que genera fuentes de empleo y una mejor estabilidad macroeconómica.

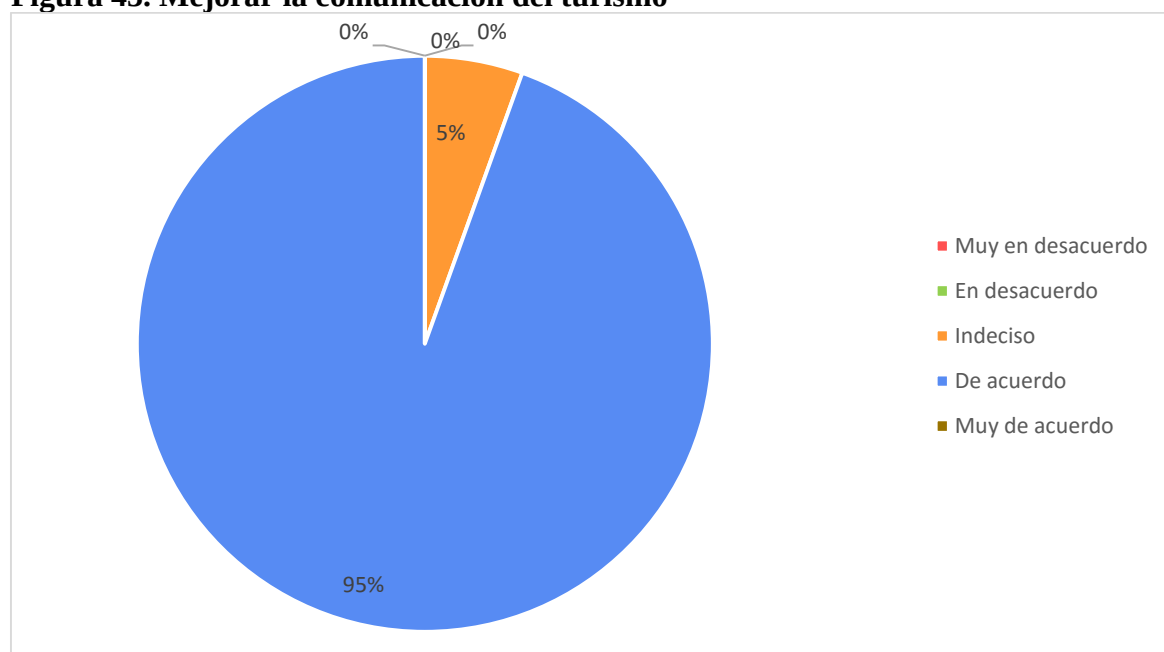
Tabla 7. ¿Cree que el Municipio El Empalme debe mejorar la comunicación del turismo?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indeciso	21	5%
De acuerdo	361	95%
Muy de acuerdo	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 43. Mejorar la comunicación del turismo



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

En su mayoría de los habitantes encuestados indicaron que están de acuerdo que el Municipio El Empalme debe mejorar la comunicación del turismo, mientras que un mínimo estuvo indeciso, es de gran importancia que el Municipio mejore la comunicación del turismo ya que engloba información de la empresa, argumenta y motiva a los demandantes por medio de los productos para la satisfacción de sus necesidades y, trata de inducir a la acción a los posibles demandantes para que prueben o adquieran los productos.

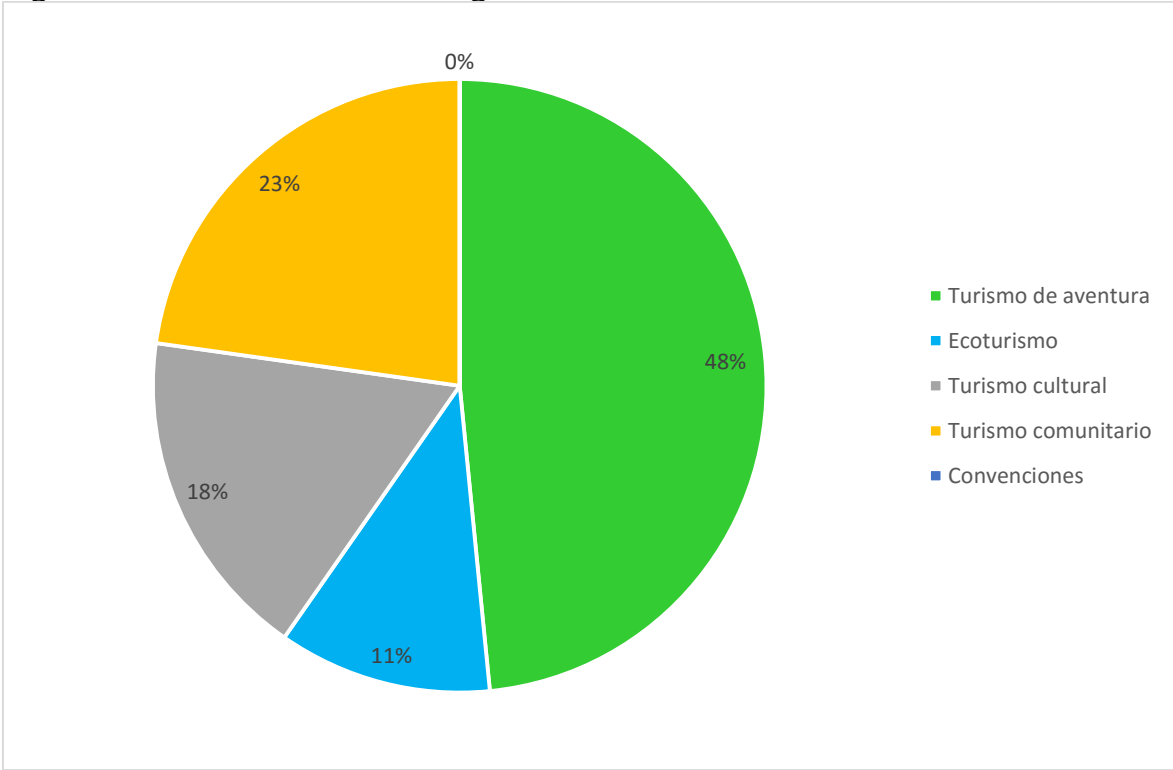
Tabla 8. ¿Cuál es el principal motivo cuando visita algún Cantón?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Turismo de aventura	185	48%
Ecoturismo	43	11%
Turismo cultural	67	18%
Turismo comunitario	87	23%
Convenciones	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 44. Motivo cuando visita algún Cantón



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

Se establece que la mayoría de las personas prefirió el turismo de aventura como principal motivo cuando visita un Cantón, mientras otras personas manifestaron el turismo comunitario, seguido del turismo cultural, y por último el ecoturismo, es sustancial que se realicen campañas publicitarias para promocionar, incrementar y motivar el turismo.

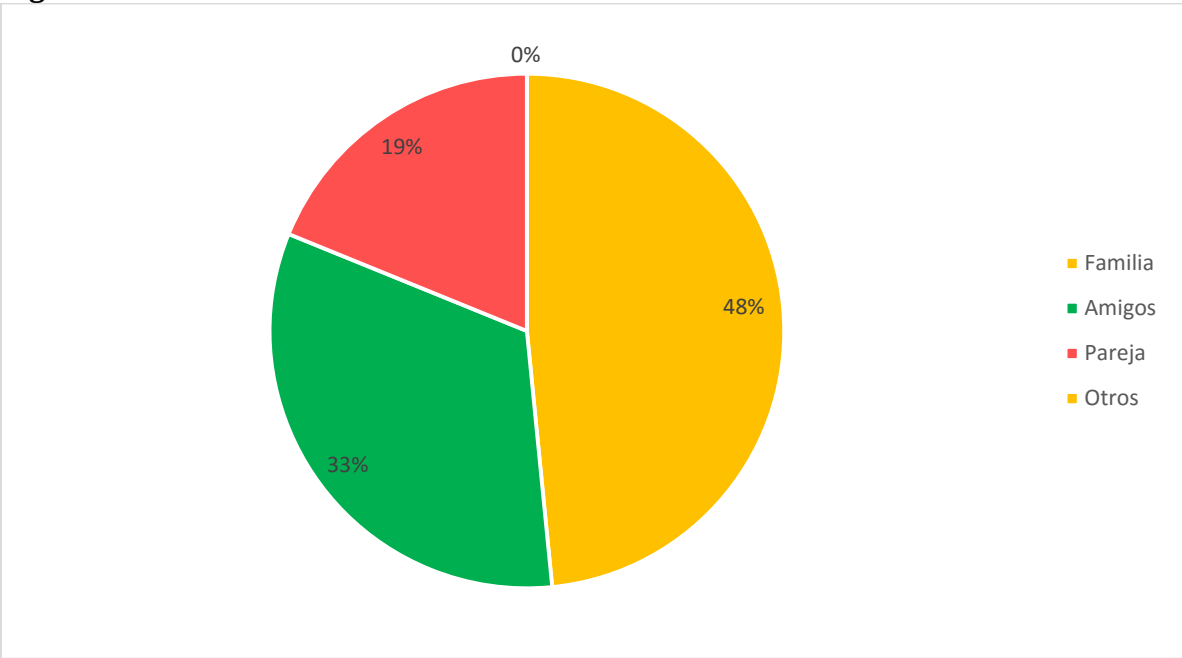
Tabla 9. ¿Con quién les gusta visitar los diversos sitios?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Familia	185	48%
Amigos	125	33%
Pareja	72	19%
Otros	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 45. Visita a los diversos sitios



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

En su mayoría de los habitantes, la familia es con quién más les gusta visitar los diversos sitios turísticos, mientras que otra parte prefirió entre amigos, y la minoría manifestó en pareja, de esta manera se evidencia que los diversos sitios turísticos la familia optan porque encuentra un momento de recreación distracción, entretenimiento y pueden realizar diversos tipos de actividades considerando que el cantón debe mejorar los diversos sitios, para brindar las respectivas comodidades y seguridad a los turistas.

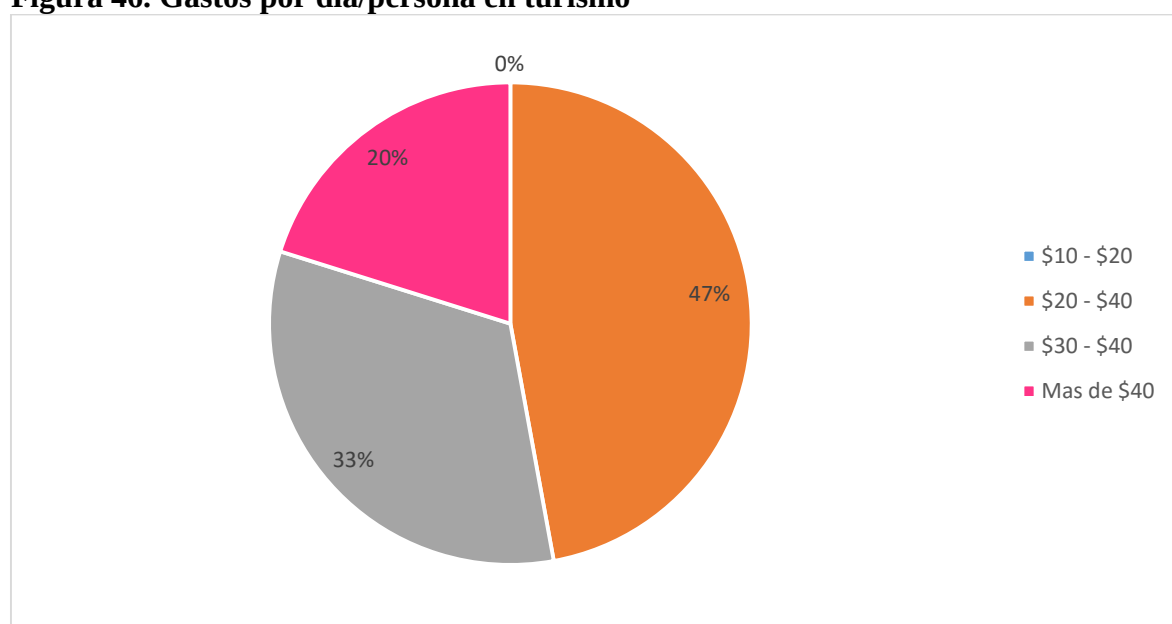
Tabla 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por día/persona por turismo?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
\$10 - \$20	0	0%
\$20 - \$40	180	47%
\$30 - \$40	125	33%
Más de \$40	77	20%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 46. Gastos por día/persona en turismo



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

Según los datos recopilados mediante el desarrollo de la encuesta a los habitantes se refleja que gran parte de ellos indicaron que de \$20 - \$40 estarían dispuesto a gastar por día/persona, mientras que otra parte elijo que de \$30 - \$40, una minoría prefirió más de \$40, esto es notorio que el turismo es una fuente de ingresos económicos para las diversas familias que deseen comercializar sus productos para la demanda turística que visitaran las diversas zonas del cantón.

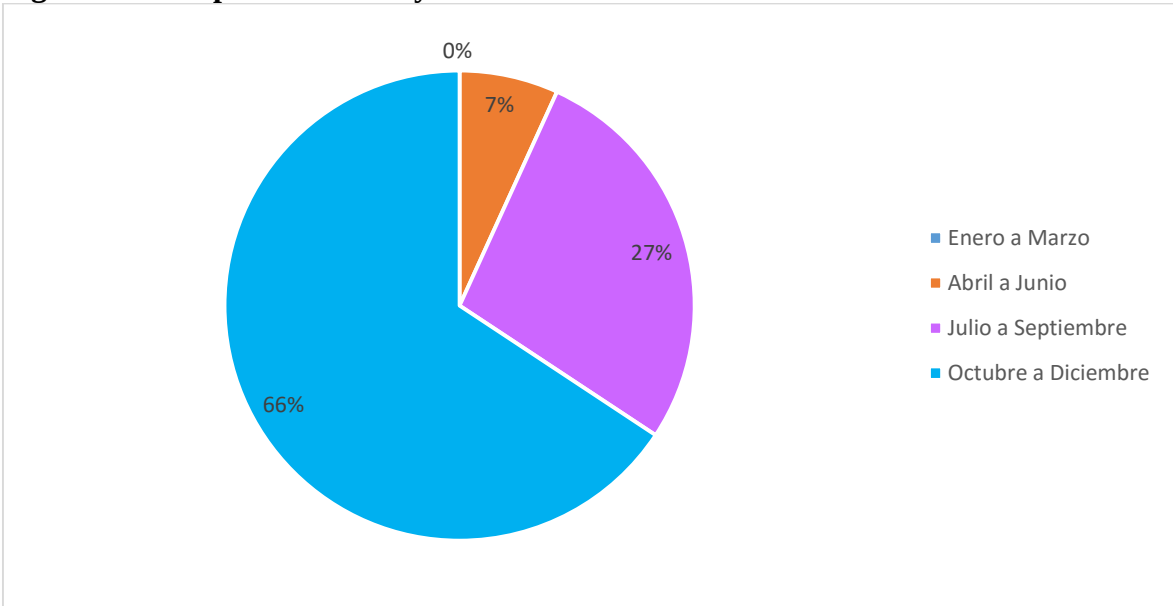
Tabla 11. ¿En qué temporadas cree que existe mayor influencia de turistas?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Enero a Marzo	0	0%
Abril a Junio	26	7%
Julio a Septiembre	105	27%
Octubre a Diciembre	251	66%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 47. Temporadas de mayor influencia de turistas



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

En su mayoría de los habitantes dieron a conocer que de octubre a diciembre es una temporada donde existe mayor influencia de turistas, mientras que otro grupo manifestó que de julio a septiembre, una minoría indicó que de abril a junio, es conveniente fomentar el turismo durante las épocas de octubre a diciembre debido a que las familias buscan más distracción, entretenimiento, diversión, recreación, etc. y por lo tanto esto puede beneficiar al turismo y de esta manera se podría generar ingresos y mayor crecimiento en el turismo.

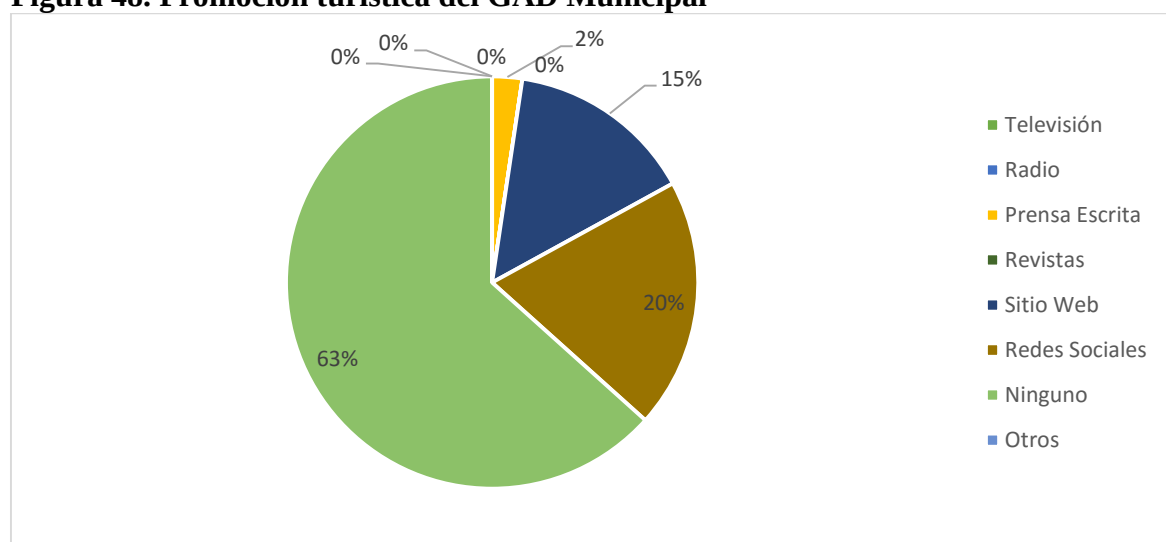
Tabla 12. ¿Qué medios de información usted ha escuchado que el GAD Municipal promociona el turismo de la localidad?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Televisión	0	0%
Radio	0	0%
Prensa Escrita	9	2%
Revistas	0	0%
Sitio Web	56	15%
Redes Sociales	75	20%
Ninguno	242	63%
Otros	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 48. Promoción turística del GAD Municipal



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

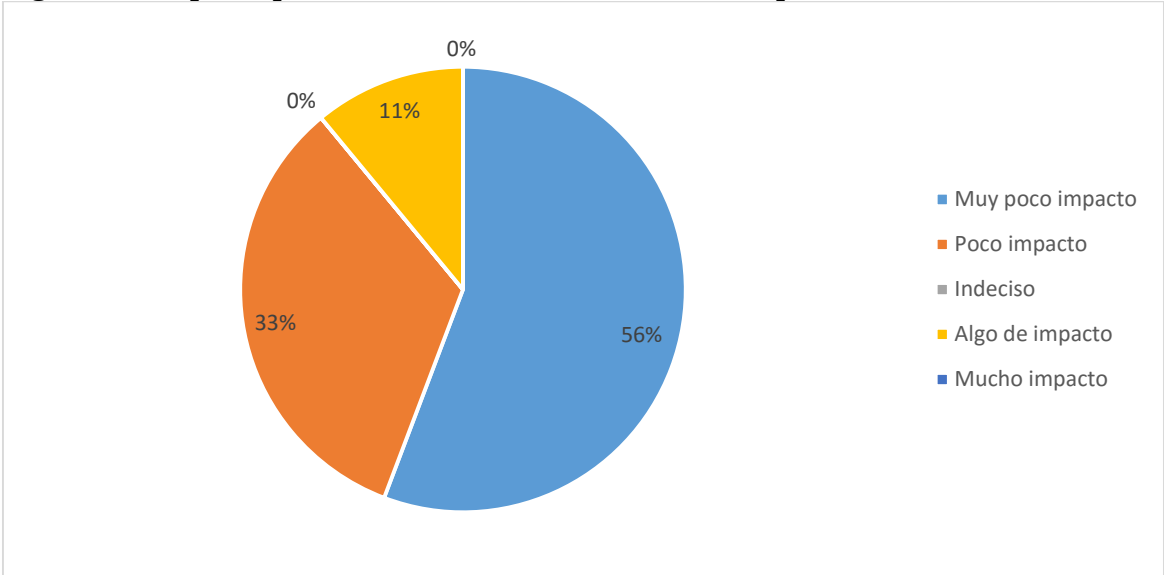
Los habitantes del cantón El Empalme en su gran mayoría en ningún momento han escuchado información que el Municipio promueva el turismo de la localidad, mientras un porcentaje inferior indicó que el medio de comunicación que ha escuchado es mediante redes sociales y otro grupo mediante redes sociales y un mínimo en la prensa escrita, es fundamental que el GAD Municipal mejore la gestión turística del cantón con el propósito de motivar a la ciudadanía y turistas a disfrutar de los recursos naturales que existen en la zona empalmeña.

Tabla 13. ¿Qué impacto ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio en la visita a los sitios turísticos?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Muy poco impacto	213	56%
Poco impacto	127	33%
Indeciso	0	0%
Algo de impacto	42	11%
Mucho impacto	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 49. Impacto promoción turística del GAD Municipal



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

La mayor parte de los ciudadanos del Cantón el Empalme indicaron que es muy poco el impacto que ha generado la publicidad turística realizada por el Municipio para incentivar y conocer los diversos sitios turísticos que existen en el zona, mientras una pequeña parte de habitantes establecieron que en algo ha impactado, es notorio que se debe de mejorar la gestión turística utilizando herramientas que ayuden a dar a conocer los diversos sitios que posee el cantón para la diversión y esparcimiento con sus familias, amigos entre otros.

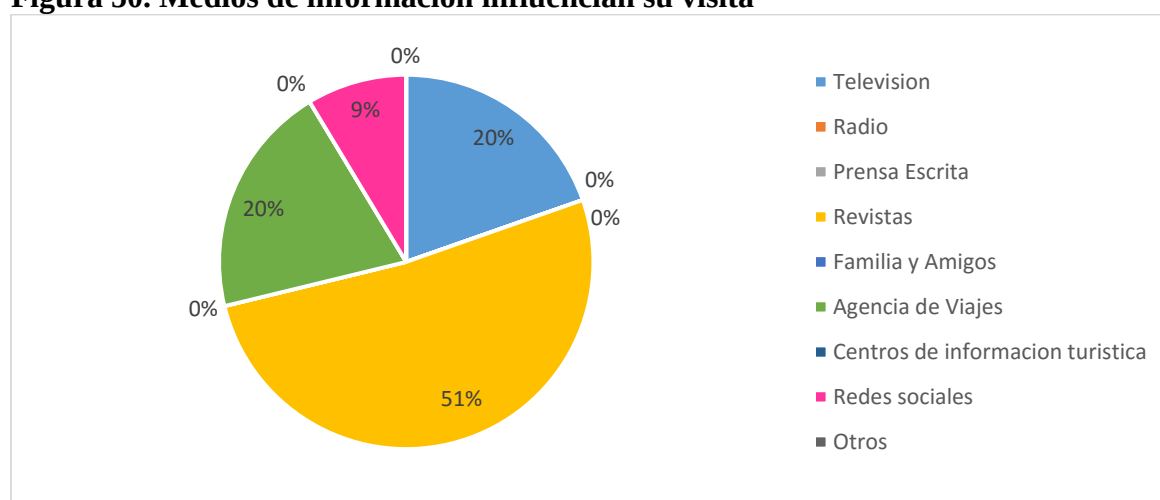
Tabla 14. ¿Qué medios de información influyen su visita?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Televisión	75	20%
Radio	0	0%
Prensa Escrita	0	0%
Revistas	197	52%
Familia y Amigos	0	0%
Agencia de Viajes	77	20%
Centros de información turística	0	0%
Redes sociales	33	9%
Otros	0	0%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 50. Medios de información influyen su visita



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

Gran parte de los encuestados dieron a conocer que las revistas es un medio de información de influencia para su visita, otro grupo manifestó que por medio de amigos y agencia de viajes, y una menor parte fue por las redes sociales, es una ventaja promocionar el turismo por los medios de comunicación, ya que por medio de este método se atraería clientes y mejoraría el turismo.

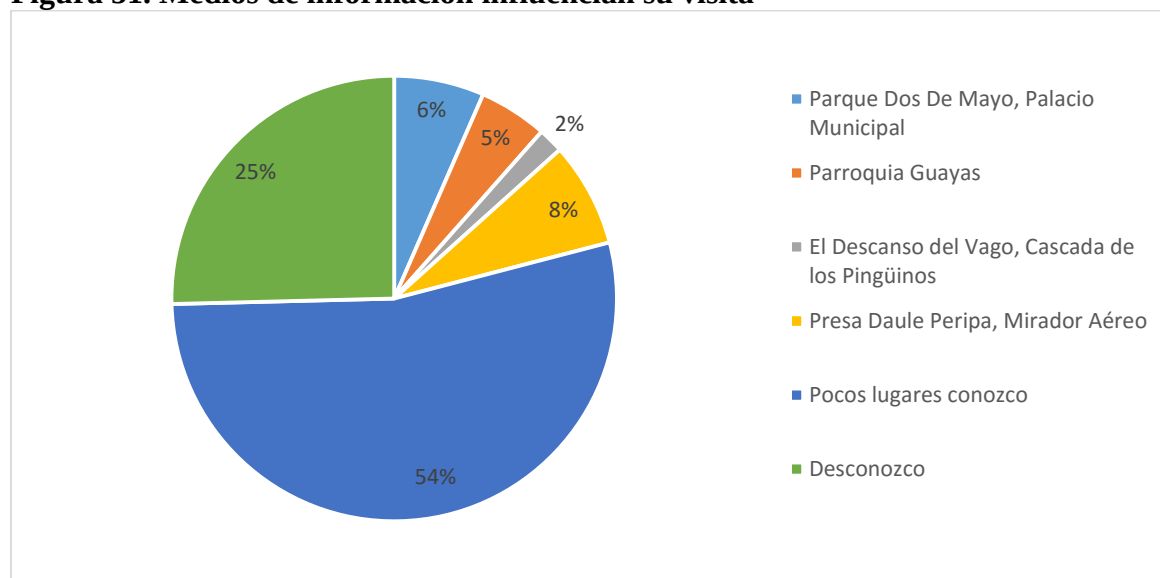
Tabla 15. ¿Conoce los siguientes lugares turísticos del Cantón El Empalme?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Parque Dos De Mayo, Palacio Municipal	25	6%
Parroquia Guayas	19	5%
El Descanso del Vago, Cascada de los Pingüinos	7	2%
Presa Daule Peripa, Mirador Aéreo	29	8%
Pocos lugares conozco	205	54%
Desconozco	97	25%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 51. Medios de información influyen su visita



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

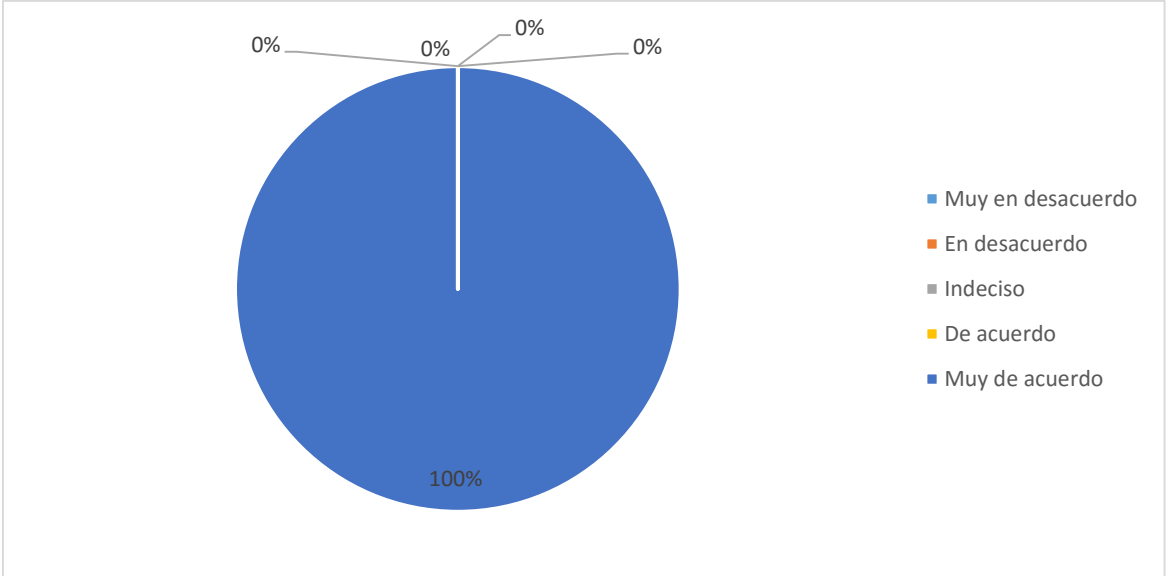
De acuerdo a los encuestados que en su mayoría poco conocen los diversos sitios turísticos que se pueden disfrutar para la diversión y esparcimiento familiar o entre amigos, además otro gran grupo indicó que desconocen los sitios donde se pueden disfrutar del turismo, la problemática referente a la promoción y comunicación turística del cantón para dar a conocer los diversos recursos naturales y sitios que pueden los habitantes y turistas visitar.

Tabla 16. ¿Considera indispensable la utilización de una herramienta de difusión Turística para fomentar el desarrollo turístico de la ciudad?

Variables	Nº Personas	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
De acuerdo	0	0%
Muy de acuerdo	382	100%
Totales	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Figura 52. Herramienta de difusión Turística para fomentar el desarrollo turístico



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Arcentales Jorge

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta realizada se determinó que se está muy de acuerdo que sería indispensable la utilización de una herramienta de difusión Turística para fomentar el desarrollo turístico de la ciudad, con esto se deduce que se debería fomentar el turismo ya que es un ingreso económico muy fuerte e importante, es decir es una fuente de dinero favorable para el desarrollo del Cantón.

Anexo 5. Análisis de la entrevista aplicada al Alcalde, Concejal y Director de Relaciones Públicas del Municipio.

A. Lenin Valle – Alcalde

B. Jessica Díaz – Concejal

C. Víctor Vera Molina Director de Relaciones Públicas

Tabla 17. Análisis de la entrevista.

Preguntas	Respuesta	Análisis
1. ¿Cómo evalúa la gestión turística que realiza el Gobierno Municipal dentro del cantón?	a. Expresaría que regular, la falta de recursos impide promover el potencial turístico del cantón, esta actividad se promueve por la acción de la iniciativa privada.	1. El entrevistado manifestó que el desarrollo de la gestión turística, explotación de los recursos y atractivos turísticos del cantón no tiene una trayectoria sólida.
	b. Acepto que ha faltado mayor diligencia para atender a este sector; sin embargo el trabajo en la entidad municipal también impulsa el desarrollo del turismo.	2. Se determina que es responsabilidad del concejo trabajar por brindar e impulsar el mejoramiento de los servicios básicos y otros que ayudan a promover el desarrollo local del cantón.
	c. Es indispensable fomentar el turismo por parte del GAD Municipal de El Empalme con la finalidad de satisfacer las necesidades y aportar con una gran ayuda para el desarrollo del cantón.	3. Debe planificarse estrategias que ayuden a la fomentación de los diversos sitios turísticos del cantón a fin de promocionar los sitios atractivos para atraer a los turistas.

2. ¿Qué opina del manejo y uso de los recursos turísticos en el cantón El Empalme?	a. Determino que la administración de los recursos destinarlos a este rubro no ha sido favorable ni se ha realizado de manera planificada con el nivel de importancia que tiene. b. Indicaron que han efectuado poco sobre los recursos turísticos, debido a que no se ha considerado como una estrategia de desarrollo local. Es indispensable aplicar herramientas publicitarias encaminadas a impulsar el crecimiento del turismo en el cantón. c. Se ha evidenciado el descuido en la explotación de los recursos turísticos, debido a que el GAD Municipal poco planifica la elaboración de herramientas para la gestión del turismo de la zona.	1. No existe una trayectoria de trabajo en la gestión turística local, pero se tiene en cuenta que siempre han sido numerosos los visitantes que llegan al cantón en busca de lugares turísticos. 2. Es indispensable que los concejales deben fomentar el desarrollo turístico del cantón e impulsar la aplicación de proyectos publicitarios como revistas que incidan positivamente en beneficio de cantón El Empalme. 3. Se debe elaborar estudios para la fomentación turística. La poca comunicación y planificación técnica del GAD Municipal en este aspecto, ha sido la principal causa de su descuido para impulsar el turismo.
---	--	--

3. ¿Cree usted que el cantón El Empalme podría convertirse en un destino turístico de excelencia?	a. El cantón El Empalme es un destino turístico que necesita de apoyo de sus autoridades locales y nacionales. Para el efecto se apoyará toda iniciativa que organice, planifique e impulse el turismo de la ciudad. b. Se establece que porque no hay condiciones o medios para lograrlo; pero es ineludible que en la planificación y proyección de obras se contemple la atención al turismo. c. Fomentando una eficiente o adecuada promoción y publicidad de los lugares de recreación, En El Empalme se convertirá en un destino turístico de excelencia.	1. La retribución de recursos para la organización, dirección y planificación turística debe realizarse con criterio técnico para determinar una herramienta que permita fomentar el turismo en la zona. 2. Se debe establecer estrategias entre el sector público y el privado para impulsar al potencial turístico de la zona y mejorar el desarrollo socioeconómico. 3. La ampliación y construcción de estrategias orientadas a la fomentación de sitios atractivos y turísticos ayudará segmentar en las personas los diversos sitios para que puedan recrearse y disfrutar en familia de un lugar de esparcimiento.
--	--	--

4. ¿Considera que se hace viable y necesario aplicar herramientas de publicitarias para mejorar la comunicación turística?	a. En la entrevista se considera indispensable que el GAD, mejore la comunicación turística ello permitirá impulsar al desarrollo y progreso turístico de manera eficiente y organizada. b. El GAD. Municipal cuenta con todos los recursos e infraestructura necesaria para crear una Unidad de Turismo. c. La aplicación de una herramienta de comunicación turística permitiría aprovechar el potencial turístico; pues se encargará de fomentar los lugares y atractivos turísticos para el conocimiento de la ciudadanía y turistas.	1. Las estrategias publicitarias permitirán llegar a incrementar la demanda turísticas en el cantón. 2. Los concejales deben impulsar todo lo que signifique progreso para la ciudad principalmente el turismo a fin de captar la atención de las personas a incentivarlos que visiten el cantón a fin de mejorar el progreso y desarrollo de la ciudad. 3. La incorporación estrategias de comunicación turística permitirá mejorar la gestión turística local, posibilitará la organización y el control de los recursos. Es necesaria la creación de una herramienta turística; pues va a permitir que estos recursos naturales sean explotados racionalmente.
---	--	--

5. ¿Considera que una revista le ayudaría a informar la gran mayoría de sitios turísticos que tiene el cantón El Empalme?	a. Es muy importante utilizar este medio porque permite ofrecer un amplio contenido de los diversos sitios turísticos del cantón, además tiene un alto alcance para segmentar en los habitantes y turistas. b. Las revistas son una herramienta para hacer llegar la información a sectores estratégicos para fomentar el turismo. c. La revista puede brindar una excelente imagen para motivar a los habitantes y turistas a visitar estos sitios.	Se analiza que es esencial la aplicación de una revista para poder ofertar los sitios turísticos que posee el cantón con un mayor alcance. Se evidenció el apoyo para el diseño de una revista debido a que permite ofrecer todo referente a los sitios turísticos, gastronomía entre otros factores sociales y culturales sobre el cantón El Empalme. Es significativo el diseño de la revista para mejorar la oferta turística en el cantón y atraer a la demanda existente respecto al turismo.
6. ¿Indique cuáles son las fortalezas en la comunicación turística?	▪ Amplia oferta turística. ▪ Ambiente agradable y acogedor. ▪ Interés de inversión turística privada. ▪ Tecnología para la oferta turística	La fortaleza principal es la amplia oferta turística, debida a las tendencias actuales del turista al momento de elegir un destino en donde busca la interacción directa con la naturaleza y zonas de diversión.

7. ¿Cuáles son las oportunidades del Cantón El Empalme en la comunicación turística?	▪ Creciente interés del mercado turístico. ▪ Potencial para desarrollo turístico. ▪ Se presenta como un destino seguro ▪ Con el turismo se pretende ofertar un lugar de distracción y esparcimiento. ▪ El desarrollo turístico, por los atractivos naturales	La mayor oportunidad que se encuentra es el gran interés de inversión turística por parte de empresas privadas puesto que está receptando proyectos para el desarrollo del turismo y ampliación de la infraestructura para el cantón.
8. ¿Cuáles son las principales debilidades que presenta el cantón en la comunicación turística?	▪ Limitada infraestructura de servicios hotelero ▪ Escasas zonas de diversión potencialmente turísticos. ▪ Falta de concienciación, educación y capacitación turística-ambiental. ▪ Escasos lugares para recreación y esparcimiento. ▪ Falta de señalización turística. ▪ Escasa comunicación y promoción turística.	Analizando las debilidades, se encuentra que la falta de promoción y publicidad turísticas de las diversas zonas del cantón

9. ¿Qué amenazas se presentan en la comunicación y fomentación del turismo?	▪ Deterioro de escenarios turísticos. ▪ Competencia turística de cantones con mayor promoción ▪ Situación económica del país ▪ Desastres naturales	La amenaza mayor que se tiene es el deterioro del escenario turístico, por cuanto al no existir un adecuado mantenimiento y preservación de los recursos, ocasionará en un futuro la disminución de turistas, provocando un impacto negativo en la oferta turística.
--	---	---

Fuente: Entrevista al Alcalde, Jefe de Turismo y Director de Relaciones Públicas del Municipio.

Elaborado por: Jorge Arcenales.

Anexo 6. Solicitud al GAD Municipal para subir revista al portal Web

El Empalme 26 de Octubre de 2016

*Atención Sr. Victor Vera
su opinión
conigo*

Econ. Lenin Valle Vera.
ALCALDE DEL CANTÓN EL EMPALME
En su despacho.

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de parte de quien suscribe el presente, deseándole éxitos en las funciones que usted acertadamente realiza.

El suscrito **Sr. Jorge Abel Arcentales Torres**, con C.I. N° 1309326583, Estudiante del Decimo Semestre de la Carrera de **INGENIERIA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA**, de la facultad de Ciencias Ingeniería de la **Universidad Técnica Estatal de Quevedo**, tengo a bien poner en su conocimiento, que como requisito previo a mi graduación como Ingeniero de la antes mencionada carrera, he elaborado una revista turística digital del cantón El Empalme.

Solicito a usted muy respetuosamente me facilite la coordinación con el departamento de Sistemas Informáticos, mismo que son administradores de la página web del GAD Municipal, para que se me efectué la publicación de la Revista Digital en dicha página.

Por lo expuesto y en espera de una respuesta favorable a lo solicitado, le reitero mi más alto sentido de gratitud.

Atentamente.

Jorge Arcentales
Egdo. Jorge Arcentales Torres
ESTUDIANTE

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN EL EMPALME
Recepción de documentos Jefatura de Relaciones Públicas
FECHA: 31.10.2016
RECIBIDO: *24*

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN EL EMPALME
RECIBIDO
FECHA: 26/10/2016
HORA: 11:49 *pe*
ALCALDIA

Anexo 7. Fotos





