



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“DISEÑO DE UNA GUÍA TURÍSTICA DEL CANTÓN MONTÚFAR PARA PROMOCIONAR SU RIQUEZA NATURAL Y SUS LUGARES TURÍSTICOS”

Tesis de Grado previo a la obtención del título de Licenciado en la Especialidad de Diseño Gráfico

AUTOR:

CRISTIAN MUÑOZ

DIRECTOR:

Msc. RAIMUNDO LÓPEZ

Ibarra, 2016

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Trabajo de Grado, presentado por el señor: Muñoz Rueda Cristian Rubén, para optar por el Título de Licenciado en la Especialidad de Diseño Gráfico, doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 3 días del mes de diciembre del 2015.

Firma:

MSc. RAYMUNDO LÓPEZ

CI

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a todos quienes me animaron, me apoyaron en todo sentido y que han depositado en mí muchas bendiciones para que llegue a concluir este interesante trabajo.

Siempre habrá personas que lo estimulan a uno en el momento oportuno para que siga adelante en la consecución de una meta, de manera muy especial y con mucho cariño a mis queridos padres Nelson Muñoz y Cazandra Rueda, que con su enorme esfuerzo me dieron la educación para luego culminarla con éxito y mucha satisfacción, a todos ellos gracias por su aporte, entusiasmo y sinceridad.

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios por ser mi guía y mi fortaleza en todo momento de mi vida.

Mi inmensa gratitud a la Universidad Técnica del Norte, todas las Autoridades, Personal Docente y Administrativo, que con su calidad humana y profesionalismo supieron aportar con sus conocimientos, trabajo y dedicación.

De manera muy especial, mi gratitud al Msc. Raimundo López, Asesor de Trabajo de Grado, por su, guía, dedicación y crítica constructiva me impulso a culminar con éxito este trabajo de investigación.

A mis padres, hermana y cada una de las personas que aportaron con un granito de arena para hacer posible este anhelo.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del Problema	5
1.3. Enunciado del Problema	6
1.4. Delimitación del Problema	7
1.5. Objetivos	7
1.6. Justificación	8
CAPITULO II	10
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Conceptualización	10
2.2. Fundamentación Teórica	28
2.3. Posicionamiento Teórico Personal	31
2.4. Glosario de Términos	35
2.5. Interrogantes	38
CAPÍTULO III	39
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1. Tipo de Investigación	39
3.2. Métodos	39
3.3. Técnicas e Instrumentos	41
3.4. Población	41
3.5. Muestra	41
CAPITULO IV	44
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	44
CAPÍTULO V	55
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
5.1 CONCLUSIONES:	55
5.2 RECOMENDACIONES:	55
CAPITULO VI	57
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	57

6.1. Título de la Propuesta.....	57
6.2. Justificación e Importancia.....	57
6.3. Objetivos:	58
6.4 Fundamentación	59
6.5. Ubicación Sectorial y Física.....	60
6.6 Estrategia de Socialización	60
6.7 Lanzamiento	63
6.8 Cronograma.....	65
6.9 Costos de Producción.....	66
6.10 Desarrollo de la Propuesta	66
6.11. Impactos	102
6.12. Difusión	104
ANEXOS.....	105
6.13. Bibliografía.....	111
Bibliografía	111

RESUMEN

El Cantón Montúfar es uno de los Principales Cantones de la Provincia del Carchi, situado a 50 Km de la Frontera Norte que limita con Colombia, cuenta con una Geografía atractiva para propios y visitantes de nuestro país y del extranjero. Por falta de iniciativas de quienes han llegado a desempeñarse como Autoridades Cantonales y al no contar con un presupuesto sólido para impulsar el Turismo, no se ha logrado difundir significativamente los rincones turísticos que posee el cantón. Sabiendo que la riqueza natural es un regalo de la Creación y que debe ser cuidada, protegida y disfrutada como fuente de recreación, observación, estudio y conocimiento para propios y extraños, no se ha impulsado con seriedad e interés el hecho de fomentar el Turismo y la visita a las bellezas con las que se cuenta como son: La Cascada de Paluz, la Laguna del Salado, el Bosque de los Arrayanes, la Gruta de La Paz, entre otras. Se hace necesaria la gestión para atender y destinar recursos económicos que permitan un acceso adecuado a estos Sitios, que con una debida planificación y desarrollo estratégico, se lograría generar valiosos recursos económicos para el Cantón como fruto del incremento del Turismo nacional y extranjero. Por ello como un aporte valioso encaminado al conocimiento de las riquezas de este lindo Cantón, se requiere la elaboración de una Guía Turística que permita a la población y al visitante conocer y llegar con gran facilidad a visitar estos hermosos lugares que son un atractivo muy interesante para la familia, los amigos y la población en general. El manejo de una guía turística facilita concretamente el conocer la geografía, sus espacios por recorrer y el tiempo que se ocuparía en llegar al lugar de destino. Con la elaboración de esta guía pensamos que se está aportando significativamente en el desarrollo Turístico de Montúfar.

ABSTRACT

Montúfar is one of the Top Townships of the Province of Carchi, located 50 km from the northern border bordering Colombia, has an attractive geography for locals and visitors to our country and abroad. For lack of initiatives of those who have come to serve as cantonal authorities and not having a solid budget to boost tourism, has not been able to significantly spread the tourist spots possessing canton. Knowing that natural wealth is a gift of creation and must be cared for, protected and enjoyed as a source of recreation, observation, study and knowledge to all and sundry, has not been driven and interest seriously the fact promote tourism and visiting the beauties that are counted as: Cascade Paluz, the Laguna del Salado, the Forest of the Lions, the Grotto of La Paz, among others. Management is needed to address and allocate financial resources to allow adequate access to these sites, with proper planning and strategic development be achieved generate valuable economic resources to Canton as a result of increased domestic and foreign tourism. So as a valuable contribution to the knowledge of the aims of this cute wealth Canton, the development of a Tourist Guide enabling people and visitors are required to know and easily get to visit these beautiful places are a very interesting attraction family, friends and the general population. Managing a guidebook specifically facilitates knowing the geography, its spaces to go and how long it would take to reach the destination. In producing this guide we think it is contributing significantly in the tourist development of Montúfar.

INTRODUCCIÓN

Conocer los rincones turísticos de nuestro país es un gran atractivo para ecuatorianos y extranjeros.

Los problemas de falta de estrategias publicitarias constituyen un problema de adaptación a la comunicación persuasiva en nuestro cantón.

Las autoridades cantonales deberían diseñar políticas de difusión de las maravillas con las que cuenta a lo largo y ancho de la Geografía del País.

Siendo así, en el Cantón Montúfar de la Provincia del Carchi, se cuenta con excelentes lugares que deben ser conocidos, visitados y difundidos al resto de ecuatorianos y a los visitantes de otros países para que disfruten de su maravilloso colorido, paisaje, clima y el encanto de su entorno natural.

Se hace necesario la elaboración de una guía turística que se el aporte y el elemento que el Turista necesita para llegar a visitar y disfrutar de manera sana y segura de estos parajes naturales que son un regalo y que valen la pena conocerlos.

Es por esta razón que el presente trabajo se orienta a la elaboración de esta guía, pensando en el interesante aporte que se puede dar al cantón para su conocimiento y difusión turística.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

El Cantón Montúfar está ubicado al norte del Ecuador, su capital es San Gabriel, conocida también como la ciudad de la Eterna Primavera se encuentra localizado en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 Km. de Tulcán. Tiene una población aproximada de 30.000 habitantes. Su cabecera cantonal es San Gabriel, división Política Parroquias urbanas: San José y González Suárez, y Parroquias Rurales: Fernández Salvador, Piartal, Cristóbal Colón, La Paz, Chitán de Navarrete.

El Cantón posee una gran diversidad de lugares turísticos en donde la falta de políticas locales ha provocado que el cantón no cuente con estrategias efectivas en donde se impulse de manera positiva el turismo, es por esto que se da la iniciativa de analizar el turismo ecológico, como se encuentra organizado, su situación actual, y como este incide en el desarrollo del cantón, para así proponer las alternativas adecuadas para potencializarlo y por ende lograr el desarrollo de Montúfar en beneficio tanto de sus habitantes como de las personas que lo visitan.

Conocido también como la ciudad de las siete colinas antiguo asentamiento del pueblo Tusa, cuna de lo que fue la importante Cultura Cuasmal, con el progreso de la ciudad de San Gabriel, la sociedad patriótica realizo gestión es para lograr la declaratoria de cabecera cantonal, esto se plasmó el 27 de septiembre de 1905.

El pueblo, ostenta con orgullo, el Procerato al Trabajo, como un testimonio imperecedero del coraje, valor y querencia a su tierra, epopeyas como la construcción de la vieja carretera oriental, marcaron definitivamente con letras de oro la gesta minguera. Los Sangabrieleños, somos orgullosos de nuestras raíces, de lo que somos como pueblo trabajador, pues este valor cultural nos seguirá proyectando al futuro como un pueblo unido, orgulloso de nuestra cultura, al constituirse ésta, en un factor dinámico del desarrollo humano de Montúfar. Cuna de grandes personajes que se han destacado a nivel nacional e internacional dejando en alto el nombre de esta generosa tierra en las áreas de investigación, deporte, educación, artesanías las artes plásticas, poesía.

En la ciudad de San Gabriel se desarrollan ferias importantes como de la papa, ganado vacuno y la actividad comercial, está cobrando un impulso importante, unido al gran potencial turístico, al ser Patrimonio Cultural del Ecuador.

SITIOS NATURALES

Cascada de Paluz

En la comunidad de Chutan Bajo, a 4 Km. De San Gabriel se encuentra un salto natural de 25mts, que nace en los grandes humedales del páramo y forman-do pequeños riachuelos que con-fluyen en el río San Gabriel, en su trayecto las aguas se precipitan presurosas, impactándose en las formaciones rocosas que producen una tenue llovizna que genera frescura y encanto al visitante.

Bosque de los Arrayanes

En la comunidad de Monteverde, perteneciente a la parroquia urbana San José, a 11 Km. De San Gabriel, encontramos al milenario bosque de arrayanes, con una extensión de 16 hrs, conformado en su mayoría por imponentes árboles de arrayán con una altura aproximada de 20 mts. Además árboles de Charmuelan. Un soto bosque de anturios, bromelias, orquídeas.

La hojarasca acumulada a través de los años forma un colchón lleno de innumerables huéspedes.

Laguna del Salado

En la jurisdicción de la parroquia Cristóbal Colon y a 5Km. De la ciudad de San Gabriel se encuentra un embalse lacustre, que data su construcción de hace 70 años atrás, con una extensión de 24 Has. Conformada por una circunvalación de 2.790 mts.

Con vegetación natural compuesta por cartuchos, rosas, totora, lirios, que en su interior albergan nidales de patos y colibríes, espacio propicio para realizar paseos y navegación en sus cálidas aguas.

Pilar de Athal

En la jurisdicción de la parroquia urbana San José en la comunidad de Athal se encuentra una formación rocosa de singular significado, a 16 Km. De la Ciudad de San Gabriel, siendo objeto de estudio por parte del arqueólogo alemán Máx Hule, quien sostiene que los signos realizados en la piedra refiere a un culto al rey sol por parte de las tribus antiguas,

mientras que Peñaherrera y Costales creen más bien que son cultos al agua y a la fertilidad. Petroglifo paralelepípedo rectangular con tres metros de altura y dos metros de ancho.

Gruta de la Paz

En la jurisdicción de la parroquia de la Paz a 18 Km. De la ciudad de San Gabriel, se encuentra una formación natural rocosa que guarda misterio y devoción, que por sus entrañas cruzan las aguas del río Apaqui. Caverna de piedra decorada por estalactitas y estalagmitas, en su interior se levanta imponente la imagen de Nuestra Señora de La Paz, templo natural que brinda al visitante recogimiento y un encuentro con Dios.

Cascada de Guadir.

En la parroquia de Chitan de Navarretes y a 9 Km. De la ciudad de San Gabriel nos encontramos una resplandeciente caída de agua, dando lugar a una pequeña cascada con un entorno ecológico singular. Y para los amantes de la naturaleza no está por demás visitar las cordilleras oriental y occidental donde nos encontramos con una gran biodiversidad de flora y fauna con espectaculares paisajes presentes en los bosques protectores, El Chamizo y El Hondón.

Problema

La escasez de información y promoción de los lugares turísticos por parte de las Autoridades Municipales generan poca afluencia de turistas a nuestro cantón Montúfar.

1.2. Planteamiento del Problema

La no existencia de una adecuada información y promoción turística hace que nuestros sitios naturales no se les de la suficiente importancia y esto debilita al turismo dentro y fuera del cantón y de la provincia.

La falta de información y promoción turística incide paulatinamente en el progreso del cantón y de quienes lo habitamos.

El Cantón Montufar posee una riqueza inigualable en lo referente a ecología y turismo, lo que le da un matiz especial en la potencialidad o con un gran potencial eco turístico, turismo de aventura y para los amantes de la naturaleza encontramos sitios donde se puede apreciar el páramo, los frailejones en su máximo esplendor, la pesca deportiva y el avistamiento de especies endémicas como el cóndor, oso de anteojos, venado, entre otros, que es posible observarlas desde muchas de las comunidades pertenecientes al cantón Montufar, sobre todo las que están a las faldas de la cordillera oriental.

Es conocido que el turismo es una de las grandes industrias que aún no se las ha explotado en el Ecuador menos aun en nuestro cantón, la misma que debe ser apoyada y complementada con otras áreas para que se conviertan en una verdadera fuente de ingresos económicos y de fuentes de trabajo para la población local y por ende para la economía nacional; hay que cambiar la mentalidad de los turistas que por ser provincia de frontera se la ha considerado como zona roja de alta peligrosidad y darle imagen verdadera de un lugar pacífico con una gran calidez humana.

El turismo en el cantón no ha tenido el realce ni la importancia necesaria dentro de la actual administración municipal, no se le ha dado el valor suficiente al patrimonio natural y turístico del cantón Montufar, no existe un inventario real de los lugares turísticos y si existe no se lo ha dado a conocer, se ha focalizado la parte turística en 4 centros los mismos que no han tenido la promoción ni el mantenimiento suficiente para atraer al turista local nacional y extranjero, no se ha trabajado en la infraestructura material de estos lugares llámese vías de acceso, señalética, no existe un centro de información turística en el cantón.

1.3. Enunciado del Problema

Dentro de los principales problemas que encontramos en el cantón para una verdadera promoción, difusión y desarrollo turístico es que no hay empresas de turismo comunitario para que lo promuevan, no existe una capacitación a los moradores de los sectores sobre la riqueza turística que tienen a su alrededor, no tenemos un departamento técnico dentro del ámbito turístico en el gobierno municipal, tampoco un centro de información turística.

Todos estos temas han hecho que nuestro cantón siendo un cantón con una gran riqueza turística arqueológica haya sido relegado a un segundo y tercer plano y no haya encontrado a través del ámbito turístico o de la industria turística un verdadero desarrollo.

1.4. Delimitación del Problema

1.4.1 Unidades de Observación

Como unidades de observación se tomaron en cuenta las Agencias Turísticas del cantón y de la provincia, a las diferentes operadoras turísticas del Carchi y a todos los involucrados en el turismo en Montúfar.

1.4.2 Delimitación Espacial

La siguiente investigación se va a realizar exclusivamente en el territorio que comprende el cantón Montufar.

1.4.3 Delimitación Temporal

El tiempo estimado para nuestra investigación se realizara a partir de los meses de febrero y marzo del 2014.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General:

Diseñar la Guía Turística como aporte de información y promoción a los atractivos naturales del cantón Montúfar.

1.5.2 Objetivos Específicos:

Realizar un inventario para la identificación y jerarquización de los diferentes atractivos naturales y culturales del cantón Montúfar.

Dar una herramienta para mejorar el desarrollo de los sitios naturales, mediante la distribución de una Guía de Promoción Turística.

Socializar el proyecto ante la comunidad del cantón Montúfar, para su difusión.

1.6. Justificación

La escases de información y de conocimiento que existe sobre los lugares turísticos de Montúfar nos motiva a realizar este proyecto, con el objetivo de diseñar una Guía Turística, la cual ayude a promocionar la maravillosa riqueza turística perteneciente al Cantón, para que se conviertan en un destino eco turístico de Montúfar, del Carchi y del mundo.

Se considera de gran importancia dar a conocer la riqueza natural de nuestro Cantón, primero a su gente para crear conciencia y sentido de pertenencia, de amor por lo suyo, de aprender a valorar lo que tenemos en casa, de despertar el espíritu aventurero propio de la juventud y que lo pueden hacer en su propio cantón.

Con este trabajo daremos un aporte informativo, que se espera ayude a identificar y a conocer las áreas naturales del Cantón Montúfar.

Conocer todos los lugares y todos los destinos turísticos de Montufar ya que existen a más de los que comúnmente conocemos otros que aún siguen en cierta medida en el anonimato, a través de este trabajo queremos generar una carta visual sobre la riqueza turística del cantón Montúfar para qua a partir de ahí docentes y alumnos sientan el deseo y el interés de conocer su cantón, su tierra, su cultura y por ende la

sociedad en general encuentre un medio de liberación de la enfermedad del siglo como es el estrés.

Este trabajo que se lo realizó beneficiará a la sociedad montufareña y al mismo tiempo q será un gran aporte para los departamentos de cultura y turismo de los GAD's parroquiales cantonal y provincial.

Factibilidad

Entre las ventajas q encontramos para la elaboración de este proyecto está el de ser oriundo del cantón Montufar y conocer su realidad, su idiosincrasia y las necesidades y falencias que en el tema de promoción turística existe en el cantón.

Dentro de las desventajas q encontramos para la realización de este trabajo es la falta de accesibilidad movilización, parte tecnológica y humana, falta de un equipo técnico y personal de apoyo.

Sin embargo a pesar de los obstáculos o dificultades q encontremos en el camino nuestro compromiso de trabajo y de amor por lo nuestro hará que encontremos siempre los mecanismos e instrumentos para desarrollar a cabalidad y con éxito este proyecto.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Conceptualización

En este capítulo detallaremos los puntos importantes de los diferentes tipos de conceptos acerca de las teorías de comportamiento del consumidor y el desarrollo de planes de promoción, esta información permite fundamentar la investigación que se va a realizar.

2.1.1 Diseño

Peters y Porter

El diseño es un instrumento del que ya está a la disposición de los ejecutivos, pero ha sido subutilizado. Hoy encontramos muy pocas empresas que tomen muy en serio al diseño. El buen diseño, además de incidir en los rasgos físicos y estéticos de los productos, produce innovar las experiencias que se le ofrecen al cliente. Y la innovación es un factor clave para el triunfo en un ambiente competitivo.

Un diseño innovador es la clave perfecta para que el producto que va ser entregado a los turistas y pobladores de Montúfar sea un éxito al momento de informar y de dar el conocimiento necesario para una buena difusión.

Moholy y Nagy afirmaron lo siguiente:

El diseño es entendido como una actividad central que confiere una ventaja competitiva, porque resolviendo un problema funcional sale a la luz el significado emocional que los productos y servicios tienen para los usuarios, y porque extrae el alto valor de este tipo de conexiones.

A través del diseño logramos resolver los problemas planteados anteriormente, el diseño es una ventaja que da un significado y un mejor valor al producto final que se va a entregar, en este caso una Guía Turística del cantón Montúfar.

(Tomas y Watson)

“Un gran diseño no venderá un mal producto, pero permitirá a un gran producto alcanzar su máximo potencial.”

De acuerdo con Maldonado Tomas:

El diseño es un medio fundamental para el desarrollo de la innovación. A través del diseño la empresa crea los productos, comunica su oferta, construye su imagen y sus marcas y, en definitiva, a través del diseño la empresa está en el mercado y en la mente, o el corazón, de sus clientes.

Podemos ver que la innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, la intención de esta Guía innovadora es que sea útil para el incremento de la productividad en el cantón Montúfar.

No solo hay que inventar algo, sino, por ejemplo, introducirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello, la innovación exige la conciencia y el equilibrio para transportar las ideas, del campo imaginario o ficticio, al campo de las realizaciones e implementaciones.

De la misma forma el diseño gráfico es una profesión cuya actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados.

Es la disciplina que posibilita comunicar visualmente ideas, hechos y valores útiles para la vida y el bienestar del hombre.

Shigley, Edward y Mishke, afirmaron lo siguiente:

El diseño es un proceso de trabajo estructurado para crear objetos, imágenes o espacios, que también se utiliza con éxito para crear servicios y, más aún, para crear estrategias empresariales innovadoras. Se trata de un proceso creativo enfocado a definir nuevos conceptos y a resolver de modo original problemas y limitaciones, por lo que está ligado al proceso de innovación: se utiliza para crear algo nuevo o para mejorar lo existente, contribuyendo así en los procesos de innovación radical o incremental.

Para el diseño de esta Guía utilizaremos un proceso creativo con el fin de crear un producto que solucione un problema y brinde esa información necesaria, esto contribuirá al desarrollo turístico de Montúfar.

De acuerdo con Philip Kotler (2003),

El concepto de diseño es una idea importante, aplicable tanto a la creación de productos físicos como a la prestación de servicios, para el diseño de un entorno ambiental o al diseño gráfico.

El diseño promueve un conjunto de herramientas y conceptos para desarrollar productos y servicios de forma exitosa.

Es la creación de productos y entornos diseñados de modo que sean utilizables por todas las personas en la mayor medida posible, sin necesidad de especializar.

Diseño como verbo "diseñar" se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano.

Como sustantivo, el diseño se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar (dibujo, proyecto, maqueta, plano o descripción técnica), o (más popularmente) al resultado de poner ese plan final en práctica (la imagen o el objeto producido).

Diseñar requiere principalmente consideraciones funcionales y estéticas.

Esto necesita de numerosas fases de investigación, análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas a la producción definitiva del objeto. Además comprende multitud de disciplinas y oficios dependiendo del objeto a diseñar y de la participación en el proceso de una o varias personas.

2.1.2 Comunicación Visual

Muller y Brockman (1989),

Es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes. La comunicación visual está íntimamente ligada al diseño gráfico.

La palabra diseño se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales.

La comunicación visual viene a ser una parte muy importante para el diseño gráfico, ya que transmite mensajes específicos de una manera visual para que el perceptor lo capte a simple vista, esto es lo que estamos buscando con el diseño y la elaboración de esta Guía Turística de Montúfar.

La palabra gráfico califica a la palabra diseño y la relaciona con la producción de objetos visuales, destinados a comunicar mensajes específicos.

El diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

2.1.3 Guía

Ortiz (2001) afirmó que:

Guía es un documento que contiene una serie ordenada en forma lógica de instrucciones a seguir; mostrando el camino más adecuado para realizar algo.

Ponce y Reyes (1985)

Guía es un libro de preceptos o indicadores que encaminan o dirigen, el cual contiene una serie de instrucciones a seguir, ordenadas en forma lógica mostrando el camino más adecuado para realizar algo. Desde el punto de vista pedagógico; enseña que pasos hay que seguir para el desarrollo de una determinada actividad.

La guía determina distintos cursos de acción en forma concreta que habrá de seguir con el fin de orientar la secuencia de operaciones necesarias para alcanzar los objetivos deseados.

Campos y Muñoz

Recurso didáctico, clasificado como material fungible del alumno, muy indicado en métodos experimentales de enseñanza de las ciencias naturales y sociales, aconsejable en todos los niveles y muy especialmente en el nivel medio superior, constituye un documento pedagógico de carácter orientador cuya función es facilitar la tarea de planificación, ejecución, evaluación.

La Guía es un material de enseñanza muy aconsejable que facilitará y encaminará a los turistas y ciudadanía en general a informarse sobre estos sitios turísticos.

Cerezo y Sánchez (1983)

Conjunto de acciones y experiencias que ayudan al alumno, involucrado, lector o usuario a incrementar el progresivo conocimiento de un proyecto, para posibilitarle la toma de decisiones y realizar una planificación eficaz de algún proyecto.

Silis (1998)

“Se trata de un conjunto estructurado de principios, técnicas y normas de acción concretas de aplicación inmediata”

Aumenta el conocimiento de lo que no sabemos y nos facilita para la toma de decisiones y realizar una adecuada planificación de algún proyecto.

Reyes, Dorca, Huevo y Eunice (2003)

Importancia de la Guía

Los propósitos que tiene una guía serán en base a la necesidad de estandarizar las actividades similares en la empresa o en la unidad. Facilitar el adiestramiento a personal nuevo o existente en los procedimientos que debe seguir, así como la delimitación en la responsabilidad asignada.

Contribuir a la utilización y aprovechamiento de los recursos humanos materiales y financieros de la empresa, mediante el estímulo a realizar en distribución racional y equilibrada de cargos de trabajo entre el personal, y por descalificar su trabajo o servicio que desempeña.

Es de mucho valor el contar con una guía o documento escrito que nos enseñe el camino a seguir para desarrollar cualquier actividad encomendada ya sea esta en publicidad como en cualquier otra área.

Es de mucho valor con un documento que enseñe el camino a seguir para desarrollar cualquier actividad, esto con el fin de poder realizar con el mayor de los éxitos posibles, cualquier actividad encomendada.

Nos ayuda a seguir el camino correcto para poder desarrollar con éxito el proyecto planteado.

Utilidad de la Guía

La utilidad de la guía depende del motivo para el cual fue diseñada, esa será la función que se le dará, a fin de obtener el mejor uso posible de ella. Para poder lograr el máximo beneficio de la misma.

Tipos de guías:

- **Guía Estratégica:** es la descripción detallada de lineamientos a ser seguidos por los ejecutivos, en la toma de decisiones para el logro de los objetivos.

- Guía Operativa: es un plan dividido en objetivos generales y específicos de cada parte que forman un todo de la empresa para el cumplimiento de un fin.

En esta guía se agrupan normas, pautas e instrucciones de aplicación específicas a determinado tipo de actividades o tareas.

2.1.4 Ecoturismo

El concepto de Ecoturismo es muy amplio y diverso, a continuación detallo las definiciones que a mi criterio son las más destacadas:

Casal y Zamorano (2002)

La Unión Mundial para la Naturaleza define al ecoturismo como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable que consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin afectar con su entorno, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales ya sea el paisaje, la flora y fauna silvestres, de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural que puedan encontrarse ahí”.

Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio natural y cultural que acoge a los viajeros.

Andrade y Ubidia (2002)

La Empresa Brasileira de Turismo EMBRATUR mediante las Directrices para una Política Nacional de Ecoturismo, define al ecoturismo como:

"Un segmento de actividades turísticas que utiliza, de forma sustentable, el patrimonio natural y cultural, incentivando su conservación y en busca de formación de una conciencia ambientalista a través de la interpretación del ambiente, promoviendo el bienestar de las poblaciones envueltas en esta actividad".

Por medio del ecoturismo podemos incentivar y crear conciencia ambientalista para cuidar el patrimonio natural y cultural que se posee en Montúfar.

Tomando como base los conceptos antes mencionados, diríamos que el ecoturismo es la actividad en la cual los viajeros aprenden acerca de las interrelaciones entre los organismos vivos en las diferentes áreas naturales.

2.1.4 Plan Publicitario

El objetivo del plan de publicidad es combinar unos adecuados mensajes publicitarios con la correcta compra de espacios en los medios de comunicación de masas. Es decir, lo que se persigue es adecuar un mensaje y un presupuesto a los diferentes canales de comunicación masiva, para obtener el mejor resultado de efectividad y economía.

De acuerdo con Rosember (2002):

Se entiende por Plan Publicitario, aquel programa o documento escrito que elabora la empresa, donde se reflejan todas aquellas actividades publicitarias que se llevarán a cabo durante un tiempo específico.

Un Plan Publicitario genera un direccionamiento de lo que queremos hacer y a quienes queremos llegar, con los objetivos claros llegaremos a la concienciación de los habitantes y turistas para que valoren lo que tenemos y que estos sitios turísticos sirvan para la productividad y el avance del cantón Montúfar.

Arens y William (2000)

Elementos

Los elementos que constituyen del Plan de Publicidad son: El Plan de Medios y Soportes y el Plan Creativo.

- El Plan de Medios y Soportes

El plan de medios y soportes se concreta en la decisión acerca de los medios a emplear en la planificación, los soportes elegidos en cada uno de ellos, así como la programación temporal de las inserciones para cumplir los objetivos de publicidad de la forma más eficiente posible. Es un plan eminentemente cuantitativo. La correcta formulación de la planificación de medios parte esencialmente de la consideración de los siguientes objetivos de exposición: La cobertura efectiva de la población se define como el número de personas que han tenido la oportunidad de ver el anuncio un número de veces igual a la frecuencia efectiva. No obstante, en la práctica se le hace corresponder con el número de personas expuestas al menos con la frecuencia efectiva.

La frecuencia efectiva mínima es el número de veces que debe exponerse el individuo a la campaña para alcanzar los objetivos de la comunicación. La frecuencia efectiva tiene dos límites: uno inferior, indicador del número mínimo de contactos para que la publicidad comience a notarse desde el

punto de vista del procesamiento de la información, y otro superior, que señala el nivel de saturación de la campaña donde desciende la atención y se generan rechazos o resistencias a la misma.

La cobertura y la frecuencia efectiva son los ejes sobre los que gira el plan de medios y soportes.

La cobertura asegura que nuestro anuncio llega a las personas y la frecuencia la comprensión de la totalidad o parte del mensaje.

- El Plan Creativo

El Plan Creativo, por su parte, conlleva la confección y elaboración del anuncio publicitario y la campaña, siendo un plan básicamente cualitativo.

Los objetivos que orientan la definición de este Plan son:

- Percepción

Para que un anuncio produzca efectos debe necesariamente captar la atención de las personas que se exponen al mismo.

- Actitud

Los efectos actitudinales de la publicidad consisten en modificar, cambiar o reforzar las actitudes favorables hacia las marcas o empresas que se anuncian.

- Intención

El plan publicitario se diseña para contribuir a cumplir las metas comerciales, promoviendo el desplazamiento mental del receptor hacia la oferta.

2.1.6 Información Turística

Jordi Montaner Montejano, (1991)

La información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística través de informadores turísticos o a través de guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, video tex, etc.

(Fuentes, 1979)

“La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información”.

De acuerdo a toda la información obtenida es necesaria una mayor promoción publicitaria, turística y comercial de los sitios turísticos de Montúfar. Ya que la mayoría de las personas, no poseen suficiente información al respecto, así como también un criterio más amplio de lo que puede ofrecer este cantón y explotar

comercialmente para incrementar la riqueza económica de Montúfar y de sus habitantes.

2.1.7 Promoción Turística

Conjunto de actividades y acciones propagandísticas a través de campañas publicitarias y de relaciones públicas, para dar a conocer un producto o servicio turístico en el mercado y conseguir unas ventas del mismo entre la demanda.

Di-Bella y Gurría (2004)

Es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica.

El desarrollo turístico depende mucho del conjunto de acciones e instrumentos que se utilizan para su mejoramiento y crecimiento.

(Acerenza, 1990)

"Es un componente del marketing turístico, tiene por objetivo y función la comunicación persuasiva sobre un producto turístico determinado."

Persuadir a través de la comunicación favorece el alcanzar los objetivos de la promoción turística.

Funciones y Aplicaciones de los elementos de la Promoción Turística

A continuación, se describen algunas funciones y aplicaciones que forman parte de la promoción turística, y que no son más que la mezcla promocional apegada a lo que es el turismo rural.

Función y Aplicaciones de la Publicidad

Dada su naturaleza y la función que cumple dentro de la combinación de marketing, debe decirse que la publicidad es eminentemente un instrumento de comunicación entre el productor y el mercado, de tal forma que, aunque no termina inmediatamente la compra del producto o del servicio, actúa sobre las actitudes de los consumidores, aproximadamente a este acto.

De acuerdo con Canguilhen:

El fin de toda comunicación publicitaria es el provocar un desplazamiento psicológico. Relativo a la proporción de compra, en el mayor número de personas de la población objetivo (o público objetivo).

Una eficiente comunicación publicitaria provoca la llegada o movimiento de turistas en cantidades esperadas a los sitios promocionados en el cantón.

Esta finalidad de la publicidad puede ser descompuesta en otros dos fines más específicos, de la forma siguiente:

Primero hace referencia a la transmisión del mensaje al mayor número de personas de la población objetivo.

Provocar en los individuos el desplazamiento deseado. Para la satisfacción de estos dos fines fuertemente interrelacionados, el director de publicidad instrumenta, en el primer caso un plan de medios y soportes donde se determinan los canales de comunicación idóneos para la campaña en cuestión. Y en el segundo, un plan de creatividad donde se especifican los anuncios que han de provocar el desplazamiento psicológico de la población.

Estos aspectos son importantes a tener en cuenta, porque es bastante común que se piense que la publicidad tiene necesariamente que dar como resultado un incremento en el número de visitantes, o un aumento en la participación en el mercado.

Tanto el incremento del número de visitantes, como el aumento de la participación en el mercado, son en realidad objetivos del marketing. La publicidad no es más que una de las variables controlables, cuyo empleo adecuado, y coordinado con las otras actividades del marketing contribuye al logro de los objetivos finales.

Por lo Tanto, en razón de ser la publicidad un instrumento de comunicación, sus objetivos deben estar relacionados precisamente con este campo, y su eficacia, necesariamente debe ser medida en función de los objetivos de comunicación previamente establecidos.

Normalmente los objetivos más comunes relacionados a la publicidad dentro del plan de marketing, se relacionan con el conocimiento y la actitud de los consumidores y su eficiencia medida con relación al grado en que logre el conocimiento del consumidor en cuanto al producto o el cambio de actitud hacia este.

En consecuencia a lo expuesto anteriormente, a continuación se señalan las principales aplicaciones que, dentro de la combinación promocional tiene la publicidad, con el objeto de que su conocimiento permita llevar a cabo un mejor empleo de este importante instrumento promocional.

Su empleo pues puede tener los siguientes fines:

Dar a conocer el país o el destino turístico y presentar sus atractivos, así como la capacidad que estos tienen para satisfacer diferentes motivos de viajes.

Diferenciar ofertas, en relación con otros destinos, o países competidores.
Acreditar al país y/o región como un destino turístico.

Inspirar confianza en el turista.

Proporcionar a la industria de viajes, informes sobre clientes potenciales (por medio de la respuesta del consumidor, en relación con los anuncios publicados).

Efectuar un esfuerzo recordatorio sobre las ofertas turísticas del país.

Función y Aplicaciones de la Promoción de Ventas

Philip Kotler (2001)

La promoción de ventas es la actividad del marketing que está más cerca del acto de compra, después de la venta personal; y engloba en sí misma, toda una serie de técnicas destinadas a estimular la compra.

Para estimular la compra se requiere aplicar estrategias de marketing convincentes en el momento de la promoción.

Mientras que la publicidad es un método para influenciar indirectamente al consumidor a través de medios publicitarios, la promoción de ventas es un método directo por cuanto en la mayoría de los casos se lleva a cabo directamente ante el cliente.

Normalmente se dice que la publicidad lleva al cliente hacia el producto, y que la promoción de ventas trata de ocupar el terreno psicológico que ha sido ganado por la publicidad. En efecto, la publicidad crea una demanda, y tanto que la promoción de ventas produce una oferta para estimularla.

La promoción de ventas, en suma, es un arma táctica que puede manipularse fácil y rápidamente y cuyos efectos se hacen sentir prácticamente de inmediato.

La promoción de ventas puede aplicarse con los siguientes propósitos:
Para acelerar las ventas, en relación con los competidores.

Para el desarrollo de las ventas en determinadas temporadas (baja de estación por ejemplo, o en la ejecución de eventos especiales).

Mejorar resultados obtenidos por medio de una rectificación en las ventas. Aumentar el potencial de venta a nivel detallista y para aumentar la eficacia de la fuerza de venta (mayoristas, tour Operadores, agentes de viajes detallistas.)

2.2 Fundamentación Teórica

La publicidad es una técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo. En términos generales puede agruparse en “ATL” () y “BTL” (), según el tipo de soportes que utilice para llegar a su público objetivo.

Podemos observar diferentes conceptos sobre publicidad, que en sí nos ayuda a determinar los parámetros principales donde la publicidad tiene su campo de trabajo.

La publicidad nos ayuda a dar a conocer un producto o servicio mediante una estrategia creativa, que se dé a conocer mediante diferentes soportes o medios de comunicación. Su objetivo es generar posicionamiento y recordación de la marca, que conjuntamente con otras áreas ayudan a generar la necesidad de compra al consumidor, todas estas acciones obedecen a diferentes tipos de estrategias cuyo fin es persuadir al consumidor.

A través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas; tales como: la psicología, sociología, antropología, estadística, y la economía que son halladas en el estudio de mercado se podrá desarrollar un mensaje adecuado para el público.

Cohen (2001)

La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación, dichos medios de comunicación emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir dichos espacios en un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un horario dentro del canal que es previamente fijado por la agencia con el medio, y con el previo conocimiento del anunciante, dicho contrato es denominado contrato de emisión o difusión.

La publicidad es influyente en el público en la medida que impacte y sea emitida frecuentemente en el medio o canal publicitario dentro de los horarios permitidos.

2.2.1 Científica

Esta investigación busca poner en práctica los conocimientos que se adquirieron durante la carrera de Diseño Gráfico, utilizando las técnicas adecuadas para estos sectores turísticos.

2.2.2 Psicológica

En el Fundamento psicológico podemos hablar de los factores que inciden en el comportamiento de los individuos y centrándonos a nuestra investigación podemos decir que la publicidad para estos lugares

turísticos motivará a los moradores de estos sectores a que hagan conciencia y valoren nuestra riqueza natural y le den el cuidado necesario.

2.2.3. Social

El comercio en el Cantón Montúfar y en especial en los sitios turísticos ya no es solo una fuente de ingreso sino que va más allá y se transforma en un estilo de vida; y en conjunto esto influye en el núcleo principal de la sociedad que son las familias.

Si mejorar el estilo de vida de las familias a su vez es mejorar la sociedad en la que vivimos es acertada una aplicación de estrategias que colaboren con lo que genera bienestar en ellas, Los lugares Turísticos de Montúfar necesitan renovar su imagen con actualizados manejos técnicos de lo que son y de lo que ofrecen a los turistas.

El dar a conocer lo que ofrecen nuestros sitios turísticos conlleva también a dar a conocer la acogida que tenemos para con nuestros vecinos, pues no son solo los nacionales quienes ejercen su labor comercial en estos; además estaríamos dando a conocer nuestra diversidad ecológica.

2.2.4 Turístico

El turismo es un buen ingreso nacional que percibimos pero con la adecuada organización y planificación de difusión a través de la publicidad mejoraremos la profusión de nacionales y extranjeros.

2.3. Posicionamiento Teórico Personal

Según expertos en temas turísticos, una buena promoción turística nos va a brindar mayores ingresos al lugar turístico visitado y también existe lugares que no son muy conocidos por dichos turistas lo cual conlleva a un problema real, por ende nos vemos en la necesidad de informar, y debido a lo existente hemos realizado esta investigación, y también cabe señalar que con la información que proporcionamos existirá mayor turismo en estos lugares.

Es indispensable dar a conocer los beneficios turísticos que puede dar una ciudad, es decir mejorar la información a todos los habitantes y extranjeros que visitan nuestro cantón.

Tomar la iniciativa para la realización de este proyecto, interactuando permanentemente con el visitante, para promover e impulsar el potencial turístico del cantón y cuyo objetivo es dar a conocer una imagen nacional e internacional para un incremento de desarrollo de Montúfar.

Tras el estudio y el análisis de las teorías difundidas por Marçal Moliné, Tony Cullingham, Pete Barry y Christian Salmon sobre el anuncio publicitario, la campaña y el relato, el autor plantea la hipótesis que en la actualidad perduran cuatro tipos de pensamiento creativo publicitario provenientes de los dos siglos precedentes. Estos cuatro tipos de pensamiento (esquemas mentales) han determinado cuatro etapas distintas en la historia de la publicidad moderna: pensamiento llano y pensamiento estético (era de la información), pensamiento operativo o idea (era del anuncio) y pensamiento estratégico o concepto (era de la campaña y era de la realidad virtual).

(Lasswell) Pionero de la teoría estructural-funcionalista, desarrollo en sus estudios el poder de los medios de comunicación masiva conocidos como mass media frente a las masas.

Lasswell desarrolla un marco conceptual formulando preguntas que traducidas son sectores de investigación respectivamente

¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?

- ¿Quién? Análisis de control.
- ¿Dice qué? Análisis de contenido.
- ¿En qué canal? Análisis de los medios.
- ¿A quién? Análisis de la audiencia.
- ¿Con qué efectos? Análisis de los efectos.

En la práctica se le ha otorgado mayor importancia a dos preguntas de las cinco anteriormente expuestas: ¿Con qué efectos? Análisis de los efectos, ¿Dice qué? El análisis de contenido; estas preguntas aproximan al investigador o comunicador para orientarse lo más próximo con la audiencia o público.

Al observar que efectos provocan los medios de comunicación en los receptores y su medición cuantitativa y cualitativa de comportamiento, emociones, opiniones y actos son utilizadas por agencias del gobierno Estadounidense por ejemplo para observar la eficacia de una campaña de información gubernamental o de campañas publicitarias para determinadas empresas.

El estudio del estructural funcionalismo ponen en duda la teoría anterior hipodérmica, conductista, del efecto conductista (que nos dice que el mensaje va directamente atomizado por parte del emisor hacia el receptor y este obedece por el poder de la manipulación) y se presta más atención a factores diferenciadores en la recepción de mensajes, tales como la edad, el sexo, el entorno social, las experiencias pasadas y la influencia de los demás.

McQuail (2001), nos lo explica:

“El funcionalismo pretende explicar las prácticas e instituciones sociales en función de las “necesidades” de la sociedad y de los individuos (Merton, 1957). En cuanto a las instituciones mediáticas se refiere, las supuestas necesidades conciernen sobre todo a la continuidad, el orden, la integración, la motivación, la orientación, la socialización, la adaptación, etc.

Las necesidades de la sociedad y de los individuos pueden ser explicados teóricamente por el funcionalismo, en la actualidad la mercadotecnia, la propaganda y la publicidad se dicen que son funcionalistas puesto que han seguido parte de los estudios de esta teoría.

A la sociedad se le considera como un sistema operacional, formado de partes o subsistemas en funcionamiento, siendo los media uno de ellos, que contribuyen a la continuidad y el orden”

Lasswell veía que las principales funciones de comunicación de una sociedad eran La vigilancia del entorno (que era todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad); La

correlación de las partes de la sociedad en sus respuestas al entorno (es decir, la relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno); y La transmisión del legado cultural (transmisión de la herencia social, la creación de la identidad por ejemplo).

En la actualidad la mercadotecnia, la propaganda y la publicidad se dicen que son funcionalistas puesto que han seguido parte de los estudios de esta teoría con relación a la especificación de los medios en conjunto con el análisis de su contenido para la segmentación, tanto de los medios o del grupo social al que va dirigido; por ejemplo en ¿cuál media será difundido? Eso depende de la segmentación demográfica ¿En qué localidad será difundido? ¿En esa entidad tienen acceso más a la radio o a la televisión? Si es en el campo, las personas que laboran en la recolección llevan sus radios “a costas” en la espalda mientras trabajan para transmitir una campaña gubernamental por ejemplo o si es de tipo psicográfico o de género, dependiendo al público objetivo al que esté dirigido, todo esto con la finalidad de elaborar campañas más eficientes.

Martina (2006)

“En la actualidad, el sector turístico es un ámbito en constante expansión y los viajes vacacionales y de ocio se han convertido en un componente fundamental del consumo de los países desarrollados. En la sociedad moderna en que vivimos – mejor definida „de consumo” – cada día más nos vemos circundados de mensajes publicitarios que quieren captar nuestra atención y nos incitan al consumo; entre ellos se encuentran a menudo los que tienen finalidades de publicidad y promoción turística. En el sector turístico la comunicación publicitaria con fines promocionales es fundamental cuando se trata de dar a conocer ciertos servicios y destinos o de incrementar el flujo de visitantes hacia éstos. Para

conseguir efectivamente sus objetivos, los procesos comunicativos publicitarios deben ser estudiados y elaborados por emisores expertos, y los contenidos de carácter informativos-descriptivos-persuasivos que se vehiculan, deben ser dirigidos a un público predefinido; por lo tanto, en este sentido, hay que fijar particular atención en el lenguaje especial que caracteriza el ámbito turístico y en las estrategias discursivas empleadas para perseguir los mejores resultados en el sector.”

En la sociedad moderna llamada de consumo, la comunicación publicitaria es fundamental para alcanzar los fines de quienes promocionan viajes y ventas, por ello, hay que utilizar el lenguaje adecuado y las estrategias discursivas convincentes en la promoción de los sitios turísticos de Montúfar.

2.4. Glosario de Términos

Agroturismo o Turismo Rural: Modalidad de turismo que se desarrolla en un espacio rural.

Alojamiento turístico: Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso.

Ambiente.- Condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc., de un lugar, de una reunión, de una colectividad o de una época. Grupo, estrato o sector social.

Atracción.- Número de un espectáculo que posee o al que se atribuye alguna singularidad que agrada especialmente al público.

Centro turístico: es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.

Centro turístico de distribución: estos centros son los que poseen atractivos de influencia, actuando como centro de servicios y esparcimiento.

Comunidad.- Conjunto de personas de un pueblo, región o nación.

Cultura.- Conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

Destino: es el lugar visitado por un visitante.

Excursión: viaje organizado por una agencia de viajes, con tarifas especiales a condición de ser colectivas, paseo, sin cambio del lugar de pernocte.

Excursionista: Es todo visitante que permanece menos de 24 horas en un determinado país, incluyen viajeros de crucero.

Infraestructura turística: es toda construcción, instalación o servicio para la práctica del turismo. Ej.: aeropuertos, rutas, sistemas de transporte, obras sanitarias, etc.

Marketing turístico: Se denomina a la investigación que da soporte profesional a la promoción turística. Es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e

internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado.

Necesidad.- Impulso irresistible que hace que las causas obren infaliblemente en cierto sentido.

Oferta turística: es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.

Paquete turístico: conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.

Patrimonio turístico: se define por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).

Potenciar.- Comunicar potencia a algo o incrementar lo que ya tiene.

Promoción: actividad del proceso de comunicación integrada, cuya función principal es la comunicación persuasiva.

Ruta Turística: Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos.

Turismo.- Actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes.

Turista: Es todo visitante que permanece por lo menos 24 horas en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado.

Tradición.- Transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, etc., hecha de generación en generación.

Viajero: Es toda persona que se desplaza fuera de su entorno habitual de residencia o fuera de su país.

Visitante: Es toda persona que visita un país que no sea en el que tiene fijada su residencia, por menos de 12 meses y cuyo motivo no es ejercer una actividad remunerada en el lugar de destino.

Zonas Turísticas: Son las extensiones de territorio que por contener un potencial de recursos turísticos deben someterse a especiales medidas de protección y a un planeamiento integrado que ordene su desarrollo". Las Zonas Turísticas se clasifican en Zonas de Desarrollo Turístico y Zonas de Reserva Turística.

2.5. Interrogantes

¿Cómo podemos promocionar este proyecto en instituciones y en la sociedad?

¿Cuál es la situación actual referente a la promoción del turismo en Montúfar?

¿Qué propuesta sería adecuada para optimizar el desarrollo de los sectores turísticos de Montúfar.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

Investigación De Campo

El método de investigación utilizado es el de campo porque permite observar las riquezas naturales de interés en cada sitio, para luego analizar sus ventajas y desventajas para una posible formación de una empresa turística en el cantón, y así con los resultados obtenidos en las etapas anteriores, se proyectará publicitariamente las potencialidades turísticas que posee el cantón a nivel local y nacional.

3.2. Métodos

3.2.1 Método Inductivo

Este método permitió partir de los hechos y acontecimientos de carácter particular, por medio de la observación y comparación de opiniones que implican para una buena promoción turística del cantón Montúfar.

3.2.2 Método Deductivo

Para aplicar este método se partió de normas, principios, leyes y conceptos de carácter general. Esto permitió conocer y profundizar los temas de estudio investigativo, los cuales son de gran importancia a la hora de analizar y llegar a conclusiones concretas y fundamentales para elegir los elementos adecuados y los más acertados en la elaboración de nuestra propuesta.

3.2.3 Método Científico

Mediante este método se quiere llegar a mejorar el turismo por medio de una guía turística gráfica, la cual dé a conocer e informe sobre los lugares turísticos del cantón, como sitios de encuentro cultural.

Recolección de Información

La forma de recolectar información del investigador constituye un factor importante en el proceso de investigación, siempre y cuando toda la información obtenida permita describir, explicar y verificar la falta de promoción turística en el cantón Montúfar.

Recopilación de Campo

Mediante la observación directa se conoció las características geográficas, arquitectónicas, climáticas existentes del sector en estudio al mismo tiempo se elaborará un archivo fotográfico y de video para posteriormente ser analizados detenidamente.

Teóricos: Histórico-Lógico

Una vez obtenida la información bibliográfica y realizada la observación directa se procederá a recopilar todos los datos históricos, tradiciones orales, documentos escritos que los habitantes del sector puedan proporcionar y de esta manera enriquecer nuestro proceso investigativo.

Matemático: Estadístico

Se realizó un sondeo para determinar la factibilidad del sector dentro del proceso de potencialización turística.

3.3 Técnicas e Instrumentos

Encuestas

Se diseñó una encuesta que va a ser aplicada a los turistas y habitantes del Cantón Montúfar, esto nos permitirá recolectar la información necesaria para luego tabular los resultados y tener un juicio de valor sobre la investigación.

3.4 Población

La población de estudio lo conformaran los turistas y habitantes del Cantón Montúfar, y para calcular la población vamos a utilizar la siguiente fórmula que es muy exacta.

3.5 Muestra

$$n = \frac{PQ \cdot N}{E^2 + (N-1) \frac{PQ}{K^2}}$$

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E = Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.3 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado. en educación.)

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

Aplicación de la Fórmula

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

$$n = \frac{0.25 * 416}{\frac{(416-1) 0.05^2 + 0.25}{2^2}}$$

$$n = \frac{104}{\frac{(415) 0.0025 + 0.25}{4}}$$

$$n = \frac{104}{(415) 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{104}{0.26 + 0.25}$$

$$n = \frac{104}{0.51}$$

$$n = 204 //$$

CAPITULO IV

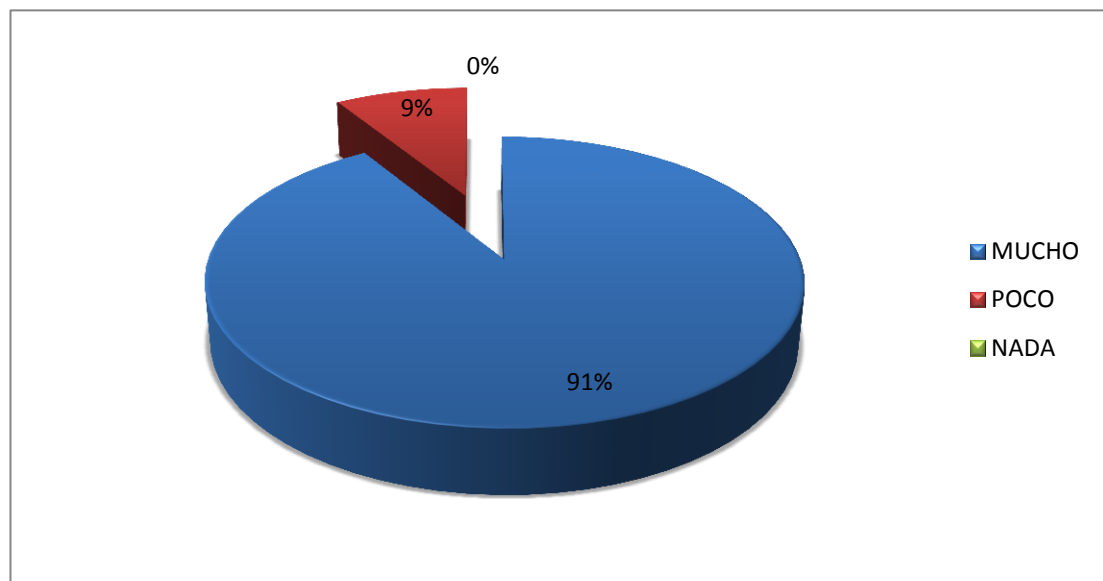
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

1.- ¿Piensa usted que a Montúfar le hace falta promocionar sus atractivos naturales y turísticos?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
MUCHO	186	91%
POCO	18	9%
NADA	0	0%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRÁFICO 1



INTERPRETACIÓN

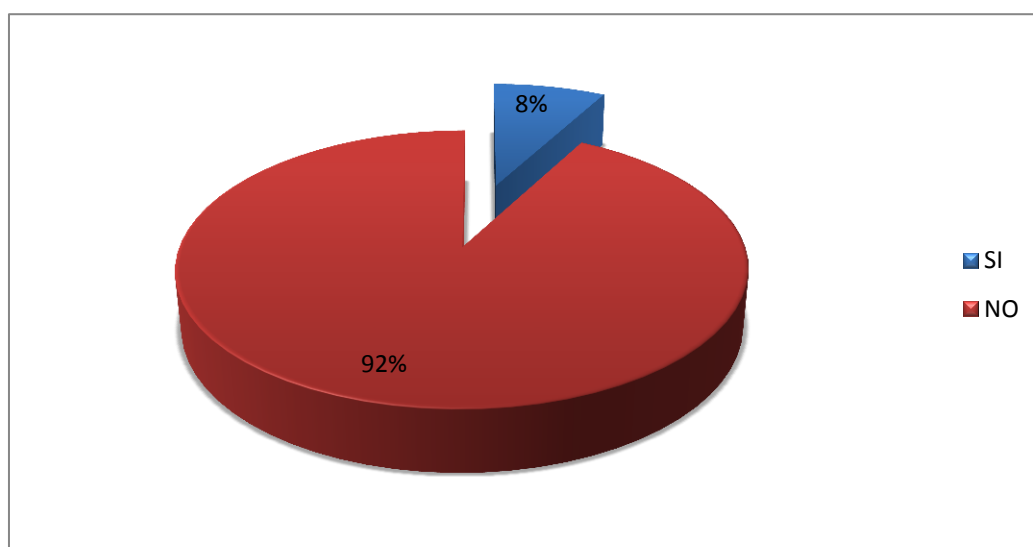
De acuerdo al porcentaje obtenido en esta pregunta podemos apreciar que la mayoría de encuestados están de acuerdo en que a Montúfar le hace falta promocionar sus atractivos turísticos.

2.- ¿Existe en nuestro Cantón entidades que trabajen en la actividad turística?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	16	8%
NO	188	92%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRAFICO 2



INTERPRETACIÓN

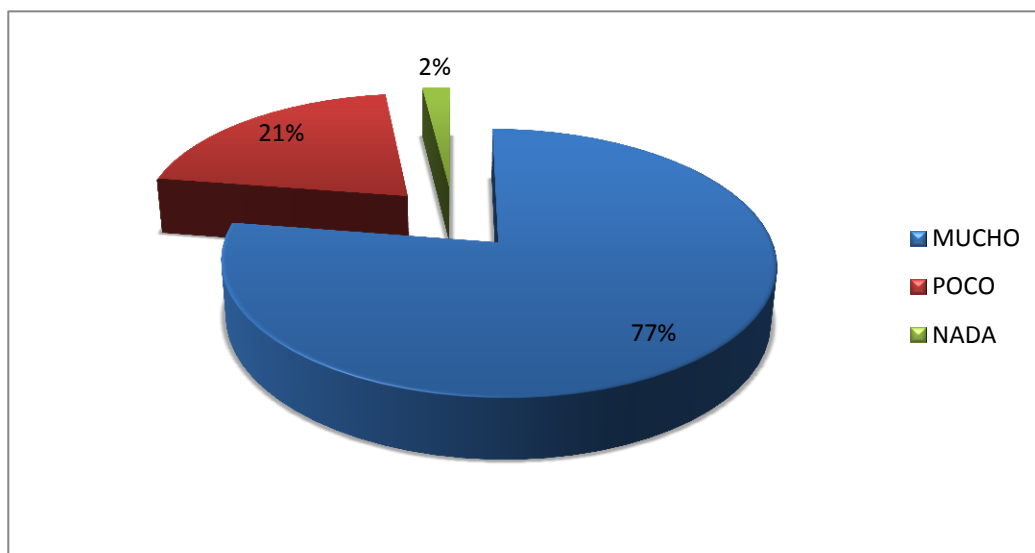
Como resultado a esta pregunta tenemos que hay un gran porcentaje que nos dice que en el cantón Montúfar no se conoce ninguna entidad que trabaje para la actividad turística.

3.- ¿Considera usted que nuestro Cantón tiene un gran potencial turístico?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
MUCHO	186	77%
POCO	18	21%
NADA	0	2%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRAFICO 3



INTERPRETACIÓN

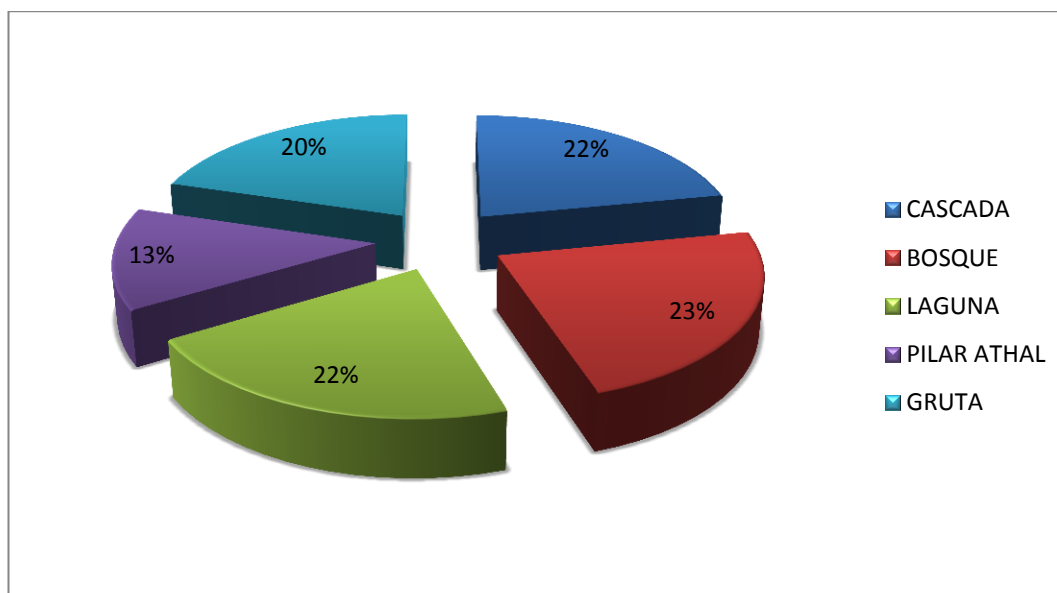
De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se puede apreciar que Montúfar si tiene un gran potencial turístico.

4.- ¿Conoce de algunos atractivos naturales que deberían ser explotados turísticamente, cuál de ellos?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
CASCADA DE PALUZ	162	22%
BOSQUE ARRAYANES	171	23%
LAGUNA DEL SALADO	158	22%
PILAR DE ATHAL	98	13%
GRUTA DE LA PAZ	150	20%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRAFICO 4



INTERPRETACIÓN

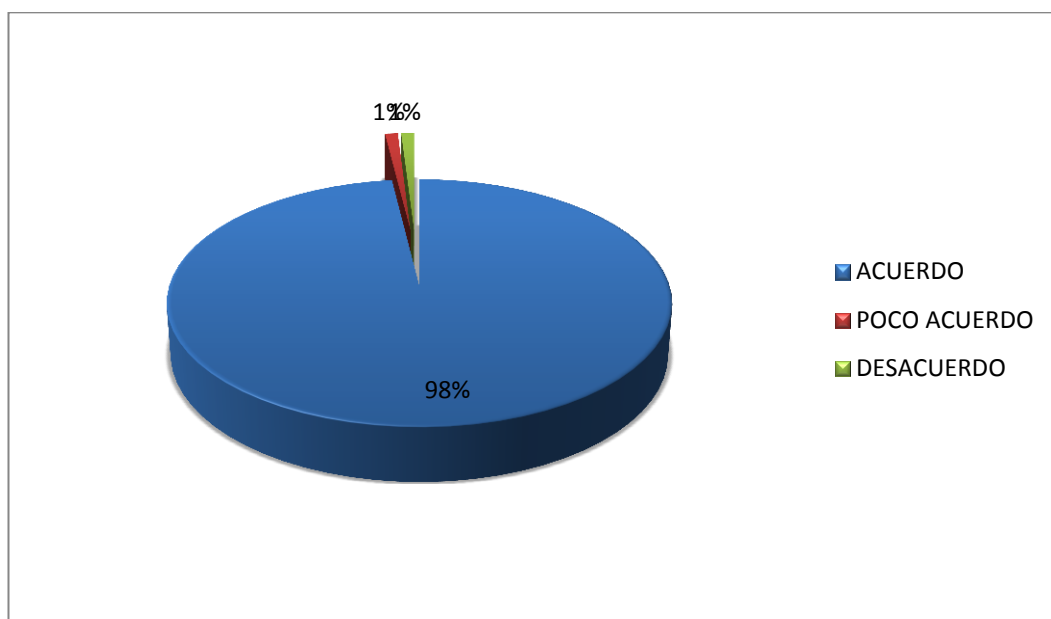
En esta pregunta podemos apreciar que los encuestados opinan que los lugares atractivos de Montúfar sí deberían ser explotados turísticamente.

5.- ¿Está de acuerdo con la elaboración de una Guía Turística para dar a conocer los atractivos naturales de Montúfar?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
ACUERDO	186	98%
POCO ACUERDO	18	1%
DESACUERDO	0	1%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRAFICO 5



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se aprecia que el 98% está de acuerdo con la elaboración de una Guía Turística que promocione los atractivos naturales de Montúfar.

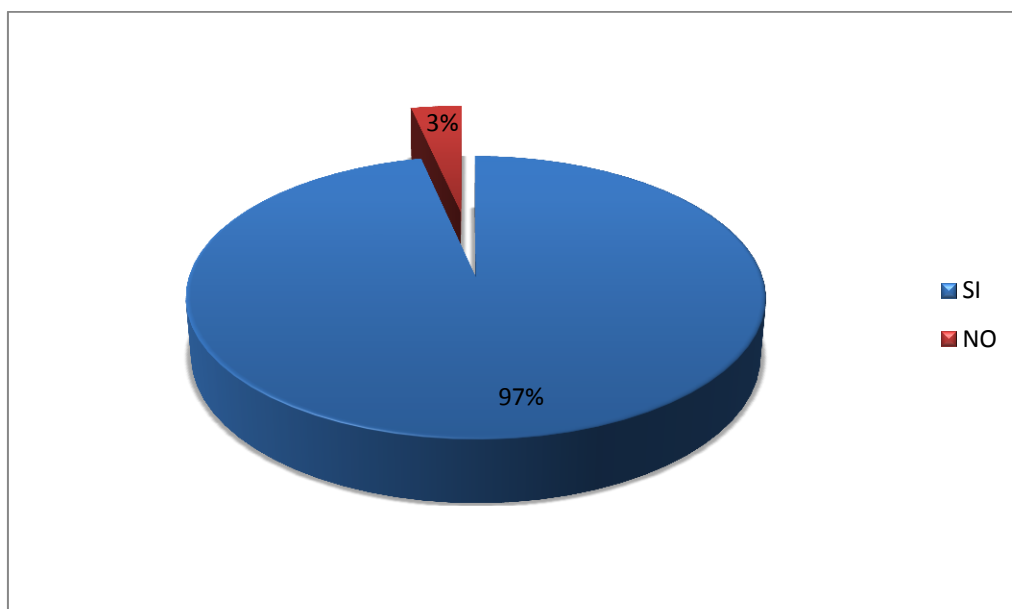
6.- ¿Piensa usted que la utilización de una Guía turística de Montúfar tendría un aporte a la economía del cantón?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	197	97%
NO	7	3%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar

Elaborado: Cristian Muñoz

GRAFICO 6



INTERPRETACIÓN

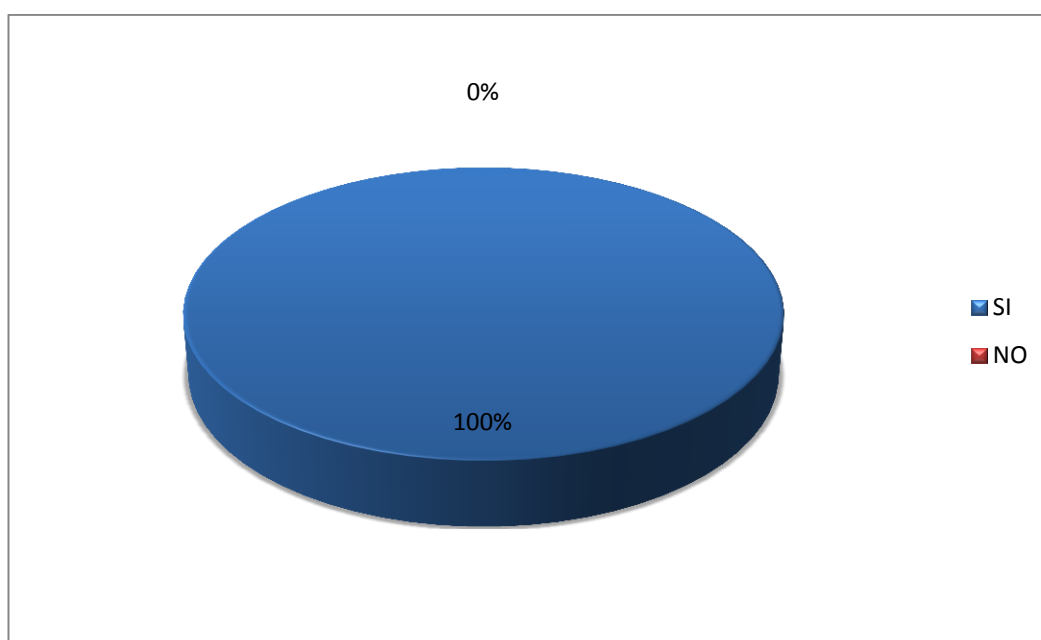
Según los porcentajes obtenidos en esta pregunta se puede apreciar que los encuestados piensan que una Guía Turística sí puede aportar a la economía del Cantón.

7.- ¿Considera que las autoridades del Cantón deben fortalecer el turismo difundiendo las riquezas y lugares atractivos a través de una guía turística?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	204	100%
NO	0	0%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRAFICO 7



INTERPRETACIÓN

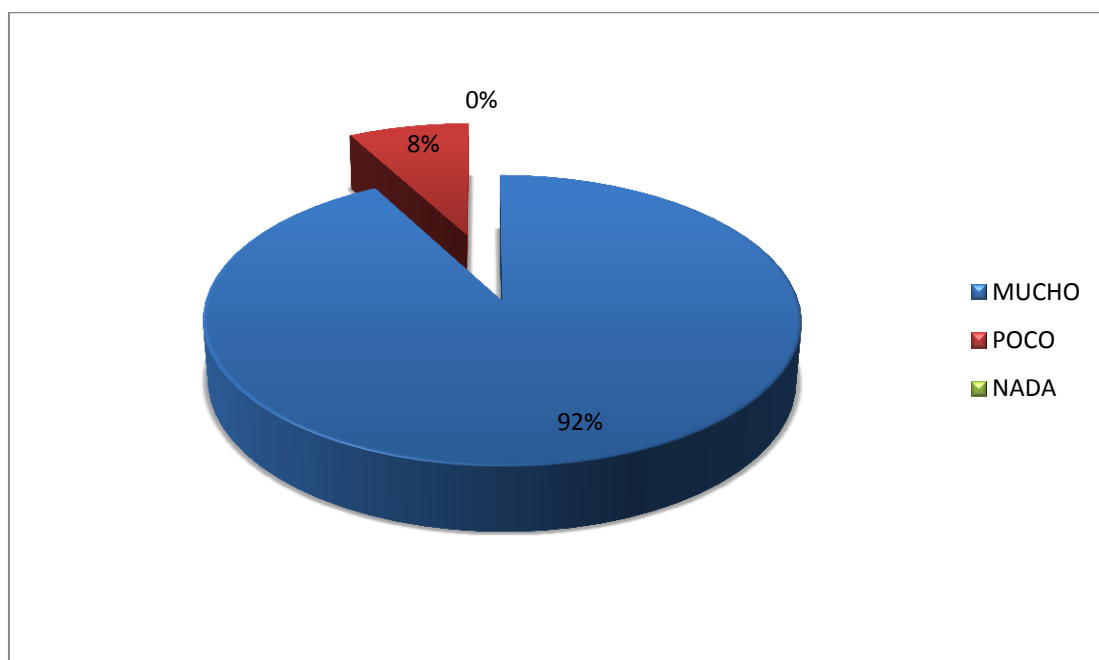
De acuerdo al porcentaje obtenido en esta pregunta podemos apreciar que todos los encuestados están de acuerdo en que las autoridades del cantón deberían fortalecer el turismo difundiendo la riqueza natural que hay en Montúfar.

8.- ¿Cree usted que con la utilización de una Guía Turística se podrá tener una mayor afluencia de turistas?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
MUCHO	186	92%
POCO	18	8%
NADA	0	0%

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRÁFICO 8



INTERPRETACIÓN

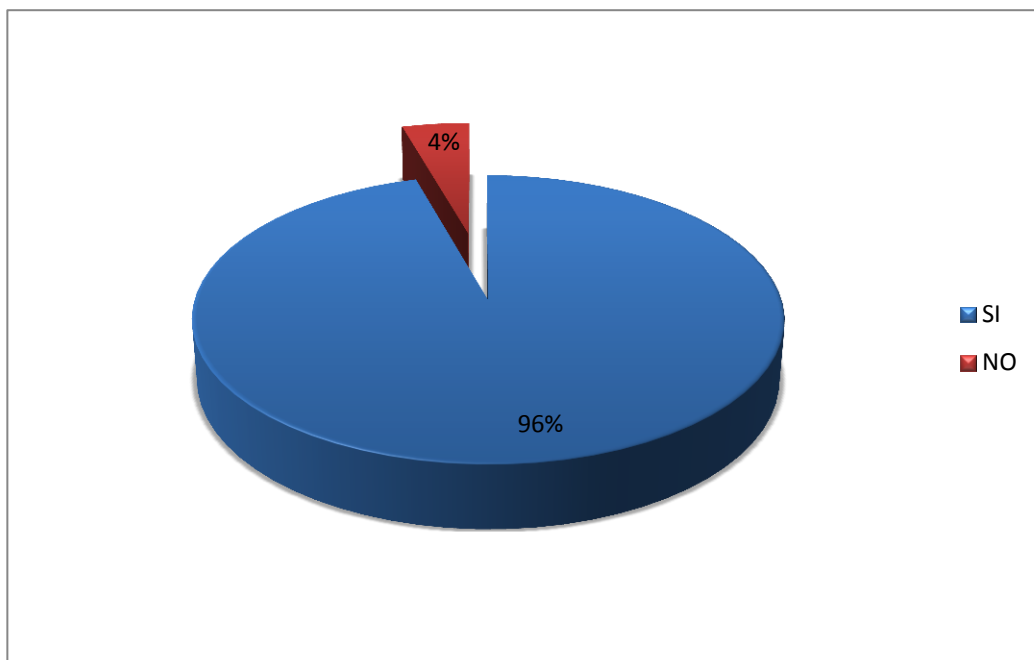
Según los resultados que se ha obtenido en esta pregunta se aprecia que la gran mayoría de encuestados están convencidos de que para tener una mayor afluencia de turistas sí se debería utilizar una Guía Turística.

9.- ¿Considera que una guía turística facilita el recorrido a los turistas que visitan nuestro Cantón?

DATOS	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	195	
NO	9	

Fuente: Encuesta realizada a 204 personas del Cantón Montúfar
Elaborado: Cristian Muñoz

GRAFICO 9



INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos en esta pregunta podemos apreciar que una Guía Turística sí facilita el recorrido a las personas que visitan los lugares turísticos de Montúfar.

CONTRASTACIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a toda la información y resultados que se ha obtenido y tomando en cuenta que una gran mayoría de respuestas apuntan a que es necesaria una mayor promoción publicitaria, turística y comercial del Cantón Montúfar.

Ya que la mayoría de personas no poseen la información suficiente al respecto, así como también un criterio más amplio de lo que puede ofrecer nuestra ciudad y explotar turística y comercialmente para incrementar la riqueza económica de la ciudad y también de sus habitantes.

La información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística través de informadores turísticos o a través de guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, video tex, etc.

“La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información”. (Fuentes, 1979)

Es muy evidente la falta de promoción de los lugares y sitios turísticos que ofrece Montúfar, así como también la escasa información general que las personas tienen sobre el comercio y turismo del cantón, se cree que es necesario darle una identidad comercial y turística, potencializando su actividad económica y cultural.

“El Ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable que consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin afectar con su entorno, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales ya sea el paisaje, la flora y fauna silvestres, de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural que puedan encontrarse ahí”.

"Un segmento de actividades turísticas que utiliza, de forma sustentable, el patrimonio natural y cultural, incentivando su conservación y en busca de formación de una conciencia ambientalista a través de la interpretación del ambiente, promoviendo el bienestar de las poblaciones envueltas en esta actividad". (Andrade y Ubidia, 2002)

La imagen de una ciudad puede ser un factor determinante, económica y turísticamente hablando, si está bien promocionada y posicionada en la mente de los turistas y consumidores, puede crear la necesidad de ser visitada con frecuencia por los turistas, tanto nacionales como extranjeros, creando así una reactivación cultural y económica, mejorando así la calidad de vida de sus habitantes y la imagen de la ciudad, no solo constituyéndose en un ícono de calidad nacional si no fuera del país.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES:

- No existe información y promoción turística vigente que permita dar a conocer y promocionar los atractivos turísticos del cantón Montúfar, a la vez que no permitía que exista afluencia y así genere más desarrollo económico al sector.
- En el cantón Montúfar existe una gran variedad de Atractivos Naturales que necesitan ser promocionados mediante una publicidad gráfica como lo es la Guía.
- La promoción turística del cantón Montúfar en instituciones privadas y públicas relacionadas al turismo es de mucha importancia para su difusión ante la sociedad.
- No hay estudios de análisis turístico de suma importancia para el cantón Montúfar, por lo tanto los ciudadanos y autoridades municipales enfatizan en la problemática de promocionar de una mejor forma al cantón.

5.2 RECOMENDACIONES:

- Se recomienda al Municipio de Montúfar y al departamento de turismo un plan de promoción con publicidad adecuada que permita fortalecer el turismo en beneficio del cantón Montúfar.

- Es conveniente para las autoridades y pobladores realizar la guía gráfica, la cual es necesaria para atraer más turistas y servirá como material informativo para el cantón Montúfar.
- Es necesario que el Municipio como Institución generadora de desarrollo, económico y local siembre conciencia en los habitantes y pobladores a que valoren los atractivos naturales que existen en el cantón Montúfar.
- Se sugiere realizar lo más pronto posible material impreso y audiovisual que faciliten la información y promoción turística apropiada del cantón Montúfar.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta.

“DISEÑO DE UNA GUÍA TURÍSTICA DEL CANTÓN MONTÚFAR PARA PROMOCIONAR SU RIQUEZA NATURAL Y SUS LUGARES TURÍSTICOS”

6.2. Justificación e Importancia.

La escases de información y de conocimiento que existe sobre los lugares turísticos de Montúfar nos motiva a realizar este proyecto, con el objetivo de diseñar una Guía Turística, la cual ayude a promocionar la maravillosa riqueza turística perteneciente al Cantón, para que se conviertan en un destino eco turístico de Montúfar, del Carchi y del mundo.

Se considera de gran importancia dar a conocer la riqueza natural de nuestro Cantón, primero a su gente para crear conciencia y sentido de pertenencia, de amor por lo suyo, de aprender a valorar lo que tenemos en casa, de despertar el espíritu aventurero propio de la juventud y que lo pueden hacer en su propio cantón.

Con este trabajo se dio un aporte informativo, que se espera ayude a identificar y a conocer las áreas naturales del Cantón Montúfar.

Este trabajo que se realizó beneficiará a la sociedad montufareña y al mismo tiempo q será un gran aporte para los departamentos de cultura y turismo de los GAD's parroquiales cantonal y provincial.

6.3. Objetivos:

6.3.1 Objetivo General:

Organizar y diagramar la Guía Turística de los sitios Naturales y Culturales del cantón Montúfar.

6.3.2 Objetivos Específicos:

Sintetizar la información principal y complementaria de cada uno de los Atractivos naturales y culturales que se incluirán en la Guía Turística.

Mostrar a los turistas y a la población en general los atractivos turísticos del cantón Montúfar, mediante la fotografía.

Diseñar la Guía para que permita al turista una mejor ubicación de los atractivos del cantón.

Impresión de la Guía Turística de los Atractivos Naturales y Culturales del cantón Montúfar.

6.4 Fundamentación

La presente investigación se fundamentó en los siguientes aspectos:

6.4.1 Fundamentación Educativa

La información que se presentó en la guía informativa hace referencia a la importancia del potencial turístico natural del Cantón Montúfar, con un enfoque educativo que fomenta la importancia de dar un uso sostenible y al desarrollo turístico al Cantón.

6.4.2 Fundamentación Social

La actividad turística constituye un proceso en el que, generalmente, entran en contacto personas de bagajes culturales y condiciones socioeconómicas muy diferentes, el resultado de dichas relaciones sociales mantenidas durante la estancia de los visitantes en el mismo, cuya intensidad y duración se ven afectada por factores espaciales y temporales restringidos.

6.4.3 Fundamentación Ecológica

El turismo comunitario y el ecoturismo fomentan actividades sustentables, es decir manejar adecuadamente los recursos garantizando la preservación de los mismos, de forma que en el futuro se pueda hacer uso de ellos en la misma magnitud que lo hacemos actualmente.

6.4.4 Fundamentación Turística

La promoción y difusión de un atractivo es una base en la que se sostiene el turismo ya que por medio de ella, la demanda puede conocer la

diversidad de oferta y existir un mercado turístico en el cual se pueda elegir de acuerdo a las necesidades y requerimientos del turista.

6.5. Ubicación Sectorial y Física

Carchi se encuentra en la sierra norte del país, limitada al norte por Colombia, al sur con la provincia de Imbabura, al Este con la provincia de Sucumbíos, y al Oeste con la provincia de Esmeraldas.

La provincia del Carchi tiene seis cantones: Tulcán, Montufar, Espejo, Mira, Bolívar, y Huaca. Con un total de 152 939 habitantes.

Los Sitios Turísticos se encuentran en el Cantón Montúfar en las distintas Comunidades.

6.6 Estrategia de Socialización

La promoción y publicidad como estrategia de socialización, es una mezcla de incentivos, de motivaciones; es una forma directa de persuadir, para que se pueda difundir el producto.

A través de la imagen promocional, posibilitará captar el interés de los pobladores y turistas para lograr la expansión del turismo en la provincia a nivel nacional e internacional.

Dentro del marco promocional, debe insistirse en el adecuado diseño del producto, mediante una distribución conveniente de la información y una

imagen fuerte de lo que se está promocionando. Con ello se estimulará la captación de los turistas.

6.6.1 Introducción

En el cantón Montúfar existe una problemática en donde los sitios turísticos permanecen desapercibidos, pasan por una crisis cultural y de conocimiento por parte de turistas y pobladores del cantón, para contrarrestar este problema, se optó por la elaboración de una Guía Turística impresa con el objetivo de mostrar una adecuada información a la ciudadanía y turistas, al mismo tiempo dar a conocer con claridad los lugares turísticos que posee Montúfar.

6.6.2 Objetivos

6.6.2.1 Objetivo General

- Difundir el producto final “Guía Turística de Montúfar” a los turistas que visitan nuestro cantón y a la ciudadanía en general.

6.6.2.2 Objetivos Específicos

- Organizar la distribución adecuada en lugares estratégicos para entregar el producto a quienes nos visitan.
- Contribuir al enriquecimiento de la ciudad, aumentando el turismo y la economía por medio del evento y de los espacios públicos.

- Reflejar en la Guía Turística Gráfica la esencia de la cultura Montufareña.

6.6.3 Situación del mercado

El cantón Montúfar es un lugar adecuado para la demanda turística, debido a su gran potencial turístico, la escases de información hace que esta Guía Turística sea un soporte que ayude al turista a conocer más sobre los atractivos turísticos de Montúfar.

Hay que tomar en cuenta que es necesario continuar incrementando el número de visitantes y de esta forma continuar siendo un potencial turístico de la provincia y del país.

6.6.4 Situación del Producto.

La Guía Turística es un soporte impreso que se encarga de revalorizar los sitios turísticos naturales del cantón Montúfar, mediante contenido interesante para el lector incluyendo fotografías que le dan un realce al producto y de esta manera captar la atención del usuario.

Una vez finalizado el producto, contribuirá al desarrollo turístico de la ciudad ya que se incrementarán las visitas de los turistas fortaleciendo el comercio y el ingreso económico de los habitantes de la ciudad.

6.6.5 Análisis de distribución

Inicialmente se plantea distribuir unos ejemplares al departamento de turismo que será de gran ayuda al momento que un turista necesite ayuda con información para conocer los sitios turísticos de Montúfar, posteriormente se distribuirá a las entidades gubernamentales para que ellos tengan conocimiento de la existencia del presente producto y de esta manera se logre una mejor difusión.

6.7 Lanzamiento

6.7.1 ¿Cómo?

El lanzamiento de la Guía Turística de Montúfar se realizará aprovechando el Pregón de Inocentes del cantón, ya que es un evento de mucho realce a nivel provincial y nacional en el cual nos visita mucha gente de distintos lugares del país. Este acontecimiento constituye un momento ideal para difundir este trabajo y así darlo a conocer a la población montufareña y a los turistas que llegan a visitarnos.

6.7.2 ¿Cuándo?

El día del evento y del lanzamiento de la Guía Turística es el día sábado 23 de Enero del 2016, la difusión durante este día será permanente utilizando los medios que dispone el GAD municipal de Montúfar.

6.7.3 ¿Dónde?

El centro de difusión será el Parque Principal, también habrá sitios estratégicos donde se entregará los medios promocionales como son

afiches, trípticos, volantes y la presentación oficial de la Guía Turística por parte del GAD de Montúfar y sus anunciantes.

6.7.4 Análisis FODA

a) Fortalezas:

Información clara y verídica

Contacto directo con la población

Fácil acceso

Diseño exclusivo

b) Oportunidades:

Fortalecer el turismo en Montúfar

Mayor conocimiento de los atractivos

Difusión cultura montufareña

c) Debilidades

Falta de mayores recursos económicos

Falta de promoción radial y de la televisión local

d) Amenazas

La presencia de lluvia en el evento

6.8 Cronograma

TIEMPO ACTIVIDAD	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación y aceptación del Proyecto al municipio	X	X										
Distribución del material promocional al Departamento de Turismo de Montúfar			X	X								
Publicidad por medio de las redes sociales					X	X	X					
Preparación de publicidad para el lanzamiento y difusión del producto								X	X	X		
Evento y Lanzamiento											X	

6.9 Costos de Producción

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1000	Guías (A5)	1.40	1400
200	Afiches (A3)	0,50	100
500	Volantes (10.5x 15)	0,06	30
300	Trípticos	0,70	210
2	Roll Up	50	100
TOTAL			\$ 1,840

6.10 Desarrollo de la Propuesta

El Cantón Montúfar gracias a sus características culturales, físicas, geográficas, históricas y naturales, posee un enorme potencial para el desarrollo de actividades turísticas en general. El diseño del producto turístico Guía informativa Turística para Montúfar, se hizo para los turistas nacionales y extranjeros y tiene como meta promocionar los potenciales turísticos.

El proceso de investigación se basó en una guía informativa turística para promocionar los potenciales turísticos de Montúfar.

La guía será un espacio de información para turistas nacionales y extranjeros donde podrán informarse de los sitios turísticos que existe en el lugar y así apoyando al turismo para el desarrollo local.

Esta guía se elaboró a través de técnicas de diseño creativas, originales, artísticas, fue una herramienta dinámica, didáctica, agradable y sobre

todo, muy útil para todo público de todas las edades, que busquen información turística de los atractivos de Montúfar.

En general la Guía Turística está diseñada con una medida de 14,8 cm de ancho por 21 cm de altura, es un diseño muy atractivo para el turista, contiene una portada, una contraportada y 24 páginas de información turística y cultural acerca del Cantón Montúfar.

Para la realización de la propuesta se ha tomado en cuenta algunos parámetros para seguir un proceso ordenado.

- Recopilación de la información general sobre los lugares turísticos y temas relacionados con el cantón Montúfar.
- Contenido de la información obtenida.
- Guía Turística del cantón Montúfar y descripción de la misma.

6.10.1.- RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LOS LUGARES TURÍSTICOS Y TEMAS REALCIONADOS CON EL CANTÓN MONTÚFAR

INFORMACIÓN Y CARACTERÍSTICAS

El nombre de Montúfar se relaciona y es en honor al Coronel Carlos Montúfar, prócer de la independencia ecuatoriana y uno de los más ilustres militares forjadores de nuestra emancipación, nombre que fue aplicado el 27 de septiembre de 1905.

En el momento de la cantonización de Montúfar se produjo a raíz de un ligero incidente producido entre los señores Luciano Carrera de San Gabriel y José Joaquín Mera de Tulcán, a la vez próspero hacendado el primero y encargado de la presidencia del Municipio de Tulcán el segundo.

Con el transcurso del tiempo el señor Carrera debió presionar por cuanto se preparaban una serie de impuestos que el Municipio de v iba a imponer a los agricultores de San Gabriel, circunstancia que permitió el 27 de octubre de 1902 organizar la llamada “Sociedad Patriótica de San Gabriel”, la que solicitó formalmente la elevación a la categoría de cantón a la parroquia de San Gabriel, hecho que ocurrió el 19 de septiembre de 1905, siendo sancionando el Decreto Ejecutivo con fecha de 27 del mismo mes y año.

IMAGEN Nro. 1, PANORÁMICA DE MONTÚFAR



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

San Gabriel es cuna de lo que fue la Cultura Cuasmal, con el tiempo y el progreso esta ciudad realizó gestiones para lograr la declaratoria de cabecera cantonal, esto se plasmó el 27 de septiembre de 1.905.

Con las parroquias, La Paz, Puntal, San Isidro, Mira y San Pedro de Piquer, toma el nombre de Montúfar, en honor al Coronel Carlos Montúfar, Prócer de la Independencia.

Los sangabrieleños, somos orgullosos de nuestras glorias como pueblo trabajador, pues este valor cultural nos seguirá proyectando al futuro como pueblo unido, orgulloso de nuestra cultura, al constituirse ésta, en un factor dinámico del desarrollo humano de Montúfar.

IMAGEN Nro. 2, PINTURA TEATRO PRINCIPAL



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

Situación Política

El Cantón Montúfar está ubicado al norte del Ecuador y en el centro de la provincia del Carchi.

MONTÚFAR PUEBLO MINGUERO

El pueblo montufareño con mucha presunción tiene el “Procerato del Trabajo”, reconocido por el Congreso Nacional en el año de 1.934 como homenaje a 15.000 personas entre hombres, mujeres, niños y niñas todos empuñando sus herramientas para abrir y dar forma la tierra e hicieron aparecer como un milagro, la cinta curva da de los barrancos profundos de la hacienda de Cunquer, creándose así la carretera oriental (camino viejo de Duendes).

La Municipalidad del Cantón Montúfar para hacer un justo reconocimiento por su trabajo y gallardía contrata al imbabureño Luis Mideros para elaborar la maqueta y luego esculpir el monumento. En el año de 1.960 se develó la imagen del Procerato del Trabajo la cual reposa en el centro del parque principal, González Suárez.

IMAGEN Nro. 4, PROCERATO DEL TRABAJO



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

PARROQUIAS URBANAS

GONZÁLES SUÁRES

SAN JOSE

Conocida también como la ciudad de las siete colinas: antiguo asentamiento del pueblo Tusa, cuna de lo que fue la importante Cultura Cuasmal, con el progreso de la ciudad de San Gabriel, la Sociedad Patriótica realizó gestiones para lograr la cantonización, acontecimiento que ocurrió el 27 de septiembre de 1905, incorporándosele las parroquias:

- La Paz
- Puntal
- San Isidro
- Mira
- San Pedro de Piquer.

El nuevo cantón tomó el nombre del Coronel Carlos Montúfar y Larrea, Prócer de la Independencia.

IMAGEN Nro. 5, PARROQUIA GONZÁLES SUARES (PANORÁMICA)



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

PARROQUIAS RURALES

LA PAZ

Es la primera parroquia del cantón Montúfar. Descendientes de Huacas y Tusas, que formaban los conocidos cacicazgos.

Bajo la presidencia de la República del Ecuador del Dr. Plácido Caamaño, se suprime la viceparroquia Píalarquer, luego el Ilustre Municipio de Tulcán, cambia el nombre de Píalarquer por La Paz y la eleva a Parroquia civil. En 1904 se la eleva a Parroquia Eclesiástica.

En la Gruta actual, se encuentra la Virgen, y luego de una intensa búsqueda por los devotos se logra descubrir la piedra que serviría para elaborar y tallar la imagen de nuestra señora de La Paz.

IMAGEN Nro. 6, SANTUARIO DE FE, LA PAZ



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

CRISTÓBAL COLÓN

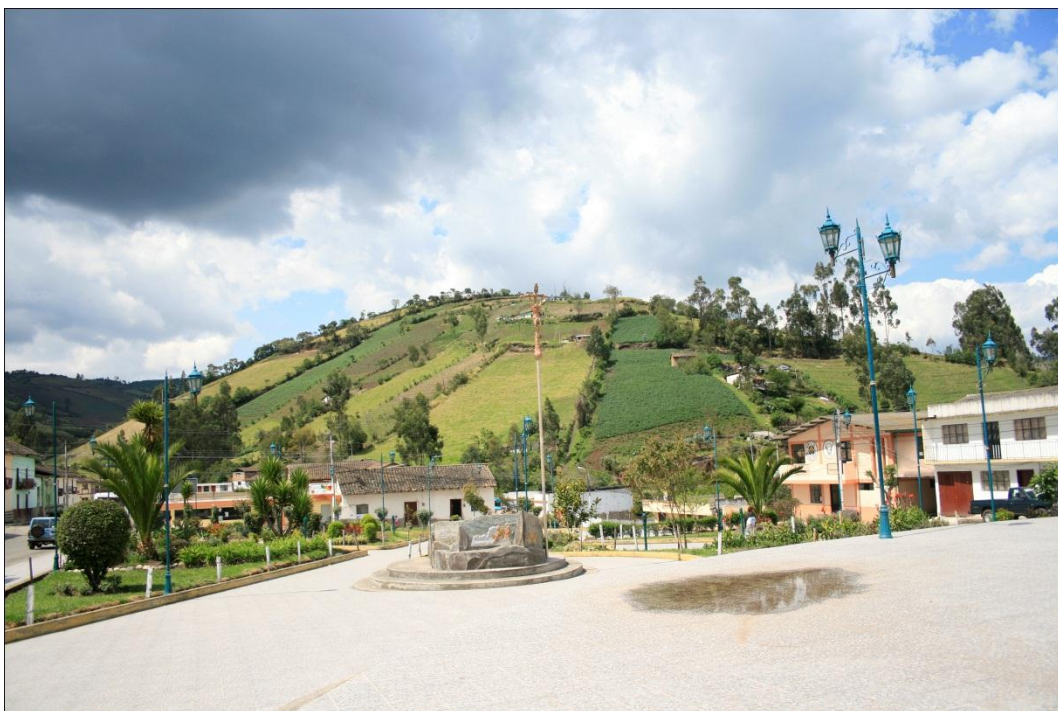
Erigida en parroquial el 6 de mayo de 1931, conocida como Caico, que significa Caciques.

La conquista española trajo consigo una nueva religión, diferente a la concepción y cosmovisión andina, siendo una estrategia, para mantener la fe religiosa, a través de la devoción a los santos.

Actualmente las festividades religiosas de San Pedrito, como se lo conoce, tiene muchos fieles y son muy reconocidas las celebraciones en su nombre.

Peregrinaciones desde varios lugares del país vienen en el mes de junio, porque es la fecha de su celebración, se ofrecen oraciones, penitencias y eucaristías.

IMAGEN Nro. 7, PARQUE CRISTÓBAL COLÓN



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

FERNÁNDEZ SALVADOR

El 26 noviembre de 1955 se crea la parroquia de Fernández Salvador, como consecuencia del esfuerzo y trabajo social de sus habitantes.

La organización civil de lo que hoy es Fernández Salvador se debe varias familias fundadoras.

Las primeras casas fueron construidas en base a la donación de los lotes, por parte del señor Fernández Salvador, propietario de la hacienda, y del cual lleva el nombre de la parroquia.

Esta parroquia se destaca por ser de las mejores productoras de leche en el cantón Montúfar y la provincia.

IMAGEN Nro. 8, PARQUE CENTRAL DE FERNÁNDEZ SALVADOR



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

CHITÁN DE NAVARRTES

Chitán de Navarretes se encuentra al noreste de la cabecera cantonal San Gabriel, sus extensas praderas verdes que en su mayoría son haciendas, delimitan con el centro poblado.

La historia de Chitán de Navarretes se remota a unos cien años atrás, la calle principal de la cabecera parroquial era parte de un camino utilizado por los “cacharreros” o contrabandistas, también era el paso obligado para la caballería militar, sitio estratégico para el descanso.

Posteriormente el dueño de la hacienda dona un área de terreno para construir el parque principal de Chitán de Navarretes y asimismo, los lotes para levantar las casas.

IMAGEN Nro. 9, PARQUE CHITÁN DE NAVARRETES



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

PIARTAL

Fue fundada el 28 de abril de 1988 mediante el liderazgo de hombres y mujeres luchadoras, Piartal es la parroquia más joven del cantón Montúfar, guardiana de la ceja de montaña, es una zona ecológica muy importante por la conformación de las micro cuencas que confluyen el río Chota; además, tiene zonas agroecológicas estratégicas de páramo y

bosque de ceja andina. Lo que la convierte en un potencial sitio de turismo ecológico y de interés económico.

Lo que es hoy Piartal fue parte de la hacienda del señor Fernández Salvador, parcelada en el año de 1930, las tierras fueron adquiridas por los antiguos trabajadores en forma de huasipungos y que fueron pagadas con el trabajo diario.

IMAGEN Nro. 10, PARQUE PRINCIPAL DE PIARTAL



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

ATRATIVOS TURÍSTICOS

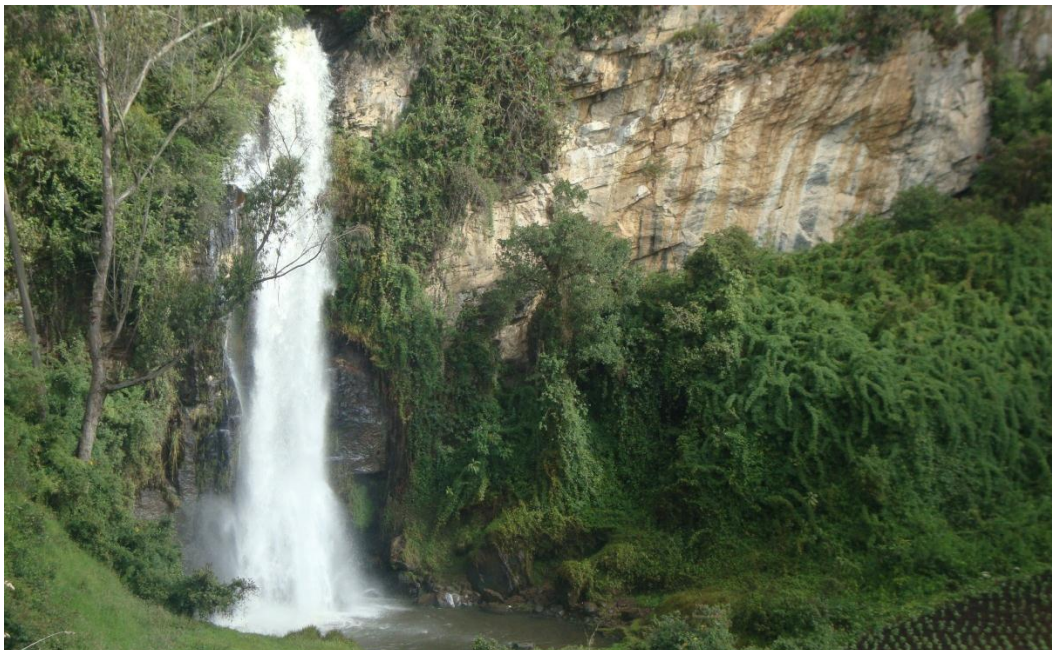
CASCADA DE PALUZ

La cascada está ubicada en una pendiente moderada a los dos lados, rodeada por vegetación herbácea, arbustiva, plantas leñosas y árboles.

El tipo de clima es ecuatorial meso térmico semi-húmedo. La cascada presenta una geomorfología de relieve escarpado en los cuales se encuentra suelos inceptisoles que son derivados de materiales piroclásticos, alifáticos y franco arenosos, tienen una gran capacidad de retención de agua y a la vez presentan un horizonte amarillo de gran espesor.

Por encontrarse en una hondonada, su entorno encierra un paisaje interesante y se lo aprecia desde la parte alta donde se inicia el sendero que conduce hasta la cascada.

IMAGEN Nro. 11, HERMOSA CASCADA DE PALUZ



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

LAGUNA DEL SALADO

Impresionante lugar localizado a 45 Km. De Tulcán y 4 Km. de San Gabriel. Este hermoso paraje tiene una extensión de 10 has., a una altura de 2760 m.s.n.m. ubicado muy cerca de otra belleza sin igual el Bosque de los Arrayanes.

Sus aguas se originan en los páramos de la comunidad de Chután Alto donde nace el río San Gabriel, al cual se lo desvía en canal abierto para dar riego y acumularla en abrevaderos para las grandes superficies de pastizales de la zona, dedicados al manejo de ganadería.

Se encuentra cercada por colinas con cultivos y pastos; su topografía es irregular con ondulaciones y zonas planas donde se encuentran los cultivos.

IMAGEN Nro. 12, PAISAJE CON LA LAGUNA DEL SALADO



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

BOSQUE DE LOS ARRAYANES

Sitio favorito para los amantes del Ecoturismo, situado a 2.800 msnm, este bosque tiene una extensión de 16 hectáreas de árboles de arrayán de tronco rojizo y espeso follaje, en cuyas ramas crecen musgos, orquídeas de varias clases.

Quienes lo visitan quedan maravillados debido a que es uno de los pocos que existen en Latinoamérica, y es uno de los pulmones más importante de la provincia, localizado al Oeste de la ciudad de San Gabriel, en la comunidad de Monteverde.

Los árboles de arrayán alcanzan los 17 metros. Otros árboles apenas alcanzan 2 o 3 metros de altura debido a que el arrayán es una especie dominante e impide que otras especies crezcan.

IMAGEN Nro. 13, PANORÁMICA DEL BOSQUE DE LOS ARRAYANES



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

LA GRUTA DE LA PAZ

Sin ninguna duda este maravilloso lugar, es uno de los sitios más representativos religiosos del Cantón Montúfar. La Gruta de la Paz es única, ubicada a 18 Km de San Gabriel y 2468 msnm.

Es una formación natural rocosa. Su interior está formado por estalactitas y estalagmitas. Por sus entrañas se abre paso el Río Apaquí.

Debido a su formación, la gruta presenta constante filtración de agua posiblemente por influencia de pequeñas fuentes subterráneas, que se escurren a través de las estalactitas.

En la segunda década del siglo XX el párroco de la Paz, E. Jaramillo colocó la escultura al interior y prosiguió con las correspondientes solicitudes a Roma para instalar la capilla en la gruta con un pedestal para una pequeña imagen de madera.

IMAGEN Nro. 14, VISTA LEJANA BALNEARIO GRUTA DE LA PAZ



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

Se ha convertido en el sitio más visitado por turistas nacionales y extranjeros.

Se denomina así por la gruta donde está asentada Nuestra Señora de la Paz, ha sido formado por el caer de las aguas del río Apaquí, una cueva que tiene 150 m. de profundidad formada de estalactitas y estalagmitas de diferentes colores. Lugar de extrema belleza natural y refugio para los creyentes.

También cuenta con piscinas de aguas termales para los turistas que visitan este lugar.

IMAGEN Nro. 15, IMAGEN DE LA SANTÍSIMA VIRGEN



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

PILAR DE ATHAL

En la Parroquia de Piartal a 16 kms de San Gabriel, en la jurisdicción de, la comunidad de Athal se encuentra una formación rocosa de singular significado. Es un petroglifo rectangular con 3 metros de altura y 2 de ancho.

Ha sido objeto de estudio por parte del arqueólogo alemán Max Hule, quien sostiene que los signos realizados en la piedra se refieren a un culto al rey sol por parte de las tribus antiguas. Mientras que Peñaherrera y Costales creen más bien que son cultos al agua y a la fertilidad.

IMAGEN Nro. 16, IMAGEN DE LOS SIGNOS REALIZADOS EN LA PIEDRA POR NUESTROS ANTEPASADOS



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

CASCADA DE GUADIR

En la Parroquia Chitan de Navarrete y a 10 Kms de la ciudad de San Gabriel, se encuentra un lugar turístico de hermosa visualización donde el turista podrá deleitarse de la hermosura de la Naturaleza Montufareña, esta es la hermosa Cascada de Güadir, la misma que se encuentra con

una resplandeciente caída de agua, dando lugar a una pequeña cascada con un entorno ecológico muy particular.

Aquí podemos encontrar una serie de vegetación nativa del pueblo, en la caída del agua se forma un pequeño vado dando una hermosura ya que la cubre la montaña por sus extremos izquierdo y derecho.

IMAGEN Nro. 17, CASCADA DE GUADIR



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

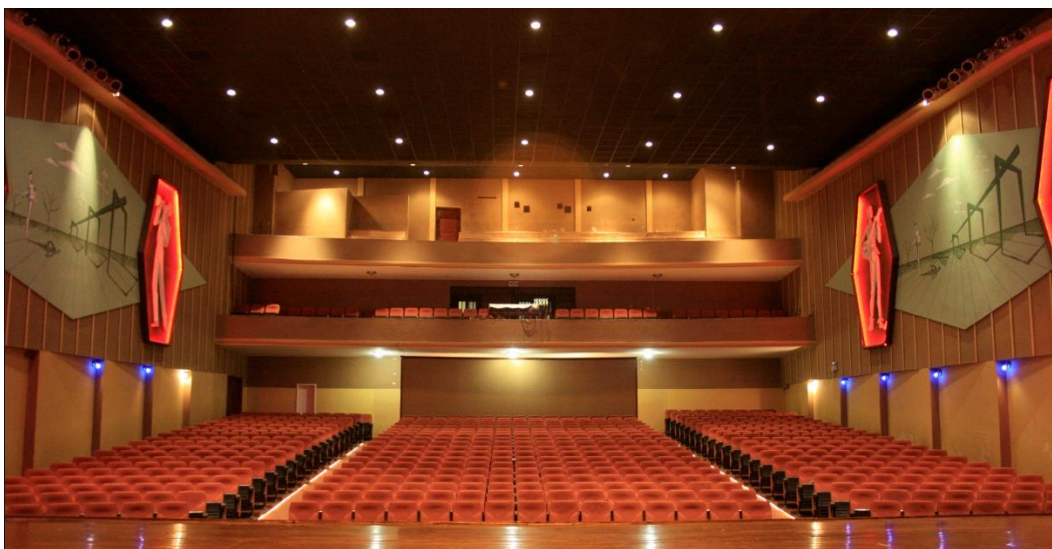
PATRIMONIO CULTURAL

Las bases de la identidad de un pueblo están constituidas por su patrimonio cultural. En este caso la ciudad de San Gabriel posee un rico

patrimonio cultural que remota a las épocas prehispánicas, acoge el legado de la Colonia y continúa con los logros del período republicano preservándolo hasta nuestros días.

En el año de 1535, el capitán Tapia, enviado por Sebastián de Benalcázar, funda el pueblo Tusa (hoy San Gabriel), constituyendo una de las primeras fundaciones españolas en el norte ecuatoriano.

IMAGEN Nro. 18, INTERIORES DEL TEATRO MUNICIPAL



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

GASTRONOMÍA MONTUFAREÑA

En Montúfar encontramos una gran variedad de comidas típicas

IMAGEN Nro. 19, DELICIOSO PLATO TIPO (HORNADO)



FUENTE: TOMADA POR EL INVESTIGADOR

FIESTAS MONTÚFAR

Cada año en el mes de septiembre se celebran las fiestas en San Gabriel, las cuales tiene un especial espíritu de regocijo como no se ve en ningún otro sitio.

En el pregón de fiestas que es uno de los eventos con más realce, participan muchas comparsas de distintos lugares, brindando un excelente espectáculo del agrado de todos los espectadores que se dan cita en nuestro cantón Montúfar.

IMAGEN Nro. 20, COMPARSAS PREGÓN DE FIESTAS



FUENTE: DEPARTAMENTO DE CULTURA Y TURISMO

6.10.2.- CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Según la información obtenida y la investigación realizada se ha clasificado los siguientes temas considerados los más importantes para la conformación de la Guía Turística que se va a detallar.

- Mensaje de Bienvenida
- Información General
- Características
- Montúfar Pueblo Minguero
- División Política
- Parroquias Urbanas
 - Gonzáles Suárez
 - San José

Parroquias Rurales

- La Paz
 - Cristóbal Colón
 - Fernández Salvador
 - Chitán de Navarretes
 - Piartal
-
- Atractivos Turísticos Naturales
 - Cascada de Paluz
 - Laguna del Salado
 - Bosque de los Arrayanes
 - Gruta de La Paz
 - Pilar de Athal
 - Cascada de Guadir
-
- Patrimonio Cultural
 - Gastronomía Montufareña
 - Fiestas de Montúfar

6.10.3.- GUÍA TURÍSTICA DEL CANTÓN MONTÚFAR Y DESCRIPCIÓN DE LA MISMA.

En general la Guía Turística está diseñada en formato A5 (14,8 cm de ancho por 21 cm de altura, es un diseño muy elegante y llamativo para quienes la miren, cuenta con una portada, una contraportada y 26 páginas de información cultural y turística del Cantón Montúfar.

Se necesitan los siguientes programas para realizar el diseño y diagramación de la Guía.

Adobe Photoshop (manejo y retoque de fotografías)

Adobe Illustrator (manejo de vectores y texto)

Adobe Indesign (diagramación)

Procedimiento

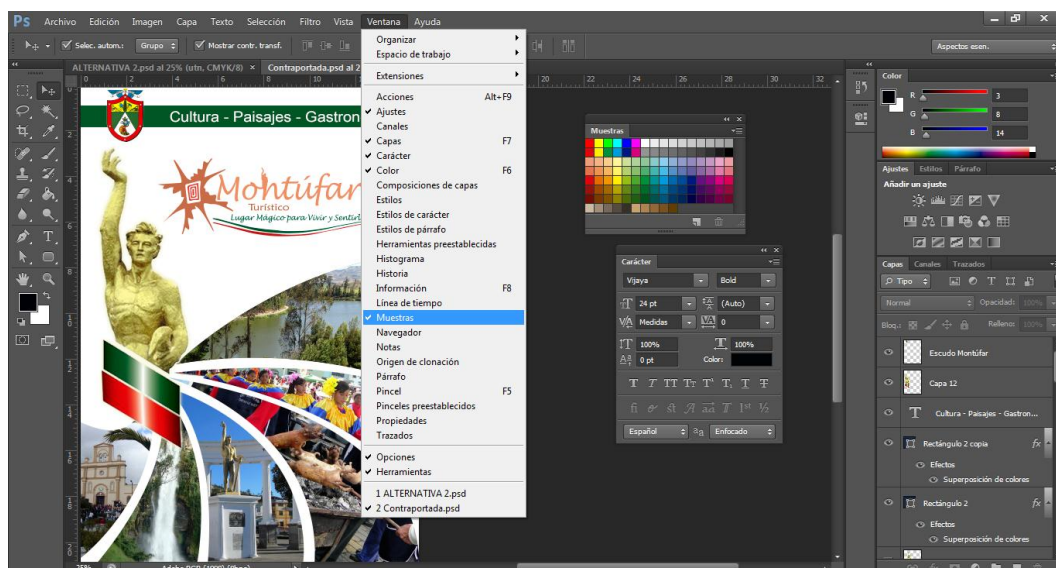
La Tipografía que se utilizó fue la Arial y las derivadas de ésta, como son Arial Bold, Italic, Bold Italic, ya que es una tipografía muy clara, adecuada para textos. Los textos son de 10 pts., los títulos y subtítulos 20 y 18 pts. Respectivamente.

Portada.- Está compuesta por una fotografía nocturna de la Iglesia principal de Montúfar ubicada en la parroquia Gonzáles Suárez, como texto también contiene Montúfar, Lugar mágico para vivir y sentirlo, y en la parte inferior **“Guía Turística 2015”** acompañada del escudo de Montúfar, los logotipos del GAD municipal y del sol pasto.



FUENTE: Elaborada por el investigador

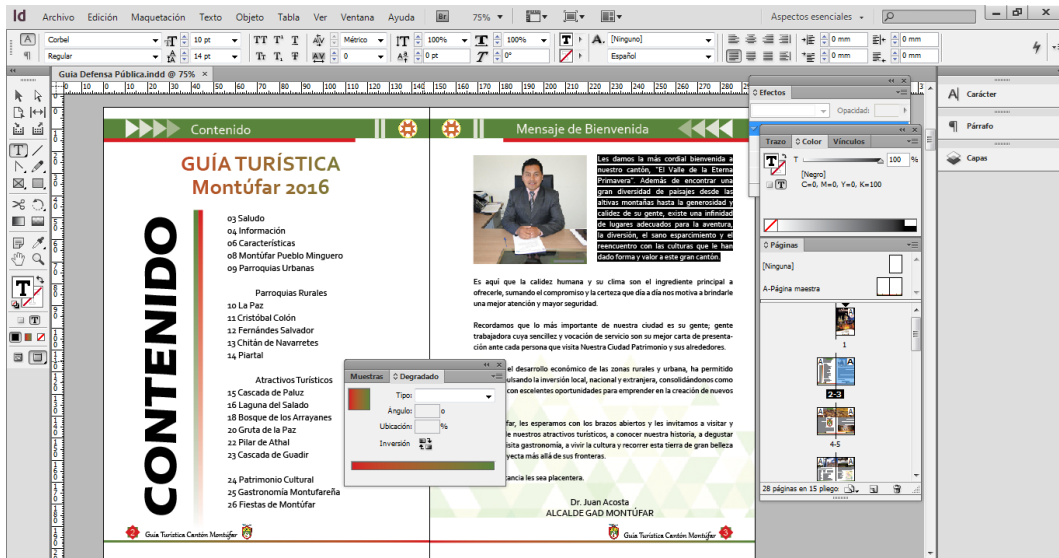
Contraportada.- Esta contiene una variedad de fotografías de paisajes, cultura, gastronomía y demás actividades que se realizan en el cantón Montúfar, acompañada del logotipo del procerato del trabajo y de Montúfar Turístico.



FUENTE: Elaborada por el investigador

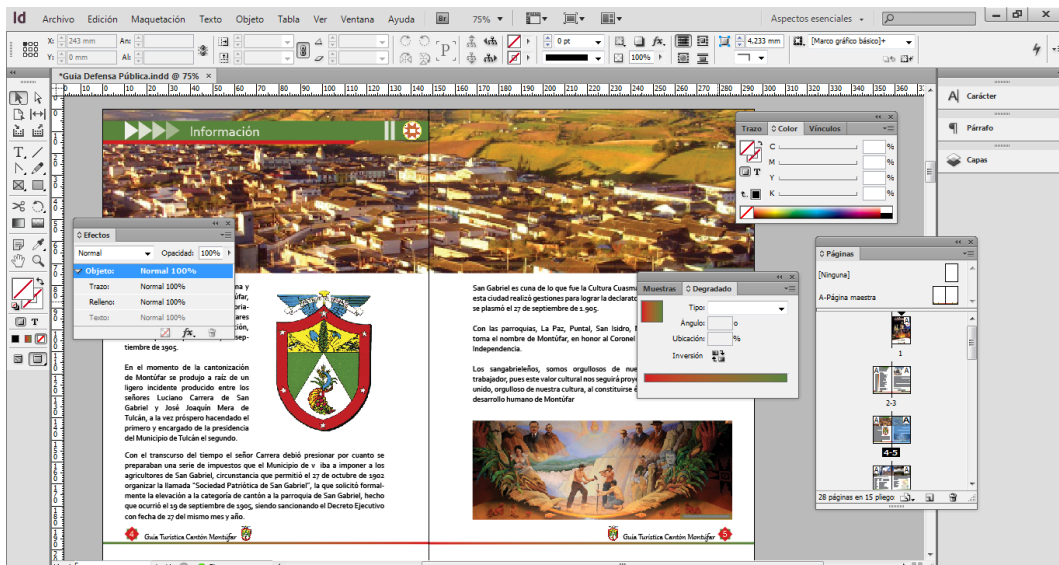
Página 2.- En esta página va todo el contenido enumerado de la investigación realizada para la Guía Turística.

Página 3.- Contiene una pequeña fotografía del Alcalde del GAD's Montúfar, el Dr. Juan Acosta dando un mensaje de Bienvenida, el cual nos invita a conocer la belleza natural existente en el cantón Montúfar.



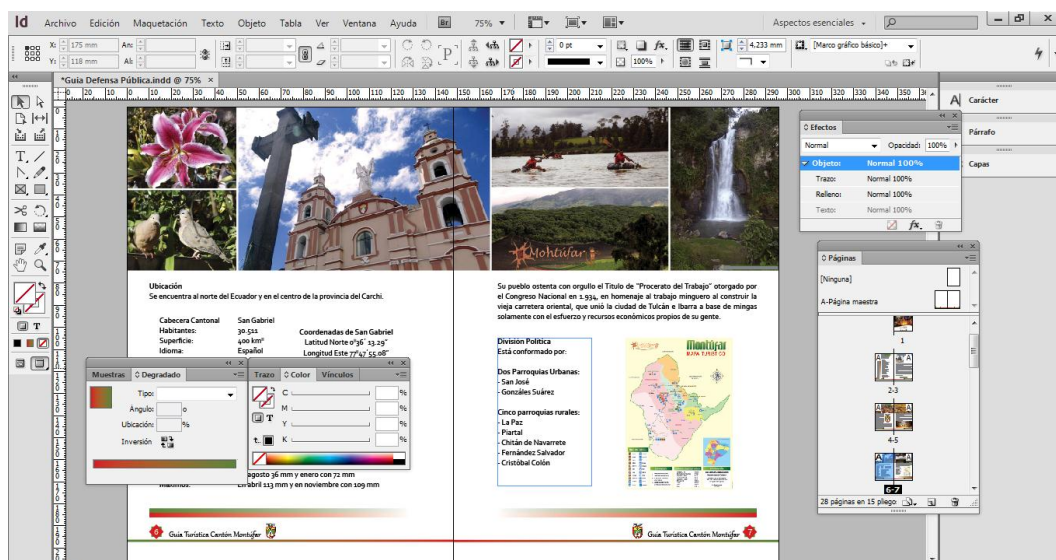
FUENTE: Elaborada por el investigador

Página 4 y 5.- Contienen información, antecedentes e historia de Montúfar, posee también la imagen del escudo del cantón, una fotografía panorámica de la ciudad y su entorno.



FUENTE: Elaborada por el investigado

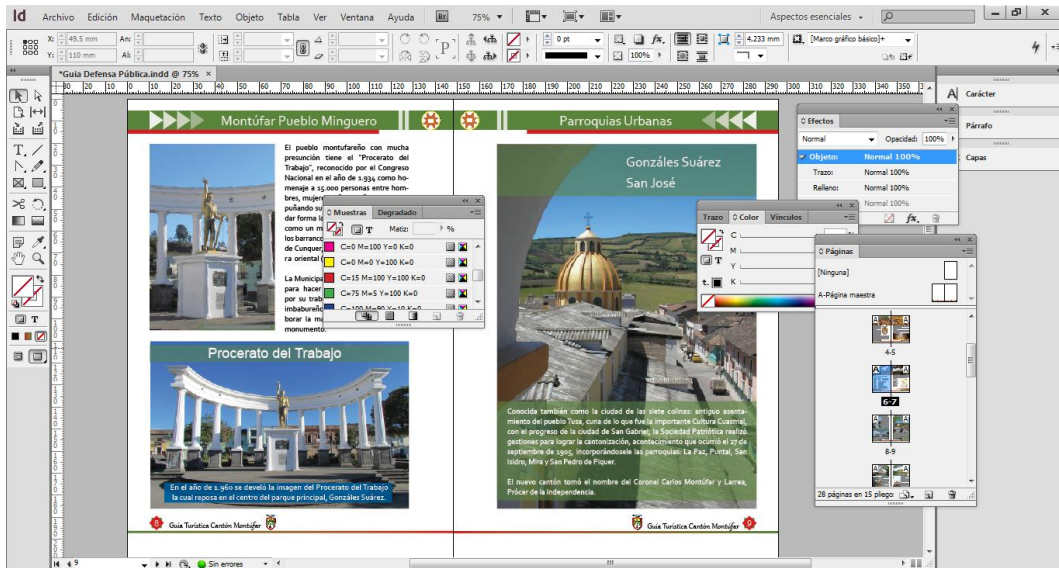
Páginas 6 y 7.- Contienen las características y todo lo relacionado con la ubicación y situación política del cantón, acompañado de unas hermosas postales de algunos de los parajes naturales y un mapa turístico de Montúfar.



FUENTE: Elaborada por el investigador.

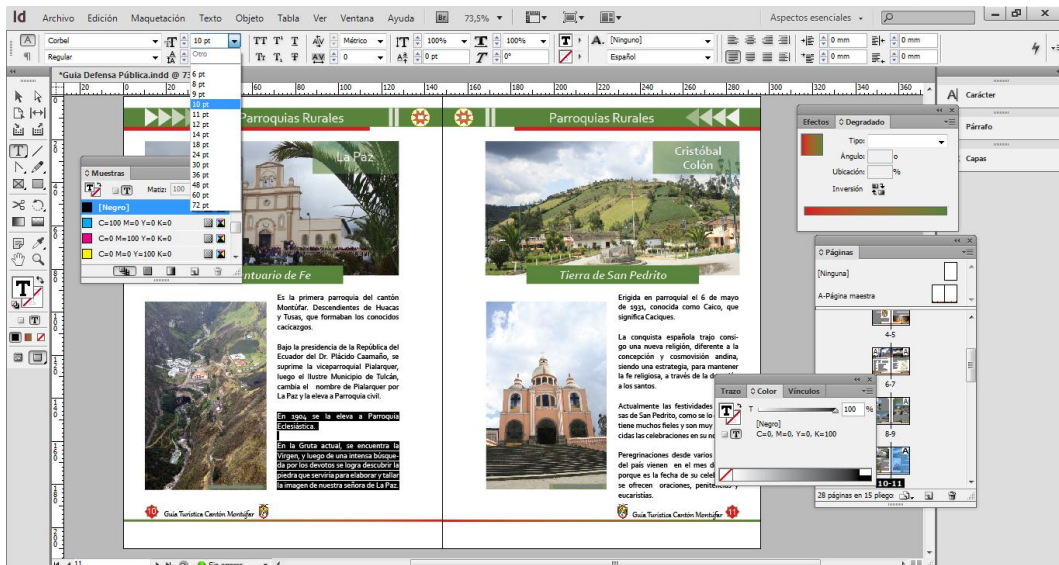
Página 8.- Contiene información del Pueblo Minguero que se refiere a la gente luchadora y trabajadora de Montúfar, los montufareños se identifican con la imagen del Procerato del Trabajo, que es una escultura ubicada en el parque principal,

Página 9.- Contiene información de las parroquias urbanas de Montúfar y su división, acompañada de una hermosa postal aérea de la iglesia ubicada en la parroquia Gonzáles Suárez.



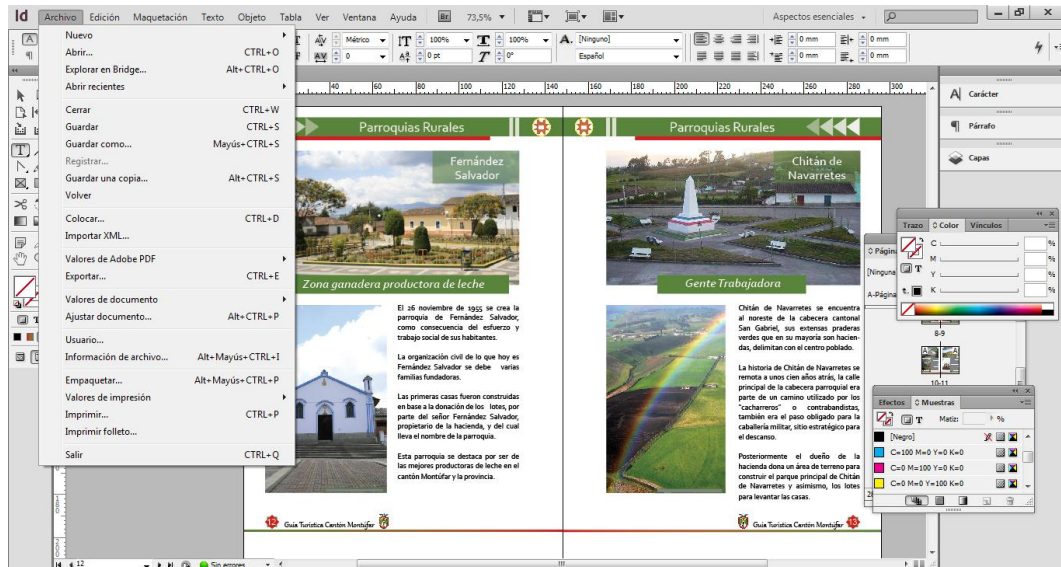
FUENTE: Elaborada por el investigador.

Página 10 y 11.- Estas páginas contienen información sobre las parroquias rurales La Paz y Cristóbal Colón, acompañadas de fotografías de los paisajes de las mismas.



FUENTE: Elaborada por el investigador.

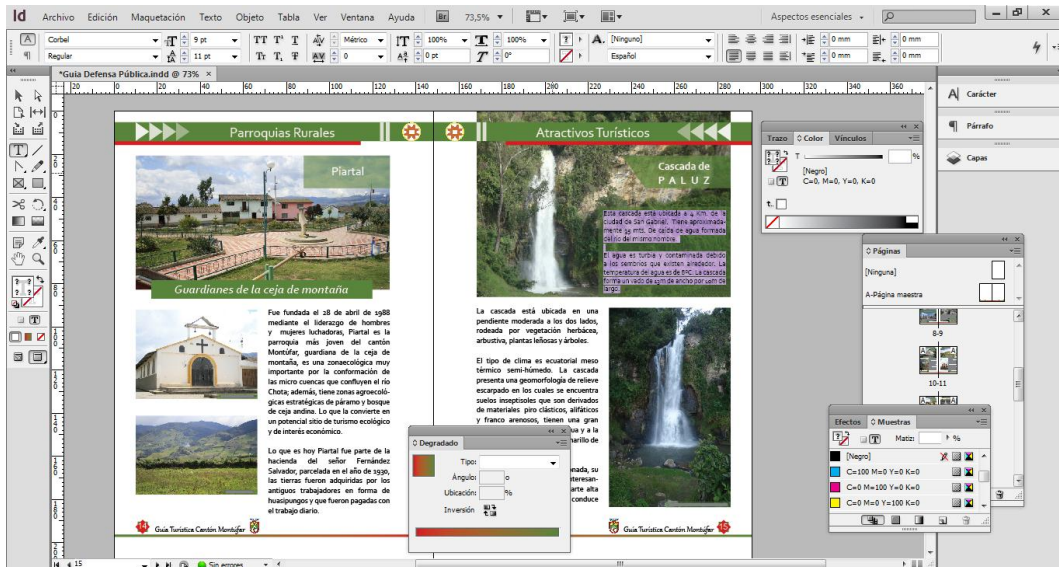
Página 12 y 13.- Contienen información sobre las parroquias rurales Fernández Salvador y Chitán de Navarretes, y fotografías de las mismas.



FUENTE: Elaborada por el investigador

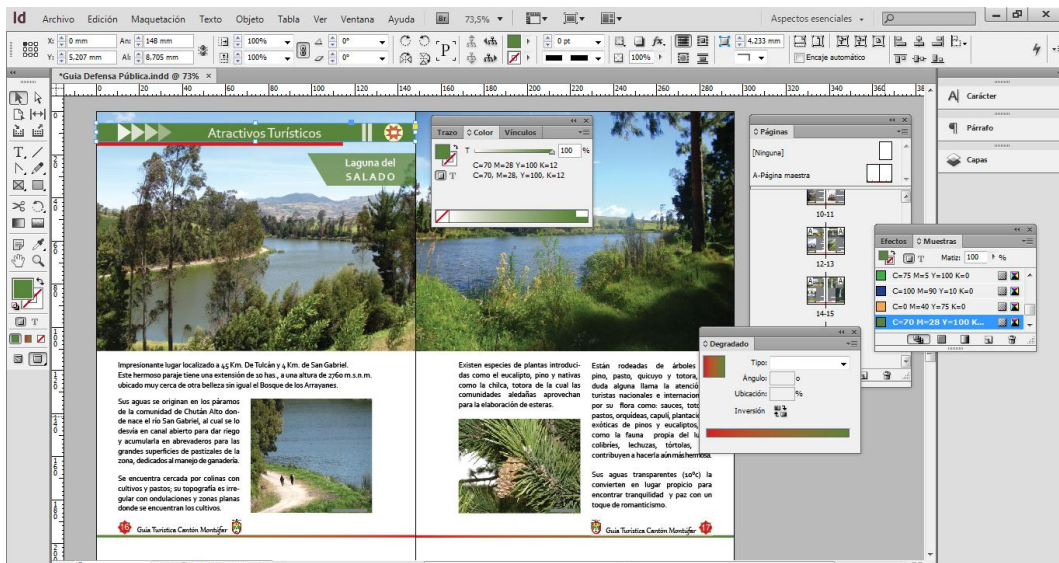
Página 14.- Contiene información y fotografías de la última parroquia rural que es Piartal. Conocidos como Guardianes de la ceja de la montaña.

Página 15.- Esta página contiene información de la Cascada de Paluz, atractivo turístico que sirve de inspiración para artistas, poetas, pintores por su hermoso paisaje que lo rodea, acompañada de fotografías muy llamativas de este lugar.



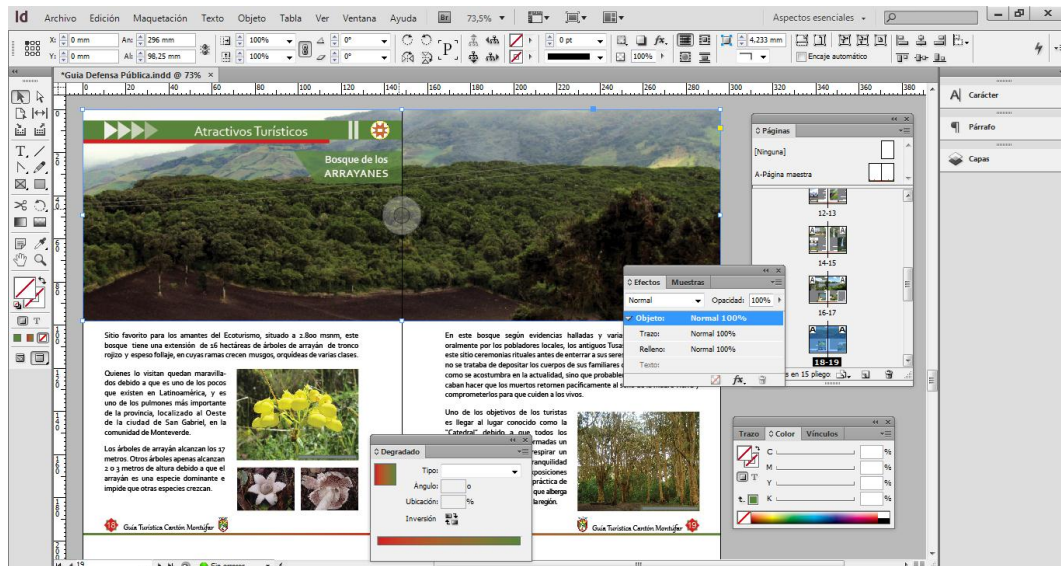
FUENTE: Elaborada por el investigador

Página 16 y 17.- Contienen información sobre la Laguna del Salado, atractivo turístico que posee un hermoso paisaje y lugar que sirve para deportes de aventura en la laguna, fotografías muy hermosas de este paisaje natural.



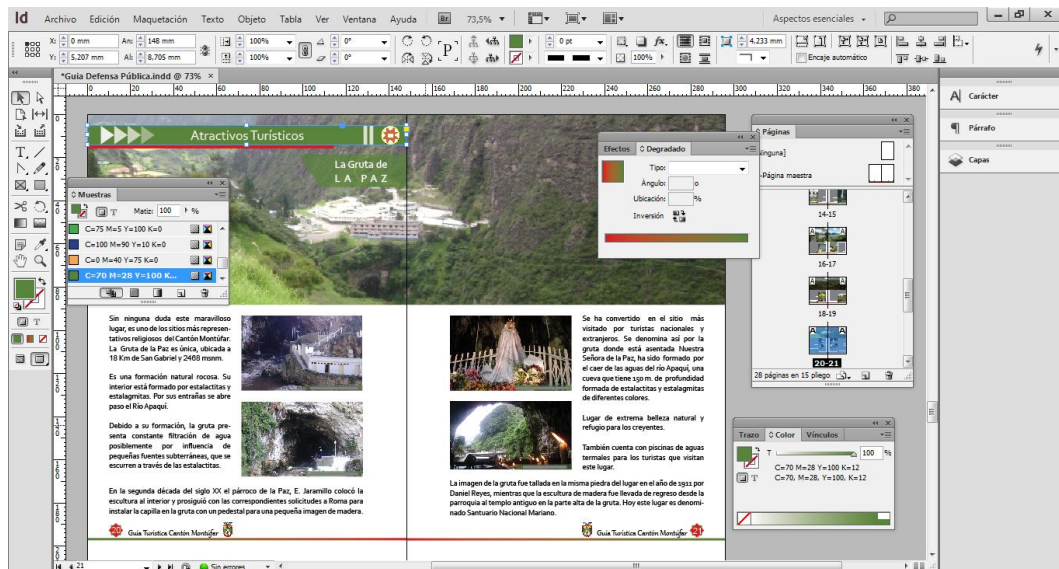
FUENTE: Elaborada por el investigador

Página 18 y 19.- Contiene información de otro atractivo turístico como es el Bosque de los Arrayanes, en donde encontraremos gran variedad de flora y fauna, lugar para acampar y pasar momentos agradables en familia y amigos, tiene un fotografía frontal lejana donde se lo puede observar en todo su esplendor.



FUENTE: Elaborada por el investigador

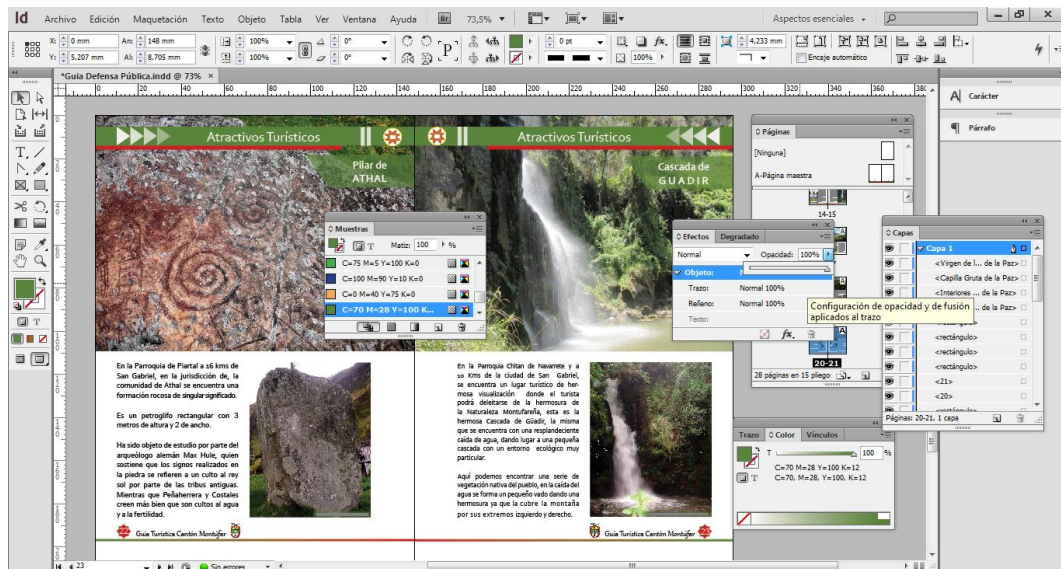
Página 20 y 21.- Estas dos páginas contiene información de la Gruta de la Paz, lugar turístico ubicado en la parroquia La Paz, es un Santuario de fe donde se encuentra la imagen de la Virgen y un ambiente muy relajante, fotografías del lugar.



FUENTE: Elaborada por el investigador

Página 22.- Contiene información del Pilar de Athal, atractivo turístico muy llamativo ya que es una piedra gigante con signos tallados por nuestros antepasados, acompañado de fotografías de la misma.

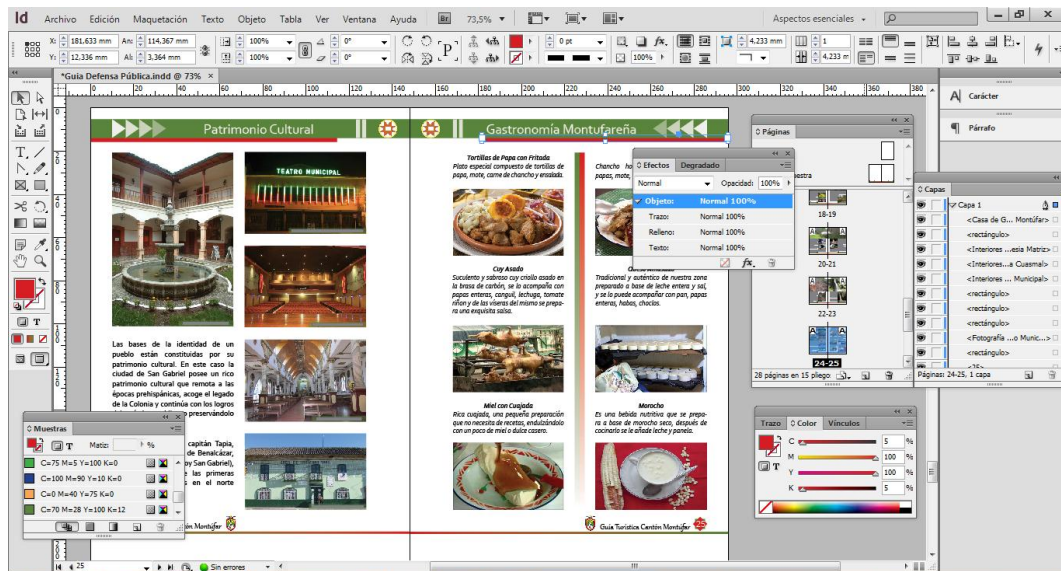
Página 23.- Contiene información la Cascada de Guadir, otro paraje natural, con una vista hermosa a la cascada, posee fotografías de la impresionante caída de agua de la misma.



FUENTE: Elaborada por el investigador

Página 24.- Contiene información del Patrimonio Cultural de la identidad del cantón, fotografías de los distintos lugares patrimoniales que posee Montúfar.

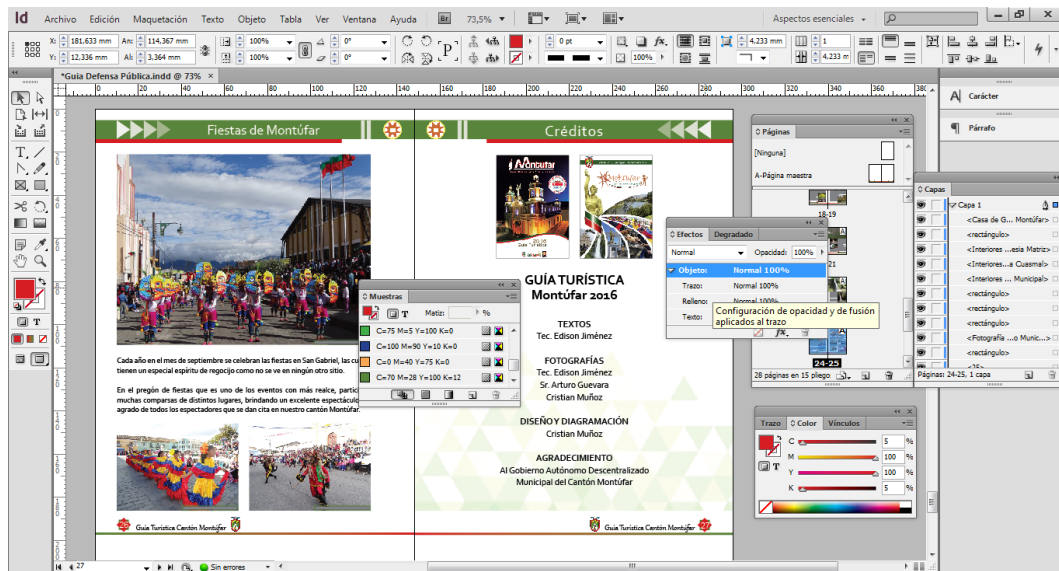
Página 25.- Esta página contiene información sobre la gastronomía montufareña y comidas típicas del cantón, acompañada de fotografías de los suculentos platos.



FUENTE: Elaborada por el investigador

Página 26.- Contiene información de las Fiestas que se realizan cada año en el mes de septiembre en Montúfar, es una fiesta cultural con espíritu de regocijo, posee fotografía de las distintas comparsas que participan en este magnífico evento.

Página 27.- Esta última página antes de la contraportada posee los créditos de quienes aportaron arte para la realización de esta Guía Turística del Cantón Montúfar



FUENTE: Elaborada por el investigador

La Guía turística que se elaboró tiene un enfoque didáctico que facilita brindar un conocimiento al usuario o turista sobre la diferente información turística de un lugar determinado.

6.11. Impactos

6.11.1. Impacto Social

Este nos ayuda en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades que operan proyectos de turismo, reflejados en términos de reactivación económica y productiva, con lo cual pueden suplir sus necesidades básicas.

La guía gráfica turística, ofrece información importante para las distintas parroquias y educará a los moradores de los diferentes sectores con valores culturales ayudando a mejorar los sistemas turísticos de su

comunidad y ponerlos al servicio de la sociedad turística nacional e internacional.

6.11.2. Impacto Cultural

El desarrollo de la guía mostrará la identidad cultural, la recuperación de la historia y la identificación, valoración y rescate del patrimonio cultural del Cantón Montúfar.

6.11.3. Impacto Educativo

La guía turística permite beneficiar a los moradores de las diferentes parroquias, ya que mediante ésta podrán desarrollar su educación con el conocimiento de sus atractivos y de cómo poder potenciarlos y desarrollarlos turísticamente, también permite que desarrollen su pensamiento para ser personas competitivas en sus diferentes actividades diarias.

6.11.4. Impacto Ecológico

En el ámbito ecológico la inserción de la Guía turística es sumamente positiva ya que permitirá que los pobladores de las parroquias del cantón conozcan sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, es así que mientras las comunidades más se interesen por conservar los sitios naturales, tendremos más oportunidades de desarrollar el turismo limpio en el sector, desviando actividades que posiblemente afecten al turismo.

6.12. Difusión

La difusión de la guía turística del Cantón Montúfar, se la realizó a través de los diferentes medios de comunicación así como por parte de las siguientes entidades:

- GAD de Montúfar
- Miembros de las Juntas Parroquiales
- Turistas que visitan el Cantón Montúfar

ANEXOS

ARBOL DE PROBLEMAS

EFFECTOS

Inconformidad por parte de la población Montufareña.

Falta de cuidado a los parajes naturales del cantón.

Desinterés por nuestra flora y fauna

PROSPECTIVA

Lograr una mayor integración por parte de los turistas, pobladores y así promover el turismo en nuestro cantón.

Escases de información y promoción a los Lugares Turísticos que se encuentran en el Cantón Montúfar.

SINTOMAS

Poca afluencia de gente

Falta de ingresos económicos

Poco interés por los sitios turísticos

CAUSAS

Carencia de compromiso y apoyo por parte de las autoridades del Cantón.

No existen empresas de turismo comunitario o que promuevan el turismo.

No existe la capacitación a los moradores de los sectores sobre la riqueza turística que tienen a su alrededor.

CUESTIONARIO

1.- ¿Piensa usted que a Montúfar le hace falta promocionar sus atractivos naturales y turísticos?

Mucho_____ Poco_____ Nada _____

2.- ¿Existe en nuestro Cantón entidades que trabajen en la actividad turística?

Si su respuesta es sí mencione una de ellas.

SI _____ NO _____

.....

.....

3.- ¿Considera usted que nuestro Cantón tiene un gran potencial turístico?

Mucho_____ Poco_____ Nada _____

4.- ¿Conoce de algunos atractivos naturales que deberían ser explotados turísticamente, cuál de ellos?

Cascada de Paluz

Bosque de Los Arrayanes

Laguna del Salado

Pilar de Athal

Gruta de La Paz

5.- ¿Está de acuerdo con la elaboración de una Guía Turística para dar a conocer los atractivos naturales de Montúfar?

De acuerdo_____ Poco acuerdo_____ Desacuerdo_____

6.- ¿Piensa usted que la utilización de una Guía turística de Montúfar tendría un aporte a la economía del cantón?

SI_____ NO_____

7.- ¿Considera que las autoridades del Cantón deben fortalecer el turismo difundiendo las riquezas y lugares atractivos a través de una guía turística?

SI_____ NO_____

8.- ¿Cree usted que con la utilización de una Guía Turística se podrá tener una mayor afluencia de turistas?

Mucho_____ Poco_____ Nada_____

9.- ¿Considera que una guía turística facilita el recorrido a los turistas que visitan nuestro Cantón?

SI _____ NO _____

Porque.....

MATRIZ DE COHERENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<ul style="list-style-type: none"> Escases de información y promoción turística de Montúfar. 	<p>Mejorar la Afluencia Turística mediante una Guía Turística la cual refleje la belleza de los parajes propios de nuestra serranía y se convierta en un instrumento para conocer la riqueza eco turística del Cantón.</p>
SUBPROBLEMAS / INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>1. ¿Cómo podemos promocionar este proyecto en instituciones y en la sociedad?</p> <p>2. ¿Cuál es la situación actual referente a la promoción del turismo en Montúfar?</p>	<p>1. Motivar a los ejecutores del Municipio a utilizar al máximo el presupuesto asignado para invertir en publicidad y atraer más turistas.</p> <p>2. Incentivar a través de esta Guía; a que los turistas visiten los diferentes Sitios Naturales que ofrece</p>

<p>3. ¿Qué propuesta sería adecuada para optimizar el desarrollo de los sectores turísticos de Montúfar?</p>	<p>nuestro cantón.</p> <p>3. Fortalecer en las jóvenes generaciones, el amor por lo propio, por su historia, por su cultura, por su identidad y por la riqueza eco turística existente en Montúfar.</p>
--	---

6.13. Bibliografía

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de [http://www.spain.info/turismo,impactos socio ambiente](http://www.spain.info/turismo,impactos_socio_ambiente)

Acerenza, M. A. (1990). *Promoción Turística*.

Andrade, U. (2002). *Tourism Concern*.

ARANDA, A. J. (2008). *LA COMPETENCIA ARTISTICA: CREATIVIDAD Y APRECIACION CRITICA*. OMAGRAF.

Arens, & W. F. (2000). *Publicidad*. (M. G. Hill, Ed.) México.

Armand, M. (1997). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. España.

BELLO, A. (2003). *SOMOS PATRIMONIO*.

BELLO, A. (2004). *SOMOS PATRIMONIO*.

BOLZ, N. (2006). *COMUNICACION MUNDIAL*.

BUENO, A. B. (2010). *INFANCIA Y JUVENTUD EN RIESGO SOCIAL*.

Calvo, C. H. (1986). *Teoría y práctica de la propaganda contemporánea* (Vol. 1ra Edición). SANTIAGO DE CHILE, Chile: Editorial Andrés Bello.

Campos, R. M. (s.f.). *Gu'*.

Campos, R. M. (s.f.). *Guía para Trabajos de Investigación Universitaria*. El Salvador: Artes Gráficas.

Canguilhen, J. (s.f.).

Casal, Z., & F. M. (2002). *Turismo Alternativo*. México: Trillas.

CATALÁN, M. A. (2009). *ARTE EN EL ESPACIO PÚBLICO: BARRIOS ARTISTICOS*.

Cerezo, S. S. (1983). *Diccionario de Ciencia de la Educación*. España.

Cohen. (2001). *Conceptos de Publicidad* (8va ed.). México.

COLLANTE, X. R. (2000). *RETÓRICA CREATIVA*.

- CRUZ, R. R. (2003). *EMERGENCIA DE CULTURAS JUVENILES. NORMA.*
- CUETOS, P. G. (2011). *EL PATRIMONIO CULTURAL. CONCEPTOS BÁSICOS.* PRENSAS UNIVERSITARIAS DE ZARAGOZA.
- De Lara, F. c. (2003). *Antología. Democracia gobernabilidad y cultura política* (Vol. I). (P. Torres, Ed.) Quito, Ecuador, Ecuador: Flacso.
- Di-Bella, M. G. (2004). *Introducción al Turismo.*
- DUHUA, E. (2008). *LAS REGLAS Y EL DESORDEN: HABITAR LA METROPOLI.* MEXICO.
- Erickson, B. (2010). *La publicidad.* (P. ebrary, Editor) Recuperado el Diciembre de 2015, de ProQuest ebrary:
<http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10360778>
- Fernando Carrión. (2003). *Espacio Público: Punto de partida para la alteridad.* Recuperado el 2015, de www.flacso.org.ec:
<http://www.flacso.org.ec/docs/artfcalteridad.pdf>
- FILIPPIS, J. (2005). *GLOSARIO DEL DISEÑO.* BUENOS AIRES: NOBUKO.
- Fuentes, G. d. (1979). *Turismo y subdesarrollo Regional.* México.
- GARCIA, C. M. (2008). *ARTE Y COMUNICACIÓN.*
- GEHL, J. (2004). *LA HUMANIZACION DEL ESPACIO URBANO.* REVERTE.
- GIGLIA, A. (2008). *LAS REGLAS DEL DESORDEN.* MEXICO.
- GORDON, A. M. (2000). *LA INFANCIA Y SU DESARROLLO.*
- GRANADOS, J. Z. (s.f.). *LA VITALIDAD DE LOS ESPACIOS ABIERTOS.*
- GRIJALBO. (s.f.). *OSHO , LA CREATIVIDAD, LIBERANDO LAS FUERZAS INTERNAS.*
- GRIJALBO. (s.f.). *OSHO , LA CREATIVIDAD, LIBERANDO LAS FUERZAS INTERNAS.*
- HARRIS, M. (2004). *TEORIAS SOBRE LA CULTURA EN LA ERA POSMODERNA.* ESPAÑA: CRITICA.

- HEYD, T. (s.f.). *NATURALEZA, CULTURA Y PATRIMONIO NATURAL; HACIA UNA CULTURA DE LA NATURALEZA.*
- Huezo, R., & Eunice, D. (2003). *Guía Estratégica Administrativa - Operativa de E - Bussines.* El Salvador.
- J., T., & W. J. (s.f.).
- JUANES, S. G. (2007). *EDUCACION PLASTICA Y VISUAL.* EDITEX.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing.* México: Pearson.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de Marketing de "A a la Z".* España.
- KURI, P. R. (2003). *espacios publicos y reecnostruccion de ciudades.* mexico.
- Lasswell, H. (s.f.).
- Maldonado, T. (s.f.).
- MANUEL, S. C. (2006). *FILOSOFÍA Y CULTURA DE LA TOLERANCIA.* IMPRIMEIX.
- MAÑERO, A. (2003). *LA INVESTIGACIÓN EN LAS ARTES PLÁSTICAS Y VISUALES.*
- MARGULIS, M. (2008). *LA JUVENTUD ES MAS QUE UNA PALABRA.* BUENOS AIRES: BIBLOS .
- Martina, C. (2006).
- McQuail. (2001). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas.* México: Paidos.
- McQuail, D. (s.f.).
- MINGOTE, J. C. (2008). *MALESTAR DE LOS JOVENES.* MADRID: DIAZ DE SANTOS.
- MIRANDA, R. B.-M.-A. (2008). *LOS JÒVENES Y EL FUTURO.* PROMETEO.
- Moholy, L., & Nagy. (s.f.).

- Monnet, N. (2002). *LA FORMACION DEL ESPACIO PUBLICO*. BARCELONA.
- MORA, M. A. (2009). *LAS CIUDADES MEDIAS O INTERMEDIAS EN UN MUNDO*. MADRID: UNIVERSIDAD DE LLEIDA.
- NORA CASALS, G. O. (s.f.). *PERSEPCION Y SELCECION DEL ESPACIO RECREATIVO*.
- Núria Sempere Comas, P. S. (2011). *ACCIÓN CULTURAL Y DESARROLLO COMUNITARIO*. ESPAÑA: GRAO.
- OCAÑA, A. L. (s.f.). *LÚDICA Y CREATIVIDAD FAMILIAR*. (CEPEDID, Ed.) COLOMBIA.
- Ortiz, Z. (2001). *Así se Investiga*. El Salvador.
- OSHO. (2007). *LA CREATIVIDAD, LIBERANDO LAS FUERZAS INTERNAS* (Vol. 1 ra). BARCELONA, España: DEBOLSILLO.
- Patricia, R. (2003). *Espacio Público y reconstrucción ciudadana* (1ra Edición ed.). (P. M. Ángel, Ed.) México DF, México: Flacso.
- Pereda, C. (2000). *El concepto de Heurística en las ciencias y la Humanidad*. mexico: siglo veintiuno.
- PERUS, M. C. (2005). *LA JUVENTUD COMO CATEGORIA DE ANALISIS SOCIOLOGICO*.
- Peters, T., & Porter, M. (s.f.).
- piatelli, M. C.-S.-L. (2007). *Acerca de la Enseñanza del Diseño*. Argentina: FADU.
- Ponce, A. R. (1985). *Empresas Teoría y Práctica*. México.
- Porter., T. P.-M. (s.f.).
- Rosember, J. M. (2002). *Diccionario de Administración y Finanzas*. España: Océano.
- Shigley, J. E., & Mishke, C. R. (s.f.).
- Silis, D. I. (1998). *Enciclopedia Internacional de Ciencias Sociales*. España.

Uceda, M. G. (2011). *Las claves de la publicidad* (7ma Edición ed.).
Madrid, España: Esic Editorial.

WALSH, D. (2010). *MEDICINA PALIATIVA*.

Bote, V. (2005) *Curso de Financiación del sector turístico*. Editorial Cofás.
España.

Aguilar, R (1996) *Metodología de la investigación científica*. Editorial
UTPL. Loja – Ecuador.

Cárdenas, F (2001) *Proyectos Turísticos, localización e investigación*.
Editorial Trillas. México.

CONUEP (1992) *Manual de evaluación de proyectos de investigación*.

Imprenta Manosalvas. Cuenca – Ecuador.

Eco ciencia, Ing. Luis Ponce. *Ayuda a la comunidad*.

Ecoturismo, Miguel de Reguero – Bosch. *Nuevas formas de turismo*.

Gestión de Marketing. Lucia Mediano. *En el turismo rural*.



ALCALDÍA

San Gabriel, 30 de noviembre del 2015
Oficio No. GADMM-A-2015- 939-OF

Magister
Raymundo López
DECANO FECYT UTN
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo a nombre del pueblo Montufareño, al mismo tiempo deseándole éxitos en sus actividades.

Mediante el presente me permito poner en su conocimiento que el Borrador “Guía Turística Montúfar 2015” presentado por el Sr. Cristian Muñoz Rueda estudiante de Universidad Técnica del Norte de la Carrera de Diseño Gráfico, el cual se ha revisado minuciosamente tanto el contenido, diseño, ilustración, redacción y fotografía permitirá dar a conocer a la ciudadanía la belleza natural que posee nuestro Cantón, además con el uso de esta Guía tendremos más realce y reconocimiento en el turismo local, nacional e internacional y de esta forma conseguiremos que el Cantón Montúfar este dentro de la ruta turística nacional.

En lo que respecta al diseño no tenemos ninguna sugerencia ya que el contenido, espacios, color, tipo de letra, fotografía, están acorde a la documentación por lo que damos nuestro respaldo al proyecto antes mencionado

Particular que me permito informar para los fines legales pertinentes.

Atentamente,

Don Juan Acosta

ALCALDE DEL CANTÓN MONTÚFAR





UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401664149		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Muñoz Rueda Cristian Rubén		
DIRECCIÓN:	San Gabriel (Calle Bolívar y Mejía)		
EMAIL:	crism_uls@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	06 2290-350	TELÉFONO MÓVIL	0993395259

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“DISEÑO DE UNA GUIA TURISTICA DEL CANTON MONTUFAR PARA PROMOCIONAR SU RIQUEZA NATURAL Y LUGARES TURÍSTICAS”
AUTOR (ES):	Muñoz Rueda Cristian Rubén
FECHA: AAAAMMDD	2015/12/16
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en la especialidad de Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Raimundo López

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Muñoz Rueda Cristian Rubén, con cédula de identidad Nro. 0401664149, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 3 días del mes febrero de 2016

EL AUTOR:

(Firma) 

Nombre: Muñoz Rueda Cristian Rubén
C.C. 0401664149



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Muñoz Rueda Cristian Rubén, con cédula de identidad Nro. 0401664149 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“DISEÑO DE UNA GUIA TURISTICA DEL CANTON MONTUFAR PARA PROMOCIONAR SU RIQUEZA NATURAL Y LUGARES TURÍSTICAS”** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en la especialidad de Diseño Gráfico en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 3 días del mes de febrero de 2016

(Firma) 

Nombre: Muñoz Rueda Cristian Rubén

Cédula: 0401664149