



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO EDUCATIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

LA INCIDENCIA DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA EN LA COMUNIDAD
DE CAUCHICHE DE LA ISLA PUNÁ PARA LA CAPTACIÓN DE TURISTAS

PROPUESTA:

GUÍA DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA PARA LA COMUNIDAD DE
CAUCHICHE, ISLA PUNÁ PROVINCIA DEL GUAYAS.

AUTOR: CÉSAR ARGUELLO ESTRADA
TUTOR: CARLOS MORA ESPINOZA, MAGISTER EN
MARKETING

GUAYAQUIL, DICIEMBRE 2017



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DISEÑO GRÁFICO**

DIRECTIVOS

Lcda. Christel Matute Zhuma, Msc.

DECANA

Lcda. Beatriz Vallejo Vivas, Msc.

SUBDECANA

Lcdo. Alfredo Llerena, Msc.

COORDINADOR

Lcdo. Freddy Noboa Benalcázar, Msc.

DIRECTOR

Ab. Martha Romero Zamora, Msc.

SECRETARIA GENERAL

REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	La incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná para la captación de turistas	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Arguello Estrada César Augusto	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Magister en Marketing Ing. Carlos Mora Espinoza	
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil.	
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social (FACSO)	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Diseño Gráfico	
GRADO OBTENIDO:	Ingeniería	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2017	No. DE PÁGINAS:
ÁREAS TEMÁTICAS:	Diseño de una guía turística sobre los destinos turísticos más relevantes de la comunidad de Cauchiche isla Puná en la provincia del Guayas.	
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Diseño, impresión, publicidad, promoción	

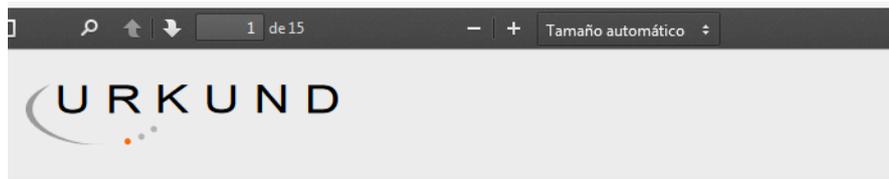
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Como es de conocimiento de la comunidad los medios publicitarios es la herramienta más utilizada y eficaz para dar a conocer cualquier tipo de noticia que tenga mucha relevancia e importancia y a cualquier tipo de cliente que se busca llegar. Este proyecto está centrado en la comunidad de Cauchiche isla Puná ya que se requiere de una gran campaña promocional por lo que aprovecharemos estos medios de comunicación para hacer de esta comunidad una atracción turística en potencia.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0990417397	E-mail: cesararguelloestrada@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaría de Diseño Gráfico	
	Teléfono:	
	E-mail: www.facsodg.edu.ec	

CERTIFICADO SISTEMA ANTI PLAGIO
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado el Magister en Marketing Ing. Carlos Mora Espinoza, tutor del trabajo de titulación, certifico que el presente ha sido elaborado por César Augusto Arguello Estrada, (C.C.: 0908517154); con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería de Diseño Gráfico.

Se informa que el trabajo de titulación: La incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná para la captación de turistas, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND quedando el 7% de coincidencia.



Urkund Analysis Result

Analysed Document:	CESAR ARGUELLO.docx (D35415131)
Submitted:	2/7/2018 9:09:00 PM
Submitted By:	denisse.salcedoa@ug.edu.ec
Significance:	7 %

Ing. Carlos Mora Espinoza

Magister en Marketing

C.I. 0920590304

Guayaquil, 2017

Guayaquil, 16 de febrero de 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado Magister en Marketing Ing. Carlos Gabriel Mora Espinoza, tutor del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por César Augusto Arguello Estrada C.I 0908517154; con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniero en Diseño Gráfico, en la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Lcdo. Carlos Escalante Vera, Msc

C.I. No. **0908625189**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Cesar Augusto Arguello Estrada con C.I. No. 0908517154, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es La incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná para la captación de turistas, son de mi absoluta propiedad y responsabilidad y según el art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, autorizo el uso en favor de la Universidad de Guayaquil, como fuera pertinente

César Augusto Arguello Estrada

C.I. No. 0908517154

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

PROYECTO

Campaña publicitaria para promocionar el turismo en la comunidad de Cauchiche, isla Puná provincia del Guayas

APROBADO

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Secretario

César Augusto Arguello Estrada

Guayaquil, 10 de enero del 2018

Sr. Lcdo. FREDDY NOBOA BELALCAZAR, Msc
DIRECTOR DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO
FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación “la incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná para la captación de turistas”, creados para el posicionamiento de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil, del estudiante César Augusto Arguello Estrada C.I 0908517154. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos: Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 16 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 5 años.
- La propuesta presentada es pertinente.
- Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:
- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante César Augusto Arguello estrada está apto para continuar el proceso de titulación.

Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Lcdo. Carlos Escalante Vera, Msc

C.I. No. **0908625189**

DEDICATORIA

Va dedicado a Dios porque me ha dado las fuerzas y capacidad suficiente para culminar con éxito esta carrera.

A mi madre que ha apoyado con su sabiduría y oraciones, dándome consejos y dedicando su tiempo valioso para ayudarme en los momentos más difíciles.

A mis profesores ya que con su capacidad de enseñanza y comprensión supieron guiarme y transmitir sus conocimientos para mi formación profesional.

A mis compañeros que día a día compartieron conmigo las alegrías y tristezas que conlleva estudiar una carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Por el presente trabajo me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la Universidad de Guayaquil por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi tutor del trabajo de .por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	xi
AGRADECIMIENTO.....	xii
ÍNDICE.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Ubicación del problema en un contexto	2
1.3 Situación de conflicto	2
1.4 Causas y consecuencias	3
Causas.....	3
Consecuencias.....	3
1.6 Formulación del problema.....	4
1.8 Variables de la Investigación.....	5
1.8.1 Variable Independiente.....	5
1.8.2 Variable Dependiente	5

1.9 Objetivo de la investigación	5
1.9.1 Objetivo general	5
1.9.2 Objetivos específicos	5
1.9.3 Preguntas de Investigación.....	6
1.9 Justificación e importancia	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de estudio.....	8
2.2 Fundamentación teórica.....	8
2.2.1 Tipos de turismos	10
2.2.2 Turismo en la isla Puná.....	13
2.3. Campaña Publicitaria.....	15
2.3.1 ¿Qué es una Campaña Publicitaria?.....	15
2.3.2 Análisis de la situación.	15
2.3.3 Antecedentes.....	16
2.3.4 La búsqueda de información.....	16
2.3.5 ¿Qué es una guía turística?	17
2.4 Fundamentación psicológica.....	17
2.5 Fundamentación sociológica.....	18
2.6 Fundamentación legal	18
CAPITULO III.....	24

3.1 Metodología de la investigación.....	24
3.2 Diseño de la investigación	24
3.3 Modalidad de la investigación	25
3.4 Tipos de investigación	25
3.5 Población	26
3.6 Muestra	27
3.7 Observando los resultados obtenidos realizamos el siguiente cuestionario.	30
CAPÍTULO IV	40
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA	40
TÍTULO DE LA PROPUESTA	40
4. Propuesta.....	40
4.1 Descripción del proyecto	40
4.2 Alcance	40
4.3 Etapas de desarrollo	40
4.4 Especificaciones Técnicas	41
CONCLUSIONES.....	43
RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFÍA.....	45
ANEXOS	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Comparte usted el criterio que las campañas publicitarias es un medio de información?.....	30
Tabla 2.- ¿Cree usted que es importante dar a conocer mediante una guía, el turismo en la comunidad de Cauchiche?.....	31
Tabla 3.- ¿Ayudaría usted a distribuir las guías publicitarias para promocionar el turismo en la Comunidad de Cauchiche?	32
Tabla 4.- ¿Ha escuchado usted sobre las guías impresas?.....	33
Tabla 5.- ¿Tiene conocimiento de las ventajas que ofrece las campañas publicitarias?	34
Tabla 6.- ¿Tiene conocimiento en qué lugar está ubicado la comunidad de Cauchiche?	35
Tabla 7.- ¿Considera usted prudente que los habitantes de Cauchiche realicen una campaña para dar a conocer su comunidad?	36
Tabla 8.- ¿Apoyaría usted que la campaña publicitaria para Cauchiche se realice usando guías publicitarias?	37
Tabla 9.- ¿Considera acertado que las guías publicitarias para la comunidad de Cauchiche se distribuyan en la Provincia del Guayas?	38
Tabla 10.- ¿Apoyaría que se use guías publicitarias para promocionar los servicios que presta la Comunidad de Cauchiche a los Turistas?	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- ¿Comparte usted el criterio que las campañas publicitarias es un medio de información?.....	30
Gráfico 2.- ¿Cree usted que es importante dar a conocer mediante una guía, el turismo en la comunidad de Cauchiche?	31
Gráfico 3.- ¿Ayudaría usted a distribuir las guías publicitarias para promocionar el turismo en la Comunidad de Cauchiche?	32
Gráfico 4.- ¿Ha escuchado usted sobre las guías impresas?	33
Gráfico 5.- ¿Tiene conocimiento de las ventajas que ofrece las campañas publicitarias?.....	34
Gráfico 6.- ¿Tiene conocimiento en qué lugar está ubicado la comunidad de Cauchiche?	35
Gráfico 7.- ¿Considera usted que los habitantes de Cauchiche realicen una campaña para dar a conocer su comunidad?.....	36
Gráfico 8.- ¿Apoyaría usted que la campaña publicitaria para Cauchiche se realice usando guías publicitarias?.....	37
Gráfico 9.- ¿Considera acertado que las guías publicitarias para la comunidad de Cauchiche se distribuyan en la Provincia del Guayas?	38
Gráfico 10.- ¿Apoyaría que se use guías publicitarias para promocionar los servicios que presta la Comunidad de Cauchiche a los Turistas?	39



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

La incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná
para la captación de turistas

Autor: César Augusto Arguello Estrada

Tutor: Ing. Carlos Gabriel Mora Espinoza, Magister en
Marketing

Fecha: Diciembre del 2017

RESUMEN

Como es de conocimiento de toda la comunidad los medios publicitarios son las herramientas más utilizadas y eficaces para dar a conocer cualquier tipo de noticia o evento de relevancia, es por eso que se expongo la necesidad de crear una guía publicitaria para dar a conocer el potencial turístico que tiene la isla Puná, en la que se juntará todos los aspectos tanto sociales, económicos y culturales para que la comunidad pueda ofrecer a los visitantes. Esta guía turística irá complementada con publicidad adicional que permita crear un interés general sobre las bondades de la isla y que sea atractivo para los turistas tanto nacionales como extranjeros y que los integrantes de la comunidad de Puná tengan, mediante este proyecto una oportunidad de negocio y mejoramiento de su calidad de vida.

Palabras claves: conocimiento, eficaces, bondades, oportunidad



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

La incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná
para la captación de turistas

Author: César Augusto Arguello Estrada

Advisor: Ing. Carlos Gabriel Mora Espinoza, Magister en
Marketing

Date: Diciembre, 2017

ABSTRACT

As is known to the entire community, advertising media are the most widely used an effective tool to publicize any news or event of relevance, which is why the need to create an advertising guide to publicize the potential is exposed tourism that Puná Island has, where all the social, economic and cultural aspects will be brought together so that the community can offer visitors. This tourist guide will be complemented with additional publicity that will create a general interest about the benefits of the island and that is attractive for both national and foreign tourists and that the members of the community of Puná have, through this project, a business opportunity and improvement of their quality of life.

Keywords: knowledge, effective, kindness, opportunity

INTRODUCCIÓN

La isla Puná es una área protegida la misma que fue declarada en el año 2009 por el gobierno del Ecuador, esta isla se divide en 4 comunas: Bellavista, Estero de Boca, Cauchiche y Subida Alta.

El desarrollo que ha alcanzado la isla depende mucho del turismo el cual se ha ido incrementando y eso ha llevado a que muchos inviertan su tiempo y dinero en investigar el comportamiento del mismo y las posibilidades de desarrollo que se derivan a partir de este, ya que comprender el funcionamiento comercial y social de la isla nos permite hacernos una idea clara de la necesidad circundante para los que deberíamos no solo crear procedimientos, sistemas y conceptos, sino también crear herramientas novedosas para lograr su universalidad.

Un enfoque a esta necesidad ha hecho que el interés de crear una forma de promoción turística sea la de integrar a la cadena turística una guía informativa que permita difundir las bondades de la isla.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La Comunidad de Cauchiche de la isla Puná presenta una gran problemática de desarrollo económico ya que su comunidad no tiene promoción turística que permita conocer las bondades del sitio para que se genere un desarrollo sustentable que permita a sus habitantes mejorar la calidad de vida generando fuentes de empleo, mejor educación y de esta forma contribuir con el mejoramiento de su entorno.

1.2 Ubicación del problema en un contexto

Esta comunidad vive situaciones económicas y sociales reprimidas porque no han alcanzado su desarrollo pleno usando su propia iniciativa, siempre están esperando que las autoridades de turno generen bienestar para sus familias.

1.3 Situación de conflicto

En esta comunidad se genera un gran conflicto en lo que se refiere a desarrollo ya que mientras las personas quisieran trabajar generando economía agrícola las autoridades no les proporcionan algún medio que permitan generar agua dulce para riego de las plantaciones de la comunidad de Cauchiche. Además la poca infraestructura hotelera y de comunicación no permite a los visitantes las comodidades suficientes que les permita adaptarse mejor al hábitat de la isla, lo que permitiría alargar las estadías y por ende generar mayor economía.

1.4 Causas y consecuencias

Causas	Consecuencias
El olvido de las autoridades de turno	No existe desarrollo social
Lugar está a distancia considerable de las grandes ciudades	No permite el fácil traslado de las personas al sector
Falta de incentivos culturales	En este tema no permite el desarrollo cultural
Falta de sectores que permitan ofrecer turismo	El sector no está limitando áreas para ofrecer a los turistas
Falta de conocimiento sobre estrategias de promoción turística	Desconocen cómo hacer turismo en su totalidad

1.5 Delimitación del problema

Campo: Turismo y promoción

Área: Turística

Aspecto Publicitario: Vinculación universidad y sociedad en emprendimientos turísticos del sector de la Isla Puna, provincia del Guayas.

Tema: La incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná para la captación de turistas.

1.6 Formulación del problema

La incidencia de la campaña publicitaria en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná para la captación de turistas, permitirá dar a conocer el lugar, sus atractivos y todo lo que la comunidad ofrece para con ello crear una necesidad en la comunidad y otro lugar en la lista de turismo del país.

1.7 Evaluación del problema o aspectos muy importantes

Relevante.

Es relevante porque debemos desarrollar un proyecto turístico para mejorar los aspectos socioeconómicos de la isla.

Real.

Es aplicable dentro del ámbito turístico local, provincial, nacional e internacional.

Factible.

Se determina que es factible porque la comunidad está motivada ya que eso hará mejorar su estándar de vida.

Finalidad.

El trabajo es de corte transversal ya que se especifica sobre un tiempo y espacio determinado.

1.8 Variables de la Investigación

1.8.1 Variable Independiente

Campana publicitaria

1.8.2 Variable Dependiente

La incidencia de la campana publicitaria que lo haremos mediante una guía publicitaria y será distribuida en varios puntos del país incluyendo la comunidad de Cauchiche de la isla Puná para la captación de turistas.

1.9 Objetivo de la investigación

1.9.1 Objetivo general

Diseñar una guía turística para promocionar el turismo en la comunidad de Cauchiche lo que nos permitirá captar más turistas permitiendo el desarrollo socioeconómico de la comunidad.

1.9.2 Objetivos específicos

Desarrollar turismo mediante la elaboración de guía turística promocional para beneficio de los habitantes de la comunidad de Cauchiche isla Puná.

Establecer la necesidad de promoción que tiene la isla Puná para realizar una guía turística y así obtener una mejor distribución de la información.

Instaurar un adecuado procedimiento de promoción en la isla para integrar a las familias residentes y que ellas sean parte activa en el desarrollo ya que de esta manera se obtendría un mejor método de ayuda para obtener un resultado positivo del proyecto.

Plantear la utilización de este tipo guías en lugares públicos difundir el turismo y el ámbito de conocimiento de dicho lugar.

1.9.3 Preguntas de Investigación

Comparte usted el criterio que las campañas publicitarias es un medio de información

¿Cree usted que es importante dar a conocer mediante una guía el turismo en la comunidad de Cauchiche?

¿Ayudaría usted a distribuir las guías para promocionar el turismo en la comunidad de Cuchiche.?

¿Ha escuchado usted sobre guías impresas?

¿Tiene conocimiento de las ventajas que ofrece las campañas publicitarias?

¿Tiene conocimiento en qué lugar está ubicada la comunidad de Cauchiche?

¿Considera usted prudente que los habitantes de Cauchiche realicen una campaña para dar a conocer su comunidad?

¿Apoyaría usted que la campaña publicitaria para Cauchiche se realice usando guías publicitarias?

¿Considera acertado que las guías publicitarias para la comunidad de Cauchiche se distribuyan en la provincia del Guayas?

¿Apoyaría que se usen guías publicitarias para promocionar los servicios que presta la comunidad de Cauchiche a los turistas.?

1.9 Justificación e importancia

Este proyecto se dará a conocer con la finalidad de optimizar la trascendencia que debe tener las campañas publicitarias como medio de comunicación más adecuada para informar los destinos turísticos , que sea un instrumento para robustecer la información de estos sitios, que también deben de ser acogidos por las empresas públicas y privadas.

Dar a conocer como un medio impreso y digital de información por ejemplo como los diferentes tipos campañas que existen en lo que a turismo se refiere ya que son conocidos por su gran avance en este tipo de publicidad.

Considerando que este es un proyecto turístico que tiene la finalidad de brindar mejorar la visión ecológica de la comunidad hacia el país entero y hasta el exterior hay que proponer mayor atención y distracciones a los turistas implementando ciertas actividades como montar bicicleta recorridos a caballo, coches de arena, etc.

Tomando en cuenta el punto de vista metodológico, este proyecto permitirá recolectar muchas formas de hacer turismo y viabilizar formas de complacer a los turistas con el menor esfuerzo y utilizando el medio ambiente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio

La investigación está orientada en una idea creativa y reformadora ya que pretende generar información que permita conocer el lugar de la isla y además crear interés en dichos lugares.

Esto de alguna manera favorece a toda la provincia y por lo consiguiente los estudiantes de la carrera de diseño conocen el poder de difusión de las campañas publicitarias. Las campañas publicitarias engloban el mundo de las promociones en todo lo que deseemos vender entonces es una de las formas eficaces de llegar con fuerza y rapidez lo queremos presentar.

Plantear el uso de las campañas publicitarias para propagar información a manera de guía dará mayor agilidad en la recepción de la información y que estos lugares turísticos tengan mejor promoción en todo el país

2.2 Fundamentación teórica

Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

La historia del turismo es extensa. Sus orígenes pueden rastrearse en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son.

Hoy el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio.

Pese a que la actividad turística proviene de tiempos ancestrales, recién se definió hace unos años como actividad económica independiente y dado que engloba a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas, encontrar una definición absoluta del término es un tanto difícil. Puede verse de una u otra forma de acuerdo al aspecto o la actividad desde la que se lo desee definir.

En el sector económico podrían definir el turismo a partir del consumo, mientras que un psicólogo realizaría un análisis partiendo de los comportamientos turísticos. Por su parte, un geógrafo ofrecería una definición cuyo principal elemento sería el territorio, sus propiedades y demás cuestiones que toquen su área de trabajo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 1983, definió al turista y excursionista. Con respecto al primero, estableció que es un visitante del local con permanencia de 24 horas y menos de un año por motivos de placer, vacaciones, deporte, negocios, etcétera. En cuanto al excursionista, es el visitante que permanece en el local por menos de 24 horas, incluyendo a los pasajeros en cruceros.

No obstante, el turista se puede dislocar por vía terrestre (turismo terrestre), marítima (turismo náutico) y aérea (turismo aéreo), pudiendo realizar turismo interior, es aquel realizado dentro de las fronteras de un país, turismo nacional es el turismo realizado por los residentes de un país tanto dentro como fuera del mismo y turismo internacional se caracteriza por el turismo de sus residentes fuera de sus fronteras.

2.2.1 Tipos de turismo

- Agroturismo

Modalidad turística en áreas agropecuarias, que proporciona el contacto directo con las actividades agrarias tradicionales. Práctica que permite el mejor contacto entre el hombre, la naturaleza, los animales y los procesos de producción.

- Cicloturismo

Turismo a bordo de una bicicleta para recorrer largas distancias. Consiste en viajar en bicicleta visitando los lugares que se encuentra uno a su paso.

- Ecoturismo

También conocido como turismo ecológico es una tendencia del turismo alternativo con enfoque ecológico, el cual permite visitar entornos naturales como bosques y parques nacionales. Este tipo de turismo desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza.

- Etnoturismo

También conocido como turismo étnico es un tipo de turismo dedicado a visitar etnias para conocer más sobre sus costumbres, tradiciones y forma de vida y cultura de las civilizaciones. Está directamente relacionado con la revalorización de las culturas ancestrales. Es considerada como la parte más humana de toda la actividad turística y es que busca involucrar al turista con la comunidad que visita.

- Mototurismo

También conocido como motoaventura es un formato de turismo que reúne la aventura, destreza y la convivencia, a bordo de una motocicleta. Permite disfrutar de rutas organizadas en entornos naturales y viajando en carretera.

- Turismo Activo

Tipología de turismo, en la que el motivo principal del viaje es la realización de actividades turísticas en ambientes naturales. Se trata de una forma diferente, divertida y en muchas ocasiones excitante de disfrutar del contacto con la naturaleza, sin degradarla. Entre ellas se puede mencionar actividades como el paintball, el ciclismo de montaña, el senderismo, el descenso de barrancos, entre otros.

- Turismo Comunitario

Turismo que se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. Es aquel que llevan adelante miembros de comunidades locales que se organizan para prestar servicios turísticos.

- Turismo Cultural

Modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico. Este tipo de viajes están motivados por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos de la cultura de un lugar.

- Turismo de Aventura

Este tipo de turismo implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. Este tipo de viajes nos permiten visitar desiertos, playas, volcanes, lagos, ríos, así como practicar deportes de aventura.

- Turismo de Ayuda Humanitaria

También conocido como turismo social es un tipo de turismo basado en la solidaridad o cooperación a poblaciones pobres. Se trata de un tipo de turismo ideal para aquellos que tienen espíritu colaborador.

- Turismo Deportivo

Turismo que permite disfrutar de la práctica de deportes y actividades físicas.

- Turismo de Diversión

Turismo que tiene como objetivo el ocio y el entretenimiento. Con este tipo de turismo se pueden visitar playas, parques temáticos, discotecas, etc.

- Turismo de Sol y Playa

También conocido como turismo de litoral es un tipo de turismo que se lleva a cabo en localidades costeras en las que se encuentran playas y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado.

- Turismo Gastronómico

Turismo que permite degustar comida local y sorprenderse con nuevos sabores. Este tipo de turismo permite acudir a restaurantes, fiestas locales y ferias gastronómicas.

2.2.2 Turismo en la isla Puná

Según la enciclopedia del Ecuador del historiador Efrén Avilés, la isla Puná, fue el principal asentamiento de la antigua cultura de los Punaes, que lo conformaban bravíos guerreros considerados por el gobierno del régulo Tumbalá que resistieron a la conquista de los Incas.

La historia narra también que a la llegada de los españoles en 1532 comandados por Francisco Pizarro, la isla era habitada por los indios nativos de la zona, denominados Tumbes o Punáes, que hablaban una lengua diferenciada de sus vecinos, que está prácticamente indocumentada por lo que se trata de una lengua no clasificada.

En la época de la conquista española, en Abril de 1531, se dio la Batalla de Puná, que fue un enfrentamiento encabezado por Francisco Pizarro y en el que combatieron los conquistadores españoles con los pueblos nativos Tumbes que lograron resistir el embate.

La Isla Puná, fue declarada área protegida en el 2009, ya que cuenta con 5 manglares, es una zona muy rica en biodiversidad.

2.2.2.1 Geografía

Es la isla más grande del Golfo de Guayaquil, con una superficie aproximada de 920 kilómetros cuadrados, su costa noroeste es la más próxima del continente. Se originó por las acumulaciones de materiales recientes sobre un núcleo más antiguo, formado por rocas

volcánicas. Ubicada en la misma embocadura del golfo, entre la punta de El Morro y la costa de la provincia de El Oro, está separada de tierra firme por el canal de Jambelí, al sureste, y por el más estrecho canal de El Morro, al noroeste.

La isla cuenta con un clima tropical seco, por influencia de la corriente del Humbolt. La localidad más importante es Puná, localizada en el noreste de la isla. La pesca es uno de sus principales recursos.

Atractivos: La isla es un lugar pintoresco habitado por pescadores y recolectores de concha. Su temporada alta es de Enero a Mayo. Es también, considerada un destino turístico por su atractivo natural y cultural que ofrece: ecoturismo, playas y zonas ricas en arqueología, debido al asentamiento humano de los Punáes, que son una población indígena de la costa que se asentó en el lugar en el siglo XV.

2.2.2.2 Fauna

Puná, es considerada como reserva ecológica por una gran variedad de avifauna como: gaviotas, garzas rosadas, garzas blancas, pelícanos, albatros, cucube, piqueros patas azules, cormoranes, golondrinas de mar, zarapitos, albatros y otras aves migratorias.

2.2.2.3 Actividades

Como distracción, se ofrece un recorrido en lancha desde Posorja, con una duración aproximada de 30 minutos. Entre los servicios turísticos que se ofrece, están: restaurantes en la playa, hospedaje eco-campamento “Catoir” ubicado en la parte alta de la población, guías nativos capacitados, señalización turística, torres salvavidas, transporte fluvial. Durante el recorrido se visitan los islotes: Farallones (rocas de gran magnitud) encontrando aves marinas como piqueros patas azules y especialmente pelícanos.

También desde Posorja, se hacen recorridos, con diversas paradas, para observar a los delfines, que muestran toda la belleza de su ballet acuático. Se visita la Isla de los Pájaros, ubicada en el brazo principal del río Guayas, donde se aprecia de cerca la belleza y colorido de las colonias de fragatas.

2.3. Campaña Publicitaria.

2.3.1 ¿Qué es una Campaña Publicitaria?

Se entiende por campaña publicitaria a aquel grupo de ideas o creaciones que se realizan con el objetivo de vender un producto o servicio a partir del llamado de atención o interés generado en determinado conjunto de personas.

Normalmente, las campañas publicitarias encuentran un sinnúmero de espacios en las cuales tomar lugar, pero son sin duda alguna los medios de comunicación los que cumplen el rol más importante: periódicos, publicidades gráficas, revistas, radio, televisión e internet son generalmente consumidos por una parte importante de la población y esto acerca el producto o servicio a un número infinitamente mayor que lo que se lograría a partir de la recomendación o del boca a boca. Elementos tales como el mensaje (implícito o explícito), los colores, el diseño o formato, la creatividad, los elementos que puedan generar sensación de pertenencia o de identificación al público, son todas cuestiones que se cuidan profundamente para que el resultado sea el buscado.

2.3.2 Análisis de la situación.

La primer mecanismo del mayor segmento de las tácticas de campaña debe llevar un examen de las circunstancias que abrevia toda la indagación notable servible que aplica al producto, la corporación, el hábitat competidor, la industria y los clientelas. Saber de buena tinta como están los negocios con una en ocasiones como una exploración de los negocios,

esta averiguación se alcanza con la utilización de metodologías de investigación primaria y secundaria.

2.3.3 Antecedentes

Encabezaremos con un escrutinio de todos los historiales de este tema que nos enseña el prototipo de indagación en un estudio del medio. En qué año fue instituida la compañía, los servicios o servicios que ha desarrollado y comercializado.

Las clientelas inician la actividad de compra con la afirmación de la necesidad. La insuficiencia está relación puede no ser activada por tentaciones internas, para que una de las carestías corrientes de la persona se eleve a una cota lo suficiente cúspide como para convertirse en una presión.

La escasez asimismo se puede proyectar debido a incitaciones exteriores. Una despensa, el carro nuevo de la familia, un comercial de transmisión de unas festividades. En esta fase, los clientes se asumirán que determinar los factores o las situaciones que generalmente llevan al consumidor a reconocer una necesidad. Por lo tanto reunido todo este prototipo de información, lograremos identificar las incitaciones que suelen impulsar el interés por un determinado bien o producto.

2.3.4 La búsqueda de información

El cliente que se encuentra interesado podrá buscar la información de diferentes maneras y cantidades, pero si el consumidor tiene el producto a la mano es más probable que lo compre, caso contrario quizá emprenda la búsqueda de información relativa a dicha necesidad.

2.3.5 ¿Qué es una guía turística?

Guía impresa turística es una divulgación impresa de una cantidad que puede ser desde cero y hasta cincuenta páginas que se distribuye por lo general gratuitamente, con el objeto de informar los beneficios que le puede brindar un determinado destino, monumento, hotel, etc. de una forma muy breve y concisa para certificar su "portabilidad".

También debemos mencionar que una guía impresa se refiere más a la publicidad que a la información, ya que su propósito es conquistar a las visitas más que simplemente notificar. A menudo aparecen en forma de mapa.

La Guía turística no es solamente la persona que hace los tours, sino también se le llama así a una publicación por la que normalmente se cobra y que se dedica a un lugar en particular (ya sea un país, una localidad, un continente, etc.) en la cual se describe con gran detalle los lugares más importantes del lugar en cuestión, sus costumbres, la forma cómo llegar a ellos y lo que se puede conocer de sus alrededores: si existen templos, museos, centros turísticos, hoteles, restaurantes y espectáculos, etc. Asimismo, se narran brevemente como se exhiben cada uno de los territorios indicados.

2.4 Fundamentación psicológica

La psicología es la ciencia de la conducta y de los procesos mentales. Se incluye el aporte a la comunidad con el desarrollo de centros de encuentro común o que benefician al turismo del país, pero también se resalta la enseñanza del sector en general. Además de la actitud que demuestran los turistas para visitar el lugar debido a que ofrece el alojamiento como parte principal para el turismo. Esto en la comunidad de Cauchiche es el complemento que necesitan para entender que pueden vivir mejor usando sus propias iniciativas.

2.5 Fundamentación sociológica

La sociología en sí es importante debido a que estudia y analiza los acontecimientos de la vida diaria, pero en una forma nueva. Prácticamente, la totalidad de los seres humanos tienen algo que decir y opinar acerca de las conductas sociales de los miembros de una sociedad. .

La capacidad de emprendimiento dentro de una nación ayuda a esta a su desarrollo económico y que la comunidad se vea beneficiada por la actividad comercial que se ejerce.

Por lo tanto en esta comunidad este proyecto aportaría en el cambio social de sus habitantes tanto en su calidad de vida como en su comportamiento ya que al estar vinculados a una actividad productiva su actitud sería más positiva y generarían fuentes sustentables de aporte económico.

2.6 Fundamentación legal

Capítulo II

DERECHOS DEL BUEN VIVIR

Sección I

AGUA Y ALIMENTACIÓN

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Sección II

AMBIENTE SANO

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Capítulo IV

DERECHOS DE LAS COMUNIDADES, PUEBLOS Y NACIONALIDADES

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.

5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.

6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.

7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. La consulta que deban realizar las autoridades

competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley.

12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

Capítulo VII

DERECHOS DE LA NATURALEZA

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

CÓDIGO ORGÁNICO, ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA
DESCENTRALIZACIÓN:

Art. 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados.- Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

d) La recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de medio ambiente sostenible y sustentable;

e) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural;

f) La obtención de un hábitat seguro y saludable para los ciudadanos y la garantía de su derecho a la vivienda en el ámbito de sus respectivas competencias;

g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir;

Ley de Turismo en el Capítulo I

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

CAPITULO III

3.1 Metodología de la investigación

La modalidad para la investigación será usando varios métodos como son el inductivo-deductivo, lo que garantizara que los resultados vayan de lo particular a lo general.

La investigación para este proyecto será realizado de manera que nos permita obtener bastantes datos y llegar así a una investigación a fondo para llegar a determinar las bondades y las falencias y luego atacar con una información agresiva a todas las personas, ciudades y el país en general de todo lo que ofrecemos en esta comunidad llamada Cauchiche.

3.2 Diseño de la investigación

Esto depende en gran medida del enfoque que se le haya dado en el planteamiento del problema. Por lo frecuente se forja o se condensa una vez que se haya perfeccionado la dificultad de investigación y luego de desarrollar la perspectiva teórica.

Investigación experimental. Pre experimentos; es el diseño de un solo grupo cuyo valor de inspección es mínimo, para dar un ejemplo los estudios de casos con una sola medición. Experimentos puros; buscan aumentar las sapiencias teóricos para el avance de una determinada rama de la ciencia o la tecnología.

Investigación no experimental esta investigación se refiere a la que es realiza sin de las variables, de tal manera que nos lo que se hace visualizar fenómenos que no están a la vista, y posteriormente razonar, en los trabajos de tesis universitarios, es el esquema usual, debido a que una exploración experimental demanda totalmente un significativo tiempo, patrimonios y sapiencias científicos y metodológicos profundas.

Transaccional; recaudación de información en un momento notable y en un tiempo único, con el objetivo de representar variables y considerar su interrelación en un momento determinado.

Longitudinal; es la que se encarga de recopilar datos en diferentes fuentes de información en el transcurso del tiempo.

3.3 Modalidad de la investigación

Método Teórico Inductivo - deductivo: Análisis de los datos obtenidos mediante las entrevistas y encuestas realizadas dentro de la Comuna Cauchiche.

Método Teórico Analítico - sintético: Análisis del problema a nivel global para luego proyectarlo como local.

Histórico lógico: Detalle cronológico de las actividades turísticas importantes que se dan dentro de la Comuna Cauchiche de la Isla Puna

Método científico: Le da una secuencia coherente al estudio. Los resultados de este estudio deben ser comprobables

Método Empírico: Observación: A través de nuestros sentidos vamos a verificar de forma presencial los servicios turísticos que se brindan en la Comuna Cauchiche de la isla Puná.

3.4 Tipos de investigación

Bibliográfica: Información consultada, obtenida y sustraída de bibliotecas públicas y privadas, páginas web, blogs, periódicos bajo los estándares establecidos que permiten conocer los acontecimientos turísticos y sociales que se dan en la isla Puná.

De campo: Proceso de recolección y análisis de datos necesarios para realizar el estudio en la Comuna Cauchiche de la isla Puná.

Descriptiva: El detalle exacto de las situaciones y problemática que se dan a nivel socioeconómico en la isla Puná como base para el posterior desarrollo de actividades de mejora en el sector.

Analítica: Recolección de información detallada sobre la perspectiva de los turistas sobre la comunidad en estudio..

3.5 Población

Este tipo de investigación va dirigido a todas las personas que de una a otra manera pueden estar interesadas en conocer otros lugares como parte de nuevos lugares de esparcimiento turístico con diferentes tipos y espacios.

La campaña publicitaria que estamos realizando será implementada con diferentes tipos de guías impresas y hacia toda la población en general.

Entendemos por población a un extracto de la cantidad de elementos sujetos a estudio de los cuales vamos a analizar permitiendo llegar a obtener la información suficiente para llegar a determinar el comportamiento de la muestra.

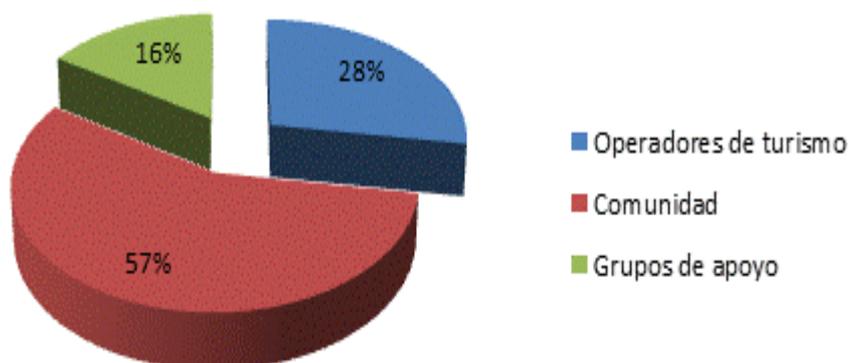
Cuadro No. 1
Población de estudio

Nº	Estratos	Población	%
1	Operadores de turismo	35	28%
2	Comunidad	72	57%
3	Grupos de apoyo	20	16%
4			
	Total	127	100%

Fuente: Muestreo hecho en sitio Isla Puná

Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Gráfico No. 1
Población de estudio



3.6 Muestra

La muestra se refiere o no es otra cosa más que la población y estas son un grupo determinado de personas que por lo general poseen características equivalentes, lo cual nos permite ejecutar una investigación determinada sectorial y con características específicas, en lo cual logramos conseguir un análisis que nos permitirá saber los resultados de una manera coordinada y precisa.

La muestra es un fragmento de la totalidad de cualquier fenómeno, beneficio o diligencia que se puede considerar algo representativo de lo totalitario como también se lo llama muestra representativa, la muestra es la que nos da a conocer los resultados a los interesados o públicos objetivos.

Se utilizará la fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Los valores k que frecuentemente se usan son:

K	1.15	1.28	1.45	1.62	1.97	2	2.58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%	99%

Calculando la muestra:

N:	750
k:	2
e:	5
p:	0.5
q:	0.5
n=	353

Tamaño de la muestra

Cuadro No. 1
Muestra de la población de estudio.

N°	Estratos	Población	Muestra	Tipo de Muestra
1	Madres de familia	350	33%	Muestreo probabilístico
2	Trabajadores	100	21%	Muestreo probabilístico
3	Estudiantes	150	25%	Muestreo probabilístico
4	Comunidad en general	750	21%	Muestreo aleatorio

Fuente: Muestreo hecho en sitio Isla Puná

Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

3.7 Observando los resultados obtenidos realizamos el siguiente cuestionario.

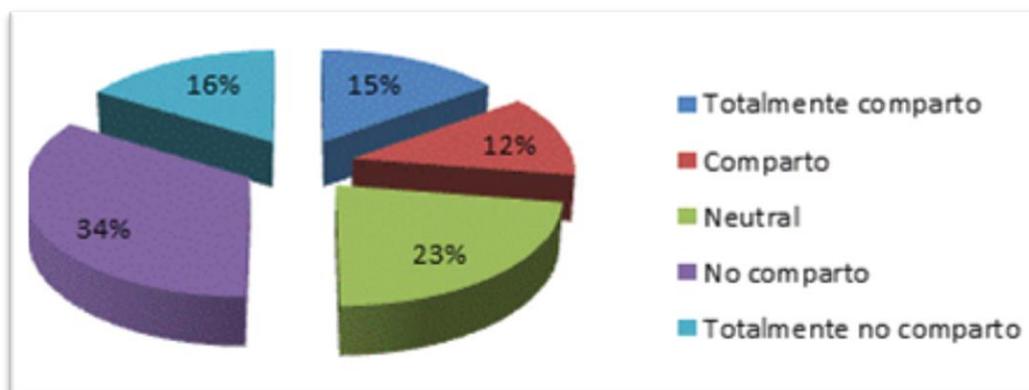
Pregunta 1.- ¿Comparte usted el criterio que las campañas publicitarias es un medio de información?

Tabla 1 ¿Comparte usted el criterio que las campañas publicitarias es un medio de información?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente comparto	12	15%
2	Comparto	10	13%
3	Neutral	18	23%
4	No comparto	27	34%
5	Totalmente no comparto	13	16%
Total		80	100%

Gráfico 1 .- ¿Comparte usted el criterio que las campañas publicitarias es un medio de información?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada
Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: La mayoría de las personas tiene conocimiento de que las campañas publicitarias son medios de comunicación porque aducen que por medio de ellas conocen de productos y servicios que usan diariamente.

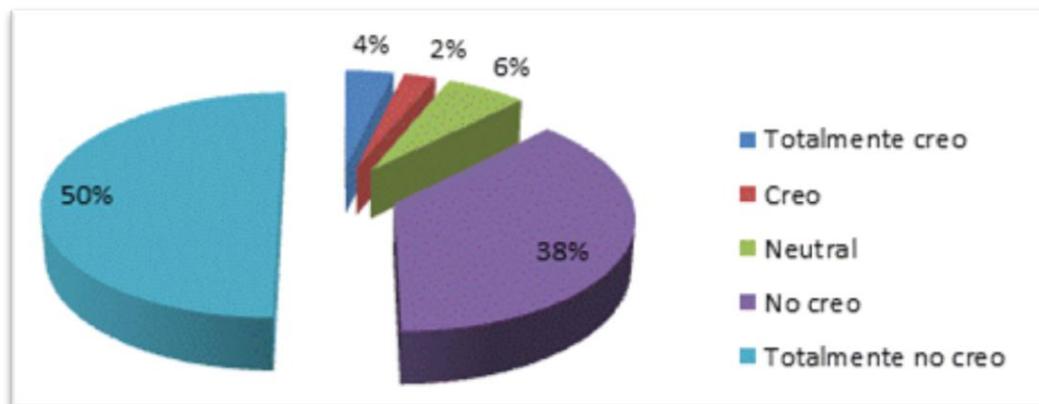
Pregunta 2.- Cree usted que es importante dar a conocer mediante una guía, el turismo en la comunidad de Cauchiche?

Tabla 2.- ¿Cree usted que es importante dar a conocer mediante una guía, el turismo en la comunidad de Cauchiche?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente creo	3	4%
2	Creo	2	3%
3	Neutral	5	6%
4	No creo	30	38%
5	Totalmente no creo	40	50%
Total		80	100%

Gráfico 2.- ¿Cree usted que es importante dar a conocer mediante una guía, el turismo en la comunidad de Cauchiche?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 50% de las personas no creen que sería de mucha ayuda dar a conocer el turismo en la comunidad de Cauchiche porque consideran que eso no generará mejora en los ingresos.

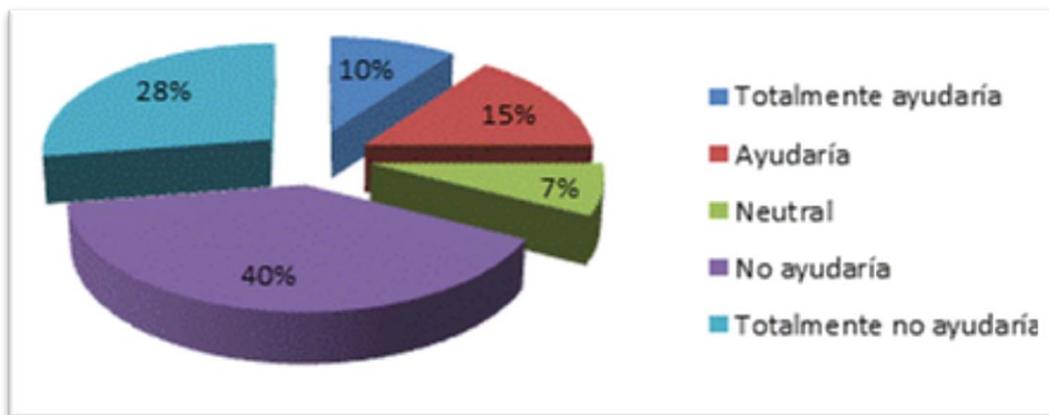
Pregunta 3.- Ayudaría usted a distribuir las guías publicitarias para promocionar el turismo en la Comunidad de Cauchuche?

Tabla 3.- ¿Ayudaría usted a distribuir las guías publicitarias para promocionar el turismo en la Comunidad de Cauchuche?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente ayudaría	8	10%
2	Ayudaría	12	15%
3	Neutral	6	8%
4	No ayudaría	32	40%
5	Totalmente no ayudaría	22	28%
Total		80	100%

Gráfico 3.- ¿Ayudaría usted a distribuir las guías publicitarias para promocionar el turismo en la Comunidad de Cauchuche?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 68% de las personas confían en que pueden ayudar a promocionar el turismo de la Comunidad mediante guías impresas lo que nos hace pensar que podemos difundir rápidamente la información.

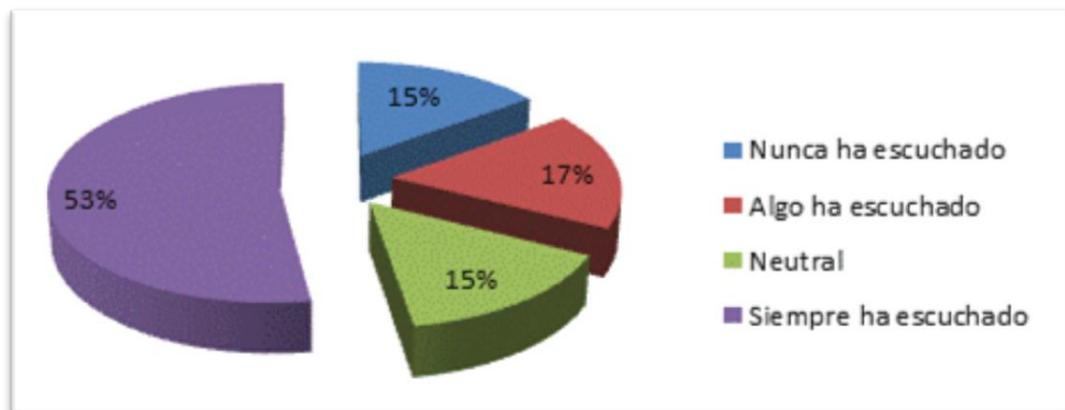
Pregunta 4.- ¿Ha escuchado usted sobre las guías impresas?

Tabla 4.- ¿Ha escuchado usted sobre las guías impresas?

Resultados

No.	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca ha escuchado	12	15%
2	Algo ha escuchado	14	18%
3	Neutral	12	15%
4	Siempre ha escuchado	42	53%
Total		80	100%

Gráfico 4.- ¿Ha escuchado usted sobre las guías impresas?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 42% de las personas han escuchado sobre guías impresas ya que en muchas ocasiones han recibido dichas guías en algún almacén o de algún producto que lo han promocionado, por lo tanto conocen del uso de las mismas.

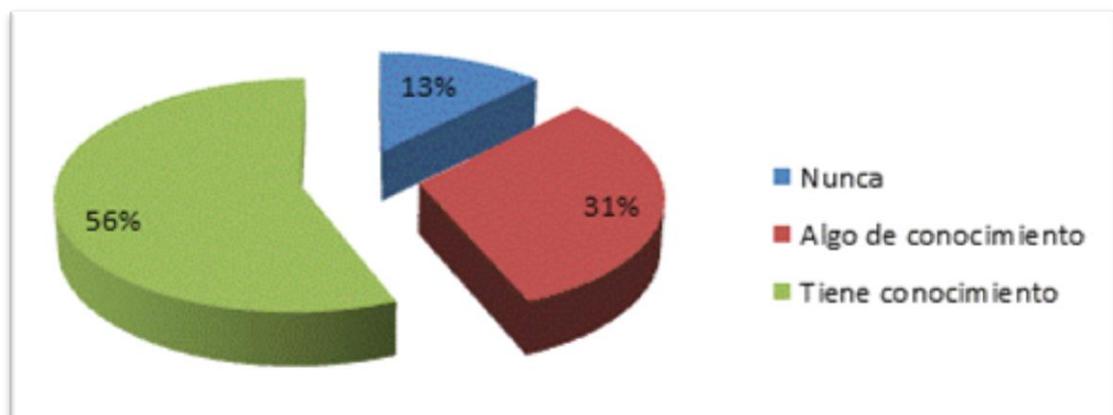
Pregunta 5.- ¿Tiene conocimiento de las ventajas que ofrece las campañas publicitarias?

Tabla 5.- ¿Tiene conocimiento de las ventajas que ofrece las campañas publicitarias?

Resultados

No.	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	10	13%
2	Algo de conocimiento	25	31%
3	Tiene conocimiento	45	56%
Total		80	100%

Gráfico 5.- ¿Tiene conocimiento de las ventajas que ofrece las campañas publicitarias?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 68% de las personas conocen de las ventajas de las campañas publicitarias ya que algunos de ellos han participado realizando campañas de publicidad para algún producto o servicio.

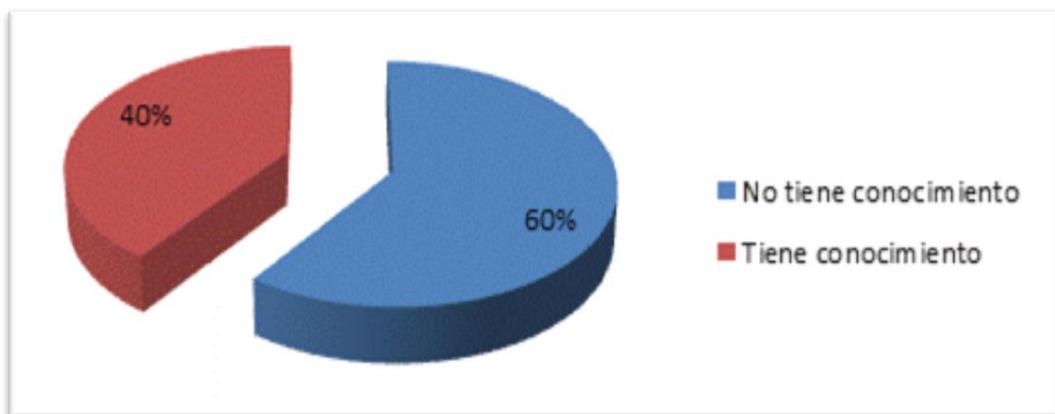
Pregunta 6.- ¿Tiene conocimiento en qué lugar está ubicado la comunidad de Cauchiche?

Tabla 6.- ¿Tiene conocimiento en qué lugar está ubicado la comunidad de Cauchiche?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	No tiene conocimiento	48	60%
3	Tiene conocimiento	32	40%
Total		80	100%

Gráfico 6.- ¿Tiene conocimiento en qué lugar está ubicado la comunidad de Cauchiche?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 60% de las personas no conocen donde se encuentra ubicada la comunidad de Cauchiche por lo que debemos pensar que se requiere una buena campaña publicitaria para dar a conocer sobre esta sitio.

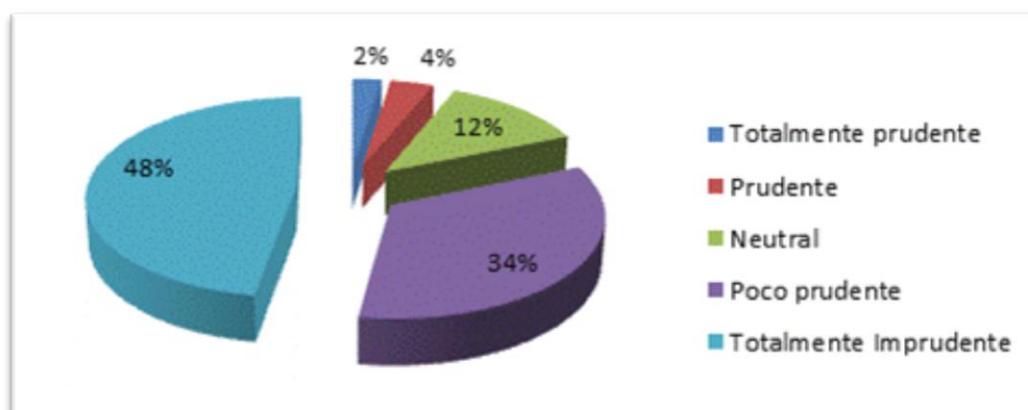
Pregunta 7.- ¿Considera usted prudente que los habitantes de Cauchiche realicen una campaña para dar a conocer su comunidad?

Tabla 7.- ¿Considera usted prudente que los habitantes de Cauchiche realicen una campaña para dar a conocer su comunidad?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente prudente	2	3%
2	Prudente	3	4%
3	Neutral	10	13%
4	Poco prudente	27	34%
5	Totalmente Imprudente	38	48%
Total		80	100%

Gráfico 7.- ¿Considera usted prudente que los habitantes de Cauchiche realicen una campaña para dar a conocer su comunidad?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 60% de las personas no conocen donde se encuentra ubicado la comunidad de Cauchiche por lo que debemos pensar que se requiere una buena campaña publicitaria para dar a conocer sobre esta sitio.

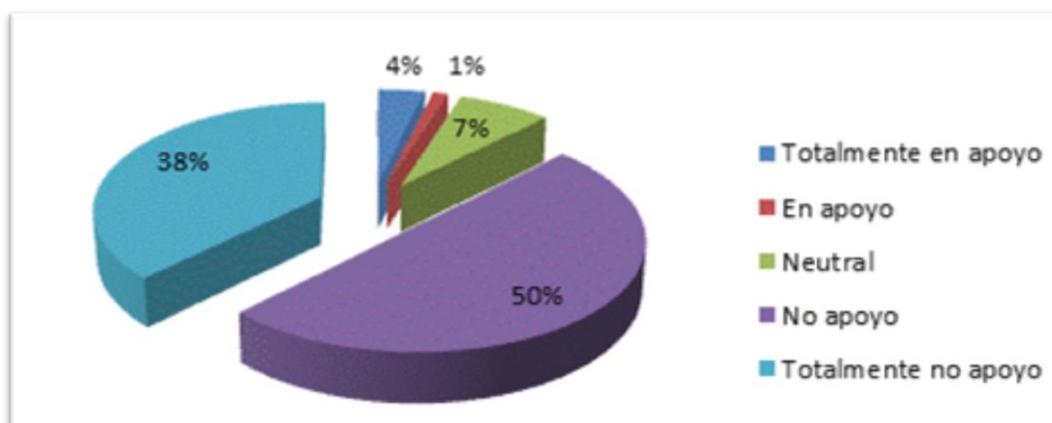
Pregunta 8.- ¿Apoyaría usted que la campaña publicitaria para Cauchiche se realice usando guías publicitarias?

Tabla 8.- ¿Apoyaría usted que la campaña publicitaria para Cauchiche se realice usando guías publicitarias?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en apoyo	3	4%
2	En apoyo	1	1%
3	Neutral	6	8%
4	No apoyo	40	50%
5	Totalmente no apoyo	30	38%
Total		80	100%

Gráfico 8.- ¿Apoyaría usted que la campaña publicitaria para Cauchiche se realice usando guías publicitarias?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: La mayoría de los habitantes de la comunidad de Cauchiche apoyan a que se use guías publicitarias para la promoción turística de su comunidad, ya que son fáciles de transportar y de distribuir.

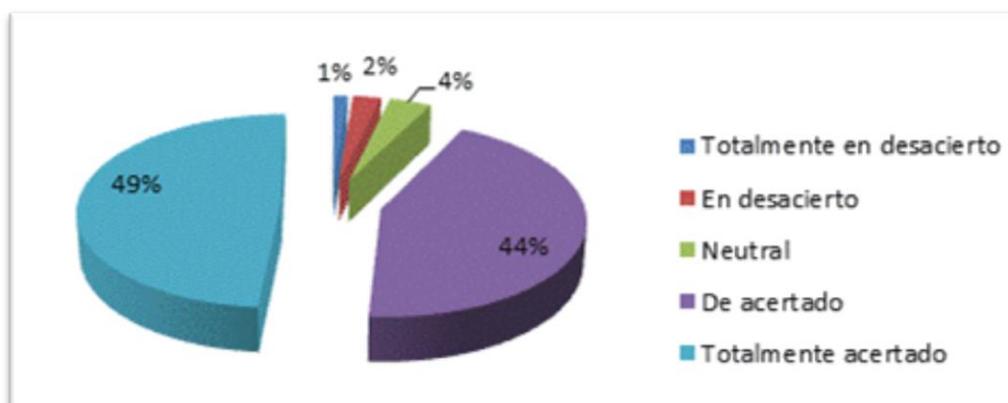
Pregunta 9.- ¿Considera acertado que las guías publicitarias para la comunidad de Cauchiche se distribuyan en la Provincia del Guayas?

Tabla 9.- ¿Considera acertado que las guías publicitarias para la comunidad de Cauchiche se distribuyan en la Provincia del Guayas?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en desacierto	1	1%
2	En desacierto	2	3%
3	Neutral	3	4%
4	De acertado	35	44%
5	Totalmente acertado	39	49%
Total		80	100%

Gráfico 9.- ¿Considera acertado que las guías publicitarias para la comunidad de Cauchiche se distribuyan en la Provincia del Guayas?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 93% de los habitantes consideran acertado que la distribución de las guías publicitarias para Cauchiche debe realizarse en la Provincia del Guayas para así poder contar con un mayor número de posibilidades de turismo.

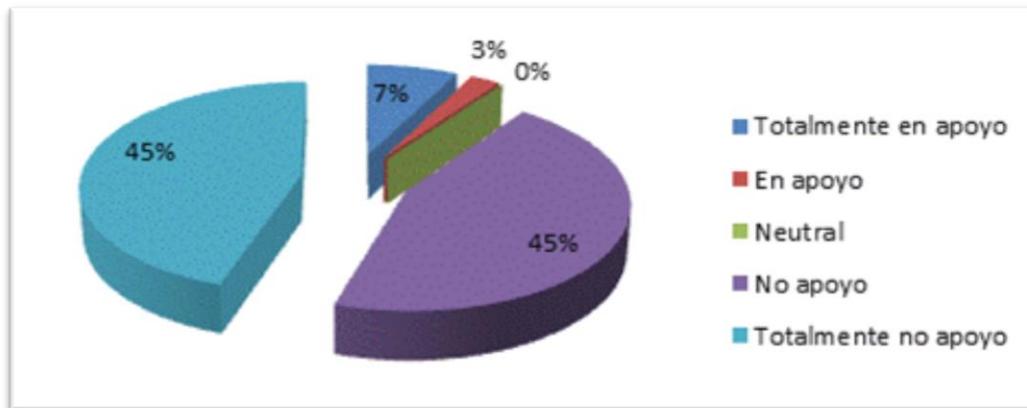
Pregunta 10.- ¿Apoyaría que se use guías publicitarias para promocionar los servicios que presta la Comunidad de Cauchiche a los Turistas?

Tabla 10.- ¿Apoyaría que se use guías publicitarias para promocionar los servicios que presta la Comunidad de Cauchiche a los Turistas?

Resultados

No.	Item	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente en apoyo	6	8%
2	En apoyo	2	3%
3	Neutral	0	0%
4	No apoyo	36	45%
5	Totalmente no apoyo	36	45%
Total		80	100%

Gráfico 10.- ¿Apoyaría que se use guías publicitarias para promocionar los servicios que presta la Comunidad de Cauchiche a los Turistas?



Elaborado: César Augusto Arguello Estrada

Fuente: Investigación hecha en sitio isla Puná

Análisis: El 90% de los habitantes cree que apoyaría la idea de ayudarse con las guías publicitarias para la promocionar los servicios que ofrece la comunidad.

CAPÍTULO IV
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA
TITULO DE LA PROPUESTA

4. Propuesta

4.1 Descripción del proyecto

La guía turística que se ha realizado contiene toda la información y contenido que se utilizara en la campaña publicitaria, como también suministrando toda la información específica; de igual manera a los que estén en capacidad de informarse de todos los lugares que en esta guía que se quiere dar a conocer, es de forma global.

4.2 Alcance

El diseño de la guía turística que se realiza sobre el proyecto de la campaña publicitaria que se ejecutará en la comunidad de Cauchiche de la isla Puná perteneciente a la provincia del Guayas, esta direccionada a todas las personas que de una y otra manera esta por tener conocimiento de otros lugares que ellos puedan visitar con el afán de conocer nuevos lugares sin distinción de edad, raza y condición social.

Se tiene que resaltar que en el proyecto de la campaña publicitaria es una puerta al espacio externo el cual puede ser utilizado o como ejemplo de diferentes entidades.

4.3 Etapas de desarrollo

Para realizar nuestra guía turística se procederá con las siguientes fases:

Análisis situacional. – La distribución de la guía turística para la comunidad de Cauchiche se realizará usando los diferentes sitios de concurrencia masiva de personas;

market's, gasolineras, restaurantes, etc que permitan colocar dentro de estos sitios de forma gratuita.

Contenido informativo. - El contenido y la información de esta guía debe de ser concisa, clara, entendible ya que la comunidad de Cauchiche posee sitios de exuberante belleza que serán descritos en el contenido de la guía.

Investigación. – Se colocará un contenido que será generado en el sitio o sea en la Comunidad misma ya que las imágenes y la información se realiza directamente en el lugar, constatando cada una de las variables a considerar.

Contrastar. – Para que logre el impacto debemos realizar un arte que permita jugar con los colores y las formas presentando así algo que llame la atención de los posibles turistas.

Desarrollar. – Una guía impresa de campaña publicitaria con información de la comunidad de Cauchiche que incluya los sitios de interés turístico existentes y los posibles a implementar.

Distribución del proyecto. – Será distribuido en el entorno de la comunidad, en los cantones aledaños, en la provincia en general y en sitios de todo el país.

4.4 Especificaciones Técnicas

Nuestra Guía Turística que servirá para promocionar la comunidad de Cauchiche será realizada usando técnicas de diseño gráfico lo que permite dar al documento un contexto profesional lo que genera un arte fino y delicado pero así mismo completo en cuanto a contenido y difusión de la información ya que la idea general es que en dicho contexto debe

caber la información suficiente para que la comunidad de Cauchiche sea conocida y reconocida como destino turístico del Ecuador.

Los colores con los que vamos a trabajar en nuestra Guía todas son guiados en RGB Y CMYK con sus respectivos códigos guiándonos por la psicología del color y tratando que los diseños sean llamativos y elegantes.

Rojo. - Esta en el logo de nuestra carrera y este representa la fuerza la energía y determinación se usa para avisos importantes o emergencias y también para llamar la atención.

CONCLUSIONES

Toda esta información debe constar en un solo documento ya que así la difusión es más ágil y permite disponer en varios lugares para su distribución, no debemos olvidar que mientras más sitios de distribución existan la probabilidad será siempre mayor lo que se resume como viabilidad de gestión publicitaria.

Mientras se realiza la distribución de la guía, en la comunidad se crea los puntos de recepción de turistas como es comida, hospedaje, servicios, etc. lo que hará una estadía saludable para los turistas.

RECOMENDACIONES

Mi recomendación fundamental es implementar un grupo de promoción turística para que la comunidad de Cauchiche pueda manejar la publicidad mediante guías dentro de su propio entorno y también a otros lugares lo que dependerá exclusivamente de la forma de coordinar el trabajo comunitario.

Las guías servirán como instrumento de presentación de los servicios que ofrecen lo que ayudará a las personas a mantenerse activas con la promoción turística de su sector.

Además se deberá colocar puntos de distribución en otros lugares de la provincia y si se puede a todo el país para que mediante esta campaña publicitaria se ubique a la comunidad de Cauchiche como otro destino turístico de nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alvarez, M. & Campo, S. (2011) "Controllable versus uncontrollable information sources: Effectson the image of Turkey". *International Journal of Tourism Research* 13
2. Andrews, M. & Kim, D. (2007) "Revitalising suffering multinational brands: an empirical study". *International Marketing Review* 24
3. Belch, G. E. & Belch, M. A. (2001) "Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective". McGraw-Hill, New York
4. Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2012) "A netnographic examination of travelers' online discussions of risks". *Tourism Management Perspectives*
5. Boria, E. (2006) "One stereotype, many representations: Turkey in Italian geopolitics". *Geopolitics* 1
6. Busby, G. & Klug, J. (2001) "Movie induces tourism: the challenges of measurement and other issues". *Journal of Vacation Marketing*
7. Butler, R. W. (1990) "The influence of the media in shaping international tourist patterns". *Tourism Recreation Research* 1
8. Cai, L. A. (2002) "Cooperative branding for rural destinations". *Annals of Tourism Research* 3
9. Campo, S. & Alvarez, M. D. (2013) "Can tourism promotions influence a country's negative image? An experimental study on Israel's image". *Current Issues in Tourism*
10. Celtek, E. (2010) "Mobile advergemes in tourism marketing". *Journal of Vacation Marketing* 1

11. Gurría, Di-Bella M. (1991). Corrientes Turísticas. Introducción al Turismo (pp. 98-103). México: Trillas.
12. Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2011. Actualizado: 2014. Definición de: Definición de promoción turística (<https://definicion.de/promocion-turistica/>)
13. <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/naturaleza/parroquias-rurales/parroquia-rural-isla-puna/isla-puna>
14. <https://www.eluniverso.com/noticias/2013/05/17/nota/933591/isla-puna-lugar-potencial-agricola-turistico>
15. <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/etiqueta/10/Isla%20Pun%C3%A1>
16. <http://www.ecostravel.com/ecuador/tours/tour-isla-puna.php>
17. <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/cuatro-paraisos-escondidos-guarda-la-isla-puna-en-su-ruta-del-pescador>
18. <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/malecones-rurales/malecon-de-la-isla-puna>
19. <http://www.rts.com.ec/actualidad/isla-puna--lugar-turistico-en-el-golfo-de-guayaquil-49679>
20. https://www.google.com.ec/search?dcr=0&q=distancia+de+guayaquil+a+isla+puna&sa=X&ved=0ahUKEwi_gqqq2qXZAhUhrVkJHfDgBB0Q1QIIuQEoAQ&biw=1440&bih=786

ANEXOS



Varadero Posorja

Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Varadero Posorja abordaje

Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Llegada a la playa de Cauchiche
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Rutas para senderismo
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Sembrío de cocos

Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Pista para competencia de cuadrones

Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Entrada principal a la comunidad de Cauchiche
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Escuela de la comunidad
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Albarrada de agua dulce
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Manglar cercano a la playa
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Paso peatonal desde la comunidad hacia la playa.
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Iglesia Católica Madre de las Mercedes
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Puente de Bellavista
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Canal para turismo del manglar
Fuente: Tomada en el sitio – César Arguello Estrada



Hostería Cauchiche

Fuente: Página del Municipio de Guayaquil



Cabañas de relax

Fuente: Página del Municipio de Guayaquil

PROPUESTA



Guía Publicitaria – carilla 1



Guía Publicitaria – carilla 2



Guía Publicitaria – carilla 3

INTRODUCCIÓN

La isla Puná es una área protegida la misma que fue declarada en el año 2009 por el gobierno del Ecuador, esta isla se divide en 4 comunas: Bellavista, Estero de Boca, Cauchiche y Subida Alta.

El desarrollo que ha alcanzado la isla depende mucho del turismo el cual se ha ido incrementando y eso ha llevado a que muchos inviertan su tiempo y dinero en investigar el comportamiento del mismo y las posibilidades de desarrollo que se derivan a partir de este, ya que comprender el funcionamiento comercial y social de la isla nos permite hacernos una idea clara de la necesidad circundante para los que deberíamos no solo crear procedimientos, sistemas y conceptos, sino también crear herramientas novedosas para lograr su universalidad.

Un enfoque a esta necesidad ha hecho que el interés de crear una forma de promoción turística sea la de integrar a la cadena turística una guía informativa que permita difundir las bondades de la isla.

Guía Publicitaria – carilla 4

UBICACIÓN DE CAUCHICHE

La Isla Puná tiene 919 km² de extensión. Está situada en el golfo de Guayaquil, frente a la formación deltaica del Estero Salado y del río Guayas.

Ubicada en la misma embocadura del golfo, entre la punta de El Morro y la costa de la provincia de El Oro, está separada de tierra firme por el canal de Jambelí, al sureste, y por el más estrecho canal de El Morro, al noroeste.



Guía Publicitaria - carilla 5

ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Playas

Bosque seco tropical

Manglar

Islote de las aves

Plantaciones frutales



Guía Publicitaria - carilla 6

RECORRIDO FLUVIAL

Recorrido 1

Cauchiche
Estero de Boca
Bellavista
Islas Manglecitos

Recorrido 2

Cauchiche
Subida Alta
Mar abierto
Canal de Jambeli



Guía Publicitaria - carilla 7

FLORA

Palo Santo
Chirimoya
Ciruela
Mango
Naranja
Ébano
Pega pega



Guía Publicitaria - carilla 8

FAUNA

Puná, es considerada como reserva ecológica por una gran variedad de avifauna como: gaviotas, garzas rosadas, garzas blancas, pelícanos, albatros, cucube, piqueros patas azules, cormoranes, golondrinas de mar, zarapitos, albatros y otras aves migratorias.



Guía Publicitaria - carilla 9

DIVERSIÓN

Paseo en bote

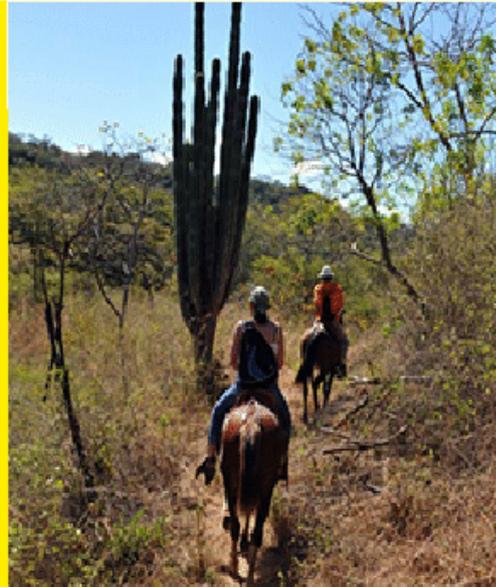
Viaje en bote al sector del manglar y a los lugares turísticos de Cauchiche para deleitarse del avistamiento de los delfines rosados y la isla de los pelícanos.



Guía Publicitaria - carilla 10

PASEO A CABALLO

Existe personal de la comunidad que aporta con los caballos para que los turistas puedan realizar el recorrido que dura 50 minutos y pasa por lugares acogedores , paisajes inolvidables y clima exuberante.



Guía Publicitaria - carilla 11

FUTBOL PLAYERO

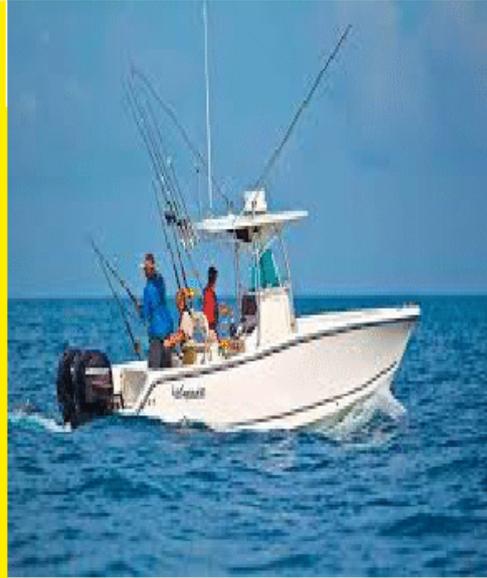
Mucha diversión, equipos locales contra visitantes hará que su estancia en Cauchiche sea inolvidable, se juega dos partidos diarios y con premios incluidos.



Guía Publicitaria - carilla 12

PESCA DEPORTIVA

Se organiza grupos que intervienen en la pesca los mismos que son guiados por personal capacitado en el área



Guía Publicitaria - carilla 13

GASTRONOMÍA

Caldos	\$ 4,00
Secos	\$ 4,00
Ceviches	\$ 5,00
Cangrejos	\$ 10,00
Bolon + café	\$ 2,50
Pescado frito	\$ 3,00



Guía Publicitaria - carilla 14

ALOJAMIENTO

CABAÑAS FAMILIARES

\$ 15,00 por persona
Incluye desayuno
Vivienda confortable
acondicionada con
todo lo que se requiere
para pasar en un
ambiente familiar y
cerca del mar

HOSTERÍA

\$ 20,00 por persona
Incluye desayuno
Habitaciones sencillas
y dobles con duchas
de agua caliente,
piscina, bar,
restaurante, internet.



Guía Publicitaria - carilla 15



Guía Publicitaria - carilla 16



Accesorios para promoción turística - Gorra



Accesorios para promoción turística – Camiseta



Accesorios para promoción turística – Jarro



Accesorios para promoción turística – Llavero



Señalética en las vías



Señalética en la comunidad de Cauchiche