



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN  
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO:**

**“PROMOCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN  
CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES”**

Tesis previa a la obtención del grado  
de Licenciada en Ciencias de la  
Comunicación Social

**AUTORA:**

**CARMEN YADIRA MEDINA LANCHE**

**DIRECTOR:**

**Ing. WILMAN MERINO ALBERCA, Mg. Sc.**

**LOJA - ECUADOR**

**2015**

## CERTIFICACIÓN

Ing. Wilman Merino Alberca Mg. Sc.

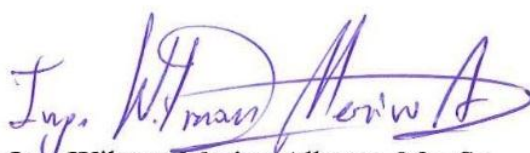
**DOCENTE DEL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

### **CERTIFICA:**

Que la tesis de investigación denominada. **“PROMOCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES**, de autoría de Carmen Yadira Medina Lanche, ha sido dirigida y revisada prolijamente y, cumple con las disposiciones y requisitos emitidos por el Área de la Educación el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.

Por lo expuesto autorizo la impresión y presentación para que sea revisada por el Tribunal de Sustentación correspondiente.

Loja, Marzo de 2015



Ing. Wilman Merino Alberca, Mg. Sc.  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Carmen Yadira Medina Lanche, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Carmen Yadira Medina Lanche

Firma: ..........

Cedula: 1104484934

Fecha: 24 de junio de 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA DE LA TESIS, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Carmen Yadira Medina Lanche, declaro ser autora de la tesis titulada, **Promoción de los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de las radios locales**, como requisito para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las Redes Sociales de información del país, del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinte cuatro días del mes de junio del dos mil quince, firma la autora.

Firma.....

Autora: Carmen Yadira Medina Lanche

Cédula: 1104484934

Dirección: Buena Esperanza (Catamayo)

Correo Electrónico: yadirita.1992ml@gmail.com

Celular: 0968437939

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

Director de tesis: Ing. Wilman Merino Alberca, Mg. Sc.

**Tribunal de Grado:**

Lic. Sybel Ontaneda Andrade, Mg. Sc.	PRESIDENTE
Dr. Héver Sánchez Martínez, Mg. Sc	VOCAL
Dra. María Isabel Enríquez Jaya, Mg. Sc.	VOCAL

## **AGRADECIMIENTO**

Mis sinceros agradecimientos primeramente a Dios, a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera en Ciencias de Comunicación Social; al director de tesis, Ing. Wilman Merino por su motivación, esfuerzo y dedicación, quien con sus sagrados conocimientos, su experiencia y su paciencia ha conseguido que pueda culminar mis estudios con éxito, a los docentes de la carrera por el aporte de sus conocimientos para mi formación profesional, a los propietarios de los medios radiales del cantón Catamayo y a todos quienes hicieron posible la realización de este trabajo.

La Autora

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado primeramente a mis padres, por ser mis pilares y base fundamental para mi formación como persona y quienes sacrificaron todo cuanto pudieron con el fin de obtener lo necesario para mi estudio. También está dedicado a una persona especial que siempre me apoyó económica y moralmente y que ya no está presente para ver cosechar mis frutos y esa persona es Milton Tamay. Dedico este paso más de mi vida también a mis abuelitos mis hermanos especialmente a Johanna Medina.

Carmen Yadira

## MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN										
BIBLIOTECA: Área de la Educación, el Arte y la Comunicación										
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR / NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO					OTRAS DESAGREGACIONES	NOTAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	BARRIO		
TESIS	CARMEN YADIRA MEDINA LANCHE  "PROMOCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES"	UNL	2015	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	CATAMAYO	CENTRO	CD	Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

## MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS



## CROQUIS DEL CANTÓN CATAMAYO





## ESQUEMA DE LA TESIS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE TESIS
  - a. TÍTULO
  - b. RESUMEN  
SUMMARY
  - c. INTRODUCCIÓN
  - d. REVISIÓN DE LITERATURA
  - e. MATERIALES Y MÉTODOS
  - f. RESULTADOS
  - g. DISCUSIÓN
  - h. CONCLUSIONES
  - i. RECOMENDACIONES
  - j. BIBLIOGRAFÍA
  - k. ANEXOS

**a. TÍTULO**

**“PROMOCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN  
CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES”**

## **b. RESUMEN**

Para el desarrollo de la presente tesis se consideró necesario investigar mediante encuestas a los actores directos de la promoción turística, siendo los propietarios de hosterías, restaurantes, dueños de las radios y personas encargadas del sector turístico del cantón, para conocer si existe promoción turística por medio de las estaciones radiales. La investigación se realizó en el período comprendido entre los meses de marzo a julio del 2014, en espacios del cantón. El objetivo general de esta investigación fue: Promocionar los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de las radios locales, para cumplir con este objetivo, fueron de suma importancia la utilización de los métodos de investigación. Primeramente el método inductivo el mismo que permitió conocer ciertas particularidades empíricas para luego mediante la búsqueda de las relaciones dadas entre ellas, relacionarlas en la totalidad, describirlas y buscar sus características y explicaciones causales, cuya información fue agrupada en cuadros y gráficos, para luego ser descrita, analizada e interpretada. Así mismo se utilizó el método deductivo, el mismo que permitió aclarar y concretar los problemas de investigación partiendo desde la problemática y así mismo trabajar en el marco teórico de esta investigación y permitió desempeñar de la mejor manera este propósito facilitando el planteamiento de alternativas. El método científico: facilitó la recopilación de material informativo que permitió la elaboración del marco teórico, mediante libros, enciclopedias, diccionarios, consulta e internet. Además fue utilizado en la elaboración de la revisión de literatura, así como para interpretar los datos desde un rigor científico. Una vez ordenada, procesada y analizada la información, se pudo concluir que dentro de este cantón existe promoción de los centros turísticos por medio de las radioemisoras pero de manera muy escasa. Esto se comprobó a través de las encuestas aplicadas a los propietarios de los medios radiales, propietarios de salones de comida y hosterías y de directivos turísticos. Así mismo una de las recomendaciones a los actores del sector turístico fue comprometerse mutuamente a brindar su aporte para con ello coadyuvar al desarrollo por medio de este sector clave del desarrollo. Con la obtención de estos datos se procedió a presentar la propuesta alternativa, la cual fue socializada, analizada y procesada con los protagonistas que participaron en la investigación.

## **SUMMARY**

For the development of this thesis was considered necessary to investigate by surveying the direct stakeholders of tourism promotion, being the owners of inns, restaurants, radio hosts and people in the tourism sector of the canton, to see if there is tourist promotion through radio stations. The research was conducted in the period from March to July 2014, in areas of the county. The overall objective of this research was to: Promote the resorts of the canton Catamayo through local radios, to meet this goal were important to use research methods. First the inductive method the same which enabled meet certain empirical characteristics and then by finding the relations given between them, relate to the whole, describe and seek their characteristics and causal explanations, whose information was grouped in tables and graphs, only to be described, analyzed and interpreted. Likewise, the deductive method was used, which allowed it to clarify and specify the research problems starting from the problem and likewise work on the theoretical framework of this investigation and allowed to play in the best way this purpose facilitating alternative approach. The scientific method facilitated the collection of information material that allowed the development of the framework, through books, encyclopedias, dictionaries, reference and internet. It also was used in the preparation of the literature review and to interpret data from a scientific rigor. Once sorted, processed and analyzed the data, it was concluded that in this county there is promotion of tourist centers through the radio but very limited way. This was verified through surveys of owners of radio stations, owners of inns and food halls and tourist managers. Also one of the recommendations to actors in the tourism sector was mutually commit to doing their part to thereby contribute to development through the development of this key sector. By obtaining these data we proceeded to present the alternative proposal, which was socialized, analyzed and processed with the players who participated in the research.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Los lugares turísticos como, hosterías y centros de recreación, no han existido siempre, pero sí desde muchos años atrás, ellos han estado en su lugar de origen, pero si no se las difunde a través de un medio de comunicación es como si no existiesen, porque a través de los medios las personas pueden acceder a lugares que no visitaron antes. El sector turístico es fuente beneficiaria para los habitantes del lugar ampliando fuentes de trabajo, de la misma manera contribuye al progreso de la ciudad, sin lugar a dudas el turismo fomenta y aporta al crecimiento de un lugar pero sobre todo permite un encuentro de culturas y costumbres, así nos menciona Fuller, N. “una de las ventajas de esta experiencia es el encuentro entre modos de vida y cosmovisiones diferentes” (2009).

Los medios de comunicación son los encargados de dar a conocer los sucesos o acontecimientos que surgen día a día, pero no solo esto forma parte de su trabajo, sino también entre sus actividades está el dar a conocer las riquezas que poseen los barrios, parroquias, cantones o provincias.

La radio por su parte también cuenta con sus beneficios “(...) por lo general cuenta con una alta lealtad por parte de los escuchas e involucran menores costos que la televisión”. Gallego, J (2009).

De esta manera podemos darnos cuenta de lo importante que es la relación entre los centros turísticos y los medios de comunicación, están netamente ligados, pues si no hay una promoción no se conoce y si no hay un medio no se puede dar a conocer absolutamente nada.

Desde lo anterior y la forma de contribuir y analizar la problemática de la falta de promoción turística del cantón Catamayo se planteó la siguiente pregunta científica ¿Cómo promocionar los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de las radios locales para contribuir con el desarrollo del cantón?

Para procurar proporcionar una respuesta a esta incógnita se formuló el siguiente objetivo general “Promocionar los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de las radios locales”.

Para alcanzar los objetivos de investigación, fue necesario utilizar el diseño metodológico investigativo y prospectivo dentro de la metodología se hizo uso del método científico, analítico, sintético, inductivo y deductivo que permitieron lograr una

fundamentación, recopilar información procesarla y analizarla para llegar a conclusiones y recomendaciones.

La población para el proceso investigativo estuvo conformada por 8 propietarios de hosterías, 20 propietarios de salones de comida, 2 directivos de instituciones que tienen que ver con la promoción turística y 4 dueños y /o gerentes de las radioemisoras.

Para el trabajo se hizo uso de técnicas e instrumentos, la encuesta fue aplicada tanto para propietarios de hosterías, de salones de comida, directivos de instituciones y dueños y/o gerentes de las radioemisora, mediante la cual fue posible adquirir una información para el desarrollo de esta investigación .

La información obtenida fue organizada, procesada, analizada y presentada mediante cuadros y gráficos. Finalmente se estructuró el informe de investigación el mismo que luego de sus partes preliminares consta de: a) título, b) resumen, c) introducción, luego se fundamenta la investigación en lo que se denomina d) revisión de literatura, posteriormente se hace constar, e) materiales y métodos necesarios en el proceso investigativo, luego f) los resultados mismos que son analizados para posibilitar la g) discusión de la información, lo cual da pautas para establecer h) conclusiones y finalmente i) recomendaciones, j) bibliografía, y k) anexos.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **DEFINICIONES DE TURISMO**

Se entiende por turismo a la actividad relacionada con el ocio, descubrimiento de lugares, relajación, es decir son viajes que se realizan fuera del trabajo con intenciones de descanso o placer sin embargo este término también depende de la visión de cada persona de sus gustos y vivencias es por este motivo que muchas de las veces se torna un poco contradictorio.

A pesar de haber un sin fin de definiciones que han venido variando con el pasar de los años, la organización Mundial de Turismo (1994). (Como se citó en Millet, O.2011). Señala que:

Realiza una aproximación a la definición de turismo que interpreta como "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a 1 año con fines de ocio, por negocios y por otros motivos". (Parr.2)

Es importante saber distinguir entre turismo y ocio pues estas dos palabras tienen un significado totalmente diferente que muchas personas confunden. Es por ello que la misma autora señala que:

Se considera turismo no solo a los viajes de placer, sino también a los viajes educativos, religiosos, ecológico y de negocios - Se debe distinguir entre turismo y ocio, porque muchas veces se consideran términos sinónimos y sin embargo no lo son el ocio es una actividad que tiene lugar en la residencia habitual de una persona mientras que el turismo no. (Parr.5)

Como se cita a continuación el término "turismología" no es para nada nuevo sino más bien uno de los más antiguos:

El término "turismología" surgió en los años '60. Pero fue el yugoslavo Živadin Jovičić (geógrafo en su formación académica), el científico considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972. (Wikipedia, 2014, Párr. 4).

## ORIGEN DEL TURISMO

Muchos son los conceptos que se encuentran acerca del origen del turismo en libros, pdf, documentos, revistas entre otros pero generalmente conocemos que el turismo es una de las industrias más antiguas sin embargo Beltrami, M. (2010). Nos menciona que:

Es durante la segunda mitad del siglo XIX cuando puede comenzar a hablarse del turismo como fenómeno social. El origen de los cambios sociales que se produjeron en ciertas sociedades de Europa occidental en el siglo XIX, se debieron fundamentalmente a dos procesos históricos: la Revolución Industrial y la Revolución Francesa. Por ende, puede decirse que el turismo es hijo directo de esta doble revolución burguesa. (Parr. 2).

Sin embargo el mismo autor se hace una interrogante acerca de este tema; si es desde el siglo XIX que se empieza hablar de turismo ¿qué sucedía antes de ello? y nos aclara que:

Previamente al siglo XIX, la dificultad de las comunicaciones, los sistemas político-económicos arcaicos, y las condiciones socio-culturales impedían el desarrollo de flujos de viajeros que puedan considerarse turísticos. No obstante, no es extraño encontrar autores -muchos de ellos, de gran prestigio- que aluden a la existencia de turismo en sociedades preindustriales. La Roma clásica es citada muchas veces como la civilización donde comenzó a desarrollarse el turismo, como lo han hecho Angelo Mariotti o A. J. Norval. Obviamente se cae en un anacronismo si se considera al turismo en éste sentido, y es así que aquellos otros fenómenos vinculados a los viajes que se sucedieron en las sociedades preindustriales deben ser analizados y estudiados como algo distinto del turismo. Y aquí es donde aparece la utilidad del concepto de viaje pre turístico. (parr. 3)

El termino turismo se empezó a utilizar desde el siglo XVII en Inglaterra con referencia a los viajes de los jóvenes por distintos motivos.

Torre (1994). Como se citó en. Muller, N (2009)

El turismo puede ser clasificado como una forma de desplazamiento; en ese sentido, se trata de una actividad que se encuentra en todas las culturas humanas. Las figuras del expedicionario, del comerciante y del diplomático están ampliamente registradas en las literaturas griega, romana, china, árabe,



persa, europea, y así seguidamente. Los peregrinajes religiosos generaban, y generan, inmensos movimientos poblacionales entre hindúes, budistas, cristianos, musulmanes y creyentes de otras religiones. Asimismo, las cortes y los centros culturales y religiosos han sido, tradicionalmente, focos de atracción de viajantes. En el siglo XVII ya se empleaba en Inglaterra la frase “faire le grand tour” para referirse a aquellos jóvenes que emprendían largos recorridos por el continente europeo con el fin de completar su educación. A tales viajeros se les empezó a denominar turistas, para señalar que viajaban por placer, curiosidad o motivos culturales. (p.13)

## **VIAJE TURÍSTICO**

El viaje turístico es una palabra muy común utilizada por las personas al realizar un viaje de unos cuantos días fuera de casa, por diferentes motivos como: de fin de año, semana santa, carnaval, entre otros.

Korstanje, M. mediante varios escritores citados aclara lo siguiente:

Etimológicamente el término viaje se compone de dos vocablos, vía del latín camino y cum que denota acompañamiento. A diferencia de la peregrinación (per agrere) que implica “ir por fuera de la infraestructura dedicada para los viajes”, el viaje debe concretarse dentro de un canal estipulado por la sociedad (PRADO-BIEZMA, 2006). Siguiendo este argumento, G. Santayana explica que el viaje es una habilidad humana por cuanto persigue un motivo preestablecido que condiciona la identidad del viajero; a diferencia del animal que no es consciente de ello. Korstanje, M. (parr.3)

## **TURISMO UN APORTE AL DESARROLLO**

Como lo hemos estado mencionando en párrafos anteriores el turismo es un aporte para el desarrollo de sus pueblos, en este caso; Catamayo, conocido como centro de la Región Sur del país posee las características que todo turista desearía para pasar un fin de semana de relajación y entretenimiento.

Fuller, N. (2009). Manifiesta que:

En lo referente al enfoque del turismo como vía de desarrollo, las décadas de los cincuenta y sesenta pueden ser consideradas como de euforia optimista. La industria turística se consideraba como una opción fácil para el desarrollo

porque depende mayormente de recursos naturales que ya existen –arena, sol, paisajes, historia, gente amistosa–; por lo tanto, no requiere de mayor inversión en capital para infraestructura. Pág. (29)

## **TIPOS DE TURISMO**

### **TURISMO RECREACIONAL**

Dentro de los tipos de turismo tenemos al turismo recreacional que concierne a los viajes que se realizan por razones como; vacaciones estudiantiles, viajes familiares, entre otros sin embargo. Fuller, N. (2009) menciona que “Se relaciona a menudo con las llamadas cuatro eses:sun(sol), sand (arena), sea(mar) y sex(sexo) que son, supuestamente, los incentivos más comunes para escoger un destino”. (p.34). Lo que nos quiere decir esta autora es que de la combinación de estos elementos depende la motivación principal de este tipo de turistas; de quienes buscan el objetivo principal de disfrutar de la belleza natural y sobre todo del relajamiento. Este tipo de turistas sobre todo buscan disfrutar de la gastronomía que ofrecen los diferentes tipos de lugares y de sus atractivos, pero además “Se trata, generalmente, de un turismo estacional que coincide con el período de vacaciones de los países generadores de flujos turísticos”.

### **TURISMO CULTURAL E HISTÓRICO**

Para Fuller, N. (2009) el turismo cultural la define de la siguiente manera:

Es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de los monumentos y sitios histórico-artísticos, y de las manifestaciones inmateriales como conocimientos tradicionales, estilos de vida, tradiciones, etc. Los que lo practican buscan informarse lo mejor posible sobre su destino y, una vez en él, lo observan y fotografían mientras participan de sus comidas, de sus fiestas populares y de otras actividades de esta índole. P. (35-41)

Es por ello la importancia de destacar las culturas de Catamayo, a muchas personas les llena de curiosidad el conocer los sitios históricos por el ejemplo el túnel de Chichaca un lugar histórico por la forma de su construcción, como también la interesante historia de la cueva de Chiriguana, más conocida como la cueva del diablo porque según su leyenda en este sitio acudían personas con problemas económicos para vender su alma al demonio a cambio de bolsas de dinero así entre otros lugares históricos. También el

conocer el pensar y actuar de su gente como celebra las fiestas religiosas y sociales, cuál es su gastronomía entre otros.

## **TURISMO ÉTNICO**

En nuestro Ecuador podemos evidenciar que en sus tres regiones continentales posee en un total de 16 nacionalidades indígenas, entre ellos Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwiar y Záparo. Los Tagaeri, parientes de los Huaorani, que conforman otro pueblo de la zona pero declarado como “intangible” por el Estado, en respeto a su voluntad de vivir alejados de la civilización.

En la Sierra, en los Andes y en el Austro, están los Quichuas de la Sierra con pueblos como los Otavalos, Salasacas, Cañaris y Saraguros. En la parte norte se encuentra la comunidad de los AWA. En la Costa del Pacífico están los Chachis, Cayapas, Tsáchilas y Huancavilcas. En ciudades y pueblos viven principalmente mestizos, blancos y afroecuatorianos, cada quien con sus costumbres y tradiciones de su zona que son llamativos y sumamente diferentes tanto en la alimentación en la medicina natural su vestimenta entre otras características propias de sus pueblos.

El turismo étnico puede ser considerado como una variedad del turismo cultural, cuyo atractivo es la cultura de una comunidad que se construyó o se presenta como diferente de las culturas occidentales o centrales, independientemente de que sea autóctona o trasplantada. Los productos culturales de estos grupos étnicos que atraen a los turistas son aquellos que expresan sus identidades, sus diferencias o sus especificidades: arquitectura, artesanías, festividades, gastronomía, vestimenta, danza, música y otras manifestaciones relacionadas a sus vidas cotidianas.

Esta variedad de turismo comercializa las costumbres curiosas y la gente exótica, por lo que lleva al turista a hogares y pueblos en los que puede observar o adquirir “lo llamativo”, visitar las aldeas indígenas, degustar sus alimentos tradicionales o asistir a espectáculos en los que se representan ceremonias y danzas típicas. Algunos de los destinos de este turismo son habitados por grupos étnicos cuya cultura posee un importante valor artístico e histórico (este es el caso de los tuareg en Marruecos, de los uro del lago Titicaca y de los masai en Kenia). Se trata de una variedad que está creciendo en el Perú dado que existen poblaciones en los Andes y en la Amazonía que presentan estilos de vida muy diferentes a aquellos de los países que consumen turismo.

## **TURISMO DE NATURALEZA**

En la ciudad de Catamayo, podemos poner como ejemplos la hostería las Bugambillas, el Centro Recreacional Padre Eliseo Arias Carrión (El Guayabal), el Río Boquerón, la Cueva Chiriguana, el túnel de Chichaca entre otros que se caracterizan por estar rodeados y formados por la naturaleza misma que los convierte más llamativos a los ojos de los turistas.

A decir de la misma autora este tipo de turismo.

Usa como recurso o atractivo el patrimonio natural como fauna, flora, paisajes, etc. Puede ser subdividido en turismo ecológico y ecoturismo. El primero utiliza el patrimonio natural con fines de educación ambiental. El ecoturismo se caracteriza por ser planificado y promover la interacción entre naturaleza y comunidad, con vistas a una utilización sostenible.

El turismo de la naturaleza se asocia generalmente al turismo étnico. En ambos casos, el principal atractivo del viaje es la educación, por ello se incluyen visitas a pequeñas industrias nativas como las fábricas de artesanía, las procesadoras de productos vegetales y las piscifactorías, ya que estas muestran la adaptación de la cultura material de un pueblo a su medio.

## **TURISMO RURAL**

Este tipo de turismo lo poseen en su mayoría los cantones de la provincia de Loja, cada parroquia posee riquezas admirables como pueden ser lagunas, piscinas naturales, ríos, entre otros; en cuanto a la agricultura cada lugar se caracteriza por el producto que saca al mercado, en el caso de Catamayo la parroquia el Tambo produce el tomate, maíz, el pimiento, según las propiedades de sus suelos. Desde luego este tipo de turismo tiene una estrecha relación con el turismo de naturaleza.

Se conoce también como “turismo verde” (especialmente cuando se le asocia al interés por el paisaje) o “agroturismo” (cuando se le asocia a la prestación de alojamiento o restauración de granjas, así como al deseo de participar en actividades agropecuarias). Su propósito, al menos en teoría, es promover actividades sostenibles, integradas en el entorno, de bajo impacto (ambiental y social) y con un segmento de demanda característico. Está

motivado por el deseo de participar de la vida en contacto con la naturaleza y tiene como objetivo prioritario la conservación (Acuña 2004). Se funda también en la suposición de que el medio rural y la vida campesina se han convertido en santuarios de las tradiciones y raíces perdidas: el refugio de una autenticidad que la vida urbana ha desvanecido (Bessière 2000). Este es un rubro que está creciendo en el Perú y asume diversas modalidades. En unos casos se vende la experiencia de compartir la vida de las poblaciones rurales, en otros se enfoca la singularidad de sus paisajes, su fauna y su flora. P. (41)

## **EL TURISMO COMO ENCUENTRO INTERCULTURAL**

Es necesario conocer cómo influye el turismo en el ámbito cultural, existe una estrecha relación entre estas dos partes, destacando un encuentro de visiones totalmente diferentes y la interacción entre personas distintas. Y con el hecho de que al turista le agrade el lugar que visita ya es un beneficio para la comunidad para alcanzar el entendimiento de los pueblos. Y mediante la relación entre estas dos partes llevar al intercambio comercial y cultural.

Para Fuller, N. (2009)

Los discursos oficiales sobre el turismo sostienen que una de las ventajas de esta experiencia es el encuentro entre modos de vida y cosmovisiones diferentes. La interacción entre personas distintas y la supuesta predisposición del turista a <<acomodarse>> a otros estilos de vida serían oportunidades para ampliar los horizontes mentales y propiciar en el entendimiento entre los pueblos. Sin embargo, en el caso de los países del Tercer Mundo, por lo general existen enormes diferencias entre los turistas y la población nativa que no puede soñar en alcanzar los niveles de ingreso o consumo de los visitantes. Esta distancia se agudiza por el hecho de que los turistas están de vacaciones y por lo tanto llevan un tren de vida que no tendrían en sus lugares de origen. Se ha dicho también que los turistas tienden a ser ciegamente indiferentes a la realidad de la población local y promueven, con ello, el mutuo desprecio más que la comprensión. De hecho, los viajeros tienen poco contacto con las poblaciones, a menos que sea a través de la compra de servicio. Las relaciones entonces se circunscriben al intercambio comercial. **Pag. (99)**

Así como se obtiene ventajas de esta relación también existen las cosas negativas como nos explica Fuller, sin embargo se debería ver el lado positivo a las situaciones en este caso Catamayo se beneficia por los turistas en el sentido comercial.

## **DESTINO Y CONSUMO TURÍSTICO: IMAGEN, CALIDAD Y SATISFACCIÓN**

Es de suma importancia tomar en cuenta, la imagen, calidad y satisfacción, estos conceptos definen un destino turístico, primeramente que sea confortable, acogedor, es decir; que influyan estos ítems que los transforman en un verdadero viaje turístico, digno para los aventureros; es por ende que la imagen es una de las dimensiones que debe cumplir cada territorio. (Murphy, Pritchard y Smith, 2000). Como se citó en Miller, O.) “Como sabemos los destinos turísticos tienen una naturaleza multidimensional; entre las múltiples aproximaciones a su multidimensionalidad existe un modelo teórico de destino turístico que clasifica los destinos turísticos en dos dimensiones“.

Algunos de los aspectos que son tomados en cuenta para decidir el destino turístico son los siguientes: según Millet, O. (2011).

- Dimensión entorno del destino turístico que incluye los siguientes atributos: - Entorno natural: clima - Factores político-legales: estabilidad política. - Factores tecnológicos: comunicaciones - Factores económicos: nivel de precios.
  - Factores culturales: patrimonio histórico - Factores sociales: hospitalidad de los residentes. - Dimensión infraestructuras del servicio que a su vez incluye: - Compras - Recreo y atracción - Acomodación - Transporte - Restauración - Viaje
- Respecto a este modelo se debería destacar la importancia otorgada al entorno del destino turístico, dimensión que han identificado Mo, Howard y Havitz (1993) como un factor fundamental de la experiencia turística. Por otra parte como segundo nivel del modelo se hace referencia a un conjunto de servicios que constituyen un componente del destino muy relevante (Hu y Ritchie, 1993). Por lo tanto, tanto el entorno del destino como sus infraestructuras de servicios modelan la experiencia global del turista. Parr. (14)

Es de suma importancia que “La imagen influye en el comportamiento de los turistas, de ahí que adquiera un gran protagonismo en diferentes campos de investigación como son la sociología, la geografía y el marketing”. Millet, O. Pero también afirma que “puede considerarse una impresión general o el conjunto de impresiones individuales

del turista sobre un determinado destino”. Además se puede definir que “cada turista evaluará de forma diferente un mismo destino turístico, en función de su percepción”. Millet, O. (2011)

## **EL TURISMO: UN FENÓMENO ECONÓMICO Y SOCIAL**

Con el pasar de los años el turismo ha venido adquiriendo un lugar sumamente grande en la economía, su crecimiento es tan amplio que supera en ingresos, a las mismas exportaciones y de esta manera convirtiéndose en el motor clave del progreso socioeconómico, el esparcimiento de este sector beneficia sobre todo a los países industrializados.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Y sin duda alguna ha venido cumpliendo con sus expectativas si bien es cierto; en el año 2012 se alcanzó un porcentaje sumamente alto en cuanto al incremento de turistas y con esto conllevó a producir fuentes de trabajo.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

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

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. OMT, Párr. (1-3).

El turismo es una de las más grandes contribuciones para cada lugar, es así como lo determina Vergara, M. (2013)

En 2012, el turismo contribuyó con 9% (US\$6,6 trillones) al PIB mundial, evidenciándose el tercer año consecutivo de crecimiento. En empleo; según cifras de World Travel & Tourism Council (WTTC), la actividad turística generó más de 4 millones de empleos nuevos ese año y, abarca más de 260 millones de puestos de trabajo. En general, el crecimiento del turismo superó a las demás industrias grandes como manufacturas, servicios financieros y retail. Párr. (3)

Además de haber contribuido económica y socialmente a nivel mundial es importante resaltar la importancia del beneficio que también se ha generado en nuestro País.

Para determinar la contribución a la economía nacional se toma en cuenta el ingreso por concepto de viajes y transporte en la Balanza de Pagos, y se evidencia que en Ecuador, el turismo aún no tiene relevancia, pues desde 2008 mantiene una participación de 2% en el PIB. Párr. (11).

Pero, es importante destacar que el ingreso de divisas por turismo ha tenido un crecimiento positivo, entre 2008 y 2012 el crecimiento promedio fue de 7% anual, y se observa una caída de -8% en 2009 debido a los efectos de la crisis que redujo las llegadas de turistas desde los principales mercados emisores como EEUU y Europa. Párr. (12)

### **ESTRATEGIAS E INVERSIONES EN EL TURISMO**

La competencia que crece día a día en el mercado se prolonga cambiante y creciente del sector turístico, algunos turistas tienen sus destinos turísticos preferidos a cual acuden las veces que les sea posible y otros reaparecen pero aquí lo interesante de ya centros turísticos existentes en declive lo recrean mediante grandes inversiones y aparecen nuevos centros turísticos; por ello es necesario tener en cuenta que:

Para atraer a los turistas, los destinos deben responder a los principios generales del turismo, de precio, comodidad y oportunidad. Como otros consumidores, comparan el costo con los beneficios ofrecidos por un destino determinado, así como el empleo de tiempo, esfuerzo y recursos con aprendizaje, experiencia, entretenimiento, descanso y recuerdos que van a conseguir. La Comunicación como Elemento de Promoción Turística, (P. 12)



Muchas veces al momento de elegir qué destino turístico tomar se toman en cuenta una variedad de características, primeramente escogiendo el más cómodo y dentro de esta palabra encajan varios significados; uno de ellos la movilización el tiempo que tomara el viaje, el higiene, la salud y las necesidades que específicas que espera conseguir del viaje.

Entre las estrategias para promocionar un lugar o centro turístico están la promoción mediante: periódicos y suplementos semanales, en los cuales se puede dar a conocer las festividades de algún lugar específico ya que muchas de las veces algunos lugares o pueblos pequeños instauran festividades para consolidarlos como un destino turístico.

Para algunos lugares turísticos no solo debe requerir realizar inversiones financieras y hostelería para atraer a los viajeros; sino también se hace necesario efectuar ampliaciones de servicios públicos principalmente en la seguridad pública y el control de tráfico, los servicios de urgencias médicas, la limpieza de las calles entre otros. ” También deben fomentar el turismo internamente, haciéndolo llegar a sus propios ciudadanos, al comercio local agencias de viajes.” La Comunicación como Elemento de Promoción Turística, (P. 12)

Otras de las estrategias para obtener mayor cantidad de turismo sin duda alguna es promocionar aprovechando la riqueza que posee cada región o País tal es el caso de los países mediterráneos, Francia, Italia y Grecia, quienes están enmarcados entre los principales países turísticos a nivel europeo y mundial “Francia es el primer destino turístico mundial por llegadas de turismo internacional” “En el caso de Grecia, el sol y playa se configura como el principal producto dentro de su oferta turística con un importante turismo de tipo cultural gracias al rico patrimonio del que dispone” pero también cuenta con un importante turismo de tipo cultural gracias al rico patrimonio del que posee.” siendo también popular el agroturismo, centrado en el medio rural – poblaciones enteras están dedicadas a este tipo de turismo”

## **EL TURISMO Y LA SOCIEDAD DE CONSUMO**

Si bien es cierto los medios de comunicación son el vehículo que conllevan al turismo a ajustarse a los diferentes cambios sociales. De esta manera Camelo J., Ceballos L. (2012) mencionan lo siguiente:

El turismo se adecua a los cambios sociales a través de los medios de comunicación y el sistema de valores o moda que nos rigen. Estos cambios, que pueden ser inducidos por el sistema globalizador, ponen de manifiesto la fragmentación de la sociedad en los aspectos culturales, en las formas de vida, en la interacción social y en los intereses legítimos o no que se manifiestan en la variedad de opciones turísticas. Párr. (1)

Como sabemos el internet es uno de los mejores promotores del turismo, las redes sociales son una modalidad de promoción al alcance de todos que además de comunicarnos, realizar trabajos también nos permite conocer un sin número de lugares.

El internet facilita la continuidad, el seguimiento, la apertura de destinos, los lugares prohibidos y las amistades, sin que existan límites. Párr. (3-4)

Así, el turismo con este tipo de preferencias utiliza esta vía adecuándola a sus necesidades para satisfacer su lado oscuro y negativo. El mercado turístico se rige por dos reglas:

1. El idioma inglés, que permite conectar culturas e idiomas diferentes, y
2. El dólar, que facilita las transacciones internacionales.

## **PUBLICIDAD TURÍSTICA**

El deber fundamental de la publicidad turística es dar a conocer el servicio o producto que se va a sacar al mercado por primera vez o dentro de un segmento del mismo. Es importante tomar en cuenta que el valor y la función de la publicidad son primordiales, el público deberá primero relacionarse con el producto conocerlo y realizar comparaciones con otro antes de adquirirlo. Es por ello que según La Comunicación como Elemento de Promoción Turística,

En esta fase se combinan la publicidad de introducción- llamada también la demanda pionera o primaria- con la promoción de ventas, con el objetivo de que las personas se interesen en consumir lo que se ofrece. Aquí, tanto la una como

la otra, son básicamente una inversión, que aportara dividendos que en cuanto se empiece a percibir los resultados de todos los servicios realizados. La Comunicación como Elemento de Promoción Turística, (P. 15)

## **COMUNICACIÓN TURÍSTICA**

La comunicación turística se ha convertido en una estrategia que busca atraer turistas tanto de fuera como del propio lugar con la finalidad de conseguir ingresos económicos.

De este modo, la comunicación turística se convierte en un instrumento doblemente eficaz: por un lado, genera ingresos para un sector importante de la sociedad; y por otro, sirve a los intereses ideológicos de sus propagadores, difundiendo conceptos y valores muy próximos a quien ocupa el poder en ese momento. Garrido, M. (2009). Pag.126

El éxito de cada ciudad que posee riquezas turísticas está en conseguir un incremento de turistas y mantenerlos, utilizando la creatividad al momento de promocionar.

Un mundo cambiante y globalizado exige analizar continuamente los mercados para descubrir las oportunidades y amenazas del entorno, para adaptar los recursos a los diversos segmentos de mercado y para anticiparse a la competencia actual y potencial. Garrido, M. (2009). Pag.129.

## **ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA SEGÚN TIPOLOGÍA DE DESTINOS TURÍSTICOS**

Para Garrido, M. (2009).No es recomendable que exista exageración al momento de promocionar un lugar turístico porque en el momento real puede existir una desconexión entre la realidad y lo que se difunde en los medios de comunicación.”(...) la fragmentación y desconexión entre los diversos mensajes que recibe el receptor, lo que puede llevar a desagradables situaciones de disonancia cognitiva.”

Es de vital importancia tener en cuenta que para un residente del lugar, va a ser diferente la visión geográfica que para un extranjero, si bien es cierto “para el turista, un viaje es una experiencia única que trasciende las fronteras administrativas del territorio en el que se mueve.” Garrido, M. (2009).

Desde el punto de vista de Novo, G. (2012).La publicidad dentro de los destinos turísticos tiene la finalidad de mostrarlos como un paraíso

El turismo fundamenta su éxito en la construcción de estos imaginarios y representaciones paradisíacas de lugares mediante la transmisión de información que busca despertar deseos y expectativas de disfrute, las cuales sólo pueden ser cubiertas en un escenario ideal como el que se le presenta al consumidor. (pág. 3).

### **TIPOS DE ACCIONES PUBLICITARIAS**

Actualmente podemos darnos cuenta que tanto empresarios como autoridades cuando realizan promociones turísticas buscan beneficios contribuyendo también a la sociedad.

Así lo menciona Garrido, M. (2009):

Podemos diferenciar dos tipos de acciones publicitarias en el sector turístico. Por un lado, la publicidad realizada por las empresas privadas del sector, que persigue beneficios a corto plazo. Y, por otro, la publicidad turística de las administraciones públicas, que pretende consolidar una imagen de marca del destino turístico perdurable y diferenciada frente a los destinos competidores. Pág. (138)

En conclusión la publicidad es el mejor instrumento que hacen visibles las estrategias de desarrollo de sus destinos turísticos. Por medio de la publicidad se estimula toda clase de consumo.

Cuando la persona siente la necesidad de viajar, la publicidad da respuesta a esta necesidad estimulando el deseo, ofreciendo información sobre el destino y persuadiendo mediante argumentaciones racionales y emocionales para que el receptor elija ese destino entre todos los posibles. Pág. (138)

### **PUBLICIDAD**

La publicidad no es nada nuevo es tan antigua como como la misma civilización y el comercio pues tienen una estrecha relación con los negocios necesitan de la publicidad y la publicidad es un negocio en sí mismo.

Russel y Lane (1994) citado por Gallego, J. (2009). Señalan que:

“La palabra publicidad proviene del latín *advertere*, que significa “enfocar la mente hacia”. De esta manera, publicidad “es el método para enviar un mensaje de un patrocinador, a través de un canal de comunicación formal, a una audiencia deseada”.

La publicidad es parte fundamental en el sistema económico, está relacionada directamente con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios. La publicidad es un arma muy poderosa que puede incidir en las personas hasta hacerles cambiar de parecer. Así mismo consigue que las personas se sensibilicen y contribuyan para buenas causas como también por medio de la publicidad los candidatos a cargos políticos consiguen su voto.

### **PUBLICIDAD INNOVADORA**

“El ambiente tan competitivo de la actualidad demanda frescura, sorpresa y entretenimiento” Gallego, J. (2009). Es necesario tomar en cuenta para un anuncio publicitario de un producto o servicio se debe tomar un tema central tomando en cuenta los aspectos positivos del producto de manera clara y lo más importante tomando en cuenta el punto de vista del consumidor con la intención de que la audiencia entienda el mensaje de forma correcta.

### **LA RADIO**

Como se ha mencionado de manera insistente el medio de comunicación radial es de fácil acceso, se puede escuchar mientras se está viajando, en las oficinas, en el hogar, es decir; mientras se realice cualquier tipo de actividad.

“La radio tiene la ventaja de segmentar su público de manera muy precisa. La radio por lo general cuenta con una alta lealtad por parte de los escuchas e involucran menores costos que la televisión”. Gallego, J (2009).

Por este motivo son en su mayoría los propietarios de cualquier tipo de negocios o centros recreacionales promocionan sus productos o servicios a través de este medio de comunicación y en su mayoría obtienen resultados exitosos.

### **TRANSFORMACIONES DE LA RADIO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN O SOCIEDAD RED**

Hoy en día con la tecnología avanzada los medios de comunicación se sintieron presionados a evolucionar de forma positiva utilizando la digitalización para poder ser escuchados, vistos, y leídos utilizando la innovación utilizando la internet pueden llegar hasta otros países que normalmente no se puede realizar.

En este marco, podemos afirmar que las características de la radiodifusión cambiaron en el contexto de una transformación general de los medios de

comunicación. También podemos decir que estos cambios en los medios están relacionados, como en todo momento histórico, con cambios sociales, con modificaciones en el modelo de organización social del que son parte. . (AMARC ALC), pag.7. (2011).

La revolución tecnológica en los campos de la información y el conocimiento da origen a una nueva estructura social: la sociedad red. La economía, las relaciones de poder, la experiencia humana se reorganiza tomando como base las tecnologías de procesamiento de la información. (pag.8).

### **LA "ESPECIFICIDAD DISCURSIVA" DE LA RADIO**

Es necesario que para que un medio de comunicación goce de grande audiencia utilice buenas estrategias empezando por la interacción con la audiencia, utilizando las líneas telefónicas y los teléfonos móviles con la finalidad de que tanto en programas musicales como dentro de la difusión de las noticias la gente pueda sentirse parte del medio de comunicación pero sobre todo es necesario brindar entretenimiento y educación.

Arnheim, R. citado por Fernández, J. (2009)

Escribe en momentos en que la radio comienza a vivir su época de esplendor, tomando partido por la clásica ecuación entre entretenimiento y educación, que sigue siendo la línea de muchos intelectuales que reflexionan sobre la llamada "comunicación masiva". Pero su aporte fundamental es que, en ese camino, se dedica a desarrollar una profunda fenomenología de las posibilidades discursivas de la radio. En ella ocupan un lugar destacado, como se vio, los problemas del espacio radiofónico que serán de utilidad aquí para seguir avanzando. (pág. 43)

Estamos tan acostumbrados a la omnipresencia del medio de comunicación radial, desde que nacimos la radio ya formaba parte de la vida cotidiana "La naturalización no impide que "la radio" sea identificada por la sociedad como un fenómeno discursivo perfectamente diferenciado: nadie la confunde con "la televisión", "la prensa" o "el teléfono". Fernández, J. (2009).

### **LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

El ocio normalmente se ha convertido en un negocio y gracias a esto las personas deciden viajar y conocer nuevos lugares beneficiando a la economía de los destinos turísticos por ende la necesidad de dar a conocer las riquezas naturales y hechas por la mano del hombre; a través de los medios de comunicación.

En la promoción turística la selección de las imágenes, los textos publicitarios o las relaciones públicas encaminadas a la construcción de la imagen de un destino operan bajo este proceso de selección de temas en los que se seleccionan los atributos y elementos identitarios que caracterizan a la oferta y que, se supone, modificarán las expectativas con respecto al tiempo de ocio y atraerán visitantes. Novo, G. (2012). pag.5.

Es necesario seleccionar de manera correcta los temas e imágenes que se van a difundir o promocionar los mismos que permitirán la máxima atracción de los turistas y por ende perdure el tiempo de ocio en el lugar seleccionado por los turistas. De esta manera se obtendrá éxito en la promoción turística en los medios de comunicación.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **1. MATERIALES**

Los principales materiales utilizados fueron:

- Encuestas
- Entrevista
- Equipo de computación
- Medios de transporte
- Materiales de oficina

Para el desarrollo de la investigación fue de vital importancia el uso de algunos materiales, los mismos que facilitaron la obtención del trabajo, siendo así materia prima la computadora, impresora, USB o flash memory, cámara fotográfica, materiales de impresión, encuestas, grabadora de voz, infocus, copiadora, salón de audio, y además el autofinanciamiento.

#### **Tipos de investigación**

La investigación consideró las siguientes características investigativas:

**Descriptiva.-** Porque para analizar la problemática se requirió caracterizar la situación de lo investigado, es decir se recoge se conoce las características de la población de manera empírica para observar cómo está el desarrollo de habilidades y estrategias de la promoción de los centros turísticos para luego ser analizados minuciosamente.

**Prospectiva.-** Porque en base a los resultados se planteó la propuesta de estrategias y técnicas para una mejor promoción de los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de las radios locales.

**Transeccional.-** Porque se recogió la información a través de las encuestas para conocer, si los centros turísticos del cantón Catamayo cuentan con la debida promoción en un solo momento, pues no fue necesario hacer observaciones conforme transcurre el tiempo.



## 2. MÉTODOS

En relación con los métodos que se utilizó en la investigación, principalmente se determinó la forma a la que está situada la valoración actualmente, por tal razón se manejó algunos métodos como:

**Método científico.-** Que concibe a la realidad en permanente cambio y transformación presidida por las contradicciones, fue utilizada de base para realizar el trabajo de investigación, la misma estuvo presente desde la misma elaboración del proyecto hasta la finalización de la tesis, igualmente estuvo presente en la conceptualización de las variables, al momento de la recolección y análisis de los datos, en la observación y registro de datos adquiridos, el establecimiento de conclusiones y en base de estas, las recomendaciones y el planteamiento de la propuesta

**Método analítico.-** El mismo estuvo situado en el análisis de la investigación tanto teórica y empírica. Es decir para conocer si hay promoción turística fue necesario indagar a través de las encuestas y de esta manera obtener una respuesta efectiva.

**Método sintético.-** Este método permitió elaborar las conclusiones y de esta manera establecer la propuesta, la misma que ayudó a solucionar la problemática relacionada con la promoción de los centros turísticos y por medio de las radios locales.

**Método inductivo.-** Permitted realizar un estudio acerca de las estrategias que utilizan las radios locales del Cantón Catamayo, para realizar la promoción de los centros turísticos.

**Método deductivo.-** Los datos a obtener se organizaron en cuadros estadísticos y se los contrastó con el respaldo del marco teórico, con lo cual fue posible caracterizar las acciones que actualmente están realizando los medios radiales, llegando a la conclusión de la existencia de promoción pero no en su totalidad.

## **INSTRUMENTOS**

**La encuesta.-** A través de esta técnica se obtuvo datos de varias personas del lugar, la misma que permitió conocer el nivel de promoción de los centros y atractivos turísticos por medio de los medios de comunicación radial en el cantón Catamayo. Para su desarrollo se elaboró tres tipos de encuestas dirigidas a los propietarios de restaurantes y hosterías, propietarios de medios de comunicación radial y a los conocedores del turismo.

Mediante los resultados de las encuestas se pudo contrastar la hipótesis y llegar a elaborar las conclusiones y recomendaciones.

Vale recalcar lo siguiente: por motivo de que la población de los informantes de calidad es pequeña no se extrajo muestra alguna, se trabajó con toda la población. Siendo estructurada de la siguiente manera.

Propietarios de hosterías:.....	8
Propietarios de salones de comida: .....	20
Directivos de instituciones que tienen que ver con la promoción turística: .....	2
Dueños y /o gerentes de las radioemisoras:.....	4
<b>Total.....</b>	<b>34</b>

## f. RESULTADOS

### 1. EN RELACIÓN CON LA PARTE DIAGNÓSTICA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES Y PROPIETARIOS DE HOSTERÍAS Y SALONES DE COMIDA.

##### 1. Como califica la cantidad de turistas que lo visitan cada fin de semana.

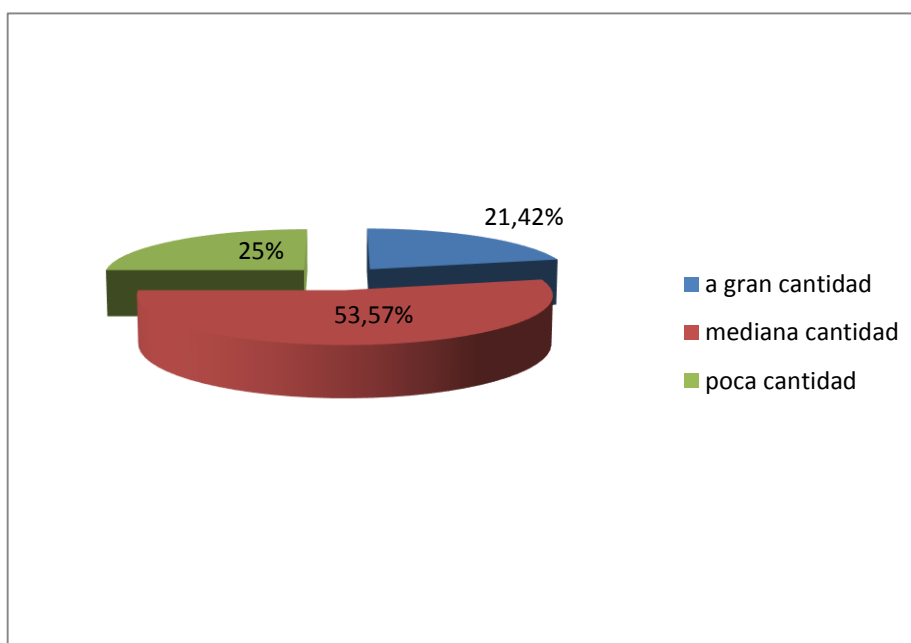
CUADRO 1

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
A gran cantidad	6	21,42
Mediana cantidad	15	53,57
Poca cantidad	7	25
Total	28	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de salones de comida y hosterías

AUTORÍA: Carmen Medina

GRÁFICO 1



## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

La ciudad de Catamayo recibe visitas a diario, sin embargo los fines de semana hay mayor demanda turística, sus razones pueden ser por vacaciones, ocio, paseos familiares o de amigos, entre otros, pero sobre todo a la gente le atrae su agradable clima considerado como uno de los mejores de la provincia de Loja.

Con la finalidad de conocer la cantidad de visitantes que acoge la ciudad de Catamayo se realizó las respectivas encuestas a propietarios de restaurantes y hosterías, objeto de estudio, realizando la siguiente interrogante, ¿cómo califica la cantidad de turistas que lo visitan cada fin de semana? (cuadro 1) y por supuesto cada uno señala la cantidad desde su perspectiva, es decir no todos reciben la misma cantidad de visitantes, es por ello que el 21,42% señalan que reciben gran cantidad de turistas; el 53,57% consideran que es mediana la cantidad de visitas, mientras que un 25% consideran que es poca la cantidad de turistas que recibe los fines de semana.

Es así que se puede afirmar que no todos los atractivos turísticos reciben la misma cantidad de visitas uno de los motivos puede ser porque algunos son más promocionados y otros menos o tal vez nada.

### **2. ¿Cree usted que al cantón Catamayo le falta promocionar los lugares turísticos?**

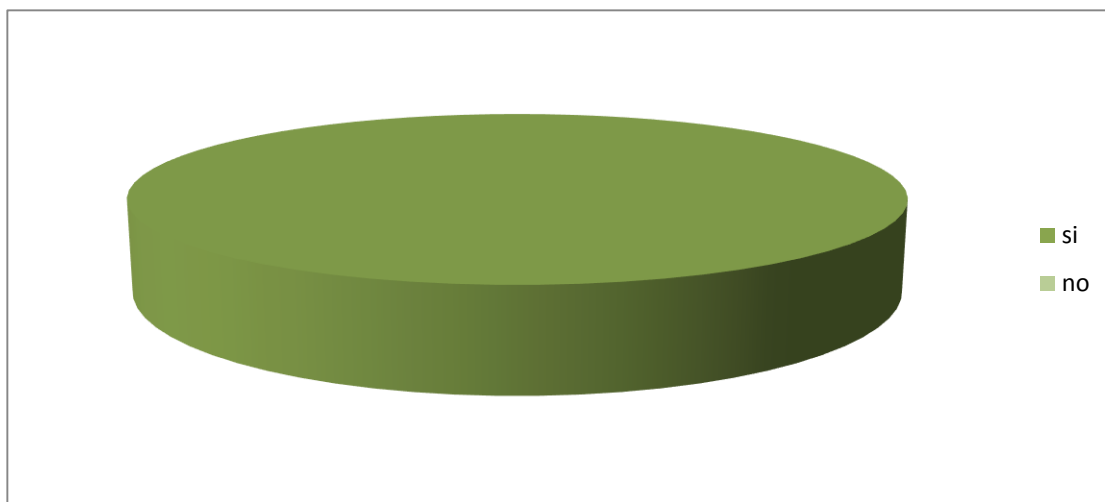
**CUADRO 2**

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
<b>No</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios de salones de comida y hosterías

**AUTORÍA:** Carmen Medina

## GRÁFICO 2



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

A nivel local, cantonal, provincial, regional y nacional, se utiliza la inteligente estrategia de promoción para obtener mayor visita y aceptación, absolutamente cada rincón del mundo tiene su potencial que invita al turista a disfrutar de sus diferentes peculiaridades y riquezas propias del cada lugar.

Por medio de la promoción a través de los diferentes medios de comunicación, se conoce culturas, creencias religiosas, fiestas tradicionales, entre otras actividades que realizan, sin embargo no son todos los atractivos que se están promocionando, o más bien no son constantes y de esta manera facilita el olvido de los turistas es por ello permanecer siempre recordando al viajero su destino alternativo.

Ante la realidad planteada en el párrafo anterior, se realizó la siguiente pregunta, ¿cree usted que al cantón Catamayo le falta promocionar los centros turísticos?, el 100% respondieron que sí porque pese a la existencia de promoción no es suficiente porque no todo se conoce y Catamayo tiene mucho potencial, atractivos y centros de recreación turísticos en donde la gente puede disfrutar de buena atención y comodidad por parte de sus propietarios o personal que labora en las hosterías o centros de recreación y sobre todo de los salones de comida. Finalmente se concluye que es de vital importancia poner en manos de los medios de comunicación el futuro o al menos la estabilidad de un negocio.

### 3. ¿Usted tiene publicidad turística en algún medio radial?

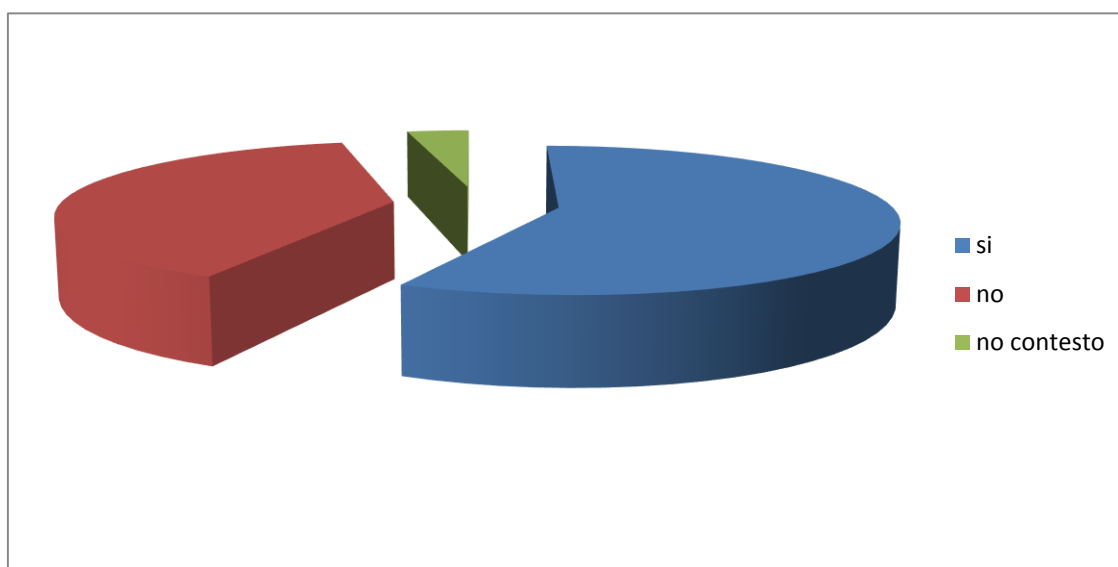
**CUADRO 3**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	57,14
No	11	39,28
No contesto	1	3,57
Total	28	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de salones de comida y hosterías

AUTORÍA: Carmen Medina

**GRÁFICO 3**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es importante que los propietarios de los diferentes tipos de negocios ya sean grandes o pequeños utilicen estrategias de publicidad para dar a conocer su producto o servicios, ya sea un concepto, una idea, una proposición de compra o simplemente una recordación, a través de los diferentes medios de comunicación en un periodo determinado que persigue un fin meramente comercial. Su principal objetivo es vender ya sea un producto, servicio o una idea.

Dentro del deber fundamental de los medios de comunicación, está el de rescatar la identidad de cada pueblo, promocionar lo que posee cada rincón, y sobre todo instruir a que la gente valore lo que tiene, en cuanto al deber de la publicidad turística es dar a conocer el servicio o producto que se va a sacar al mercado por primera vez o lo que se quiere mantener en un estado activo.

Con la finalidad de conocer si los propietarios de salones de comida y de hosterías se encuentran promocionando su negocio se realizó la siguiente interrogante, ¿Usted tiene publicidad turística en algún medio radial? El 57,14% respondieron que si tiene publicidad turística, el 39,28% contestaron que no y el 3,57% no respondieron. A esta pregunta le adjuntamos otra interrogante: en qué medio radial estaba promocionando y, se comprobó que es en los cuatro medios radiales Boquerón 93.7, Semillas de Amor 89.7, Cañaveral 96.5, y WG Milenio 92.5 que se están difundiendo sus cuñas radiales. A través de esta pregunta logramos conocer el porcentaje que promociona su negocio; no obstante es un número considerable que aún no da a conocer lo que puede ofrecer a un público por medio de los medios de comunicación.

**4. ¿Considera usted que los medios de comunicación influyen en gran medida en la decisión de los turistas?**

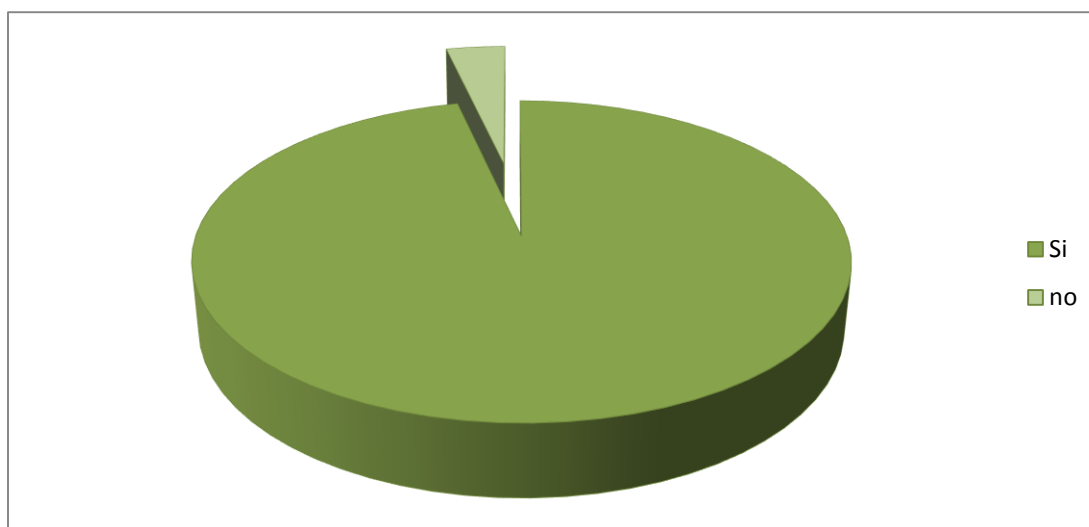
**CUADRO 4**

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	<b>27</b>	<b>96,42</b>
<b>No</b>	<b>1</b>	<b>3,57</b>
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios de salones de comida y hosterías

**AUTORÍA:** Carmen Medina

#### GRÁFICO 4



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los medios de comunicación son encargados de informar, entretener y educar, pero dentro de sus deberes también se encuentra el rescatar las culturas, tradiciones y cada riqueza que atesora el país para lograr un desarrollo dentro de este ámbito. Así mismo los medios de comunicación, permiten conocer cosas nuevas y confirmar lo existente, pero una parte importante es el espacio por el cual se puede solventar algunas necesidades, sociales. En el ámbito del turismo los medios de comunicación ayudan además de generar conocimientos permiten trasladarnos imaginariamente a muchos lugares a despejar las dudas de lo que se escucha.

Con la finalidad de conocer lo que opinan nuestros encuestados que si los medios de comunicación influyen en el aumento de sus ventas o visitantes, se planteó la siguiente pregunta, ¿Considera usted que los medios de comunicación influyen en gran medida en la decisión de los turistas? Un porcentaje considerable 96,42%, afirmaron que si influyen y la cantidad del 3,57% respondieron que no.

El porqué de sus respuestas fueron varias entre ellas, el poder de convencimiento, el don de la persuasión, los medios de comunicación mantienen informadas a las personas por ende la gente conoce, se escucha o se ve lo que ofrece cada paraje turístico, indica el adecuado dependiendo los gustos de los visitantes, se enteran de lugares que no conocen, son parte importante y fundamental para obtener información de centros



turísticos. Determinando finalmente que es significativa la cantidad de propietarios que creen que los medios de comunicación si influyen en la decisión de los turistas.

**5. ¿Usted cree que la buena atención influye en gran medida en la decisión de los turistas?**

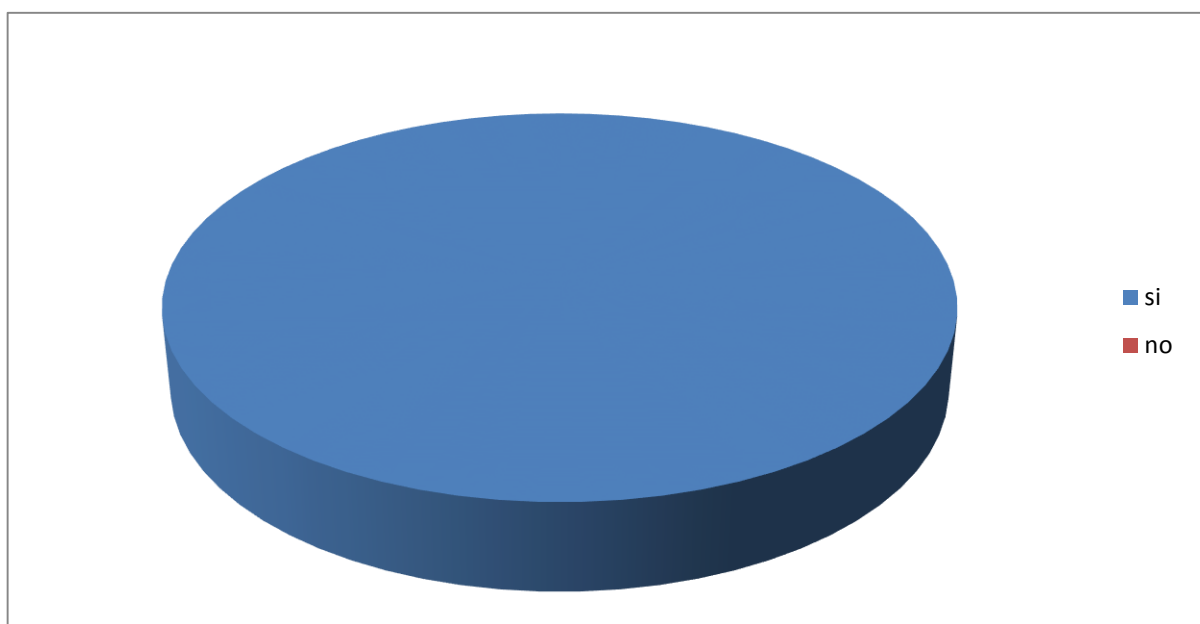
**CUADRO 5**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	100
No	0	0
Total	28	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios de salones de comida y hosterías

**AUTORÍA:** Carmen Medina

**GRÁFICO 5**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Para afirmar la problemática antes mencionada se planteó la siguiente pregunta a los propietarios de salones de comida y hosterías objeto de estudio, ¿Usted cree que la buena atención influye en gran medida en la decisión de los turistas? Absolutamente el

100% respondieron sí, por razones lógicas como lo son las siguientes: la buena atención y buen trato permite que la gente regrese, la atención complementa la belleza del lugar, debe ser una de las características del lugar, la amabilidad, confianza, y una atención de calidad garantiza que aquel cliente volverá y no solo sino con toda su familia a mucha gente no le interesa la belleza del lugar sino más bien la atención es lo que les cautiva. De esta manera confirmamos que la buena atención ligada a la promoción darían buen resultado a un negocio sea cual sea su fin.

**6. ¿El promocionar su negocio es una buena alternativa para que mayor cantidad de turistas lo visiten?**

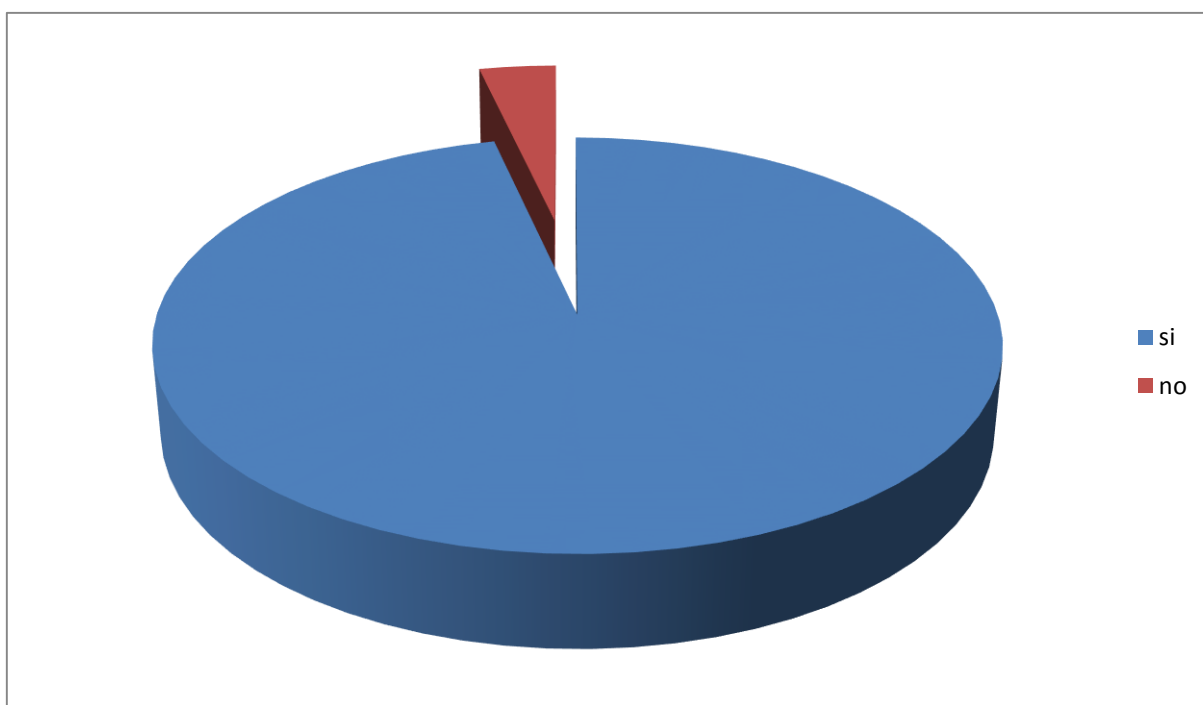
**CUADRO 6**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	96,43
No	1	3,57
Total	28	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de salones de comida y hosterías

AUTORÍA: Carmen Medina

**GRÁFICO 6**



## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Es de suma importancia la promoción de negocios, restaurantes, tiendas, centros de recreación entre otros, por varias razones, primeramente para que las personas conozcan y se puedan dirigir a obtener o conocer lo que buscan con mayor facilidad y por ende sus ventas aumenten logrando así una estabilidad, si bien es cierto para promocionar es necesario la realización de un pago económico a cambio de la difusión pero muchas personas creen y se ha escuchado decir que no es un gasto sino más bien una inversión, de la misma que se ve resultados con el pasar de los días.

En relación con lo explicado anteriormente, se les preguntó a los propietarios de restaurantes y centros de recreación, objeto de estudio; ¿El promocionar su negocio es una buena alternativa para que mayor cantidad de turistas lo visiten? (cuadro 6) y con ello se puede observar que el mayor porcentaje (96,43%) señalan que si es una buena alternativa, el porqué de sus respuestas es por varias razones pero todas relacionadas, algunos aseguran que mediante la promoción su negocio o centro de recreación se vuelve más conocido y por ende sus clientes aumentan al igual que sus ingresos; en el caso de los propietarios de restaurantes responden que así la gente conocerá su sazón y en el caso de los dueños de hosterías la atención que se ofrece, mientras que solo el 3,57%, opina que no es necesario promocionar porque es suficiente con brindar una mejor atención y así el cliente volverá.

Entonces la realidad que se constató en el párrafo anterior es que la mayor parte de la población encuestada considera que si es una mejor opción el promocionar su negocio pero sin embargo son pocos los que lo están haciendo.

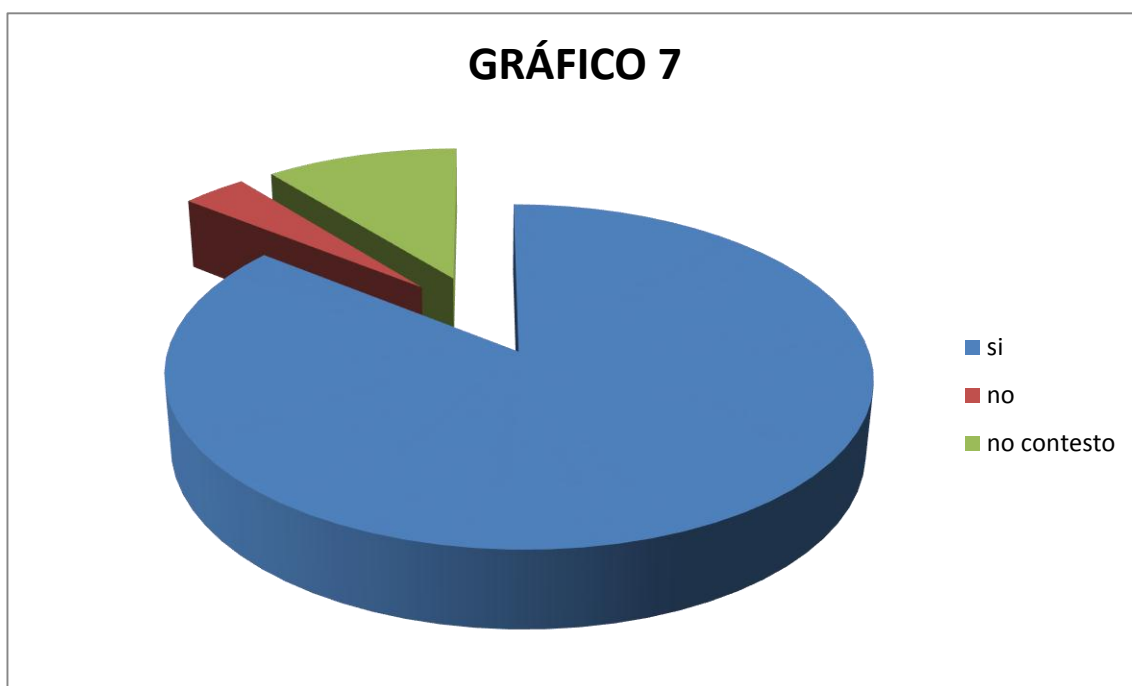
**7. ¿Estaría dispuesto a promocionar su negocio a través de los medios de comunicación radiales del cantón Catamayo?**

**CUADRO 7**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	85,71
No	1	3,57
No contesto	3	10,71
Total	28	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios de salones de comida y hosterías

**AUTORÍA:** Carmen Medina



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Sin duda alguna el promocionar un negocio o atractivo turístico a través en un medio radial trae consigo un sin número de beneficios tanto para el que escucha el medio por la facilidad de elección al momento de visitar un lugar, como para el que promociona por la oportunidad de obtener mayor visitas, por ello se les pregunto a los informantes

de calidad; ¿Estarían dispuestos a promocionar sus negocios a través de los medios de comunicación radial del cantón Catamayo? (Cuadro 7)

La mayor parte de la población es decir el 85,71%, respondieron que sí estarían dispuestos a promocionar sus negocios o atractivos turísticos porque así serán visitados más frecuentemente, también por ser una buena opción de algunos que no son conocidos, algunos encuestados consideran que es un medio efectivo para fomentar turismo y por ende crecerían sus ganancias, también la promoción es considerada como una ventaja para hacer crecer su negocio.

Un porcentaje de 3,57%, respondió que no estaría dispuesto a promocionar por motivo de desequilibrio económico y porque no están en condiciones de hacerlo además de no ser el momento pero no descartan la posibilidad en un futuro. Mientras que un porcentaje de 10,71% no dio respuesta a esta pregunta.

En cuanto a esta realidad constatada en los párrafos anteriores, podemos darnos cuenta que un máximo porcentaje está de acuerdo a promocionar y por ende damos razón de cuán importante es un medio de comunicación.

#### **8. ¿Cuál sería uno de sus principales aportes para el crecimiento del sector turístico?**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Como buen ciudadano es necesario cumplir con el deber de aportar al crecimiento en el sector turístico de su pueblo, para ello existen varias maneras de hacerlo y por ello he realizado la siguiente pregunta a los informantes de calidad, ¿Cuál sería uno de sus principales aportes para el crecimiento del sector turístico? Sus respuestas fueron muchas entre ellas que mencionaron los encuestados fue la amabilidad, la buena atención al cliente, calidad en la sazón, seguridad, conocer más del cantón para convertirse en un excelente guía turístico, brindar confianza a la gente, confort, publicidad de su atractivo turístico, buen servicio, algo que la mayor parte destacó es atenderlos siempre con una sonrisa y respeto, capacitación de relaciones humanas, añadieron que sería bueno una remodelación para que el lugar se vuelva llamativo o decoración al lugar, otra de sus opciones es crear un blog.

Mediante esta realidad constatada se logró resaltar la importancia del buen trato que se debe brindar a los que visitan nuestro cantón por ello uno de los aportes que deben brindar los ciudadanos catamáyenses es a amabilidad y excelente atención que fue lo que más sobresalió en las respuestas a esta incógnita.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES O PROPIETARIOS DE LAS RADIOEMISORAS.**

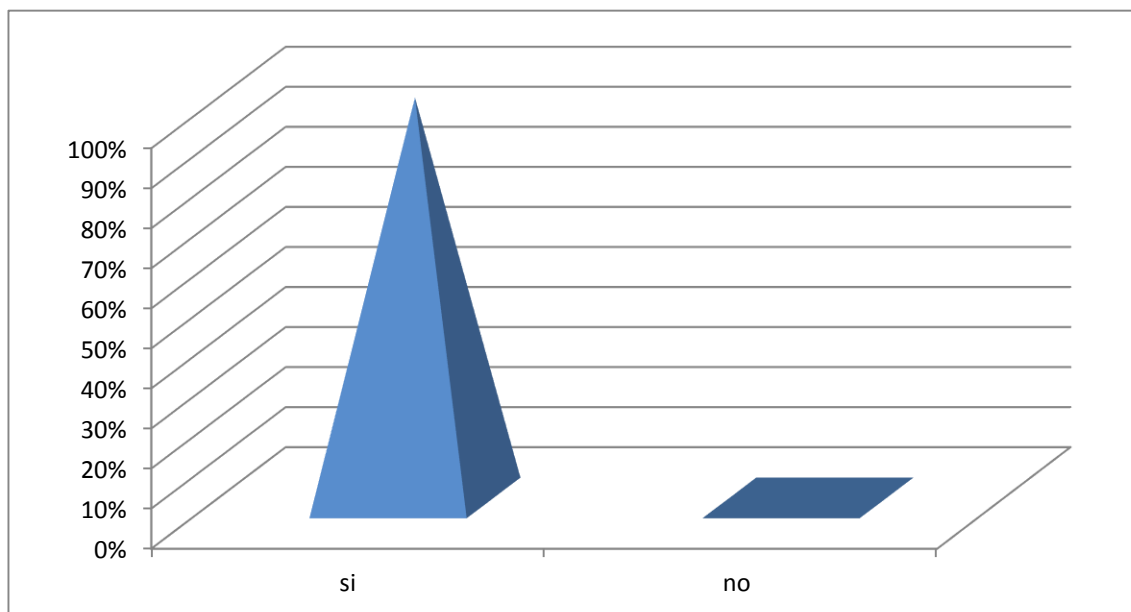
**9. - ¿Cree usted que al cantón Catamayo le falta promocionar los lugares turísticos?**

**CUADRO 9**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	9
Total	4	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras  
**AUTORÍA:** Carmen Medina

**GRÁFICO 9**



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La promoción turística es una de las agilidades que se utilizan con la finalidad de impulsar algo, es decir este término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo. Pues si bien es cierto algo que no se conoce no se consume ni se utiliza por lo tanto, en la idea de promoción turística, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante resaltar que la llegada de turistas a una ciudad genera ingresos para dicho lugar y por este motivo se destaca la importancia de la promoción turística. La promoción turística son las actividades son o hacen referencia a los emprendimientos que se llevan a cabo que se realizan con la intención de que los turistas conozcan los atractivos y se decidan planificar una visita y por medio de los medios de comunicación intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, y culturales, del destino.

En esta encuesta realizada en cuanto a la problemática planteada anteriormente se pudo conocer mediante la interrogante: ¿Cree usted que al cantón Catamayo le falta promocionar los lugares turísticos? El 100% respondieron que si le falta. Por ende se pudo comprobar que a pesar de la promoción existente aun es necesaria más promoción.

### 10. ¿Considera usted que los medios de comunicación influyen en la decisión de los turistas?

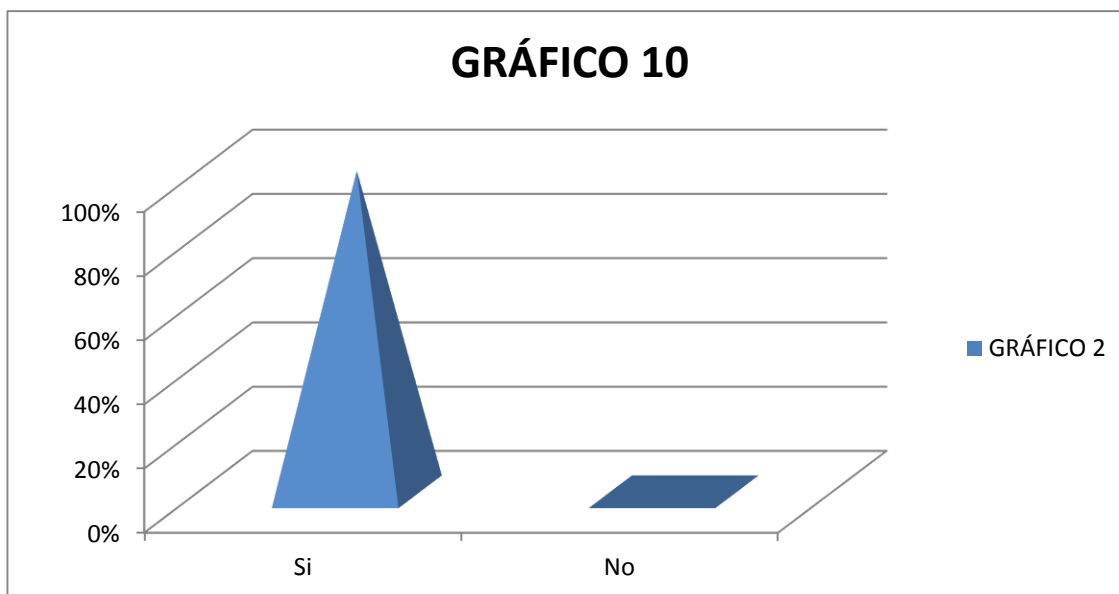
**CUADRO 10**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

**AUTORÍA:** Carmen Medina **AUTORÍA:** Carmen Medina

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN



Si bien es cierto estamos viviendo en un mundo globalizado en donde la competitividad aumenta, la demanda de productos y servicios abunda día tras día por ende tanto las empresas, negocios y centros turísticos deben acudir a una de las estrategias de promoción a través de los medios de comunicación, es de conocimiento que los medios de comunicación son el cuarto poder por tal razón posee la característica de la persuasión es decir el poder de convencimiento, es por ello la relación de estos dos factores siempre el uno va depender del otro.

Para conocer la opinión del objeto de estudio (informantes de calidad) se procedió a realizar la siguiente pregunta ¿Considera usted que los medios de comunicación influyen en la decisión de los turistas? El 100% indicaron que sí; confirmando nuevamente la importancia de la promoción de los atractivos turísticos por medio de las radios locales.



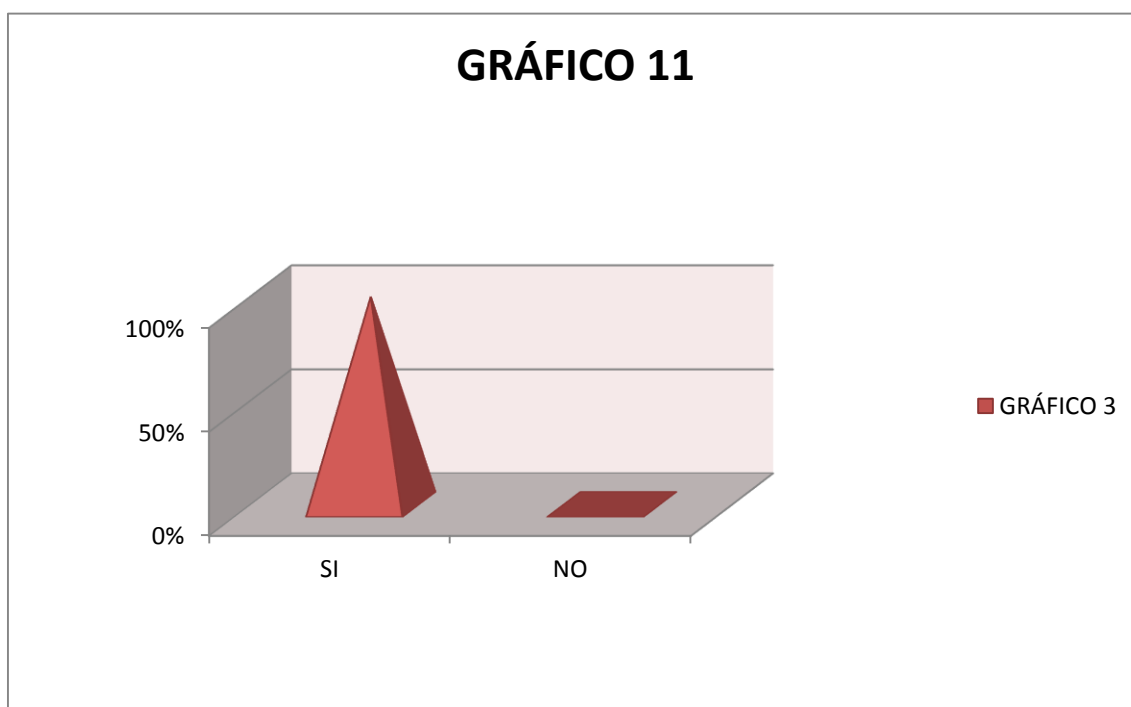
## 11. ¿Su medio de comunicación promociona los centros turísticos?

**CUADRO 11**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

**AUTORÍA:** Carmen Medina



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Generalmente los medios de comunicación al igual que sus derechos también tienen deberes que cumplir y uno de ellos dar a conocer lo que posee cada pueblo y rescatar lo que se está perdiendo, pues los medios son una de las mejores armas para mantener algo siempre en la cima del conocimiento, son muchos los que sí están cumpliendo con este compromiso, sin embargo aún existen medios que no lo hacen.

Con la finalidad de conocer si en el cantón Catamayo los medios de comunicación están promocionando los atractivos turísticos se notó la necesidad de preguntar lo siguiente, ¿Su medio de comunicación promociona los centros turísticos? Los propietarios de los medios respondieron que sí pero de manera diferente, algunos por medio de spots publicitarios, otros durante los programas de fin de semana entre otras maneras, y así se pudo constatar que es si existe difusión pero no en su totalidad.

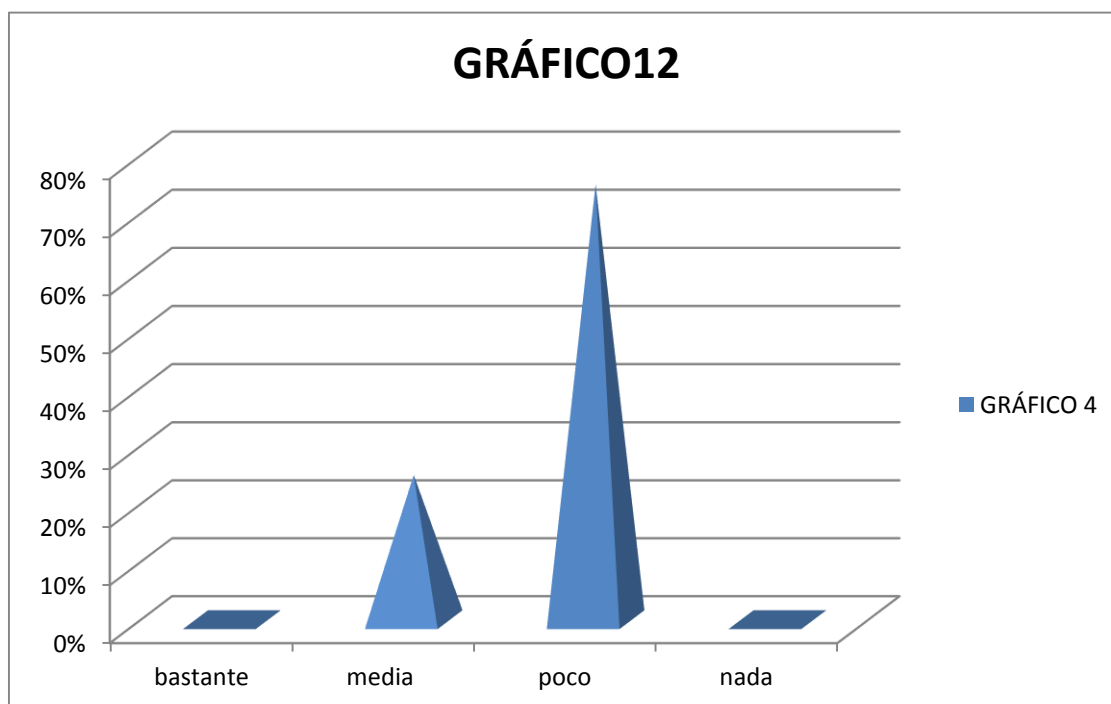
**12. En su medio de comunicación la cantidad de publicidad turística es:  
bastante, media, poco, nada.**

**CUADRO 12**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
<b>Bastante</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Media</b>	<b>1</b>	<b>25</b>
<b>Poco</b>	<b>3</b>	<b>75</b>
<b>Nada</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

**AUTORÍA:** Carmen Medina



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La promoción actualmente se ha convertido en una necesidad fundamental tanto para las empresas públicas y privadas, el sector turístico es una de las actividades de mayor desarrollo de la economía mundial, por ello la necesidad de promocionar cada servicio o producto que ofrece cada lugar para de esta manera fomentar y fortalecer este sector. Es por ello que se requiere el apoyo de los medios de comunicación por medio de la difusión de los centros turísticos y todo lo que conforma el patrimonio de un lugar y no de manera eventual si no constante no basta con decirlo una vez a la semana es necesario insistir es decir convencer al oyente a conocer y aventurarse a un nuevo lugar y una vez que lo conoce lograr que regrese.

En relación a esta problemática se buscó conocer en qué medida los medios de comunicación promocionan los centros turísticos planteando la siguiente interrogante, ¿En su medio de comunicación la cantidad de publicidad turística es: bastante, media, poco, nada? Un porcentaje del 25% respondieron que la cantidad de publicidad turística es media, un 75% afirmaron que es poca la promoción, verificando que es muy poca la promoción existente.

### 13. ¿Cree necesaria la creación de un espacio destinado especialmente para la promoción turística?

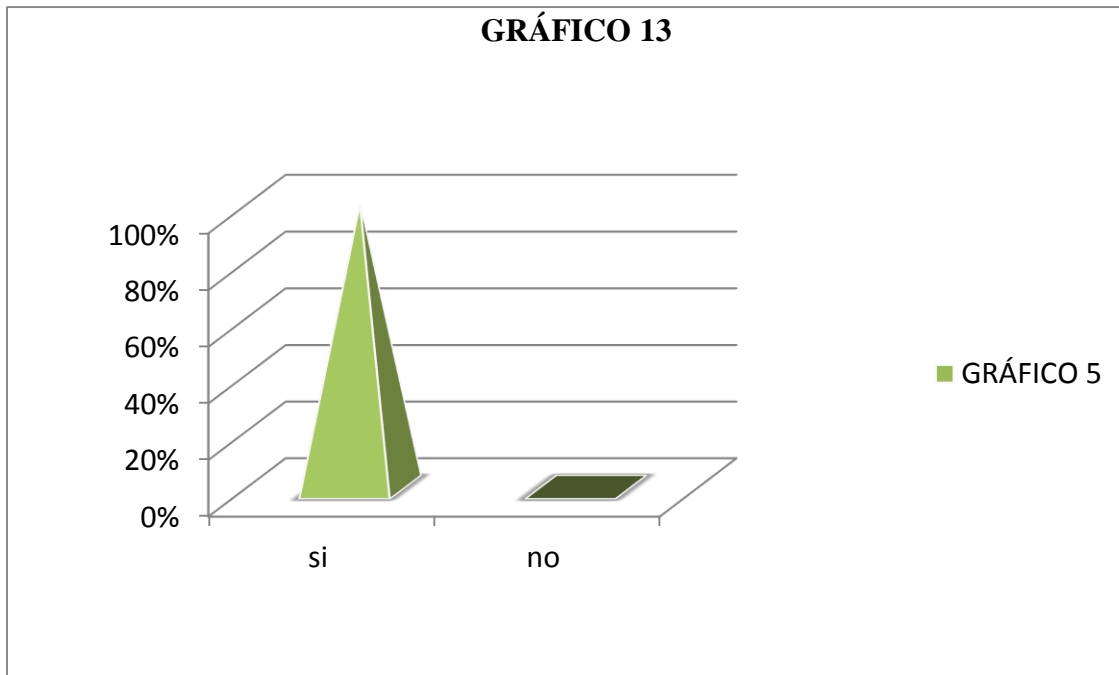
**CUADRO 13**

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	<b>4</b>	<b>100</b>
<b>No</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

**AUTORÍA:** Carmen Medina

**GRÁFICO 13**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

La promoción continúa de cuñas radiales, spots publicitarios, e invitación a los turistas durante la emisión de un programa musical o un noticiero permite conseguir excelentes resultados para un mejoramiento en el sector turístico, mediante la creación de un programa específico para la promoción sería dos veces mejor que las promociones normales. Para conseguir esto se requiere llegar a un acuerdo mutuo entre los propietarios de los diferentes medios de comunicación y los propietarios de restaurantes, hosterías, y centros turísticos mediante una socialización dar a conocer que con esto no solo se beneficia el uno del otro sino también con esto se fomenta al crecimiento turístico dado que más gente visitaría dicho lugar. Con la intención de afirmar la problemática planteada en el párrafo anterior se vio necesario realizar la siguiente incógnita: Cree necesaria la creación de un espacio destinado especialmente para la promoción turística, el 100% afirmaron que sí es necesaria, pues de esta manera se lograra ampliar el sector turístico.

#### **14. ¿Personalmente usted de qué manera aportaría al crecimiento del área turística en el cantón Catamayo?**

Algunos medios de comunicación, tradicionalmente, han olvidado el turismo, pasando por alto la capacidad del sector de ofrecer conocimientos técnicos, ingresos y crecimiento a las economías locales y especialmente a los países en desarrollo.

Sin embargo es necesario conocer que existen muchas formas de aportar al crecimiento en el turismo una de ellas y la más importante es la promoción seguidamente de la buena imagen y carta de presentación que se brinde ya sea la atención, la amabilidad el respeto entre otras. Es por eso que mediante esta pregunta abierta, personalmente usted ¿de qué manera aportaría al crecimiento del área turística en el cantón Catamayo?, los encuestados respondieron que uno de sus aportes sería primeramente la amabilidad y la promoción.

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE INSTITUCIONES QUE TIENEN QUE VER CON EL TURISMO.

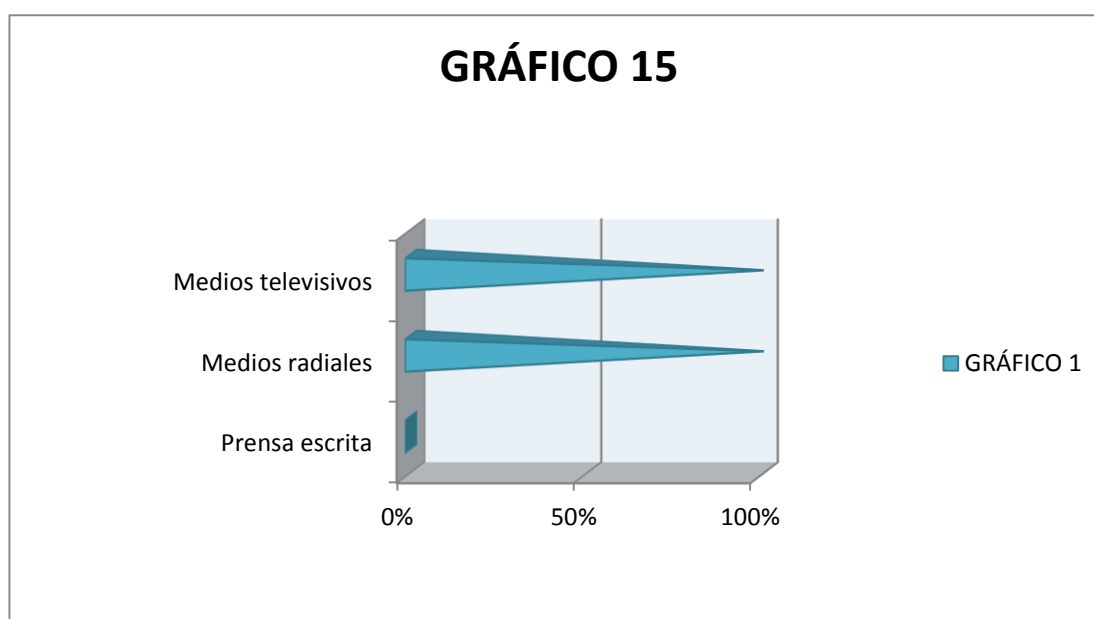
#### 15. ¿A través de qué medios se está promocionando los centros turísticos en el cantón Catamayo?

**CUADRO 15**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Prensa escrita	0	0
Medios radiales	1	50
Medios televisivos	1	50
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

**AUTORÍA:** Carmen Medina



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Promocionar a través de los medios de comunicación es la manera más eficaz de transferir el mensaje y mediante los mismos los diferentes poderes de la sociedad logran ser escuchados. Una particularidad de los medios de comunicación es el de informar, entretener y educar.

Cada uno de los medios de comunicación tiene sus ventajas y desventajas y son los propietarios de hosterías, restaurantes, entre otros quienes desde su enfoque personal eligen en que medio dan a conocer al público sus productos o servicios que ofrecen.

Para cumplir con el objetivo de promocionar no importa porque medio se realice la promoción lo importante es que sea promocionado. Por ello se planteó la siguiente pregunta, ¿A través de qué medios se están promocionando los centros turísticos en el cantón Catamayo? El 50% respondieron en medios radiales, y el otro 50% manifestó en medios televisivos; comprendiendo que estos dos medios de comunicación tanto televisivos como radiales son más tomados en cuenta por parte de los directivos y dándole poca importancia a la prensa escrita.

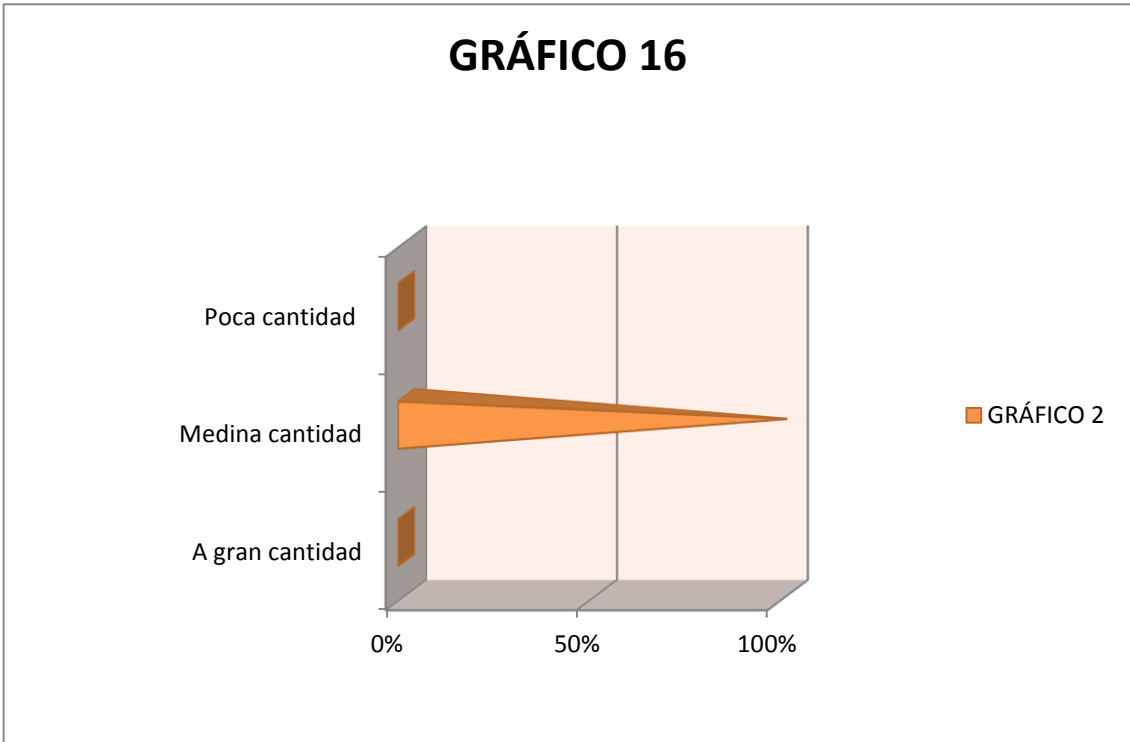
### 16. ¿Según sus conocimientos que porcentaje de visitas recibe el cantón Catamayo?

CUADRO 16

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
A gran cantidad	0	0
Mediana cantidad	2	100
Poca cantidad	0	0
Total	2	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

AUTORÍA: Carmen Medina



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Es muy importante que el lugar sea visitado por parte de los turistas porque esto permite que el sitio se desarrolle, es por eso que durante siglos el turismo ha experimentado un crecimiento a pasos agigantados hasta convertirse en lo que es actualmente uno de los factores económicos con mayor fuerza dentro del desarrollo de un pueblo y es por ello que el turismo se ha convertido en la clave para el desarrollo.

En relación a esta problemática se diseñó la siguiente pregunta, ¿Según sus conocimientos que porcentaje de visitas recibe el cantón Catamayo? A esta incógnita el 100% respondieron que es mediana la cantidad de visitas que recibe el lugar y al mismo se puede asegurar que si existe visita turística pero aún falta explotar los recursos para dar a conocer las riquezas que posee la ciudad de Catamayo.

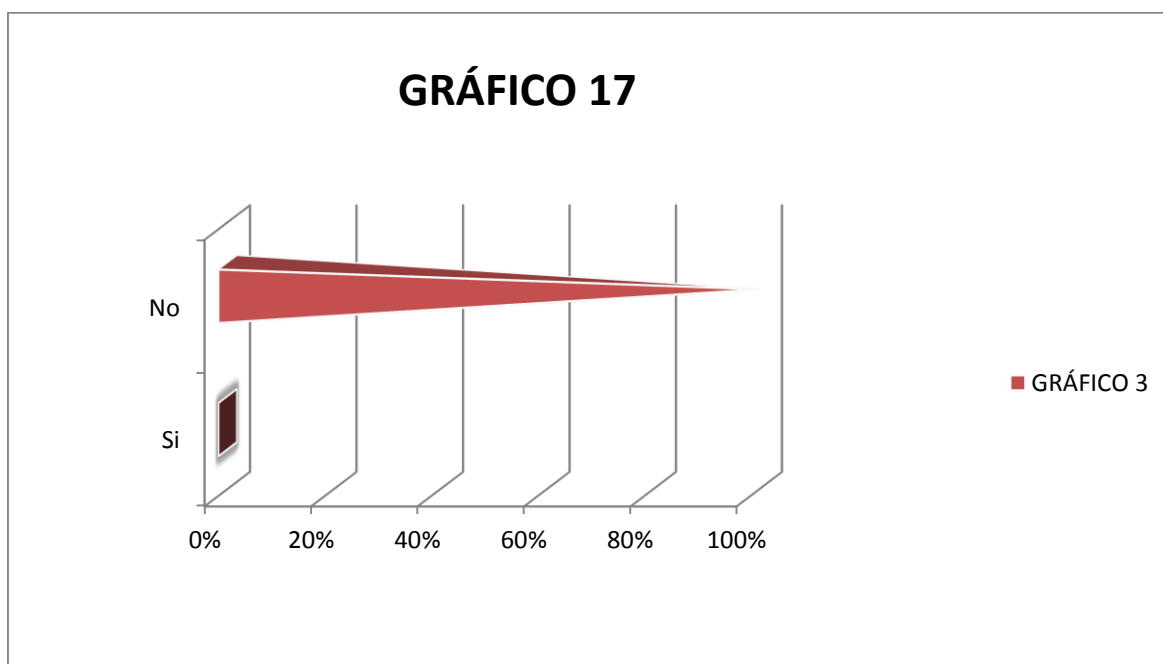
**17. ¿En cuánto a centros turísticos pertenecientes al gobierno municipal se ha realizado algún tipo de ampliación o mejoramiento de alguno de ellos?**

**CUADRO 17**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	100
No	0	0
Total	2	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

AUTORÍA: Carmen Medina



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El turismo es una variable del desarrollo, diversificación económica, modernización e integración entre los sectores público y privado. Los centros turísticos son visitados por su belleza por su ambiente es eso lo que atrae al turista pero para que se cumplan las expectativas de los viajeros y aficionados turistas es necesario mantener la imagen siempre como parte prioritaria de un lugar, como se reconoce que la primera impresión siempre es la que aficiona o decepciona a las personas y es por ello la importancia del



cuidado por parte de las autoridades responsables la remodelación o ampliación de un sitio turístico, porque la belleza es lo que vende conjuntamente con el buen trato.

Es de esta manera que para verificar esta duda planteada en el párrafo anterior fue necesario plasmar en la encuesta la siguiente pregunta, ¿En cuánto a centros turísticos pertenecientes al gobierno municipal se ha realizado algún tipo de ampliación o mejoramiento de alguno de ellos? la respuesta del 100% fue no. Por motivos de descuido o quizá por falta de presupuesto.

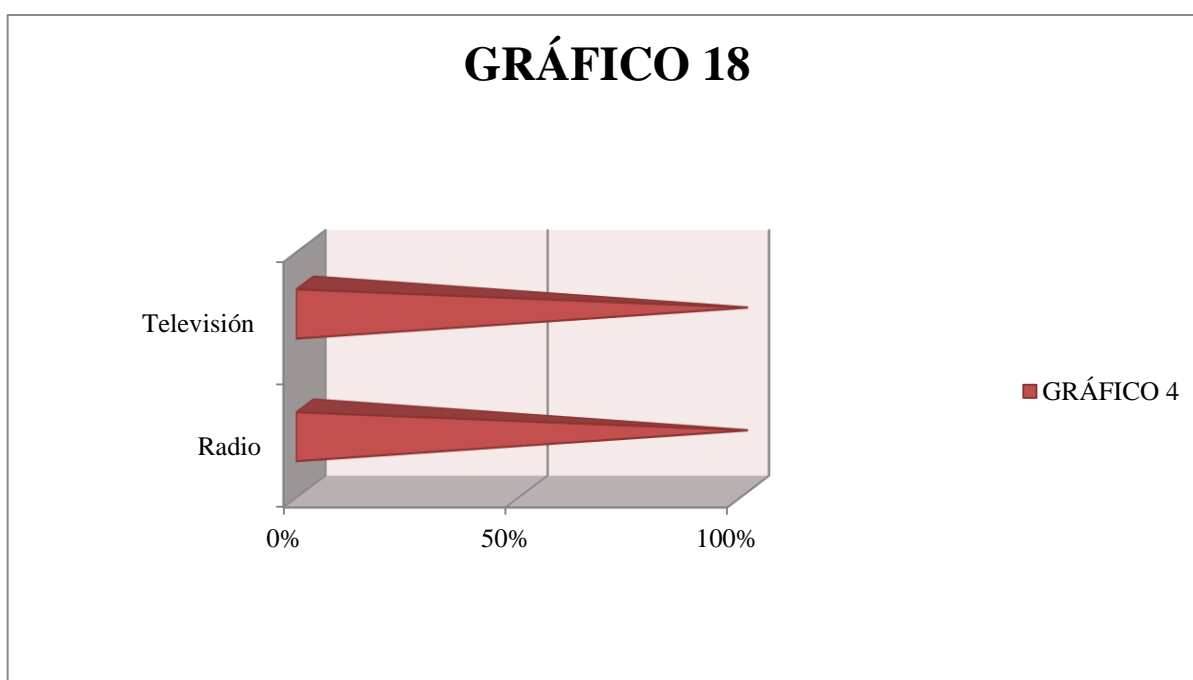
**18. ¿A través de qué medio de comunicación cree que resulte más satisfactorio y con mayor acogida para los turistas?**

**CUADRO 18**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Radio	2	100
Televisión	2	100
	2	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios las radioemisoras

AUTORÍA: Carmen Medina



## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los medios de comunicación ya sean radio o televisión como se había mencionado antes tienen sus ventajas y desventajas pero lo que sí es verdad es que a través de cualquiera de ellos se puede dar a conocer y así mismo se puede informar lo que acontece en el diario vivir. En cuanto a la radio podemos decir que es un medio auditivo y por ende fácil de llegar a todas las personas actualmente tiene un público bastante amplio y por lo mismo sus ventajas y desventajas afectan al oyente, una de sus ventajas estimula una empatía entre emisor y receptor, además posee una amplia cobertura entre sus desventajas se puede mencionar que no presenta elementos visuales, existen interferencias radiales, el oyente es inestable en cualquier momento puede cambiar el dial, por otro lado la televisión posee beneficios como transmitir imágenes las mismas que son dinámicas al momento de informarse, posee un gran alcance captando una gran cantidad de audiencia y una de sus desventajas es el alto riesgo de fuga: es decir, muy fácil que el espectador esté mirando la televisión sin “observar”, es decir, que no preste atención a lo que está viendo. Pero sin embargo poseen algunas similitudes como por ejemplo las dos informan, educan y entretienen.

Para conocer qué medio es más utilizado en el cantón Catamayo se vio de suma importancia realizar la siguiente pregunta: ¿A través de qué medio de comunicación cree que resulte más satisfactorio y con mayor acogida para los turistas? A esta pregunta el 50% respondieron que en radio y el 50% en televisión, así podemos confirmar nuestra problemática situada en el párrafo anterior, que los dos cumplen con lo fundamental que es el comunicar, entretener, educar y también promocionar.

### **19. ¿De qué manera aportaría al crecimiento del sector turístico del cantón?**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En nuestro país Ecuador el turismo ha generado un crecimiento significativo, el primer mandatario Rafael Correa ha mostrado gran importancia a este sector, impulsando la campaña All you need is Ecuador (todo lo que necesitas es Ecuador), esta campaña consistía en colocar las letras que conforman las palabras antes mencionadas en siete ciudades del Ecuador y dieciocho del mundo con la finalidad de dar a conocer las riquezas que guarda este país, a través del mismo se ha conseguido gran aceptación a nivel mundial y el turismo ha subido en un porcentaje considerable. Lo que se quiere explicar que este es un aporte a fomentar el desarrollo por medio del turismo.

Para conocer cuáles son los aportes por parte de las autoridades se realizó la siguiente pregunta: ¿De qué manera aportaría al crecimiento del sector turístico del cantón?, sus respuestas fueron: para poder cautivar a los turistas con la amabilidad sería primeramente brindar cursos de relaciones humanas, además de ello promover y gestionar para conseguir el mejoramiento y ampliación de los centros turísticos pertenecientes al gobierno para que sea la belleza misma que invite a la gente disfrutar de los atractivos que posee.

## **2. EN RELACIÓN CON LA PROPUESTA**

Mediante la socialización a las personas que están inmersos en el ámbito del turismo tales como la ciudadanía, directivos de instituciones que tienen que ver con la promoción turística, propietarios de hosterías y salones de comida; se dio a conocer mediante una conferencia que trató temas históricos y actuales en cuanto al turismo, de la importancia y los beneficios que se puede obtener mediante la promoción por medio de las radios locales. Así mismo los beneficios serían mucho más visibles con la creación de una revista radial, espacio en el que únicamente se puede difundir información que aporte al crecimiento turístico conllevando a contribuir el engrandecimiento del cantón Catamayo.

Después de haber realizado la socialización se pudo evidenciar que la promoción existente de los centros y atractivos turísticos no es suficiente y urge la necesidad de promocionar constantemente cada una de las bondades que tiene para ofrecer a propios y ajenos.

## **g. DISCUSIÓN**

El sector turístico es una de las principales fuentes de ingreso que permite el desarrollo de los pueblos, la visita de los turistas permite dar a conocer los diferentes centros de recreación y atractivos turísticos, además de ello dar a conocer sus costumbres, sus tradiciones culturales, religiosas y sociales, en este caso del cantón Catamayo. Este cantón cuenta con grandes riquezas turísticas que es necesario que la gente conozca, a más de las virtudes arriba anotadas, es necesario que los turistas se informen del ámbito gastronómico su comida típica la cecina, su destacado clima cálido que atrae a los visitantes.

Para conseguir que este sitio sea visitado es necesario dar a conocer sus bondades; pues si bien es cierto algo que no se conoce no existe, por esta razón se debe promocionar las mismas, para lo cual se debe hacer uso de adecuadas estrategias que convoquen y motiven al turista llegar hasta la ciudad de Catamayo.

Dentro de la ciudad de Catamayo quienes conocen y pueden brindar una información de calidad acerca de la cantidad de turistas que nos visitan los fines de semana son los propietarios de los restaurantes, hosterías, medios de comunicación y conocedores del turismo, es por ello que mediante estas fuentes de información se vio la necesidad de conocer el porcentaje de turistas que recibe el cantón Catamayo. Es así que el 21,42 % de los propietarios de salones de comida y de hosterías respondieron que Catamayo recibe turistas en gran cantidad; el 53,57 % en mediana cantidad y el 25% poca cantidad. En relación a lo anterior se puede evidenciar que el porcentaje mínimo de respuestas recibió el ítem de gran cantidad, esto puede darse quizá por ser algunos de los más visitados y de preferencia de la mayoría de turistas, por ser más promocionadas, mientras la categoría mediana cantidad hace referencia a la mayoría de las hosterías y centros turísticos, quienes reciben la misma cantidad de turistas siempre, y los que opinan que llegan turistas en poca cantidad puede ser por la falta de promoción, aspecto que lleva a pensar que la gente no conoce y no visita aquellos lugares.

En cuanto a la falta de promoción de la ciudad de Catamayo, el 100% de los encuestados respondió que sí le falta promocionar los lugares turísticos, con esta respuesta se puede evidenciar que es notable la falta de promoción.

Referido a la existencia de publicidad, un porcentaje considerable del (57,14%) sostiene que si posee publicidad turística en un medio radial, indagando un poco les interesa el ser constantes en la promoción la misma que les da buenos resultados, en tanto que un 39,28% no tiene publicidad por lo general son las personas que dicen que este método no funciona y lo consideran como un gasto.

El 96,42% considera que los medios de comunicación influyen en la decisión de los turistas, analizando un poco se puede decir que es por este motivo que mantienen su publicidad en los medios mientras que los que no tienen publicidad no llegan al porcentaje de visitas siendo el caso del 3,57%.

El 100% cree que la buena atención también influye en los turistas, si bien es cierto es lo que más agrada a todas las personas, siendo este motivo por el que se inclinan hacia el brindar una mejor atención, es decir por el progreso de su restaurant o centro de recreación.

El porcentaje de 96,43% cree que el promocionar su negocio es una buena alternativa para que mayor cantidad de turistas lo visiten, lo que determina que son personas que están promocionando sus locales o centros de recreación, aspecto que permitirá que su negocio crezca o al menos no deteriore, mientras que el 3,57% ignora qué beneficios acarrea tal promoción.

Además el 85,71% si estaría dispuesto a promocionar su negocio en los diferentes medios de comunicación del cantón Catamayo lo que determina que es un porcentaje considerable si se preocupa por el crecimiento y desarrollo primero de su negocio y después de la ciudad, considerando así que el 3,57% que es un mínimo porcentaje no muestra gran preocupación en este ámbito.

En cuanto al aporte para el desarrollo en el sector turístico de la ciudad de Catamayo, el 100% está dispuesto a aportar con lo que esté a su alcance, determinando así que todos tienen la intención de alguna manera por conseguir que este lugar sea el más conocido como el centro de la Región Sur del País; así mismo, se desarrolle de una mejor manera empezando por contribuir dentro del sector turístico.

Fueron tres tipos de informantes de calidad que se eligió para el desarrollo del presente trabajo de tesis es por ello que dentro del objeto de estudio también tenemos a los

propietarios de las radioemisoras de quienes requerimos una información de gran validez.

En relación a la promoción, el 100% de esta población de encuestados considera que a la ciudad de Catamayo le falta promocionar los lugares turísticos, se indaga que la causa es, que muchas personas consideran que el destinar dinero en la promoción no es más que un gasto, cuando realmente es una inversión de los cuales sus resultados son positivos.

El 100% de los encuestados si promocionan los centros turísticos, indagando esta situación se puede determinar que si existe promoción; pero aún falta. Esto quiere decir que es poco considerable la promoción por medio de estas emisoras comprobando que se da únicamente por medio de las cuñas radiales; más no dentro de las programaciones normales.

Los diferentes medios de comunicación radiales de la ciudad de Catamayo poseen la cantidad de publicidad turística en un 0% bastante; evidenciando lo que se viene diciendo en párrafos anteriores que es latente la falta de promoción, el 25% media, lo que concierne a la existencia de publicidad, pero son muy pocos los que promocionan, un 75% de poca publicidad, es un porcentaje considerable que realiza poca promoción turística determinando que por esta razón no se consigue aumentar la cantidad de visitas cada fin de semana.

El 100% de los informantes de calidad señalan que si es necesaria la creación de un programa específico, considerando así, que es una de las mejores alternativas de promoción en especial para los propietarios de los diferentes negocios, pues durante el tiempo destinado a este programa tendrían la oportunidad de dar a conocer con que cuenta y que ofrece a la ciudadanía y especialmente a los turistas.

Este sector de encuestados están puestos y dispuestos en un 100% al aporte con el desarrollo del sector turístico, analizando dicha respuesta por parte de los propietarios de las radios de la ciudad de Catamayo; uno de los mejores contribuyentes sería una promoción continua invitando a los turistas que vengan a disfrutar de cuanto ofrece este pequeño cantón pero grande en riquezas turísticas.

Para conocer el porcentaje de publicidad radial fue necesario incluir como parte fundamental de los encuestados a los encargados o conocedores del turismo para

conocer desde su punto de vista como informantes de calidad, a través de qué medios se está promocionando los centros turísticos y su respuesta dio resultado a un 50% de radio y 50% televisión, por ende se determina que en estas dos ramas comunicacionales existe un mismo porcentaje siendo muy poco común la publicidad a través de los medios impresos.

El 100% de los encuestados asegura que el porcentaje de visitas que recibe la ciudad de Catamayo cada fin de semana es de mediana cantidad, indagando un poco se puede determinar que es considerable el número de visitas, pero no en su totalidad; es decir, se puede conseguir aumentar el número de turistas mediante la promoción.

Además el 100% de los encuestados, ha contestado que no se ha realizado ningún tipo de ampliación ni mejoramiento de los centros recreativos pertenecientes al cantón Catamayo, considerando este punto se puede decir que el mismo puede ser uno de los motivos por el que no se logra alcanzar la gran cantidad de visitas que se espera cada fin de semana, si se diera alguno de estos dos parámetros ya sea una ampliación o mejoramiento sería más atractivo, por ende llamaría más la atención del turista motivo para su regreso.

El 100% ha señalado que los medios de comunicación tanto radio como televisión son de agrado y mayor acogida por parte de los turistas, estudiando un poco este tema se reconoce nuevamente que estos dos medios son más factibles que el medio impreso, puede ser por motivo de tiempo, si bien es cierto las personas pasan muy ocupadas y es más llamativo en cualquiera de estos dos medios.

Esta parte importante de encuestados, también está dispuesto al 100% a aportar para lograr el desarrollo del sector turístico, indagando un poco acerca de este tema podemos decir que uno de los principales aportes además de la atención y la amabilidad es generar mayor promoción, pues si bien es cierto la parte turística es considerada como el motor clave para el progreso de los pueblos.

## h. CONCLUSIONES

- Sí existe promoción actualmente en las diferentes emisoras de la ciudad de Catamayo, pero es un porcentaje poco considerable.
- La promoción de los centros turísticos se los ha encontrado en las 4 especialidades de la comunicación pero los medios con mayor acogida o de preferencia sin duda alguna son los medios radiales y televisivos mientras que los medios impresos pasan desapercibidos es decir su publicidad es limitada.
- En cuanto a los resultados de las encuestas absolutamente todas las personas están dispuestas a aportar de alguna manera al desarrollo del sector turístico.
- Existen centros de recreación pertenecientes al GAD municipal que no se les ha dado la importancia que le corresponde es decir no han recibido ningún tipo de mejoramiento ni ampliación.
- Los tres grupos que forman parte de los informantes de calidad, sostienen que es fundamental el brindar aportes personales y colectivos que de alguna manera contribuyen al crecimiento del sector turístico y de la misma manera fomentar al adelanto del cantón Catamayo.



## **i. RECOMENDACIONES**

- ❖ A los propietarios de las hosterías, restaurantes y centros de recreación se les recomienda que aprovechen la acogida del espacio de noticias que por lo general tienen mayor sintonía para promocionar su producto o servicio en las diferentes radioemisoras del cantón Catamayo.
- ❖ A los propietarios de los medios radiales y comunicadores se les recomienda, la realización de un programa específico de carácter informativo e interactivo destinada a la difusión de centros recreativos y atractivos turísticos en el cual participen los actores de la promoción turística de manera directa.
- ❖ A los propietarios de las hosterías, restaurantes y centros de recreación se les recomienda, ofrecer una atención de calidad; la amabilidad y el buen trato son algunas de las claves para mantener e incluso acrecentar la cantidad de visitas, mediante capacitaciones y cursos de relaciones humanas.
- ❖ A los propietarios de las hosterías, restaurantes y centros de recreación se les recomienda, sacar provecho del clima y la rica gastronomía que forma parte de lo tradicional del cantón Catamayo, creando un ambiente agradable, presentable, y sobre todo acogedor para que los visitantes retornen.
- ❖ A los propietarios de los medios radiales y comunicadores se les recomienda, dar a conocer a la ciudadanía la importancia de cuidar y valorar lo que posee este hermoso valle, más conocido como el Centro de la Región Sur del País, mediante reportajes, spots publicitarios y consejos dentro de sus programaciones normales.



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **PROPUESTA**

**CREACIÓN DE UNA REVISTA RADIAL CON LA FINALIDAD DE  
DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS Y CENTROS TURÍSTICOS  
DEL CANTÓN CATAMAYO**

**AUTORA:**

**CARMEN YADIRA MEDINA LANCHE**

**DIRECTOR:**

**Ing. WILMAN MERINO ALBERCA, Mg. Sc.**

**LOJA - ECUADOR**

**2015**

**1859**

## **PROPUESTA**

### **CREACIÓN DE UNA REVISTA RADIAL CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS Y CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CATAMAYO**

#### **DATOS GENERALES:**

- **Ubicación Geográfica del cantón Catamayo**

Catamayo, término del dialecto paltense, formado por dos voces: Catay = aquí y mayu = río. Por tal razón su significado aquí el gran río. Catamayo este nombre fue dado por los españoles, cuando en agosto de 1546 el capitán Alonso de Mercadillo, fundara en este valle denominado Cangochamba o Garrochamba, la ciudad de la Zarza que fuera la primera fundación de la ciudad de Loja.

**Cabecera Cantonal:** Catamayo (La Toma).

**Extensión del Cantón:** 649 Km<sup>2</sup>.

**Ubicación:** Está ubicado hacia la parte nor-este de la provincia de Loja y sus límites son:

**Al Norte:** con la provincia de El Oro y el cantón Loja

**Al Sur:** con los cantones de Gonzanamá y Loja

**Al Este:** con el cantón Loja

**Al Oeste:** con los cantones Chaguarpamba, Olmedo y Paltas.

**Distancia:** desde la ciudad de Loja 36 Km.

**Clima:** Cálido seco en Catamayo y subtropical húmedo en las parroquias; es agradable para vivirlo y muy productivo en recursos agropecuarios.

**Temperatura media:** 25°C .

**Altitud:** 1000m.s.n.m.

**División Política:** El cantón tiene 1 parroquia urbana y 4 parroquias rurales y 47 barrios.

- **Parroquia urbana:** Catamayo.

- **Parroquias Rurales:** El Tambo, Guayquichuma, San Pedro de la Bendita y Zambí.

**Servicios Básicos:** La cabecera cantonal dispone de agua potable, alcantarillado sanitario, energía eléctrica y telefonía; no así las parroquias, las cuales fundamentalmente carecen de los servicios de agua potable y alcantarillado, disponiendo en su lugar el servicio de agua entubada y letrización.

**Población económicamente activa:** Los moradores en su mayoría se dedican a la agricultura, especialmente el cultivo de productos de ciclo corto. Así mismo gran parte de la zona produce caña de azúcar siendo una importante fuente generadora de trabajo por la extensión del Ingenio Monterrey. Otro importante sector se dedica a la ganadería y al comercio. Finalmente una industria que se ha convertido en permanente fuente de trabajo y generadora de recursos económicos es la de los tejares y ladrillo.

Está ubicado hacia la parte Nor-este de la provincia de Loja a 36 km de la misma, su cabecera cantonal “Catamayo”.

**Festividades:**

18 de mayo de 1981 en la presidencia del Abogado Jaime Roldós Aguilera fecha de Cantonización

**Comidas típicas:** La cecina, delicioso asado de carne de chanco a la brasa con yuca y cebolla.

Seco de chivo, plato muy codiciado por muchos lojanos, se sirve con arroz blanco, yuca, cerveza o chicha de jora. Sopa de grano, sopa con arveja verde y guineo y un buen aguacate.

- **Población beneficiaria**

Los beneficiados del presente trabajo son: propietarios de hosterías, restaurantes, centros recreacionales, tiendas, almacenes, cooperativas de transporte, comerciantes; es decir toda la población en general a través del aumento de visitantes y de la misma manera el Gobierno Descentralizado del cantón Catamayo, gracias a los ingresos que demanda el sector turístico.

- **Organismo ejecutor:** Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo a través del Departamento de Turismo y Radio Cañaverel.
- **Proponentes del proyecto:** Carmen Medina
- **Carácter de la propuesta:** Proyecto de la revista radial “Conociendo las bellezas de mi Tierra”

## 1. PRESENTACIÓN

Existe diversidad de atractivos turísticos que posee la ciudad de Catamayo que raras veces se ha escuchado, pero no son promocionados a menudo y son lugares realmente maravillosos. Catamayo cuenta con un clima exquisito para disfrutar de las mejores vacaciones, un fin de semana basta para darse cuenta de la diversidad de hosterías que prestan sus servicios de piscina, sauna, turco, bar, y una excelente atención propia de los catamáyenses, dos ríos, el Guayabal y el Boquerón, sus aguas invitan a refrescarse de un baño bajo el sol. El centro recreacional Eliseo Arias Carrión ubicado vía a la costa, el centro recreacional Víctor Manuel Palacios, vía Cariamanga, el mirador la Cruz, parque el Cuerno de la abundancia, la cueva de Chiriguana, la loma de los gentiles nombrada recientemente patrimonio cultural del Ecuador ubicada en el barrio Trapichillo, el túnel de Chichaca un lugar con un ambiente fresco y apropiado para fotografiarse, entre otros, pero no podemos dejar de lado el plato típico del lugar la rica cecina, los cueritos y las papas que degustan los turistas.

‘Por lo anterior, conviene aprovechar al máximo las maravillas que ofrece el valle de Catamayo destacando su clima, sus atractivos, su comida, la amabilidad y la calidez de su gente para generar mayor visitas de turistas y de esta manera aportar al crecimiento y desarrollo del cantón Catamayo, mediante los ingresos que produce el turismo generando mayores fuentes de trabajo, además para que la gente conozca sus costumbres sus tradiciones sus fiestas y su cultura.

Así mismo es importante resaltar la cultura de los afrodecendientes de los barrios la Vega y Trapichillo, conocer más sobre sus fiestas católicas, la llegada de la Virgen del Cisne, momentos propicios para que se conozca un poco más de Catamayo.

Algunas de las alternativas para promocionar los centros y atractivos turísticos del cantón Catamayo es la realización de spots publicitarios, cuñas radiales, afiches, volantes, y programas radiales, para que de esta manera la gente pueda guiarse y elegir el lugar correcto donde pueden encontrar una estadía y sobre todo pueda disfrutar del lugar y de la buena atención.

A pesar de tener varias alternativas, la priorización está enfocada a la radio, mediante la elaboración de una revista radial con la finalidad de que los centros y atractivos turísticos tengan un programa específico para difundir los diferentes servicios que

prestan a personas propias y visitantes de la ciudad de Catamayo; además para dar a conocer los platos típicos y como se los prepara. Y la idea de la revista es para lograr un programa entretenido e interactivo donde se pueda difundir todo lo concerniente al turismo.

## 2. OBJETIVOS

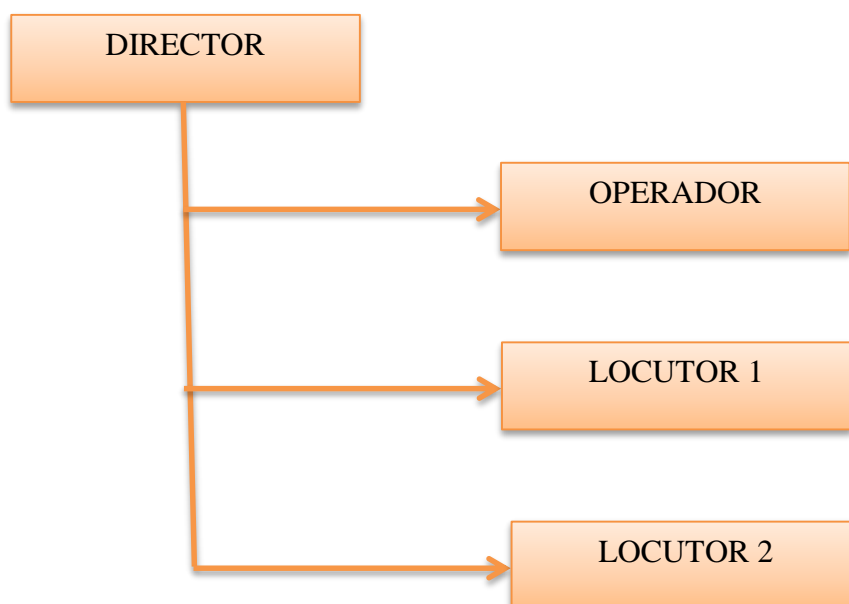
### Objetivo General

- Promocionar a los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de la radio Cañaverl Catamayo.

### Objetivos Específicos

- Ofrecer datos de las diferentes hosterías y los servicios que ofrecen para de esta manera incentivar a los turistas a visitar el lugar.
- Brindar al turista una información detallada de los atractivos turísticos, su clima, gastronomía, la calidez de su gente, y de la misma manera aportar al crecimiento en el sector turístico.
- Abrir un espacio interactivo en donde autoridades, usuarios y beneficiarios puedan opinar sobre los acontecimientos y diferentes bondades turísticas del cantón Catamayo.
- Dar a conocer mediante la agenda cultural que está dentro de la programación dar a conocer toda innovación o mejoramiento de cada centro.

## ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN



## **VISIÓN**

Este programa se consolidará en beneficio de toda la comunidad catamayense con el propósito de beneficiar el ámbito turístico brindando información para propios y turistas. Quienes participarán de este programa serán los oyentes y propietarios de los negocios que están directamente inmersos en el turismo.

## **MISIÓN**

Esta transmisión estará siempre presta a la interacción y recepción de recomendaciones por parte de los beneficiarios de los negocios como hosterías y restaurantes para lograr mejorar tanto la atención como los servicios que ofrecen y de esta manera brindar confianza y hospitalidad de calidad.

## **BENEFICIOS QUE TRAE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA REVISTA RADIAL**

- Permitirá el amplio conocimiento en cuanto a las bondades históricas, culturales, gastronómicas y sobre todo turísticas que posee este maravilloso paraje.
- La difusión de los hechos más relevantes en cuanto a las novedades turísticas.
- La buena imagen con la que se conocerá y destacará al valle catamayense.
- El desarrollo y engrandecimiento del turismo y mediante el mismo generar fuentes de trabajo.

## **¿PARA QUIÉN LA REVISTA RADIAL?**

Estará dirigido para todas las personas, jóvenes, adultos, turistas, personas propias del lugar, propietarios de las diferentes hosterías, restaurantes y autoridades competentes con el ánimo de una mejora de servicios y el conocimiento pleno de los turistas sobre todo con el principal propósito de dar a conocer lo que posee el Centro de la Región Sur del País. Donde puedan tener acceso los propietarios de los diferentes negocios como también los que recibirán sus servicios.



## RECURSOS Y PRESUPUESTO

RECURSOS HUMANOS	GASTO SEMANAL
✚ Carmen Medina ( <b>director</b> )	50.00
✚ Karen Calva ( <b>operador</b> )	50.00
✚ Carmen Medina ( <b>locutor 1</b> )	50.00
✚ Ana Nole ( <b>locutor 2</b> )	50.00
<b>RECURSOS MATERIALES</b>	
✚ Espacio destinado a difundir la revista Radial.	50.00
✚ Otros	25.00
✚ <b>Total gastos</b>	<b>275.00</b>

## FINANCIAMIENTO

✚ Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Catamayo a través del Departamento de Turismo y el medio Radial Público Cañaverál Catamayo.

### 3. OPERALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta se pone en ejecución en base al cumplimiento de las siguientes fases.

- a) Diseño de la revista
- b) Definición del cuerpo técnico del programa
- c) Grabación del programa
- d) Edición del programa radial
- e) Socialización de la propuesta ante los dueños de hosterías, negocios, y personal directivo que tiene que ver con la promoción del turismo del Catamayo.

#### CRONOGRAMA

		PERIÓDO							
		JUNIO- JULIO 2014							
		Junio				Julio			
1era FASE	Recopilación de Información científica.	x	X	x					
	Recopilación de concepciones y percepciones por parte de los propietarios de medios de comunicación, restaurantes, hosterías y concedores de la promoción turística.				x	x	x		
2da FASE	Diseño del libreto							X	
	Difusión								x
3era FASE	Evaluación								x

**GUIÓN DE LA REVISTA RADIAL**  
**“CONOCIENDO LAS BELLEZAS DE MI TIERRA”**

**LUGAR:** CATAMAYO

**PROGRAMA** “CONOCIENDO LAS BELLEZAS DE MI TIERRA”

**EMISORA:** RADIO CAÑAVERAL CATAMAYO 96.5 FM

**DURACIÓN:** 30 MINUTOS

**FECHA DE EMISIÓN:** SÁBADO

**HORA DE EMISIÓN:** 09H00 A 09H30

**DIRECTOR:** Carmen Medina

**LOCUTORES:** Carmen Medina, Ana Nole

**CONTROL:** Karen Calva

**Control:** Presentación del programa (pregrabado).  
RADIO CAÑAVERAL  
PRESENTA “CONOCIENDO LAS BELLEZAS DE MI TIERRA”, UN ESPECIAL PERIODÍSTICO CON LOS MAS BELLOS PAISAJES DE NUESTRO PUEBLO. BIENVENIDOS.

**Control:** Cortina Musical (Canción, CATAMAYO SÍ CATAMAYO). (10 segundos)

**Locutor 1:** ¡Buenos días amables radio escuchas! Estamos dando inicio a nuestra programación, primeramente agradeciendo por permanecer en la sintonía de Radio Cañaverl 96.5 y bueno muy contenta de poder transmitir nuestra información acerca de los centros y atractivos turísticos a los cuales nuestros amigos y amigas oyentes puedan visitar. Carmen Medina

les de la más cordial bienvenida acompañada de Enith Ordoñez. ¿Cómo estás compañera?

**Locutor 2:** Un saludo cordial, Ana Nole les acompaña Este día estaremos recordando la historia de Catamayo, y también trataremos interesantes temas como los servicios que prestan las hosterías que posee nuestra ciudad y de lo importante que es el buen trato hacia los turistas., para lo cual tenemos la compañía del Sr. Pedro Villavicencio, propietario de la hostería el Rosal del Sol. Estaremos abordando también temáticas como gastronomía y agenda turística.

**Control:** Lanza identificativo del programa (Estás escuchando, “Conociendo las bellezas de mi tierra” (10 segundos).

**Control:** Cortina Musical (Canción: Oh mi Catamayo

(10 segundos)

**Locutor 1:** Catamayo se caracteriza por maravillosos paisajes naturales y por abundantes sitios de interés recreacional. No podemos negar que posee los valles más fértiles y que posee también los balnearios más atractivos de la provincia.

**Locutor 2:** Sí, estoy orgullosa de ser catamayense. Nuestro pueblo cuenta con innumerables atractivos tanto naturales como turísticos y culturales. Y además, el clima que posee con ese tinte veraniego hace de esta Ciudad uno de los destinos ideales para quien busca disfrutar de unas vacaciones en un ambiente agradable rodeado de esplendorosos valles y paisajes naturales. Y también no hay que olvidar que posee una cultura histórica exquisita. Escuchemos la nota.

**Control:** Lanza nota pregrabada:

(Canción folclórica (fondo)

No ha sido lo suficientemente estudiada y analizada la génesis histórica de nuestro solar patrio, ni se han analizado profundamente las circunstancias especiales que configuraron la zona. De igual forma no se han realizado estudios detallados de sus raíces ancestrales. No obstante al fenómeno climático, fue asiento importante de la cultura Palta, que estuvo extendida por estos lugares, tomando como punto de referencia debidamente

comprobada, desde la cordillera Andina y al Occidente hasta Tumbes y por el Norte el río Jubones, en el origen del río León.

Catamayo reconocido a nivel nacional e internacional como sitio turístico, no solo por sus esplendorosos balnearios y ríos que encumbran su donaire, sino también por la riqueza histórica cultural que se encuentra tras sus sitios de interés. Por ejemplo en el sitio de Charán, se localizan los restos de una casa de piedra, que se presume era habitada en el pasado por un Chasqui Indio.

En otro sitio como Molletingo, fueron encontrados pedazos de grada tallados en la roca, seguramente, se edificaron estos sitios, como caminos que conducían a los incas del Cuzco hacia Quito.

En el Valle, en cambio, están los muros de piedra que Alonso de Mercadillo hizo construir en lo que se constituyó la primera fundación de Loja. En el río Boquerón se levantaba el famoso puente del Inca, donde las huestes de Huáscar y Atahualpa, atravesaron como emperadores del Tahuantinsuyo por muchas ocasiones.

En fin, nuestro valle catamayense, se rige como un lugar turístico y cultural por excelencia. (3 minutos)

**Locutor 1:** Por algo el merecido epígrafe “Catamayo turístico”. Y es que nuestro pueblo es un baluarte de innumerables sitios atractivos para el deleite turístico, cultural e histórico. A continuación bloque publicitario. Enseguida regresamos.

**Control:** Lanza identificativo del programa (Estás escuchando, “Conociendo las bellezas de mi tierra”. (10 segundos).

**Control:** Lanza bloque publicitario  
**(3 min)**

**Control:** Cortina Musical (Canción...) (10 segundos)

**Locutor 2:** Continuamos con nuestra revista radial “Conociendo las bellezas de mi tierra” a través de Radio Cañaverl 96.5. Es hora de tratar acerca de la importancia de la atención y buen trato a los turistas.

**Locutor 1:** En primer lugar hablaremos del aporte al desarrollo que brinda el turismo. Si bien es cierto mediante este sector la ciudad obtiene cuantiosos ingresos de los mismos que se benefician los habitantes del lugar

de diferentes maneras, siendo así los propietarios de tiendas, restaurantes, hosterías, centros recreacionales entre otros.

**Locutor 2:** Una buena atención es la base fundamental para fomentar el turismo. Además promocionarlo por los diferentes medios de comunicación es de suma importancia. Una sonrisa, mucha paciencia, buen trato son algunos detalles que agrada a los turistas y es 100% garantizado su regreso, así que ya saben amigos propietarios a brindar siempre una sonrisa a sus visitantes. Para profundizar más sobre el tema, les invitamos a escuchar la siguiente nota:

**Control:** Lanza nota pregrabada:

### **BUENA ATENCIÓN AL TURISTA**

Dentro de la industria turística existen varios conceptos asociados directa e indirectamente con su desarrollo, y uno de los protagonistas es la relación entre las personas y el constante intercambio comunicacional que se genera a través de los diversos escenarios en que las interacciones sociales ocurren.

No es justo para nadie dar o recibir malos tratos bajo este contexto que por esencia define momentos de disfrute, de regocijo intercultural, de observación de paisajes recónditos y de escape de realidades cotidianas, que hoy por hoy, viven sujetas del estrés, cumplimiento de metas y malos hábitos. Tampoco es justo que la industria turística, con tantos potenciales benefactores para un determinado entorno, se entorpezca con malas voluntades provenientes muchas veces del desconocimiento de los beneficios que conllevaría el actuar de una manera más positiva.

De este modo, es necesario recordar que los anfitriones, deben ser respetuosos con las personas. Cuando un turista tiene malas experiencias en su viaje, suele compartir lo ocurrido y no recomendar aquel lugar en el cual pasó malos ratos. Independientemente de que lo sucedido haya sido en un lugar de alojamiento, restaurante, balneario, entre otras, el destino completo se verá ensuciado por aquella desafortunada experiencia. Es muy importante que tanto los prestadores de servicios turísticos como quienes se desempeñan

en otros tipos de rubros, comprendan la importancia de ser empáticos y entregar de la mejor manera posible el servicio que brindan. (3 minutos)

**Locutor 1:** Así que invitamos a todos los actores claves de la promoción turística, a ser hospitalarios, amables, y a tener una actitud positiva frente a los turistas. Ya que un turista que vive una experiencia positiva en su viaje, puede motivar el viaje de 10 turistas más

**Locutor 2:** Para profundizar más sobre el tema. En este momento presentamos a nuestro invitado del programa... Muy buenos días... Bienvenido.

**Entrevistado:** Buenos días, gracias por la invitación a este espacio que permite difundir nuestro acervo turístico y cultural.

**Locutor 1:** Para conocer un poco más sobre los servicios que presta la hostería el Rosal del Sol, coméntenos como es la atención que brinda su personal a los turistas?

**Entrevistado:** Definitivamente como usted nos comenta una de las prioridades que se debe tener en cuenta es la buena atención; razón por la que sí se brinda en nuestro centro recreacional y conjuntamente con la promoción trae excelentes resultados.

**Locutor 2:** ¿Qué beneficios obtienen los visitantes al acudir a su centro recreacional; cuéntenos un poquito acerca de esto?

**ENTREVISTADO:** Si; de hecho la ubicación es una de las ventajas para nuestros visitantes porque estamos a pocos kilómetros del parque central, y el medio de transporte de los cuales se puede hacer uso son las camionetas de la cooperativa Rio Guayabal que generalmente se paga el precio de un dólar debido a la cercanía. Pero sin embargo cuando hay varias personas con el mismo destino turístico esperando a que una camioneta se llene se paga el precio de 25 centavos. Muchas de las veces algunas personas como hacer ejercicio para gozar de buena salud deciden caminar o trotar para luego disfrutar de un excelente y relajador baño en la piscina.

**Locutor 1:** ¿Coméntenos acerca de los servicios que presta por favor, para que nuestra ciudadanía y los turistas que nos están escuchando conozcan lo que se ofrece en este centro?

**ENTREVISTADO:** Si claro; además de una distinguida atención tenemos a su disposición sauna, turco, 2 piscinas; para niños y para adultos

por supuesto con tobogán incluido, un surtido bar, 1 cancha de uso múltiple y servicio de cómodas habitaciones con tv cable, agua caliente, servicio a la habitación, y restaurante con la comida típica de la ciudad.

**Locutor 2:** Entonces invitamos a la ciudadanía a visitar el Rosal, ahí encontrara muchas actividades de interés y por supuesto, un trato amable y hospitalario. Agradecemos al **Sr.....** su presencia.

**ENTREVISTADO** A ustedes muchísimas gracias por la oportunidad hasta la próxima oportunidad.

**Locutor 1:** Como podemos darnos cuenta, Catamayo se caracteriza por la amabilidad de su gente, por su rico y excelente clima que invita al turista a disfrutar de los ríos y diferentes centros recreacionales, por su deliciosa gastronomía. Pero sobre todo por la variedad de atractivos turísticos que forman parte de las bondades de este maravilloso cantón. Luego de una pausa publicitaria, estaremos de regreso.

**Control:** Lanza identificativo del programa (Estás escuchando, “Conociendo las bellezas de mi tierra”) (10 segundos).

**Control:** Lanza bloque publicitario

**(3 min)**

**Control** Cortina Musical (Canción...) (10 segundos)

**Locutor 2:** Continuamos con nuestra revista radial “Conociendo las bellezas de mi tierra” a través de Radio Cañaverl 96.5. Es tiempo de darle paso al bloque de gastronomía.

**Control:** Cortina radial: Continuamos con lo mejor de la cocina catamayense. (Canción) (10 segundos)

**Locutor 1:** Así que a todos quienes gustan del bello arte de la cocina, papel, lápiz, y a tomar nota.

**Locutor 2:** La cecina es uno de los platos más representativo del cantón y uno de los preferidos por los turistas. Hoy disfrutemos de una deliciosa receta.

**INGREDIENTES:**

600 gr carne de cerdo (fileteada)

Sal y comino al gusto (sea generoso)

400 gr de yuca

100 gr cebolla perla (fina juliana)



200 gr tomate (dados pequeños)  
10 gr de limón  
30 gr de aceite de oliva  
40 gr cilantro (finamente picado)

Sazonamos la carne de cerdo con sal y comino y la dejamos secar al sol por 1/2 hora mínimo, transcurrido este tiempo verificamos que la carne este seca y la llevamos a la parrilla para asarla y reservamos.

En una olla con agua hirviendo adicionamos sal y colocamos la yuca hasta cocinarla y ver que este suave.

Preparamos una ensalada con la cebolla previamente lavada, el tomate añadimos el limón el aceite para darle brillo, sal y el cilantro.

En un plato colocamos la cecina con la yuca y la ensalada y servimos por separado salsa de ají. Disfrútalo.

**Locutor 1:** mmm, deliciosa receta, además es muy fácil y económica de preparar, se las recomiendo.

**Control:** Lanza identificativo del programa (Estás escuchando, “Conociendo las bellezas de mi tierra”) (10 segundos).

**Control:** Lanza bloque publicitario  
(3 min)

**Control:** Cortina Musical (Canción) (10 segundos)

**Locutor 2:** Ya estamos de regreso con más de Conociendo las bellezas de mi tierra, siendo exactamente las nueve horas y cincuenta minutos en Radio Cañaverl 96.5 FM, Es hora de presentar la agenda cultural. Carmen vamos contigo.

**Locutor 1:** Así es Enith, te comento que Catamayo ya cuenta con un centro de recepciones, donde prima la elegancia y el confort. Se trata de “La Mansión”, ubicada en el km...2 vía a la costa, a pocos pasos de la gasolinera el castillo.

**Locutor 2:** Así que extendemos la cordial invitación a la ciudadanía catamayense a hacer uso de este atractivo lugar.

**Locutor 1:** De esta manera finalizamos nuestro programa Conociendo las bellezas de mi tierra. Para la próxima semana tendremos acá en estudios

al Sr. Pedro Villavicencio propietario de la Hostería los Almendros para ampliarnos información de este centro de recreación.

**Locutor 2:** Finalizamos agradeciéndoles por su sintonía y reiterando la invitación a conocer nuestro valle más conocido como el centro de la región sur del país.

**Locutor 1:** Y no olviden ¡el turismo ya es parte del desarrollo!

**Locutor 2:** ¡Hasta el próximo fin de semana!

**Control:** Finaliza con la canción canto a mi tierra.

(20 segundos

**LIBRETO REVISTA RADIAL  
“CONOCIENDO LAS BELLEZAS DE MI TIERRA”**

**LUGAR:** CATAMAYO

**PROGRAMA:** “CONOCIENDO LAS BELLEZAS DE MI TIERRA”

**EMISORA:** RADIO CAÑAVERAL CATAMAYO 96.5 FM

**DURACIÓN:** 30 MINUTOS

**FECHA DE EMISIÓN:** SÁBADO

**HORA DE EMISIÓN:** 09H00 A 09H30

**DIRECTOR:** Carmen Medina

**LOCUTORES:** Carmen Medina, Ana Nole

**CONTROL:** Karen Calva

**GUIÓN TÉCNICO No.** 001

VOZ EN OFF	GRABACIÓN
<p><b>LOCUTOR 1</b> ¡Buenos días amables radio escuchas! Estamos dando inicio a nuestra programación, primeramente agradeciendo por permanecer en la sintonía de Radio Cañaverál 96.5 y bueno muy contenta de poder transmitir nuestra información acerca de los centros y atractivos turísticos a los cuales nuestros amigos y amigas oyentes puedan visitar. Carmen Medina les de la más cordial bienvenida acompañada de Ana Nole. ¿Cómo estás compañera?</p> <p><b>LOCUTOR 2</b> Un saludo cordial, Ana Nole les acompaña Este día estaremos recordando la historia de Catamayo, y también trataremos interesantes temas como los servicios que prestan las hosterías que posee nuestra ciudad y de lo importante que es el buen</p>	<p><b>CONTROLES:</b> presentación del programa pregrabado desde 00:00:00:00 hasta 00:00:19:00</p> <p><b>CONTROLES:</b> lanza cortina musical desde 00:00:19:00 hasta 00:00:29:00</p> <p><b>VOZ EN OFF:</b> desde 00:00:29:00 hasta 00:01:22:00</p>

trato hacia los turistas., para lo cual tenemos la compañía del Sr. Pedro Villavicencio, propietario de la hostería el Rosal del Sol. Estaremos abordando también temáticas como gastronomía y agenda turística.

**LOCUTOR 1:**

Catamayo se caracteriza por maravillosos paisajes naturales y por abundantes sitios de interés recreacional. No podemos negar que posee los valles más fértiles y que posee también los balnearios más atractivos de la provincia.

**LOCUTOR 2:**

Sí, estoy orgullosa de ser catamayense. Nuestro pueblo cuenta con innumerables atractivos tanto naturales como turísticos y culturales. Y además, el clima que posee con ese tinte veraniego hace de esta Ciudad uno de los destinos ideales para quien busca disfrutar de unas vacaciones en un ambiente agradable rodeado de esplendorosos valles y paisajes naturales. Y también no hay que olvidar que posee una cultura histórica exquisita. Escuchemos la nota.

**LOCUTOR 1:**

Por algo el merecido epígrafe “Catamayo turístico”. Y es que nuestro pueblo es un baluarte de innumerables sitios atractivos para el deleite turístico, cultural e histórico. A continuación bloque publicitario. Enseguida regresamos.

**CONTROLES:** Lanza identificativo del programa desde 00:01:22:00 hasta 00:01:25:00

**CONTROLES:** cortina musical desde 00:01:25:00 hasta 00:01:35:00

**VOZ EN OFF:** desde 00:01:35:00 hasta 00:02:20:00

**TRACK 1: REPORTAJE RESEÑA HISTORICA DE CATAMAYO**  
desde 00:02:20:00 hasta 00:04:28:00

**VOZ EN OFF:** desde 00:04:28:00 hasta 00:04:42:00

<p><b>LOCUTOR 2:</b> Continuamos con nuestra revista radial “Conociendo las bellezas de mi tierra” a través de Radio Cañaverál 96.5. Es hora de tratar acerca de la importancia de la atención y buen trato a los turistas.</p> <p><b>LOCUTOR 1:</b> En primer lugar hablaremos del aporte al desarrollo que brinda el turismo. Si bien es cierto mediante este sector la ciudad obtiene cuantiosos ingresos de los mismos que se benefician los habitantes del lugar de diferentes maneras, siendo así los propietarios de tiendas, restaurantes, hosterías, centros recreacionales entre otros.</p> <p><b>LOCUTOR 2:</b> Una buena atención es la base fundamental para fomentar el turismo. Además promocionarlo por los diferentes medios de comunicación es de suma importancia. Una sonrisa, mucha paciencia, buen trato son algunos detalles que agrada a los turistas y es 100% garantizado su regreso, así que ya saben amigos propietarios a brindar siempre una sonrisa a sus visitantes. Para profundizar más sobre el tema, les invitamos a escuchar la siguiente nota:</p> <p><b>LOCUTOR 1:</b> Así que invitamos a todos los actores claves de la promoción turística, a ser hospitalarios, amables, y a tener una</p>	<p><b>CONTROLES:</b> bloque publicitario desde 00:04:42:00 hasta 00:07:34:00</p> <p><b>CONTROLES:</b> cortina musical desde 00:07:34:00 hasta 00:07:44:00</p> <p><b>VOZ EN OFF:</b> desde 00:07:44:00 hasta 00:08:49:00</p> <p><b>CONTROLES: NOTA PREGRABADA REPORTAJE DE LA BUENA ATENCIÓN AL TURISTA</b> desde 00:08:49:00 hasta 00:10:37:00</p> <p><b>VOZ EN OFF:</b> desde 00:10:37:00 hasta 00:13:26:00</p>
---	--

actitud positiva frente a los turistas. Ya que un turista que vive una experiencia positiva en su viaje, puede motivar el viaje de 10 turistas más.

**LOCUTOR 2:**

Para profundizar más sobre el tema. En este momento presentamos a nuestro invitado del programa... Muy buenos días.... Bienvenido.

**ENTREVISTADO:**

Buenos días, gracias por la invitación a este espacio que permite difundir nuestro acervo turístico y cultural.

**LOCUTOR 1:**

Para conocer un poco más sobre los servicios que presta la hostería el Rosal del Sol, coméntenos como es la atención que brinda su personal a los turistas?

**ENTREVISTADO:**

Definitivamente como usted nos comenta una de las prioridades que se debe tener en cuenta es la buena atención; razón por la que sí se brinda en nuestro centro recreacional y conjuntamente con la promoción trae excelentes resultados.

**LOCUTOR 2:**

¿Qué beneficios obtienen los visitantes al acudir a su centro recreacional; cuéntenos un poquito acerca de esto?

**ENTREVISTADO:**

Sí; de hecho la ubicación es una de las ventajas para nuestros visitantes porque estamos a pocos kilómetros del parque central, y el medio de transporte de los cuales se puede hacer uso son las camionetas de la cooperativa Rio Guayabal que generalmente se paga el precio de un dólar debido a la cercanía. Pero sin embargo cuando hay varias personas con el mismo destino turístico esperando a que una camioneta se llene se paga el precio de 25 centavos. Muchas de las veces algunas personas como hacer ejercicio para gozar de buena salud

deciden caminar o trotar para luego disfrutar de un excelente y relajador baño en la piscina.

**LOCUTOR 1:**

¿Coméntenos acerca de los servicios que presta por favor, para que nuestra ciudadanía y los turistas que nos están escuchando conozcan lo que se ofrece en este centro?

**ENTREVISTADO:**

Si claro; además de una distinguida atención tenemos a su disposición sauna, turco, 2 piscinas; para niños y para adultos por supuesto con tobogán incluido, un surtido bar, 1 cancha de uso múltiple y servicio de cómodas habitaciones con tv cable, agua caliente, servicio a la habitación, y restaurante con la comida típica de la ciudad.

**LOCUTOR 2:**

Entonces invitamos a la ciudadanía a visitar el Rosal, ahí encontrara muchas actividades de interés y por supuesto, un trato amable y hospitalario. Agradecemos al Sr. Pedro Villavicencio su presencia.

**ENTREVISTADO:**

A ustedes muchísimas gracias por la oportunidad hasta la próxima oportunidad.

**LOCUTOR 1:**

Como podemos darnos cuenta, Catamayo se caracteriza por la amabilidad de su gente, por su rico y excelente clima que invita al turista a disfrutar de los ríos y diferentes centros recreacionales, por su deliciosa gastronomía. Pero sobre todo por la variedad de atractivos turísticos que forman parte de las bondades de este maravilloso cantón. Luego de una pausa publicitaria, estaremos de regreso.

**CONTROLES:** inicio de espacio publicitario desde 00:13:26:00 hasta 00:17:05:00

<p><b>LOCUTOR 2:</b> Continuamos con nuestra revista radial “Conociendo las bellezas de mi tierra” a través de Radio Cañaverl 96.5. Es tiempo de darle paso al bloque de gastronomía.</p> <p><b>LOCUTOR 1:</b> Así que a todos quienes gustan del bello arte de la cocina, papel, lápiz, y a tomar nota.</p> <p><b>LOCUTOR 2:</b> La cecina es uno de los platos más representativo del cantón y uno de los preferidos por los turistas. Hoy disfrutemos de una deliciosa receta.</p> <p><b>INGREDIENTES:</b> 600 gr carne de cerdo (fileteada) Sal y comino al gusto (sea generoso) 400 gr de yuca 100 gr cebolla perla (fina juliana) 200 gr tomate (dados pequeños) 10 gr de limón 30 gr de aceite de oliva 40 gr cilantro (finamente picado)</p> <p>Sazonamos la carne de cerdo con sal y comino y la dejamos secar al sol por 1/2 hora mínimo, transcurrido este tiempo verificamos que la carne este seca y la llevamos a la parrilla para asarla y reservamos.</p> <p>En una olla con agua hirviendo adicionamos sal y colocamos la yuca hasta cocinarla y ver que este suave.</p> <p>Preparamos una ensalada con la cebolla previamente lavada, el tomate añadimos el limón el aceite para darle brillo, sal y el cilantro.</p> <p>En un plato colocamos la cecina con la yuca y la ensalada y servimos por separado salsa de ají. Disfrútalos.</p> <p><b>LOCUTOR 1:</b> Mmm, deliciosa receta, además es muy fácil y económica de preparar, se las recomiendo.</p>	<p><b>VOZ EN OFF:</b> desde 00:17:05:00 hasta 00:18:36:00</p>
---	---



<p><b>LOCUTOR 2:</b> Ya estamos de regreso con más de Conociendo las bellezas de mi tierra, siendo exactamente las nueve horas y cincuenta minutos en Radio Cañaverál 96.5 FM, Es hora de presentar la agenda cultural. Carmen vamos contigo.</p> <p><b>LOCUTOR 1:</b> Así es Anita, te comento que Catamayo ya cuenta con un centro de recepciones, donde prima la elegancia y el confort. Se trata de “La Mansión”, ubicada en el km...2 vía a la costa, a pocos pasos de la gasolinera el castillo.</p> <p><b>LOCUTOR 2:</b> Así que extendemos la cordial invitación a la ciudadanía catamayense a hacer uso de este atractivo lugar</p> <p><b>LOCUTOR 1:</b> De esta manera finalizamos nuestro programa Conociendo las bellezas de mi tierra. Para la próxima semana tendremos acá en estudios al Sr. Juan Pérez propietario de la Hostería los Almendros para ampliarnos información de este centro de recreación.</p> <p><b>LOCUTOR 2:</b> Finalizamos agradeciéndoles por su sintonía y reiterando la invitación a</p>	<p><b>CONTROLES:</b> lanza identificativo del programa desde 00:18:36:00 hasta 00:18:48:00</p> <p><b>CONTROLES:</b> inicio de espacio publicitario desde 00:18:48:00 hasta 00:21:40:00</p> <p><b>CONTROLES:</b> lanza identificativo del programa desde 00:21:40:00 hasta 00:21:45:00</p> <p><b>CONTROLES:</b> cortina musical desde 00:21:45:00 hasta 00:22:01:00</p> <p><b>VOZ EN OFF:</b> desde 00:22:01:00 hasta 00:23:23:00</p>
---	--

<p>conocer nuestro valle más conocido como el centro de la región sur del país.</p> <p><b>LOCUTOR 1:</b> Y no olviden ¡el turismo ya es parte del desarrollo!</p> <p><b>LOCUTOR 2:</b> ¡Hasta el próximo fin de semana!</p>	<p><b>CONTROLES:</b> finaliza con canción canto a mi tierra. Desde 00:23:23:00 hasta 00:30:00:00</p>
---	--

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

- AMARC ALC (2011). La radio después de la radio
- BELTRAMI, M. (2010) Ocio y viajes en la historia: Antigüedad y medioevo.
- FULLER, N. (2009) Turismo y Cultura Entre el entusiasmo y el recelo.
- GALLEGO, J. (2010) Los mitos de la publicidad radiofónica. Segunda edición
- GARRIDO. (2009) Comportamiento estratégico de la promoción turística española. Segunda edición.
- KORSTANJE, M. (2010) Ciencia de la hospitalidad: un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo.
- La comunicación como Elemento de Promoción Turística.
- MILLET, O. (2011). La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing.
- OMT, (2011) El turismo.
- Wikipedia. (2014). Turismo, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 14:45, julio 10

### **Web-grafía**

- Recuperado de: [www.eumed.net/libros/2010a/646/](http://www.eumed.net/libros/2010a/646/)
- Recuperado de:
- <http://blog.pucp.edu.pe/media/2289/20101102-01%20Turismo%20y%20cultura%20CS2.pdf>
- Recuperado de:
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/133/fallas-epistemologicas.html>
- Consultado de:
- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/412/4/Capitulo2.pdf>

- ([http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo.](http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo)) Consultado el 13 de noviembre de 2013.
- ([http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo.](http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo)) Consultado el 13 de noviembre de 2013.
- [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Turismo&oldid=75462576.](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Turismo&oldid=75462576)

k. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**“PROMOCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN  
CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES”**

Proyecto de tesis previo a la obtención  
del grado de Licenciada en Ciencias de  
la Comunicación Social

**AUTORA:**

**CARMEN YADIRA MEDINA LANCHE**

1859  
**LOJA – ECUADOR**

**2014**

**a. TEMA**

**“PROMOCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN  
CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES”**

## **b. PROBLEMÁTICA**

### **Contexto problemático**

Como ya conocemos el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes por un periodo determinado por varios motivos para relajarse, visita de familiares o simplemente por óseo, de cualquier manera es estar fuera de casa para compensar tiempos de trabajo.

Pero hay lugares que cabe recalcar no son conocidos, esto ocurre a nivel internacional, nacional y cantonal y por ende no tiene concurrencia de turistas.

Como es de conocimiento los medios de comunicación son un puente hacia el éxito de empresas, negocios, etc. Además de brindar información y entretenimiento los mismos han venido evolucionando con el pasar del tiempo, actualmente, contamos con tres formas diferentes de comunicación y al alcance de todos, que son; radio, televisión y medios impresos.

La radio es uno de los medios de comunicación más accesible hacia todas las personas sin importar el campo laboral en el que se desenvuelvan, es una de las grandes ventajas que tiene este medio.

Catamayo es un cantón que se encuentra ubicado provincia de Loja, Ecuador se caracteriza por maravillosos paisajes naturales en los que se destaca una flora y fauna exuberantes. Posee los valles más fértiles, de inagotable abundancia agrícola de la Región, los mismos que son bañados por dos ríos, Boquerón y Guayabal. Cuenta con innumerables atractivos tanto naturales como turísticos y culturales etc. Su clima es delicioso con un tinte veraniego lo que hace de esta Ciudad uno de los destinos ideales para quien busca disfrutar de unas vacaciones en un ambiente agradable rodeado de esplendorosos valles y paisajes naturales. Por su ubicación geográfica se ha convertido en una Ciudad de paso hacia todos los lugares de Ecuador, además de poseer el Aeropuerto Camilo Ponce Enríquez, medio con el que comunica a Loja con el resto del País, es por esto que Catamayo se muestra como una urbe siempre lista a recibir al visitante o simplemente ser el lugar donde los viajeros hacen su parada para descansar un momento su gente es culta y amable.

Dentro de su gastronomía tenemos: la cecina, el seco de gallina criolla, sopa de arvejas con guineo, el seco de chivo, el repe blanco, cueros con yuca, y tripas asadas.

Hay muchos lugares turísticos que se destacan en el cantón Catamayo a continuación algunos de ellos.

**La hostería las Buganvillas:** se destaca por su gastronomía y por su atención

**Hostería Aguamanía:** Se destaca por su balneario que es muy conocido por los visitantes de Loja y por su comida.

**Hostería los Almendros:** Se destaca por las comidas típicas que se dan en el balneario y por sus canchas recreacionales

**El Guayabal:** Es uno de los lugares más visitados por los turistas ya sea por su gran ambiente de acogida y por su gran paisaje que los turistas disfrutan de el.

**El Río Boquerón:** Es muy frecuentado por los turistas locales y provinciales ya que pueden sumergirse en sus cálidas agua, disfrutar de la pesca y a la vez en las orillas del río hacer fogatas y disfrutar en familia

**La Cueva Chiriguana:** En la actualidad es muy visitada por los turistas pero hay que tener cuidado porque está habitada por murciélagos, se la denomina la cueva del diablo ya que cuenta su leyenda que las personas acudían por necesidad económica y vendían su alma al diablo en cambio de bolsas de oro.

**Mirador la Cruz:** Es uno de los lugares más visitados ya que gracias a su mirador podemos observar el centro de Catamayo y es un lugar que cuenta con juegos recreativos para niños y un amplio lugar para pasar en familia o con nuestras amistades; también desde este lugar se puede observar todo el valle de Catamayo. Este lugar es muy frecuentado sobre todo por las noches ya que cuenta con un fabuloso juego de luces que resaltan la gran infraestructura de la cruz.

**La chorrera de agua:** Sitio que se encuentra en el cantón Catamayo se encuentra localizada en la parroquia de Zambí la chorrera se encuentra lugar que no conocen muchas personas pero es un lugar hermoso es una formación natural de agua pura y cristalina que cae en forma de una chorrera.



**Piedra Iguana:** Esta piedra arqueológica se encuentra Vía al río Catamayo es una formación natural que tiene la forma de la cabeza de una iguana es un lugar donde puedes respirar aire puro y fresco apropiado para tomar fotografías.

**Túnel de Chichaca:** Es una creación inca un túnel que fue creado para la comunicación entre varios pueblos este lugar atractivo tiene una gran riqueza legendaria existen creencias que es un lugar tenebroso es un lugar turístico ya que se puede presenciarlo con exactitud como es y cómo fue formado.

Sus fiestas más destacadas son: La fiesta del carnaval, las fiestas de cantonización que se realizan en el mes de Mayo, y las fiestas de Agosto por la llegada de la Virgen del Cisne.

El turismo bien promocionado crea fuentes de trabajo e ingresos económicamente activos.

#### **PROBLEMA GENERAL:**

### **¿CÒMO PROMOCIONAR LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES?**

#### **Problemas derivados:**

- 1.- ¿Cuáles son los referentes teóricos a considerar para promocionar los centros turísticos por medio de radioemisoras?
- 2.- ¿Cuáles son las características que presentan los programas radiales promocionales de los centros turísticos?
- 3.- ¿Cuáles son las características de los programas o actividades radiales que se desarrollan en el cantón Catamayo para promocionar sus centros turísticos?
- 4.- ¿Cómo elaborar una estrategia metodológica que permita promocionar los centros turísticos del Cantón Catamayo por medio de las radios locales?
- 5.- ¿Cuáles son los resultados que permiten verificar las estrategias metodológicas para promocionar los centros turísticos del Cantón Catamayo por medio de las radios locales.

## **DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN**

- **Temporal.-** el presente trabajo será realizado en el periodo marzo- julio 2014
- **Espacial.-** Este trabajo está destinado a realizarlo en los Medios de Comunicación radiales del Cantón Catamayo y Centros turísticos del mismo.
- **De las unidades de investigación.-** Se observará los principales centros turísticos y medios radiales locales.

### **c. JUSTIFICACIÓN**

En la mayoría de los medios de comunicación no tienen programas específicos que promuevan el turismo, es indudable que el progreso y desarrollo de los pueblos se logra en gran medida por el turismo pues el mismo promueve fuentes de trabajo, debido a la gran demanda de turistas por ende un centro turístico requiere personal para satisfacer su clientela y principalmente acrecienta el desarrollo del lugar. Es muy necesario por este motivo que se tenga presente que mediante los diversos programas radiales se pueda y debe promocionarse las potencialidades turísticas.

Muchas pueden ser las causas para que los turistas no visiten y disfruten de las bellezas que posee nuestro Cantón Catamayo, una de las razones puede ser la falta de información que se puede realizar entre otros por medio de los programas radiales.

En este escenario es que esta investigación ayudará a conocer las necesidades de promoción de los lugares turísticos de Catamayo, en miras a potenciarlos y con ello contribuir al desarrollo del cantón. Así también, comprometer a los medios de comunicación social, en promover bellezas naturales que se esconden en el sector.

Las experiencias alcanzadas con el estudio, podrán ser retomadas por otros cantones y provincias que tengan similares necesidades donde las estrategias alternativas sean también aplicables.

El presente trabajo investigativo se justifica por los recursos y materiales de apoyo que obtengo, para ejecutar la misma entre ellos los docentes de la carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

#### **d. OBJETIVOS**

##### **OBJETIVO PRINCIPAL**

Promocionar los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de las radios locales.

##### **OBJETIVO ESPECÍFICOS**

- 1.\_Dar a conocer los referentes teóricos para proporcionar centros turísticos por medio de las radioemisoras.
- 2.\_Describir las características que presentan los programas radiales promocionales de los centros turísticos.
- 3.\_ Caracterizar los programas o actividades radiales que están promocionado los centros turísticos del Cantón Catamayo.
- 4.\_ Diseñar estrategias metodológicas para promocionar los centros turísticos del Cantón Catamayo por medio de las radios locales.
- 5.\_Validar las estrategias metodológicas para promocionar los centros turísticos del Cantón Catamayo por medio de las radios locales.

## **e. MARCO TEÓRICO**

### **TURISMO**

#### **DEFINICIONES DE TURISMO**

Se entiende por turismo a la actividad relacionada con el ocio, descubrimiento de lugares, relajación, es decir son viajes que se realizan fuera del trabajo con intenciones de descanso o placer sin embargo este término también dependen de la visión de cada persona de sus gustos y vivencias es por este motivo que muchas de las veces se torna un poco contradictorio.

A pesar de haber un sin fin de definiciones que han venido variando con el pasar de los años la Organización Mundial de Turismo (1994). (Como se citó en Millet, O.2011). Señala que:

Realiza una aproximación a la definición de turismo que interpreta como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a 1 año con fines de ocio, por negocios y por otros motivos”. (parr.2)

Es importante saber distinguir entre turismo y ocio pues estas dos palabras tienen un significado totalmente diferente que muchas personas confunden. Es por ello que la misma autora señala que:

Se considera turismo no solo a los viajes de placer, sino también a los viajes educativos, religiosos, ecológico y de negocios – Se debe distinguir entre turismo y ocio, porque muchas veces se consideran términos sinónimos y sin embargo no lo son el ocio es una actividad que tiene lugar en la residencia habitual de una persona mientras que el turismo no. (Parr.5)

Como se cita a continuación el término “turismología” no es para nada nuevo sino más bien uno de los más antiguos:

El término “turismología” surgió en los años '60. Pero fue el yugoslavo Zivadin Jovicic (geógrafo en su formación académica), el científico considerado “padre de la turismología”, quien la popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972. (Wikipedia, 2014, Parr. 4).

## ORIGEN DEL TURISMO

Muchos son los conceptos que se encuentran acerca del origen del turismo en libros, pdf, documentos, revistas entre otros pero generalmente conocemos que el turismo es una de las industrias más antiguas sin embargo Beltrami, M. (2010). Nos menciona que:

Es durante la segunda mitad del siglo XIX cuando puede comenzar a hablarse del turismo como fenómeno social. El origen de los cambios sociales que se produjeron en ciertas sociedades de Europa Occidental en el siglo XIX se debieron fundamentalmente a dos procesos históricos: la Revolución Industrial y la Revolución Francesa. Por ende, puede decirse que el turismo es hijo directo de esta doble revolución burguesa. (Parr. 2).

Pero sin embargo el mismo autor se hace una interrogante acerca de este tema; si es desde el siglo XIX que se empieza hablar de turismo ¿Qué sucedía antes de ello? Y nos aclara que:

Previamente al siglo XIX, la dificultad de las comunicaciones, los sistemas político-económicos arcaicos, y las condiciones socio-culturales impedían el desarrollo de flujos de viajeros que pueden considerarse turísticos. No obstante, no es extraño encontrar autores muchos de ellos, de gran prestigio que aluden a la existencia de turismo en sociedades preindustriales. La Roma clásica es citada muchas veces como la civilización donde comenzó a desarrollarse el turismo, como lo han hecho Angelo Mariotti o A. J. Norval. Obviamente se cae en un anacronismo si se considera al turismo en este sentido, y es así que aquellos otros fenómenos vinculados a los viajes que se sucedieron en las sociedades preindustriales deben ser analizados y estudiados como algo distinto del turismo. Y aquí es donde aparece la utilidad del concepto de viaje pre turístico. (Párr. 3)

El turismo en realidad no es nada nuevo; se empezó a utilizar este término desde el siglo XVII, en Inglaterra con referencia a los viajes de los jóvenes por distintos motivos.

Torre (1994). Como se citó en Fuller, N (2009)

El turismo puede ser clasificado como una forma de desplazamiento; en ese sentido se trata de una actividad que se encuentra en todas las culturas humanas. Las figuras del expedicionario, del comerciante y del diplomático están ampliamente registradas en las literaturas griega, romana, china, árabe, persa, europea y así seguidamente. Los peregrinajes religiosos generaban, y generan inmensos movimientos poblacionales entre hindúes, budistas, cristiano, musulmanes y creyentes de otras religiones. Así mismo, las

cortes y los centros culturales y religiosos han sido, tradicionalmente focos de atracción de viajeros. En el siglo XVII, ya se empleaba en Inglaterra la frase “faire le grand tour” para referirse a aquellos jóvenes que emprendían largos recorridos por el continente europeo con el fin de completar su educación. A tales viajeros se les empezó a denominar turistas, para señalar que viajaban por placer, curiosidad o motivos culturales. (P. 13).

## **VIAJE TURISTICO**

El viaje turístico es una palabra muy común utilizada por las personas al realizar un viaje de unos cuantos días fuera de casa por motivos como: fin de año, semana santa, carnaval, entre otros.

Korstanje, M. (2010) mediante varios escritores citados aclara lo siguiente:

Etimológicamente el término viaje se compone de dos vocablos, vía del latín camino y cum que denota acompañamiento. A diferencia de la peregrinación (per agrere) que implica “ir por fuera de la infraestructura dedicada para los viajes”, el viaje debe concretarse dentro de un canal estipulado por la sociedad (PRADO-BIEZMA, 2006).

Siguiendo este argumento, G. Santayana explica que el viaje es una habilidad humana por cuanto persigue un motivo preestablecido que condiciona la identidad del viajero; a diferencia del animal que no es consciente de ello. Korstanje, M.(párr. 3)

## **TURISMO UN APORTE AL DESARROLLO**

Como lo hemos estado mencionando en párrafos anteriores el turismo es un aporte para el desarrollo de sus pueblos, en este caso; Catamayo, conocido como Centro de la Región Sur del país posee las características que todo turista desearía para pasar un fin de semana de relajación y entretenimiento.

Fuller, N. (2009) manifiesta que:

En lo referente al enfoque del turismo como vía de desarrollo, las décadas de los cincuenta y sesenta pueden ser consideradas como de euforia optimista. La industria turística se consideraba como una opción fácil para el desarrollo porque depende mayormente de los recursos naturales que ya existen –arena, sol, paisajes, historia, gente amistosa\_; por lo tanto, no requiere de mayor inversión en capital para infraestructura. Pág. (29)

## **EI TURISMO: UN FENÓMENO ECONÓMICO Y SOCIAL**

Con el pasar de los años el turismo ha venido adquiriendo un lugar sumamente grande en la economía, su crecimiento es tan amplio que supera en ingresos, a las mismas exportaciones y de esta manera convirtiéndose en el motor clave del progreso socioeconómico, el esparcimiento de este sector beneficia sobre todo a los países industrializados.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible, y accesible para todos. Y sin duda alguna ha venido cumpliendo con sus expectativas si bien es cierto; en el año 2012 se alcanzó un porcentaje sumamente alto en cuanto al incremento de turistas y con esto conlleva a producir fuentes de trabajo.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en el número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

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

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

OMT, (2012) Párr. (1-3)

## **PUBLICIDAD TURÍSTICA**

El deber fundamental de la publicidad turística es dar a conocer el servicio o producto que se va a sacar al mercado por primera vez o dentro de un segmento del mismo. Es importante tomar en cuenta que el valor de la publicidad son primordiales, el público deberá primero relacionarse con el producto conocerlo y realizar comparaciones con



otro antes de adquirirlo. Es por ello que según La Comunicación como Elemento de Promoción Turística.

En esta fase se combina la publicidad de introducción- llamada también la demanda pionera o primaria- con la promoción de ventas, con el objetivo de que las personas se interesen en consumir lo que se ofrece. Aquí, tanto la una como la otra, son básicamente una inversión, que aportará dividendos que en cuanto se empiece a percibir los resultados de todos los servicios realizados. La comunicación como Elemento de Promoción Turística. (P.15)

## **COMUNICACIÓN TURÍSTICA**

La comunicación turística se ha convertido en una estrategia que busca atraer turistas tanto de fuera como del propio lugar con la finalidad de conseguir ingresos económicos.

De este modo, la comunicación turística se convierte en un instrumento doblemente eficaz: por un lado, genera ingresos para un sector importante de la sociedad; y por otro, sirve a los intereses ideológicos de sus propagadores, difundiendo conceptos y valores muy próximos a quien ocupa el poder en ese momento. Garrido, M.(2009).pag.126

El éxito de cada ciudad que posee riquezas turísticas está en conseguir un incremento de turistas y mantenerlos, utilizando la creatividad al momento de promocionar.

Un mundo cambiante y globalizado exige analizar continuamente los mercados para descubrir las oportunidades y amenazas del entorno, para adaptar los recursos a los diversos segmentos de mercado y para anticiparse a la competencia actual y potencial. Garrido, M. (2009). Pág. 129.

## **LA RADIO**

Como se ha mencionado de manera insistente el medio de comunicación radial es de fácil acceso, se puede escuchar mientras se está viajando, en las oficinas, en el hogar, es decir, mientras se realice cualquier tipo de actividad.

“La radio tiene la ventaja de segmentar su público de manera muy precisa. La radio por lo general cuenta con una alta lealtad por parte de los escuchas e involucran menores costos que la televisión”. Gallego, J. (2009).

Por este motivo son en su mayoría los propietarios de cualquier tipo de negocios o centros recreacionales promocionan sus productos o servicios a través de este medio de comunicación y en su mayoría obtienen resultados exitosos.

### **TRANSFORMACIONES DE LA RADIO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION O SOCIEDAD RED**

Hoy en día con la tecnología avanzada los medios de comunicación se sintieron presionados a evolucionar de forma positiva utilizando la digitalización para poder ser escuchados, vistos, y leídos utilizando la innovación utilizando la internet pueden llegar hasta otros países que normalmente no se puede realizar.

En este marco, podemos afirmar que las características de la radiodifusión cambiaron en el contexto de una transformación general de los medios de comunicación. También podemos decir que estos cambios en los medios están relacionados, como en todo momento histórico, con cambios sociales, con modificaciones en el modelo de organización social del que son parte. (AMARC ALC), pag.7. (2011).

La revolución tecnológica en los campos de información y el conocimiento da origen a una nueva estructura social: la sociedad red. La economía, las relaciones de poder, la experiencia humana se organiza tomando como base las tecnologías de procesamiento de la información. (pág. 8).

## HIPOTESIS

Si se promocionan los centros turísticos de Catamayo por medio de las radios locales, se aportará de mejor manera al desarrollo.

**CUADRO 1- Operacionalización de las variables**

Variables	Dimensiones	Indicadores	Índices	Instrumentos
	Existen espacios dedicados a la promoción turística.	Existen programas exclusivos de promoción turística.	Sí No	Encuesta
	Reorientación de los actuales programas de las radios.	Los programas radiales han sido rediseñados considerando como eje transversal al turismo (modificar el guion del programa).	Se promociona los centros turísticos durante los programas en general.	Encuesta
	Publicidad turística	Las radios tienen publicidad turística.	Sí No	Encuesta

## **f. METODOLOGÍA**

### **MATERIALES**

Par poder desarrollar la presente investigación es de vital importancia el uso de algunos materiales, los mismos que facilitan la obtención del trabajo, siendo así materia prima la computadora, impresora, USB o flash memory, cámara fotográfica, materiales de impresión, encuestas, grabadora de voz, infocus copiadora y además el autofinanciamiento.

### **Tipos de investigación**

La investigación considerará las siguientes características investigativas:

**Descriptiva.-** este método es utilizado porque para analizar la problemática se requirió caracterizar la situación de lo investigado.

Y porque para observar cómo está el desarrollo de habilidades y estrategias de la promoción de los centros turísticos.

Para comprobar los trabajos existentes:

**No experimental.-** porque no se ha puesto a prueba experimento alguno.

**Prospectiva.-** porque en base a los resultados se planteará la propuesta de estrategias y técnicas para una mejor promoción de los centros turísticos del cantón Catamayo por medio de las radios locales.

### **MÉTODOS**

En relación con los métodos que se utilizará en este proyecto de investigación principalmente se determinará la forma a la que está situada la valoración actualmente, por tal razón se manejará algunos métodos como:

**Método científico.-** concebida a la realidad en permanente cambio y transformación presidida por las contradicciones, utilizada de base para realizar el trabajo de investigación, la misma está presente desde la misma elaboración del proyecto y continuará hasta la finalización de la tesis, igualmente está presente en la conceptualización de las variables, al momento de la recolección y análisis de los datos,

en la observación y registro de datos adquiridos, el establecimiento de conclusiones y en base de estas, las recomendaciones y el planteamiento de la propuesta.

**Método analítico.-** el mismo será situado en el análisis de la información tanto teórica y empírica.

**Método sintético.-** este método permitirá elaborar las conclusiones y de esta manera establecer la propuesta, la misma que ayudará a solucionar la problemática relacionada con la promoción de los centros turísticos y por medio de las radios locales.

**Método inductivo.-** permitirá realizar un estudio acerca de las estrategias que utilizan las radios locales del cantón Catamayo, para realizar la promoción de los centros turísticos.

**Método deductivo.-** los datos a obtener se organizarán en cuadros estadísticos y se los contrastará con el respaldo del marco teórico, con lo cual será posible caracterizar las acciones que actualmente están realizando los medios radiales.

#### **Técnicas e instrumentos:**

Las técnicas que serán utilizadas en la presente investigación son:

**Encuestas.-** las encuestas se procederán a realizar a los propietarios de centros turísticos, de restaurantes, dueños o gerentes de los medios de comunicación, y directivos de instituciones, mediante el cual se podrá conocer el apoyo y sobre todo el interés que tienen en promocionar los centros turísticos.

Los instrumentos que serán utilizados para el desarrollo de este proyecto de investigación son: formularos de preguntas para las encuestas que serán empleadas con los propietarios de centros turísticos, de restaurantes, dueños o gerentes de los medios de comunicación, y directivos de instituciones.

#### **Procedimiento de los objetivos:**

1.- Este objetivo se logra mediante la consulta en diferentes fuentes bibliográficas, tratando temas que nos sirven de apoyo para el desarrollo del marco teórico. Y nos permite conocer de qué manera se puede promocionar los centros turísticos.

2.- Se averiguará la experiencia social, particularmente de las instituciones orientadas a desarrollar el turismo, en relación a los programas radiales que han logrado promocionar el turismo en diferentes latitudes particularmente en Latinoamérica. Luego estas experiencias serán presentadas en la revisión de literatura del informe de tesis.

3.- Se conocerá las características de los diferentes programas radiales, mediante la visita a los medios de y las encuestas a los turistas y personas del lugar, par de esa manera conocer como se está promocionando los centros turísticos del cantón Catamayo.

4.- Se presentará dos propuestas dirigidas a los propietarios de los medios radiales, la primera basada en la promoción de los centros turísticos en todos los programas existentes de los medios y la segunda destinada a la creación de un espacio específico destinado a la promoción de los centros turísticos.

5.- Para cumplir con el quinto objetivo se procederá a entregarle a los propietarios de las radios un perfil de la propuesta y se los motivará a la participación mediante la socialización y se llegará a conclusiones o establecer un compromiso.

## **POBLACIÓN YMUESTRA**

La población directa (informantes de calidad) a ser investigada está estructurada por:

Propietarios de hosterías:.....	8
Propietarios de salones de comida:.....	20
Directivos de instituciones que tienen que ver con la promoción turística:.....	2
Dueños y/o gerentes de las radioemisoras:.....	4
Total.....	34

Es razón de que la población de los informantes de calidad es pequeña no se extraerá muestra alguna, esto se trabajará con toda la población.



## **h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

### **Recursos humanos:**

- Postulante a la graduación
- Director de tesis
- Docentes que conformarán el tribunal de tesis

### **Recursos materiales:**

- ❖ Computadora
- ❖ Flash memory
- ❖ Hojas de papel bond
- ❖ Internet
- ❖ Bibliografía

### **Presupuesto:**

<b>RUBRO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO (USD)</b>	<b>PRECIO TOTAL (USD)</b>
Computadora	Horas	6000	0.50	300,00
Flash memory	U	2	15	30,00
Hojas de papel bond	Resmas	8	6	48,00
Internet	Horas	80	0,50	40,00
Libros	U	6	50,00	300,00
Transporte	U	20	6	120,00
Imprevistos	-	-	-	300,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.138,00</b>

**Financiamiento:** Los costos de la investigación serán correrán a cargo de la investigadora.



## **i. BIBLIOGRAFÍA**

- AMARC ALC (2011). La radio después de la radio
- BELTRAMI, M. (2010) Ocio y viajes en la historia: Antigüedad y medioevo.
- FULLER, N. (2009) Turismo y Cultura Entre el entusiasmo y el recelo.
- GALLEGO, J. (2010) Los mitos de la publicidad radiofónica. Segunda edición
- GARRIDO. (2009) Comportamiento estratégico de la promoción turística española. Segunda edición.
- KORSTANJE, M. (2010) Ciencia de la hospitalidad: un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo.
- La comunicación como Elemento de Promoción Turística.
- MILLET, O. (2011). La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing.
- OMT, (2011) El turismo.
- Wikipedia. (2014). Turismo, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 14:45, julio 10

## **Web-grafía**

- Recuperado de: [www.eumed.net/libros/2010a/646/](http://www.eumed.net/libros/2010a/646/)
- Recuperado de:
- <http://blog.pucp.edu.pe/media/2289/20101102-01%20Turismo%20y%20cultura%20CS2.pdf>
- Recuperado de:
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/133/fallas-epistemologicas.html>
- Consultado de:
- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/412/4/Capitulo2.pdf>
- ([http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo.](http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo)) Consultado el 13 de noviembre de 2013.
- ([http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo.](http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo)) Consultado el 13 de noviembre de 2013.
- [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Turismo&oldid=75462576.](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Turismo&oldid=75462576)

## ANEXO 2

### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

#### AREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

#### CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE HOSTERIAS Y SALONES DE COMIDA

En calidad de estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, he visto la necesidad de investigar de qué manera mejoraría y crecería el turismo mediante la promoción de los medios de comunicación radiales del cantón Catamayo, por lo cual solicito su valiosa ayuda, respondiendo a las siguientes interrogantes.

**1. Como califica la cantidad de turistas que lo visitan cada fin de semana.**

- A gran cantidad ( )
- Mediana cantidad ( )
- Poca cantidad ( )

**2. ¿cree usted que al cantón Catamayo le falta promocionar los lugares turísticos?**

- Si ( )
- No ( )

¿Por qué?.....

**3. ¿considera usted que los medios de comunicación influyen en la decisión de los turistas?**

- Si ( )
- No ( )

¿Por qué?.....

**4. ¿Usted cree que el buen o mal trato influye en gran medida en la decisión de los turistas?**

- Si ( )
- No ( )

¿Por qué?.....

**5. ¿Cuál sería uno de sus principales aportes para el crecimiento del sector turístico?**

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

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**AREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS DE INSTITUCIONES QUE TIENEN  
QUE VER CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA**

En calidad de estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, he visto la necesidad de investigar de qué manera mejoraría y crecería el turismo mediante la promoción de los medios de comunicación radiales del cantón Catamayo, por lo cual solicito su valiosa ayuda, respondiendo a las siguientes interrogantes.

- 1. ¿De qué manera se está promocionando los centros turísticos en el cantón Catamayo?**

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

- 2. ¿Qué porcentaje de visitas recibe cada fin de semana y cuáles son los centros que mayor visita acogen?**

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

- 3. ¿En cuánto a centros turísticos pertenecientes al gobierno municipal se ha realizado algún tipo de ampliación o mejoramiento de alguno de ellos?**

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

- 4. ¿A través de qué medio de comunicación cree que resulte más satisfactorio y con mayor acogida para los turistas?**

- Radio ( )
- Televisión ( )

Otros.....

**5. ¿De qué manera aportaría al crecimiento del sector turístico?**

.....

.....

.....

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**AREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A DUEÑOS DE LAS RADIOEMISORAS**

En calidad de estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, he visto la necesidad de investigar de qué manera mejoraría y crecería el turismo mediante la promoción de los medios de comunicación radiales del cantón Catamayo, por lo cual solicito su valiosa ayuda, respondiendo a las siguientes interrogantes.

**1. ¿Cree usted que al cantón Catamayo le falta promocionar los lugares turísticos?**

- Si ( )
- No ( )

**2. ¿Considera usted que los medios de comunicación influyen en la decisión de los turistas?**

- Si ( )
- No ( )

¿Porqué?.....

**3. ¿Su medio de comunicación promociona los centros turísticos?**

- Si ( )
- No ( )

¿Porqué?.....

**4. ¿Cree necesaria la creación de un espacio destinado especialmente para la promoción turística?**

- Si ( )
- No ( )

¿Porqué?.....

**5. ¿Personalmente usted de qué manera aportaría al cantón Catamayo, al crecimiento del área turística?**

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



## **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

### **ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

### **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

#### **ACTA DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA ALTERNATIVA**

En el cantón Catamayo, provincia de Loja, a los 18 días del mes de julio del 2014 siendo las 09H00, previa invitación de la estudiante Carmen Yadira Medina Lanche , nos reunimos en el Salón de computo del Faro del Saber Ciudadano, para realizar la socialización de la propuesta que como parte de la tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, ejecuta la mencionada señorita; misma que consiste en **“CREACIÓN DE UNA REVISTA RADIAL CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS Y CENTROS TURÍSTICO DEL CANTÓN CATAMAYO”**

El orden del día fue el siguiente

- 1 palabras de bienvenida interviene la Srta. Carmen Yadira Medina Lanche
- 2.- Presentación de la propuesta alternativa
- 3.- Apertura del dialogo en relación con la propuesta alternativa
- 4.- Compromisos mutuos.

#### **Desarrollo de la sesión**

En el primer punto la señorita inicio dando la bienvenida a todos los participantes y agradeció la presencia por haberse hecho eco de la invitación.

En el punto dos la postulante explico parte por parte la propuesta y las características de cómo se ejecutaría la misma para eso utilizo el power point.



En el tercer punto la autora de la propuesta se encargó de ponderar los aspectos positivos y las imitaciones que podían tener la propuesta y procedió a dar la palabra a los participantes.

En el cuarto punto, se acordó lo siguiente:

1. Que tanto los propietarios de medios de comunicación radiales como de hosterías, se comprometen a realizar las gestiones necesarias para que dicho programa se cree.
2. Que la señorita estudiante se compromete a asesorar en temas comunicacionales en caso de que la propuesta se implemente.
3. Que una vez se ejecute el programa tenga contenidos puramente destinados a la promoción turística.
4. Que los propietarios de las dos partes se comprometen a otorgar la información necesaria para la realización de los guiones radiales que serán parte fundamental del programa.

El evento se desarrolló con toda normalidad y los beneficiarios quedaron muy agradecidos señalando que esperan que esta no sea la única vez que la Universidad Nacional de Loja brinda sus proyectos para el beneficio de los ciudadanos catamayenses.

Siendo las 09H30 minutos del 18 de julio de 2014 se dio por terminada la socialización del trabajo.



**Autoridades y personas invitadas al acto de socialización.**



**Observando el resultado de la propuesta.**

Loja, 15 de julio de 2014

Sra.

Janeth Guerrero

**ALCALDESA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DEL CANTÓN CATAMAYO**

De nuestra consideración:

Carmen Yadira Medina Lanche y Ana Gabriela Nole Niño, en calidad de estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, de la Universidad Nacional de Loja, nos dirigimos a su autoridad para hacerle llegar un cordial saludo, deseándole éxitos en las funciones a usted encomendadas.

El presente tiene como objetivo solicitarle de la manera más comedida se digne a prestarnos el Salón de Eventos conjuntamente con 50 sillas y 50 mesas con la finalidad que se lleve a cabo la socialización de nuestras tesis; enfocadas a fomentar el ámbito Cultural y Turístico.

Por la atención que se digne dar a la presente, le anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.

Atentamente

.....  
Carmen Yadira Medina

1104484934

.....  
Ana Gabriela Nole

469717688

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**INVITACIÓN**

Las estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social tienen el grato honor de invitarle a usted a la socialización de las tesis definidas como: **LA CREACIÓN DE UN MEDIO IMPRESO QUE POTENCIARÍA EL DESENVOLVIMIENTO CULTURAL A LOS HABITANTES DEL CANTÓN CATAMAYO** y **LA PROMOCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CATAMAYO POR MEDIO DE LAS RADIOS LOCALES** con el propósito de potenciar el desarrollo turístico y cultural de nuestra ciudad. El acto se llevara a cabo el día viernes 18 del presente mes en el salón cultural del GAD Catamayo en el horario de 9:00.

Primeramente se puntualizarán las informaciones que se han logrado en base a las investigaciones. Temas de las propuestas alternativas”. Seguidamente personal con amplio conocimiento de las temáticas de Turismo y Cultura compartirán informaciones generales de las mismas en relación a nuestro cantón.

Esperamos vuestra valiosa participación con lo cual se mejorará la actividad turística y el desarrollo del comercio y más servicios del cantón Catamayo.

Atentamente

.....  
Carmen Yadira Medina

1104484934

.....  
Ana Gabriela Nole

469717688

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**INVITACIÓN**

Tenemos el honor de invitarlo a participar de la nuestra socialización de tesis previo a la obtención de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación Social; nuestros temas a tratar están enmarcados en el ámbito cultural y turístico del Cantón Catamayo, el evento llevara a cabo el día 18 de julio en el salón Cultural del GAD, en carácter de **INVITADO ESPECIAL**.

Primeramente se puntualizarán las informaciones que se han logrado en base a las investigaciones. Temas de las propuestas alternativas”. Seguidamente personal con amplio conocimiento de las temáticas de Turismo y Cultura compartirán informaciones generales de las mismas en relación a nuestro cantón.

Esperamos vuestra valiosa participación con lo cual se mejorará la actividad turística y el desarrollo del comercio y más servicios del cantón Catamayo.

**Atentamente**

.....  
**Carmen Yadira Medina**

**1104484934**

.....  
**Ana Gabriela Nole**

**469717688**

## ÍNDICE

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Matriz de Ámbito geográfico.....	vii
Mapa geográfico y croquis.....	viii
Esquema de tesis.....	ix
a. Título.....	1
b. Resumen.....	2
c. Introducción.....	4
d. Revisión de literatura.....	6
Definiciones de turismo.....	6
Origen del turismo.....	7
Turismo un Aporte al Desarrollo.....	8
Tipos de turismo.....	9
Destino y consumo turístico: imagen, calidad y satisfacción.....	13
El turismo y la sociedad de consumo.....	17
Publicidad turística.....	17
Tipos de acciones publicitarias.....	19
Publicidad innovadora.....	20

La Radio.....	20
Transformaciones de la radio en la sociedad.....	20
e. Materiales y métodos.....	23
f. Resultados .....	26
g. Discusión.....	51
h. Conclusiones.....	55
i. Recomendaciones.....	56
Propuesta.....	57
j. Bibliografía.....	82
k. Anexos.....	84
Proyecto aprobado.....	84
a. Tema.....	85
b. Problemática.....	86
c. Justificación.....	90
d. Objetivos.....	91
e. Marco teórico.....	92
Turismo.....	92
Definiciones de turismo.....	92
Origen del turismo.....	93
Viaje turístico.....	94
Turismo un aporte al desarrollo.....	94
El turismo: Un fenómeno económico y social.....	95
Publicidad turística.....	95
Comunicación turística.....	96

La radio.....	96
Transformaciones de la radio.....	97
Hipótesis.....	98
f. Metodología.....	99
g. Cronograma.....	102
h. Presupuesto y financiamiento.....	103
i. Bibliografía.....	104
Índice.....	117