

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERIA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN
EN ARTES AUDIOVISUALES**

TEMA:

**DISEÑO DE UN AUDIOVISUAL PROMOCIONAL PARA LA
DIFUSIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN LA TRONCAL**

AUTOR:

SUQUI CASTRO, ITALO FABRICIO

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de:
INGENIERO EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

TUTOR:

LCDO. DEL CAMPO SALTOS, GUILLERMO SEGUNDO, MGS.

Guayaquil, Ecuador

16 de Septiembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERIA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Suqui Castro Italo Fabricio**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**.

TUTOR:

f. _____

Lcdo. Del Campo Saltos, Guillermo Segundo, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcdo. Choez Ortega, David Ulises, Mgs.

Guayaquil, a los 16 días del mes de Septiembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERIA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Suqui Castro, Italo Fabricio**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de un Audiovisual Promocional para la Difusión Turística del Cantón La Troncal**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 días del mes de Septiembre del año 2016

EL AUTOR

f. _____
Suqui Castro, Italo Fabricio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERIA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES

AUTORIZACIÓN

Yo, **Suqui Castro, Italo Fabricio**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de un Audiovisual Promocional para la Difusión Turística del Cantón La Troncal**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de Septiembre del año 2016

EL AUTOR:

f. _____
Suqui Castro, Italo Fabricio

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por prestarme la vida, la salud y la inteligencia para subir un escalón más en mi vida profesional, además de rodearme de personas sabias: amigos, compañeros, maestros, colegas, quienes han aportado inmensamente al desarrollo de este proyecto con sus ideas, consejos y apoyo incondicional.

A mi Padre, quien desde el cielo me bendice y me guía en mi camino hacia la superación. A mis hermanas, que han sido la principal motivación para seguir adelante a pesar de las vicisitudes que se presentan en el día a día, en especial a mi hermana Mónica, quien con su amistad y sus sabios consejos, han sabido encaminarme siempre hacia el desarrollo y la excelencia.

A toda mi familia, quienes siempre estuvieron pendientes del avance de mi carrera universitaria, felicitándome en cada idea y proyecto que emprendía. Y sobre todo a la persona más importante en mi vida, al motor que me impulsa cada amanecer a seguir adelante, quien siempre ha confiado en mis decisiones y me ha apoyado en las mismas, quien me ha puesto no solo su hombro, sino todo su ser para verme desarrollado, agradezco infinitamente a mi madre, quien siempre ha estado apoyándome y brindándome su apoyo incondicional para hacerme una persona de bien, infinitas gracias mamá.

Italo Suqui

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a la persona más importante en mi vida, quien además de brindarme su amistad, sus consejos y su apoyo incondicional, ha sido el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, mi Mamá.

Italo Suqui



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERIA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

DSI. ANA LUCÍA MURILLO, Mgs.
OPONENTE

f. _____

LCDO. CHOEZ ORTEGA DAVID ULISES, Mgs.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

ING. SARA CABANILLA, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	12
1. CAPITULO 1.....	14
1.1. PRESENTACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:	15
1.3. OBJETIVOS.....	15
1.3.1. Objetivo General:	15
1.3.2. Objetivos Específicos:	15
1.4. JUSTIFICACIÓN:	16
1.5. MARCO CONCEPTUAL.....	18
1.5.1. Evolución y desarrollo del turismo.....	18
1.5.2. Turismo.....	19
1.5.3. Turista.....	22
1.5.4. El Turismo en Latinoamérica.....	23
1.5.5. El Turismo en Ecuador.....	25
1.5.6. Planificación Turística.....	27
1.5.7. Promoción turística a través del sector audiovisual.....	29
1.5.8. Turismo local en La Troncal	30
1.5.9. La Troncal como Destino Turístico de la Provincia	31
2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
2.1. Planteamiento de la Metodología	34
2.2. Instrumentos de la Investigación:	35
2.2.1. Entrevista:	35
□ Entrevista 1:.....	36
□ Entrevista 2:.....	36
□ Entrevista 3:.....	37
□ Entrevista 4:.....	37
2.2.2. Observación:	38
2.2.2.1. Lugares Turísticos del Cantón La Troncal	38
Cascada del Río Azul.....	38
Parque Ecológico La Montañita.....	40
Centro Turístico el Pedregal.....	41
Jardín las orquídeas “El Orquidiario”	42

Balneario de Aguas Termales Yanayacu	43
2.2.3. Encuesta:	45
2.2.3.1. Análisis de las Encuestas	47
3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O PRESENTACIÓN.....	54
3.1. Organigrama.....	55
3.2. Cronograma.....	60
3.3. Presupuesto	64
3.3.1. Recursos Técnicos.....	65
3.3.2. Personal Operativo.....	66
3.4. Propuesta Artística	67
3.4.1. Guion Literario.....	69
3.4.2. Guion Técnico	74
3.4.3. Plan de Rodaje.....	86
3.4.4. Story Board	89
3.5. Gestión de Proyección del Producto Artístico.....	93
4. Conclusiones y Recomendaciones.....	94
5. Referencias Bibliográficas	96
6. Anexos	101
6.1. Entrevistas.....	101
6.2. Encuesta:.....	113
6.3. Gráficas	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Total de Encuestados – Preg 1	47
Tabla 2 Total Encuestados – Preg 2	48
Tabla 3 Total Encuestados – Preg 3	49
Tabla 4 Total Encuestados – Preg4	50
Tabla 5 Total de Encuestados – Preg 5	51
Tabla 6 Total de Encuestados – Preg 6	52
Tabla 7 - Presupuesto	65
Tabla 8 Guion Literario.....	73
Tabla 9 Guion Técnico - Escena 1	75

Tabla 10 Guion Técnico - Escena 2	75
Tabla 11 Guion Técnico - Escena 3	77
Tabla 12 Guion Técnico - Escena 4	79
Tabla 13 Guion Técnico - Escena 5	80
Tabla 14 Guion Técnico - Escena 6	81
Tabla 15 Guion Técnico - Escena 7	85
Tabla 16 Plan de Rodaje	88
Tabla 17 Story Board	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Turismo Receptor por Motivo de Visita	23
Figura 2 Entradas de Turistas al País	26
Figura 3 Ubicación del Cantón La Troncal	30
Figura 4 Cascadas del Río Azul.....	39
Figura 5 Parque Ecológico La Montañita	41
Figura 6 Centro Turístico El Pedregal.....	42
Figura 7 Jardín Las Orquídeas	43
Figura 8 Balneario de Aguas Termales Yanayacu.....	44
Figura 9 Rango de Edad.....	47
Figura 10 Género.....	48
Figura 11 Aspectos que motivan visitar La Troncal	49
Figura 12 Sitios más reconocidos de La Troncal	50
Figura 13 Organigrama.....	55
Figura 14 Cronograma de Actividades.....	63

RESUMEN

El proyecto que se presenta a continuación consiste en la realización de un audiovisual turístico del cantón La Troncal, el mismo que tiene como objetivo principal promocionar el cantón y sus principales atractivos, además se detallan los aspectos más relevantes con respecto al turismo de cantón y sus alrededores. En esta investigación se explica cuáles fueron las principales razones que motivaron a la realización de este audiovisual promocional del cantón, en donde se incluye los principales factores que afectan al turismo en el cantón y sus alrededores, la escasa difusión turística por parte del GAD Municipal, entre otros. Además, se toma en consideración los recursos que se utilizaron, tanto en la investigación realizada para justificar la necesidad que tiene el cantón de un audiovisual promocional, como los recursos técnicos utilizados en la realización del mismo.

El producto audiovisual que tiene una duración aproximada de 5 minutos, tiene como objetivo principal demostrar los atractivos turísticos que posee el cantón La Troncal y con ello persuadir a los turistas, nacionales y extranjeros, que visitan la región.

Palabras Claves: Troncal, Cantón, Turismo, Producción, Audiovisual, Promoción.

INTRODUCCIÓN.

En Ecuador, gran cantidad de turistas se movilizan cada año, tanto, que esta actividad busca ser la primera fuente de ingreso no petrolero para el año 2018 (Agencia Pública de Noticias Andes, 2015).

El turismo es una actividad importante, ya que permite el desarrollo de alternativas socioeconómicas con involucramiento de comunidades, pueblos con identidad y culturas variadas. Promocionar los diferentes atractivos turísticos que posee un determinado lugar permite potenciar el turismo del mismo, lo cual significa mejoras de gran importancia en la economía de los habitantes de determinada ciudad, esto a su vez, genera un efecto multiplicador, en donde el turismo se convierte en un factor determinante en la economía del lugar.

Entre los principales sitios de interés que ofrece la provincia de Cañar, y la sierra ecuatoriana, se encuentra La Troncal, lugar de clima subtropical, rodeado de ríos y montañas, características que hacen de esta ciudad un lugar idóneo para visitar y conocer más de ella. Las innumerables comodidades que ofrece La Troncal, entre ellas: su ubicación, su clima, su apego a la naturaleza, su gente y sus atractivos, la convierten en una potencia turística.

El objetivo principal de este proyecto es difundir, mediante un audiovisual promocional, los principales atractivos turísticos y culturales que posee la ciudad de La Troncal.

A pesar que en los últimos años se ha incrementado el turismo en La Troncal, aún sigue siendo bajo en comparación al número de turistas que visitan otros sitios del país como Guayaquil, Quito, Cuenca, Ambato, Riobamba, entre otras, quienes desarrollan en sus respectivas jurisdicciones, planes y proyectos de promoción turística que permita dar a conocer sobre las bondades del sitio, por lo que se considera imprescindible al menos la realización de un audiovisual promocional y poder difundirlo a través de los canales de información pertinentes para la oportuna promoción turística del lugar, lo que permitiría dar a conocer el potencial turístico que

posee La Troncal e incrementar el número de visitantes, acción que repercutiría directamente en el bienestar económico de toda la zona.

Proyectos de difusión que llevan a cabo las principales ciudades del país como: Cuenca “Cuenca Viva” (Idrovo & Turismo Para Cuenca, 2015) Quito “Visita Quito”, y los que lleva a cabo la Prefectura del Guayas, la misma que en su sitio web promociona a todos sus cantones agrupados en rutas turísticas; “Ruta Del Pescador, Ruta de la Aventura, Ruta de la Fe, Ruta del Cacao, Ruta del Arroz, Ruta del Azúcar” (Prefectura del Guayas, 2016), en donde cada ruta consta de su respectivo audiovisual promocional, además de la fuertes campañas de promoción mediante audiovisuales que desarrolla la prefectura, permiten fortalecer el turismo de las ciudades y provincias, en donde el uso de herramientas audiovisuales consiguen la persuasión e información de los sitios que se quieren dar a conocer.

A pesar que La Troncal es un lugar muy atractivo visualmente y cuenta con muchos sitios para visitar, los turistas que pasan por la región no conocen de las bondades que puede brindar a los mismo, por lo que este proyecto tiene como finalidad mostrar los principales lugares turísticos que posee el cantón, y con ello ayudar a potenciar el sector turístico y aportar a su desarrollo económico, mediante la producción de un audiovisual promocional de la ciudad.

Si bien es cierto existen varias producciones audiovisuales de La Troncal donde se muestra parte de sus atractivos, estas no obtienen la difusión que se requiere para potenciar la ciudad, debido en gran parte a que las producciones son realizadas de manera empírica, sin ningún lenguaje audiovisual que proporcione una visión atractiva de La Troncal, tampoco se conoce sobre la utilización de equipos de alta calidad para su producción.

Se debe aprovechar el interés que existe en los ecuatorianos por conocer nuevos lugares y sobre todo el incremento anual que existe de turistas extranjeros que ingresan al país, según datos del Ministerio de Turismo, hasta marzo del 2015 se registró un ingreso de 416.037 turistas, esto es 6,4% de incremento vs el 2014 (Ministerio de Turismo, 2015).

1. CAPITULO 1

1.1. PRESENTACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

Según estadísticas del Ministerio de Turismo, hasta el 1er Trimestre del 2015, el turismo en Ecuador registró un ingreso de aproximadamente de USD 388 millones, esto con la llegada de turistas provenientes de diferentes partes del mundo. Estas cifras representan un incremento aproximado de USD 24 millones de dólares con respecto al año 2014 (Ministerio de Turismo, 2015)

De los 389.411 turistas que ingresaron al país en el 1er trimestre del 2014, apenas 1.832 turistas llegaron al cantón La Troncal (Cárdenas, 2015) lo que significa que en promedio visitan la zona 153 personas semanalmente o el equivalente a 610 personas mensuales aproximadamente, algo considerado por las autoridades del cantón como bajo, dado las características y bondades que posee el cantón.

La Troncal, al estar ubicada en la zona intermedia de la vía que conecta Guayaquil, Cuenca y Machala, es muy conocida por el sector ya que es una parada obligatoria para quienes viajan hacia estas ciudades, los mismos que se detienen a descansar, disfrutar de la gastronomía tradicional del sector e inmediatamente continúan hacia su destino, por lo que son considerados viajeros de tránsito y no turistas.

A pesar de los diferentes atractivos y comodidades que puede brindar La Troncal a quienes la visiten, los turistas no la ven más allá de una ciudad de paso hacia Guayaquil o Cuenca, e ignoran que posee la capacidad para suplir sus necesidades de distracción y relajación, esto se ve plasmado en el bajo porcentaje de turistas que llegan a la troncal.

Uno de los factores principales para que en la lista de los lugares a visitar planeada por los turistas extranjeros y nacionales, no esté La Troncal, se debe a la escasa o nula promoción y difusión turística de la ciudad, esto debido principalmente a un

escaso presupuesto para reactivar y potenciar el sector y la falta de planificación y difusión turística de los entes responsables del manejo turístico en la región.

Es evidente como La Troncal, y sus sectores aledaños, no cuentan con la difusión necesaria para potencializarla; no poseen la necesaria promoción audiovisual que muestre a través de las diferentes plataformas digitales oficiales sus atractivos al mundo, vías de acceso, destinos, entre otros.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

- ¿Qué aspectos son determinantes para el desarrollo de una propuesta audiovisual que permita potenciar la información y difusión de los atractivos turísticos que posee el Cantón la Troncal?

1.3. OBJETIVOS.

1.3.1. Objetivo General:

- Determinar las causas del bajo nivel del turismo en La Troncal, que permita la producción de un audiovisual promocional para informar y difundir los atractivos turísticos del Cantón.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Identificar las causas que determinan un bajo nivel de difusión de los sitios turísticos de La Troncal a través de entrevistas a autoridades municipales.

- Determinar los sitios turísticos de La Troncal a través de la observación en el sitio, que permita seleccionar los principales atractivos turísticos que posee el cantón.
- Desarrollar una propuesta audiovisual en formato promocional que permita informar y promocionar los sitios turísticos del cantón La Troncal, a través de la difusión en la página web municipal.

1.4. JUSTIFICACIÓN:

“La producción de audiovisuales y su difusión a través de plataformas alternativas e innovadoras como es el internet, se han convertido en una estrategia de marketing turístico ideal para atraer la mirada y el interés de la opinión pública”. (Gacía, 2009, pág. 8).

Las producciones audiovisuales son un recurso muy importante que entre otras cosas, ayuda a potenciar el turismo de una ciudad; puesto que entre sus ventajas permite transmitir una imagen actualizada y atractiva de determinado lugar, ayudados en su facilidad de difusión; ya sea en plataformas digitales o las plataformas convencionales (Tv, cine), presenta de manera ágil e inmediata un determinado mensaje al mundo.

La Troncal, perteneciente a la provincia de Cañar, destaca como uno de los principales cantones de esta provincia. A pesar de ser un cantón de la sierra ecuatoriana, este se encuentra ubicado en la región litoral, esto dota al cantón de un clima muy agradable y tropical, por lo que ha permitido que en La Troncal y sus alrededores se desarrollen un sinnúmero de atractivos turísticos como: Balnearios, reservas ecológicas, cascadas, entre otros. Además es un cantón muy popular en la zona, puesto que en el mismo se encuentra uno de los ingenios azucareros más importantes del país; ECÚDOS, mismo que en temporadas de zafra (cosecha de la caña de azúcar y producción de azúcar refinada) abre sus puertas a 4.500 trabajadores quienes en su gran mayoría son oriundos de diferentes partes del país, esto genera un gran movimiento de personas en esta ciudad. Además, debido a su

ubicación geográfica conecta las principales ciudades del país: Guayaquil, Cuenca, Machala.

Todos estos factores brindan una gran popularidad al cantón, pero a pesar de esta masiva concurrencia de trabajadores, familiares y demás viajeros que transitan La Troncal, el sector turístico del cantón es el aspecto menos considerado por estos. La principal razón que motiva a la producción de un video promocional del cantón La Troncal, es la de mostrar y difundir las bondades turísticas que posee este cantón y sus alrededores, para con esto aportar al desarrollo económico y cultural de la región.

La escasa promoción de La Troncal en campañas turísticas de menor y gran alcance es muy notoria. Actualmente se ejecutan en el país varias campañas turísticas internacionales como "All You Need Is Ecuador" (Ministerio de Turismo, 2016), "Viaja Primero Ecuador" (Ministerio de Turismo, 2015), entre otras, las mismas que muestran el potencial turístico del Ecuador y detallan los atractivos que ofrecen ciudades potentes como: Quito, Cuenca, Guayaquil, Galápagos, sin embargo la aparición de ciudades pequeñas en desarrollo, como es el caso de La Troncal, son mínimas.

En esta falta de promoción no solo son responsables los dueños de los diferentes sitios turísticos privados, sino también la municipalidad de la ciudad, la misma que a pesar de contar con una unidad de turismo, no destinan los recursos necesarios para crear y desarrollar campañas de promoción masiva que potencien el desarrollo turístico del cantón. La Troncal necesita que sea mostrado su potencial turístico. Por ello, se considera necesario la producción de un audiovisual promocional, que aporte a la comunidad de La Troncal, su potencial turístico, su desarrollo, y que sobretodo permita expresar su identidad.

1.5. MARCO CONCEPTUAL

1.5.1. Evolución y desarrollo del turismo

El turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad. Cuando se habla de los seres humanos nómadas o sedentarios, hablamos de los primeros turistas. El turismo ha ido cambiando junto con el hombre, de acuerdo a sus necesidades y características, y es esto lo que provoca que el turismo incremente cada vez más su importancia mundial (Flor, 2011).

El concepto de turismo como tal que conocemos en la actualidad ha ido evolucionando a través de los años, pero es hasta la época actual que se potencializa, el principal factor de desarrollo que motiva el turismo es el ocio, las diferentes culturas, arquitectura y comidas existentes en el mundo, etc. Esta evolución se da por la necesidad de adquirir la experiencia necesaria para así satisfacer las necesidades de los turistas.

El turismo ha ido evolucionando a través de la historia, se detalla a continuación las principales etapas:

- Las exploraciones geográficas para el intercambio comercial, iniciadas en el siglo XV principalmente por portugueses y españoles para buscar materiales que no tenían en su entorno. Luego éstas se convertirían también en exploraciones científicas y políticas.
- Los viajes migratorios realizados por los conocidos como Transhumantes principalmente para la expansión cultural.
- Los viajes religiosos, conocidos también como peregrinaciones que comenzaron en la edad media.
- Los viajes políticos, entre los cuales se destacan las cruzadas realizadas por la Europa latina cristiana y el Sacro Imperio romano, con el objeto de restablecer el control del cristianismo.
- Los viajes deportivos que empiezan con las Olimpiadas realizadas por los griegos de la antigüedad en honor a los dioses del Olimpo (Flor, 2011).

El avance que el turismo ha sufrido con el pasar de los años, le ha permitido convertirse en un factor de gran relevancia en el desarrollo cultural y económico de nuestra sociedad, además ha promovido grandes cambios socio-culturales en nuestra época. En la actualidad el turismo es una de las principales actividades económicas, culturas y de gran importancia que tiene un país o región.

1.5.2. Turismo.

Hernández (2006), define el turismo como:

El conjunto de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin incorporarse al mercado laboral del sitio visitado, invirtiendo en sus gastos, recursos que provienen de su lugar de residencia habitual (pág. 38)

El turismo está relacionado directamente con el movimiento diario de la sociedad, e influye en su aspecto social, cultural y económico. “Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico” (OMT, 2008).

Este movimiento generado por los turistas que se movilizan de un lugar a otro, mismos que están obligados a pagar por los diferentes servicios prestados como: comida, hospedaje, entradas a espectáculos públicos, etc. genera un significativo aumento en la economía de estos lugares visitados por los turistas

Tipos de Turismo:

El concepto de turismo se lo puede clasificar en diferentes tipos, esto tomando en cuenta principalmente las motivaciones principales de los turistas, es así que se ha analizado los principales tipos de turismo existentes:

Turismo de negocios:

Conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, de ocio, profesionales y/o asociativas a través de la realización de reuniones de negocio, congresos, convenciones (Lau, 2007).

Este tipo de turismo es muy limitado; si bien es cierto las personas involucradas permanecen determinado tiempo en un sitio fuera de su lugar de residencia, lo hacen únicamente por cuestiones laborales y en muchas de estas veces una tercera persona o empresa cubre sus gastos.

Agroturismo:

Según la Secretaría Técnica de México (2004), el agroturismo es:

La actividad turística en áreas agropecuarias con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupada por una sociedad campesina, que muestra y comparte no solo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural, cultural y socio-productivo (pág. 15).

La característica principal del agroturismo es que se da en ciudades o comunidades alejadas de la ciudad y con un número pequeño de habitantes, aquí los turistas están en contacto directo con la naturaleza, animales, vegetación y actividades productivas que se realizan en el lugar.

Turismo de Aventura

Mediano (2004) describe al turismo de aventura:

“El turista participa de manera activa en el conocimiento del territorio visitado. A diferencia del turismo ecológico, donde la naturaleza es el elemento pasivo, siendo descubierta por el turista quién suele realizar también actividades deportivas y a veces arriesgadas” (pág. 11).

Este tipo de turismo implica la exploración y descubrimiento de áreas remotas y la realización de actividades que traen un alto riesgo, además de desafíos impuestos por la naturaleza.

Turismo Cultural

Según Esteban citado por Mediano (2004) indica que:

Este turismo engloba los viajes realizados principalmente por motivos de ocio y que lleva los turistas a visitar ciudades y poblaciones básicamente en el interior. La base de esta modalidad turística es el importante patrimonio cultural existente formado por monumentos, museos, rutas históricas y ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad (pág. 13).

El turismo cultural tiene como principal característica resaltar los aspectos culturales de determinado lugar, aquí los turistas se concentran en visitar y conocer aspectos relevantes como museos, ruinas, pirámides, pinturas etc.

Turismo de Descanso o Placer:

Se puede relacionar con los periodos de descanso que permite reiniciar labores con nuevo ánimo y vigor. En la actualidad este tipo de turismo no se discute, al contrario, se hace todo lo necesario para fortalecerlo y estimularlo, dándose el caso de que se imponga obligatorio a quienes se dedican a determinadas actividades que exigen un esfuerzo físico o mental elevado (Cárdenas, F. 1981)

Este tipo de turismo es el más tradicional, es algo propio de la sociedad actual, misma que busca salir, por diferentes razones, de su rutina o lugar de residencia, con el fin de conocer y explorar nuevos lugares.

Turismo Gastronómico

Es la visita a productores (tanto primarios como secundarios) de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos, donde la degustación de alimentos y toda la experiencia inherente son el motivo principal para viajar (Hall y Mitchell (2001), citado por Oliveira, S. 2011).

1.5.3. Turista.

Todas las estadísticas y las investigaciones que se realizan sobre el turista, consideran a toda persona que realiza turismo como “Visitante”, así lo confirma Ortíz & Quezada (2006) que definen el término como 'visitante', el mismo que puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente:

1. los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado
2. los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y
3. los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado (pág. 28).

Esta definición es muy importante a la hora de planificar las actividades y sitios que se van a ofertar a los visitantes, se debe tener en cuenta las diferentes necesidades que estos tipos de turistas necesitan suplir, los gobiernos y entes encargados de potenciar el turismo en una región son los responsables de brindar al turista un servicio turístico de mayor calidad. Una vez resuelto y entendido el verdadero concepto de Turista se podrá aumentar las estadísticas actuales de ingresos de turistas a determinado lugar. A pesar de las confusiones que todavía se dan, el turista y el turismo en sí, siguen siendo una actividad de gran importancia en la economía de un país o región.

¿Por qué viajan las personas?

En la siguiente figura se observa las principales motivaciones de las personas para realizar viajes fuera de su lugar de residencia según estadísticas de la (OMT, 2014), en donde el motivo principal es el ocio y vacaciones con 53%, seguido por salud, religión, con 27%, negocios y motivos profesionales 14% y un porcentaje mínimo que no está especificado 6% (OMT, 2015, pág. 5)

Figura 1 Turismo Receptor por Motivo de Visita



Elaborado por: Autor

FUENTE: (OMT-UNWTO)

1.5.4. El Turismo en Latinoamérica

Con respecto a la llegada de turistas a las Américas, la OMT prevé que entre:

El año 2000 y el 2020, la tasa promedio de crecimiento anual estará cercana al 4% para América del Sur, la tasa de crecimiento anual es mayor que para las otras regiones americanas y se sitúa cerca del 5 % anual, para el mismo período. (OMT, 2010)

Estas cifras muestran un considerable y favorable crecimiento del turismo en la región, esto a su vez genera nuevos retos, principalmente a la alta demanda de calidad exigida por los turistas y al cumpliendo de sus necesidades de distracción.

Según cifras del Banco Interamericano de Desarrollo, la última década ha sido una temporada muy provechosa para el sector turístico en América Latina y el Caribe, es así que se registró un incremento del 50% en el Turismo Internacional, esto motivó un desarrollo en varias áreas:

- **Empleo Directo e Indirecto**

El turismo representa el 6,4% del empleo total directo e indirecto en América Latina, lo cual equivale a 1 de cada 15,7 empleos en 2009. Estas cifras son aún mayores en la región del Caribe, donde el turismo representa el 12,6% del total de empleos (BID, 2010).

- **Participación de la Industria Turística en el PBI**

La contribución directa e indirecta de la industria turística a la economía de América Latina durante 2009 fue la siguiente:

- 6,6% al Producto Bruto Interno (US\$177 mil millones),
- US\$45.000 millones de inversión de capital, lo que equivale al 8,3% del total de inversiones, y
- US\$13.000 millones de gasto público, lo que equivale a una fracción de 2,9% (BID, 2010).

- **Participación de las Exportaciones de Bienes y Servicios en el Caribe**

La actividad turística representa el 41% de las exportaciones de bienes y servicios en la Región del Caribe y el 8,9% en América Latina (BID, 2010).

Estas cifras muestran un panorama muy favorable para el sector turístico en la actualidad, lo cual refleja una oportunidad viable para el desarrollo de ofertas turísticas competitivas, sostenibles y equitativas, que son las más promisorias en las comunidades y en el concierto de las naciones latinoamericanas.

1.5.5. El Turismo en Ecuador

Según la Corporación para la promoción de exportaciones e inversiones (Corpei, 2010), el sector turístico del Ecuador empezó a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador, a veces estereotipada y otras desconocidas, en muchos países. No obstante y pese a la crisis que afectó al mundo en el año 2008, el turismo en el Ecuador, según cifras preliminares entregadas por la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, creció en 7.23 % con relación al año 2009. El crecimiento de la actividad turística en el Ecuador en el 2010 es superior a la media latinoamericana que se ubica en el 4% y superior a la media mundial, que según la Organización Mundial del Turismo, es del 4.8% (Corpei, citado por Sarmiento, 2013, p.16).

En los últimos años Ecuador ha sufrido un considerable crecimiento en el sector turístico, entre las razones principales están las siguientes:

El Ecuador es uno de los 17 países más mega diverso y pluricultural del mundo, que al tener 4 mundos, como son la Sierra, Costa Amazonia y Región Insular alberga el 18% de las aves a nivel mundial, 18% de las orquídeas, 10% de los anfibios y el 8% de los mamíferos (Cárdenas, 2015, pág. 11).

Además de los atractivos indicados anteriormente, entre las principales ciudades del Ecuador están Quito y Galápagos, mismas que son de gran relevancia en América y en el mundo puesto que son consideradas como: Quito, Patrimonio Cultural de la Humanidad y Galápagos, uno de los destinos turísticos más importantes del mundo.

En los últimos años, el sector turístico del país ha adquirido una gran importancia, tanto así, que en la actualidad se trabajan en varios proyectos para potencializar y difundir la imagen de Ecuador a nivel mundial, entre los principales proyectos destaca la campaña “All You Need Is Ecuador” la misma que mediante una campaña masiva de difusión y promoción, busca generar cada año el aumento de la afluencia de turistas y con esto convertir al turismo en la primer fuente de ingresos que tiene el país (Ministerio de Turismo, 2016).

El incremento de turistas que han ingresado al país se puede evidenciar en las estadísticas del Ministerio de Turismo que indican:

Entre el año 2013 al 2014 hubo un incremento del 14,2% ya que en el año 2013 ingresaron 1'364.053 turistas, mientras que en el año 2014 ingresaron al país 1'557.006 de turistas; este fue un incremento significativo y de gran aporte a la economía local, esto se puede evidenciar en la figura 2. (MINTUR, 2015, pág. 4)

Figura 2 Entradas de Turistas al País

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	169.378	11,0
Subtotal	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	169.378	11,0
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584		
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007		
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614		
Mayo	77.618	82.870	92.644	98.414	111.177		
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062		
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229		
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694		
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767		
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456		
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	127.562		
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278		
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	1'557.006		

Elaborado por: Autor

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Este incremento en el número de turistas que ingresan al país, genera un efecto multiplicador en la economía del sector, beneficiando además a pequeños y grandes atractivos turísticos que ofrece el país.

Por tal motivo hasta el 2014 el turismo se encontraba en el 4to lugar de la economía del Ecuador en las exportaciones no petroleras, generando 1.296,2 millones de dólares de ingreso al País (MINTUR, 2015, pág. 9)

1.5.6. Planificación Turística.

Sarmiento (2013), define la planificación turística como:

El conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país hacia unos fines determinados en consideración con la política turística, se debe estar en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social (pág. 15).

Esta planificación se la debe realizar en conjunto con la comunidad y demás atractivos turísticos existentes en determinada región, para así involucrar a todos y obtener un compromiso de los mismos.

Entre los problemas que en base a la investigación se evidencia en La Troncal, está la falta planificación a la hora de elaborar proyectos para potenciar el turismo en la región, se desconoce de las necesidades que los turistas que ingresan a la ciudad tienen, así como también desconocen de todos los atractivos turísticos dentro de La Troncal, simplemente se elaboran proyectos de manera empírica sin una previa investigación o planificación.

Marketing Turístico

El marketing turístico se distingue del marketing de productos por la naturaleza de la demanda y por las características operativas de los suministradores de los servicios turísticos. También las formas de promoción y distribución tienen sus características específicas.

Es muy importante y de gran aporte en la planificación turística hacer uso de este tipo de marketing, debido a que este se basa en la elaboración de estrategias y métodos que vayan más allá de solo promocionar los sitios turísticos en una o determinada ocasión, haciendo uso de técnicas propias del marketing de productos, permite promocionar a cierto lugar o región como un destino obligatorio a visitar por los turistas.

Promoción Turística

Miguel Ángel Acerenza indica que la promoción turística es la actividad destinada hacia la información que se brinda a los clientes acerca de determinado lugar o destino; esto mediante la publicidad, promoción de ventas u otros medios, también lo que respecta a las relaciones públicas cuando éstas se encuentran integradas en el marketing (Acerenza, 1996).

La promoción turística es una actividad formada por un conjunto de acciones e instrumentos que desempeñan la función de beneficiar los estímulos para el levantamiento y adelanto del turismo por todo el mundo, así mismo como el crecimiento y mejora del trabajo de la industria que se benefician con los fines de la explotación turística.

Todas las actividades y trabajos realizados con el fin de mostrar los atractivos turísticos de ciertos lugares serán realizadas por medio de campañas publicitarias, las mismas que incluyen la realización de spots audiovisuales, spots radiales, vallas, infografías y entre otras herramientas que permitirán dar a conocer un producto o servicio turístico a la clientela y lograr las ventas u objetivos proyectados a un futuro no muy lejano.

El gobierno ecuatoriano a través del ministerio de turismo, trabaja en diferentes estrategias de promoción turística para impulsar la imagen del Ecuador, la principal y de mayor alcance es la campaña "All you need is Ecuador" misma que se ha difundido y presentado en importantes ferias turísticas de Europa, América del Norte y América del Sur (Ministerio de Turismo, 2014).

Como principal herramienta de promoción que se plantea en este proyecto es la difusión de un spot turístico mediante los principales canales de difusión del GAD Municipal de La Troncal y de la prefectura del Cañar.

1.5.7. Promoción turística a través del sector audiovisual

“El lenguaje audiovisual es un modo de acercarnos a la realidad de un modo encubierto” (García, 2005) “ya que tanto el cine, las series de ficción como los contenidos de la televisión a nivel más amplio emplean todos los tipos de comunicación: «lenguaje oral, escrito, musical, plástico, corporal o cualquier simbolización humana de la realidad” (Prada Sansegundo, 2002). “Todo ello convierte el producto audiovisual en una experiencia que hace emanar sensaciones en el espectador, ya que la forma de difundir y expresar emociones lo convierte en un gran medio (Ferrés & Prats, 1995).

Promocionar un sitio o región mediante las herramientas audiovisuales (Cine, Tv, Radio) permite llegar a las sensaciones del espectador y con ello persuadirlos a que visiten cierto lugar, esto se consigue debido a que mediante una historia o idea trabajada junto a los directores audiovisuales, se puede mostrar una imagen fresca, acogedora, atractiva e inolvidable de determinado sitio, así también los medios audiovisuales se convierten en la herramienta idónea que permite acercar destinos muy lejanos con el espectador. El cine y los medios audiovisuales en general brindan la posibilidad de acercar a un mayor número de gente las imágenes de las ciudades más famosas y de los parajes más bellos y exóticos del mundo (Sandoval Martín, 1998).

Es por esto que difusión turística apoyada en los medios audiovisuales pasa a ser un factor determinante y de gran impulso en la economía de los países o regiones. “Las diferentes formas de promoción turística han hecho que el mensaje llegue al espectador por distintos canales: producciones cinematográficas” (Sandoval Martín, 1998) Todas las locaciones, carteles, menciones y demás sitios que se pueden ver en estas producciones audiovisuales están siendo promocionadas y captadas indirectamente por los espectadores, esto motiva a los turistas a visitar estos lugares. Esto inminentemente promueve el turismo de una manera muy favorable.

El aporte de las campañas turísticas apoyadas en medios audiovisuales tiene un gran impacto positivo en el desarrollo económico de los países o regiones. Con respecto a la campaña “All you need is Ecuador” misma que el ministerio de turismo ecuatoriano mantiene activa en 14 países alrededor del mundo, captó la atención de aproximadamente 455 millones de personas alrededor del mundo, es así que entre enero y mayo del 2014 ingresaron 620.958 turistas, registrándose así un incremento del 16,3% con respecto a igual período del 2013 (Ministerio de Turismo, 2014).

1.5.8. Turismo local en La Troncal

El cantón La Troncal, se localiza en la zona costanera occidental de la provincia del Cañar. Limita al Noreste con el cantón Suscal y las parroquias Chontamarca del cantón Cañar, al Noroeste con el cantón El Triunfo de la provincia del Guayas, siguiendo el curso del río Bulubulu; al Este y Sureste con el cantón Cañar, al Sur-Oeste con los cantones Naranjal, a la altura del río Cañar y el Triunfo de la provincia del Guayas. La superficie del cantón es de aproximadamente 32.780 hect. ocupando el tercer lugar de la extensión de la provincia del Cañar. Su clima oscila entre los 18°C y 24°C. Por su acelerado crecimiento poblacional, fue elevado a cantón el 25 de Agosto de 1983 y se publica en el Registro Oficial No. 589 con fecha 22 de septiembre del mismo año (GAD La Troncal, 2016).

Figura 3 Ubicación del Cantón La Troncal



Elaborado por Autor

Fuente: GAD La Troncal

Actividad Económica de La Ciudad

Hernández, E (2006) define la Actividad Económica como:

Todo proceso o acción mediante el cual obtenemos los bienes o servicios necesarios para cubrir nuestras necesidades. Toda actividad económica nos permite generar ganancias o riquezas dentro de una región, en esta permite transformar todos los recursos naturales a algún servicio, teniendo como fin la satisfacción de las necesidades humanas (pág. 45).

El cantón la Troncal es considerado como la capital económica de la provincia del Cañar, por su importante ritmo industrial y comercial, con una industria azucarera en ascenso. Es básicamente ganadera y agrícola, pero poseedora también de atractivos turísticos.

El centro urbano de La Troncal, posee la mayor parte de los servicios públicos y privados, así los de alojamiento y alimentación justificados por un considerable porcentaje de población flotante, que se concentra principalmente en los meses en que se realizan actividades de zafra en las instalaciones del Ingenio Azucarero “La Troncal”.

1.5.9. La Troncal como Destino Turístico de la Provincia

Este Cantón, es una región ubicado en la costa ecuatoriana a pesar de pertenecer a la sierra, cuenta con un alto potencial turístico, rodeado de ríos, bosques, cascadas, una comunidad de balnearios en ascenso, entre otros, además su clima tropical la convierte en una rica zona agrícola y le brinda amplios paisajes naturales, factores que dan pauta para continuar con el desarrollo turístico en la ciudad.

Además de esto su riqueza cultural e histórica abarca desde la época prehispánica hasta nuestros días. Esta riqueza cultural se puede apreciar en el diario vivir de la ciudad y los recintos, en donde las raíces indígenas, la agricultura, la religión y los vestigios arqueológicos conforman una identidad propia de este sector de la patria. Uno de los principales objetivos que se plantea La Troncal, es el promocionar el turismo de sus sitios mediante la exposición de sus costumbres, su cultura, etc.

Todos los actores sociales del Cantón, desde comerciantes informales, trabajadores públicos, privados, agricultores y familias se benefician directa o indirectamente del turismo (GAD Santa Lucía, 2015).

Ana Bustamante, ex Directora de la Unidad de Turismo del GAD Municipal, describe a La Troncal de la siguiente manera:

El cantón La Troncal se encuentra rodeado de ríos, montañas abrazados por su fauna y flora silvestre que le hacen uno de los nuevos destinos principales de la Provincia del Cañar, por esta razón en los últimos 5 años ha presentado un fuerte crecimiento en el ámbito turístico, por lo que año a año crece la afluencia de turistas que se sienten motivados por los atractivos naturales, además de los complejos turísticos existentes en el Cantón. (Bustamante, 2015)

Mediante los Principales indicadores de turismo del año 2014 del Ministerio de Turismo del Ecuador, al Cantón La Troncal llegaron 1.832 turistas, tanto nacionales como extranjeros (Cárdenas, 2015, pág. 14). Al momento, ni la Municipalidad del Cantón, ni la Unidad de Turismo del mismo, cuenta con datos estadísticos sobre la cantidad de turistas que llegan anualmente a los diferentes atractivos del cantón.

Según datos del GAD Municipal de La Troncal, los principales atractivos del Cantón son: “La Cascada del Rio Azul, Rio Cañar, El Carretero Viejo, Centro Turístico El Pedregal, La Ponderosa, Balneario “Harás del Paraíso”, Balneario de Aguas Termales “Yanayacu”, El Chorro, Centro Turístico y Zoológico “Montañita” y La Cascada”. (GAD La Troncal, 2016)

Los diferentes atractivos turísticos que posee el cantón La Troncal, permiten no solo potencializar el turismo local, sino también el nacional; puesto que los sitios turísticos satisfacen lo que el turista busca, naturaleza sin explotar, paisajes llamativos, gente amable, respetuosa y culta.

Además de los sitios turísticos antes mencionados como cascadas, balnearios, etc. La Troncal cuenta con un sinnúmero de talleres artesanales en donde realizan productos de la madera, pero principalmente la elaboración de carrocerías para vehículos pesados, lo cual es llamativo para el turista, así mismo el cantón es

reconocido nacionalmente como por su gastronomía tradicional entre los platos más conocidos están: carne asada, bolas de verde, caldo de gallina, cuyes asados, y más.

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. Planteamiento de la Metodología

El proyecto de investigación que se desarrolla usa un tipo de investigación mixta, es decir combina aspectos y herramientas tanto de la investigación cualitativa; entrevistas y observación, como de la investigación cuantitativa; encuestas. Taylor & Bogdan (1987) definen la metodología cualitativa en su más amplio sentido como “la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable” (pág. 7).

Rodriguez Peñuelas (2010) señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico (pág. 32).

Esta investigación permitirá determinar las causas que generan una escasa promoción turística de La Troncal, mediante información y comentarios de los habitantes de esta ciudad, así como también de las autoridades encargadas del sector turístico de la ciudad, y sobre todo los propietarios de los diferentes atractivos que se encuentran La Troncal.

Grinnell (1997), citado por Hernández, en su estudio sobre la metodología de la investigación señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.

- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones ó ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones ó ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones ó ideas; o incluso para generar otras.

2.2. Instrumentos de la Investigación:

Para determinar de manera más precisa los factores que influyen en la poca promoción del aspecto turístico de la ciudad, los instrumentos que se usarán en esta investigación son: Entrevista, Observación y Encuestas.

2.2.1. Entrevista:

“Es una conversación o intercambio verbal cara a cara, que tiene como propósito conocer en detalle lo que piense o sienta una persona con respecto a un tema o situación particular” (Maccoby y Maccoby, citados por Bonilla, 1997).

Es así, que para recopilar información de fuentes oficiales se procedió a realizar las siguientes entrevistas a las autoridades del cantón y propietarios de los principales centros turísticos del sector:

- **Entrevista 1:**

Byron Campoverde, encargado de la unidad de Turismo del GAD municipal de La Troncal desde Enero 2016 hasta la actualidad.

Resultado de Entrevista 1.

A pesar que el Lcdo. Byron Campoverde lleva apenas 7 meses a cargo de la unidad de turismo de La Troncal, ya se ha puesto en marcha ciertos proyectos que se esperan potencialicen el turismo en La Troncal.

Para Campoverde: “El turismo en la ciudad crece a un paso muy lento, y lamento mucho el no poder aportar más al desarrollo turístico de la ciudad” (Campoverde, 2016) Si bien es cierto, Campoverde está consciente del potencial turístico de la ciudad, del reconocimiento que tiene dentro de la provincia, y del país, se evidencia que la unidad de turismo cuenta con un presupuesto muy limitado, el mismo que debe ser distribuido para todas las actividades que se realicen en el año para promocionar el turismo de la ciudad. Y a pesar de estar conscientes de las ventajas que traería al cantón la producción de un audiovisual promocional, por el momento no están en la posibilidad de cubrir los gastos que este implicaría.

- **Entrevista 2:**

Lcdo. Ab. Marcos Parra, Concejal de Cantón La Troncal y miembro del comité de festividades de La Troncal.

Resultado de Entrevista 2.

Coincidiendo con las declaraciones brindadas por el encargado de la Unidad de Turismo, el concejal Marcos Parra está consciente de la falta de apoyo que la municipalidad tiene hacia el sector turístico del cantón, quien consciente de las bondades que brinda el cantón a quienes lo visitan, según Parra, evidencia una falta

de apoyo económico hacia los proyectos de difusión turística, escasa difusión en sus redes sociales, y una falta de interés de los dueños de los diferentes sitios turísticos, Parra espera mejorar todos estos aspectos en un futuro cercano.

- **Entrevista 3:**

Lcdo. Francisco Ávila, Asistente de Promoción y Ejecución de Proyectos Turísticos Artesanales de la Provincia del Cañar.

Resultado de Entrevista 3.

En base a declaraciones del encargado del turismo en la Provincia del Cañar, al momento la Prefectura Provincial se mantiene muy al margen del sector turístico en el cantón La Troncal, se evidencia un deslindamiento por parte de este ente gubernamental para potenciar el turismo en la ciudad, puesto que se considera que este factor lo maneja directamente cada GAD Municipal, de igual manera la falta de presupuesto imposibilita que se desarrolle campañas de difusión turística mediante audiovisuales ni en la provincia, ni mucho menos en La Troncal.

- **Entrevista 4:**

Sra. Rosa Lozada Acosta, Gerente Propietaria del Parque Ecológico La Montañita.

Resultado de Entrevista 4.

A pesar de este ser uno de los principales centros turísticos que posee el cantón, no tiene la difusión turística necesaria para potenciarla a nivel regional, en palabras de los administradores el apoyo que tienen de parte de la municipalidad es muy escaso, el mismo que se limita a charlas de capacitación en atención al cliente, mas no se invierte en ningún tipo de difusión. De igual manera se desconoce de las ventajas que la producción de un audiovisual traería a su local y al turismo de la región.

2.2.2. Observación:

La observación es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la observación (Pardinas, 2005, pág. 89).

Mediante observaciones de varios fines de semana se pudo evidenciar cuales son los principales centros turísticos existentes en La Troncal, debido a que la gran mayoría de turistas o extranjeros que visitan la ciudad no conocen de todas las distracciones que ofrece la misma, entre las principales actividades están: las aguas termales que ofrece el Balneario YANAYACU, o la flora y fauna que encontramos en el Balneario y Zoológico MONTAÑITA, la adrenalina de las 7 CASCADAS, realizar vuelos en PARAPENTE, descensos en DONWHILL, la belleza de sus bosques o simplemente dar gusto a su paladar en el tradicional sector de comidas rápidas LAS CARRETAS, entre otros. A continuación se especifica estos principales centros turísticos.

2.2.2.1. Lugares Turísticos del Cantón La Troncal

Cascada del Río Azul

La Cascada del Río Azul se encuentra ubicada en el Recinto Cochancay (La Troncal) a una altura de 335 m.s.n.m. Con una Latitud de 02°, 27',10.8", y una Longitud de 079°, 15', 59.1"

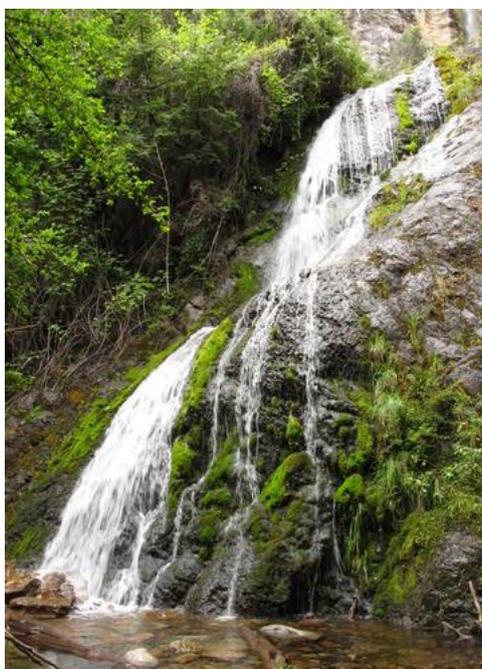
Su nombre se debe a que sus aguas tienen una tonalidad azul cristalina, es parte de la cuenca media el río Bulubulu. El ecosistema que le rodea se complementa con el clima, lo cual hace que el sector sea un potencial turístico. Posee una variedad de especies en cuanto a flora se refiere tales como: Guayacán, María Prieto, Manguillo, Suchi, Jigua, Cacao, Coco, Cedro, Guachapelí y actualmente se encuentra una gran variedad de Laurel, Caoba y Teca (Gobierno Provincial del Cañar, 2011)

Este lugar es popularmente conocido como "Las 7 cascadas" debido a que esta cascada está compuesta por 7 pequeños ascensos hasta llegar a su cima. A este

lugar se puede llegar en vehículo hasta el río Bulubulu, del recinto Cochancay, La Troncal, desde ahí se sigue el camino por un sendero entre las montañas o los turistas más arriesgados pueden escalar las rocosas cascadas, para lo cual las mismas están aseguradas con sogas y demás instrumentos que brindan la seguridad a los turistas. Además de brindar adrenalina a quienes la visitan, esta cascada está rodeada de verdes paisajes, lo que le convierte en un sitio ideal también para los amantes de la fotografía.

Este sitio es uno de los principales atractivos turísticos naturales que posee el sector, hasta ahí llegan turistas de diferentes partes del país, motivados principalmente por el deseo de adrenalina que produce el descender de estas cascadas.

Figura 4 Cascadas del Río Azul



Fuente: Prefectura del Cañar

Parque Ecológico La Montañita

El centro ecológico “La Montañita” se encuentra ubicado a 300 metros del Recinto Cochancay Vía a Durán – Tambo. Av. Principal, frete al Ministerio de Obras Públicas.. Este centro turístico lugar cuenta con varias piscinas, criaderos de tilapias, paseo en bote, paseo a caballo, cabañas, canchas, restaurante y una diversidad de plantas ornamentales y curativas únicas en su especie.

En el zoológico que se encuentra en la Montañita se puede encontrar especies como: Loro de Cabeza Roja, Loro Real, Perico, Loro Cabeza Azul, Gallina Guinea, Cuzumbo, Cuchucho, Mono Payasito, Gato del monte, Tigrillo, Venado Gris, León Africano, entre otras muchas más especies (GAD La Troncal, 2016).

Al lugar se puede llegar fácilmente, ya sea en auto o en transporte público pues se encuentra muy cerca de la vía principal, el sitio está ubicado a aproximadamente 5 minutos del recinto Cochancay de La Troncal, en el lugar se puede disfrutar de piscinas para toda edad, disfrutar de las áreas verdes que rodea el sitio, comida típica, pistas para baile, cabañas en donde se puede realizar parrilladas o reuniones familiares, además en el lugar se observa diferentes especies de animales y aves. Este centro turístico es privado, por lo que se debe cancelar una entrada para poder ingresar, el valor actual de la entrada para adultos es de \$5,00 mientras que para niños y personas con capacidades especiales el valor es de \$3,00 a este sitio llegan aproximadamente 150 turistas los fines de semana. Para la investigación, además de la observación a este centro turístico se realizó una entrevista a la propietaria, la Sra. Rosa Lozada, quien brindó datos de relevancia para esta investigación.

Figura 5 Parque Ecológico La Montañita



Fuente: Autor

Centro Turístico el Pedregal

A la altura del km 5.5 vía a Puerto Inca se encuentra El Pedregal, uno de los paraderos turísticos más grandes de la zona, a una altura de 80 m.s.n.m. Con una Latitud de 02°, 27', 39.0", y una Longitud de 079°, 23', 14.6".

Por este atractivo atraviesa el río Cañar, y también se puede disfrutar de canales artificiales. Ofrece servicios como sala de recepciones, piscinas, áreas verdes recreacionales, jardines, exposición de banano, etc (GAD La Troncal, 2016).

El Pedregal se encuentra ubicado a escasos metro del recinto La Puntilla de La Troncal, el lugar se encuentra ubicado en medio de una espesa plantación de banano, en este balneario se puede disfrutar de 13 piscinas de diferentes tamaños, además de colorida vegetación y extensos jardines, lo que lo hace llamativo para la fotografía, además de ello hace poco se inauguró un zoológico con especies locales, uno de los principales atractivos que ofrece este centro de entretenimiento.

Este sitio recibe aproximadamente a 180 turistas los fines de semana, quienes provienen de diferentes provincias del país: Cañar, Guayas, El Oro, entre otros, al lugar se ingresa cancelando la tarifa de \$3,00 los adultos y \$1,00 los niños.

Figura 6 Centro Turístico El Pedregal



Fuente: Autor

Jardín las orquídeas “El Orquidiario”

Se encuentra ubicado a 20 minutos de la vía Durán Tambo del cantón La Troncal. El lugar es de tipo natural, en donde se han utilizado los mismos árboles presentes en la huerta y sólo se ha sujeto las orquídeas con hilo nylon, hasta que la planta eche raíces y se pueda sujetar por si sola; además por su habito epifito proliferan bulbos y pseudobulbos de donde salen las varas florales como algunas flores abiertas, las mismas que luego son cosechadas y vendidas. Todas las orquídeas son recolectadas manualmente (GAD La Troncal, 2016).

Comenta la propietaria que esta actividad se inició aproximadamente en el año 2000 en un principio con la recolección de plantas, especialmente orquídeas de los diferentes lugares que visitaba, para tiempo después ir adaptándolas a los árboles de su huerto. La actividad de reproducción de orquídeas inició como un pasatiempo para la dueña y se mantiene así, en ocasiones las vende por unidad o bultos, así también las intercambia por otras especies del sector, el lugar es de fácil acceso, se puede

ingresas en vehículo propio o en los buses interprovinciales que van de La Troncal hasta la sierra.

En este jardín además de observar diferentes tipos de orquídeas, se encuentra otros tipos de plantas ornamentales, como también criadero de tilapias, el costo de estas orquídeas oscila entre los \$2,00 y \$8,00 dependiendo de su tamaño y tipo.

Figura 7 Jardín Las Orquídeas



Fuente: Autor

Balneario de Aguas Termales Yanayacu

El Balneario Turístico Yanayacu se encuentra ubicado en el Recinto Cochancay Vía Tambo- Durán km. 83 Sector Yanayacu a una altura de 273 m.s.n.m.

En el año 1960, el espíritu visionario de Don Rafael Olmedo Peralta, inicia la implementación del complejo Yanayacu, construido en propiedad privada, dando paso a la construcción del carretero de acceso y la perforación de suelo para la recolección de las aguas termales de origen volcánico en sus primeras piscinas.

En el mes de marzo de 1961 el Dr. José Munzón decano de la facultad de bioquímica de la Universidad Central de Quito, realiza el primer estudio para determinar la composición y propiedades del agua de Yanayacu, obteniendo como resultado la presencia de sustancias como: cloruro de sodio, cloruro de potasio, sulfato de magnesio, bicarbonato de sodio, etc.

Yanayacu, se constituye en uno de los centros turísticos más atractivos de nuestro país. Por décadas ha sido visitado por propios y extranjeros, puesto que cuenta con varias vertientes de cerro con aguas calientes y frías ricas en minerales (GAD La Troncal, 2016).

Al lugar llegan cientos de visitantes semanalmente, mismos que a las aguas termales de lugar, las cuales obtienen su temperatura debido a pasar cerca de volcanes inactivos, les atribuyen poderes curativos para enfermedades como: reúnas, migrañas, dolores musculares, incontinencia, entre otras.

Además de sus piscinas con agua de diferentes temperaturas, se puede degustar de restaurantes con comida típica del lugar, pesca y servicio de hospedaje. El lugar se encuentra a aproximadamente 10 minutos del recinto cochancay, mismo que es visitado por aproximadamente 100 turistas los fines de semana, quienes pueden llegar en su vehículo o usar el servicio de transporte interprovincial hasta la entrada ubicada en la carretera principal y caminar hasta llegar al lugar.

Figura 8 Balneario de Aguas Termales Yanayacu



Fuente: Autor

2.2.3. Encuesta:

Grasso, (2006) en su estudio sobre los Elementos el Diseño y Análisis de las Encuestas dice:

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006, pág. 13).

Esta encuesta se la realiza a los turistas que visitan los sitios turísticos principales de la ciudad: Montañita, Pedregal, Yanayacu, con el fin de identificar cuáles son las preferencias del turista que visita La Troncal, cuál es el tipo de turismo que busca en determinado lugar, su principal motivación para visitar La Troncal y los principales sitios que se conoce del cantón, para así elaborar una propuesta audiovisual que abarque los lugares o puntos identificados y fortalecer los sitios de poco interés o desconocimiento.

Población Y Muestra

Según la observación realizada en los principales centros turísticos, en un fin de semana llegaron 430 turistas, esta cifra será la muestra.

Formula Finita

Para poder calcular la muestra, se considera una desviación poblacional estándar del 0,5, un nivel de confianza del 1,96 y un límite aceptable de error de la muestra del 0,01 (1%).

Es así que: **n** = tamaño de la muestra, **N** = tamaño de la población, σ =desviación estándar de la población, **Z** = niveles de confianza y **e** = límite aceptable de error muestral.

Aplicación de la Fórmula

$$n = ?$$

$$N = 430$$

$$e = 0,01$$

$$z = 1,96$$

$$\sigma = 0,5$$

$$n = \frac{N\sigma^2z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2z^2}$$

$$n = \frac{430(0,5)^2(1,96)^2}{(430-1)(0,01)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{430 (0,25)(3,84)}{429 (0,01) + (0,25)(3,84)}$$

$$n = \frac{412,80}{5,25}$$

$$n = 78,62$$

Luego de despejar la fórmula el resultado para la muestra es de = 78 turistas

Para este proyecto se ha considerado realizar la encuesta a 80 turistas que visitan los principales centro turísticos del cantón

2.2.3.1. Análisis de las Encuestas

Pregunta 1: Edad

Figura 9 Rango de Edad

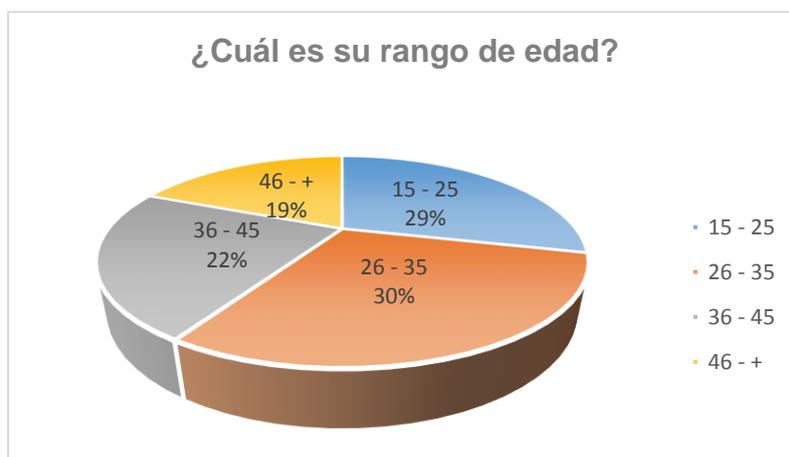


Tabla 1 Total de Encuestados – Preg 1

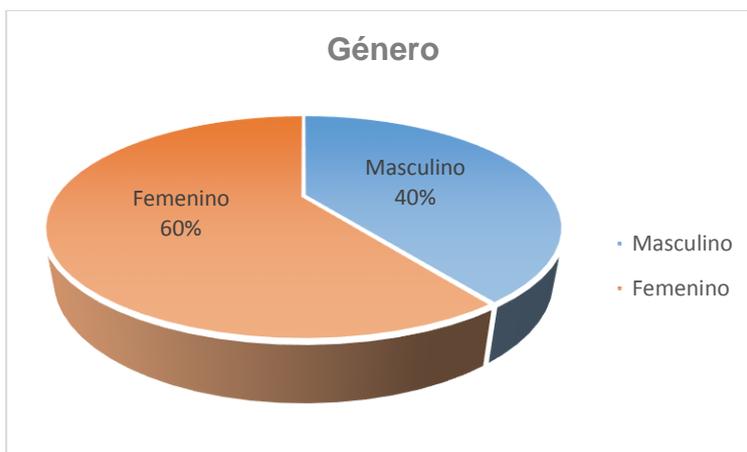
Rango de Edades	
	Total
15 - 25	23
26 - 35	24
36 - 45	18
46 - +	15
Total Encuestados	80

Elaborado por Autor

En base a esta información se evidencia que el principal público que mayoritariamente visita los atractivos turísticos de La Troncal oscila entre los 26 y 35 años, esto a pesar que la diferencia existente con turistas de otras edades es muy mínima.

Pregunta 2: Género

Figura 10 Género



Elaborado por Autor

Tabla 2 Total Encuestados – Preg 2

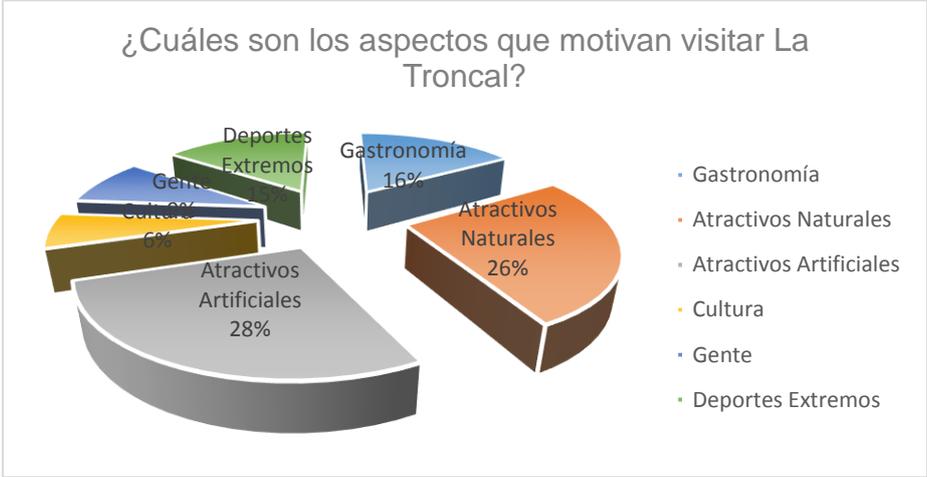
Género	
	Total
Masculino	32
Femenino	48
Total Encuestados	80

Elaborado por Autor

El público que en su mayoría visita los atractivos turísticos de La Troncal son principalmente mujeres, sin embargo existe una diferencia mínima con el público masculino, es así que se evidencia un 60% a 40% respectivamente.

Pregunta 3: Motivos para visitar La Troncal

Figura 11 Aspectos que motivan visitar La Troncal



Elaborado por Autor

Tabla 3 Total Encuestados – Preg 3

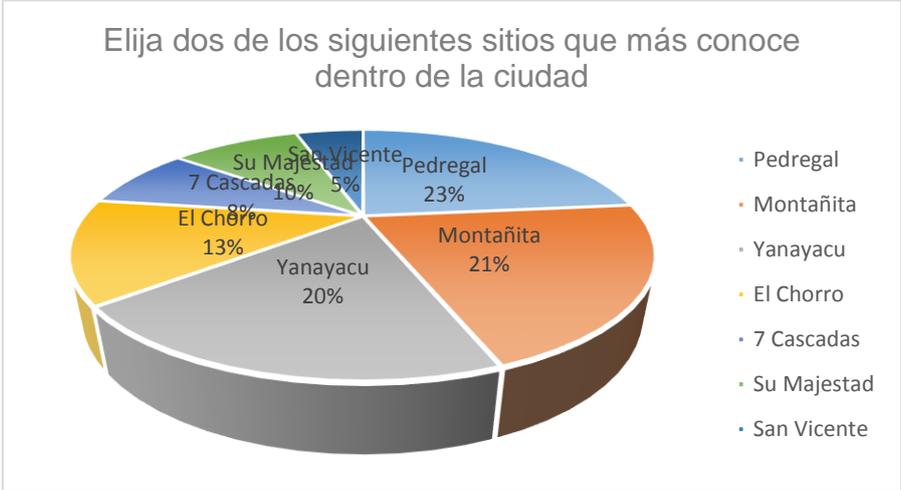
Aspectos que Motivan Visitar La Troncal	
	Total
Gastronomía	13
Atractivos Naturales	21
Atractivos Superficiales	22
Cultura	5
Gente	7
Deportes Extremos	12
Total Encuestados	80

Elaborado por Autor

Según los datos recopilados la principal motivación que tienen los turistas que visitan La Troncal son los atractivos artificiales que tiene la ciudad: balnearios, parques acuáticos, entre otros, estos representan un 28%, muy seguido de los atractivos naturales con un 26%, esto refleja el deseo principalmente de relajación y disfrute que tienen los visitantes de La Troncal.

Pregunta 4: Sitios más reconocidos de La Troncal

Figura 12 Sitios más reconocidos de La Troncal



Elaborado por Autor

Tabla 4 Total Encuestados – Preg4

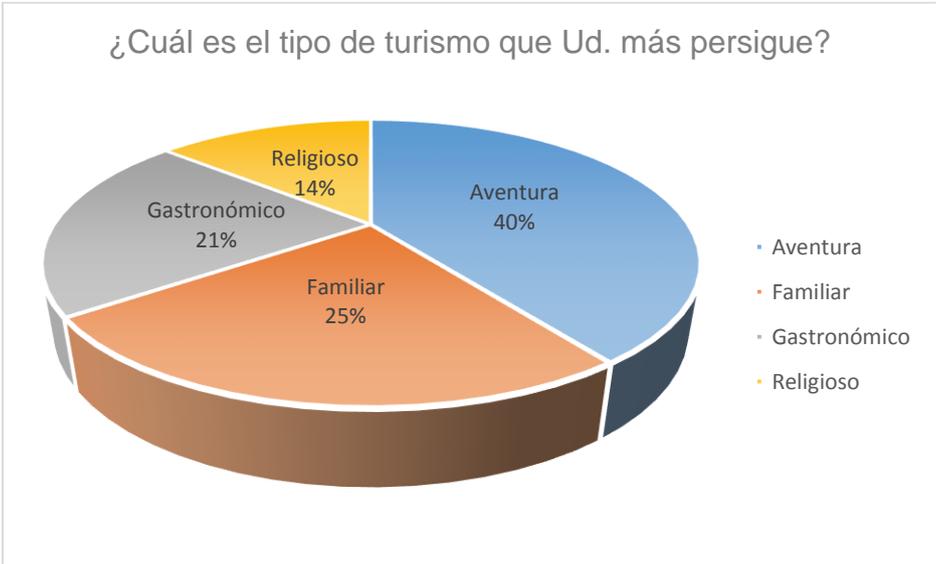
Sitios Reconocidos de La Troncal	
	Total
Pedregal	33
Montañita	37
Yanayacu	31
El Chorro	21
7 Cascadas	13
Su Majestad	15
San Vicente	8
Total Encuestados	158

Elaborado por Autor

El principal centro turístico que reconocen los turistas es el balneario Pedregal, cuyo porcentaje de reconocimiento llega al 23%, muy seguido del balneario Montañita que tiene un porcentaje del 21%. Estas cifras reflejan una estrecha relación con la principal motivación que tienen los turistas que llegan a La Troncal: los atractivos artificiales.

Pregunta 5: Tipo de turismo que más se persigue

Gráfico 1: Tipo de turismo que más se persigue



Elaborado por Autor

Tabla 5 Total de Encuestados – Preg 5

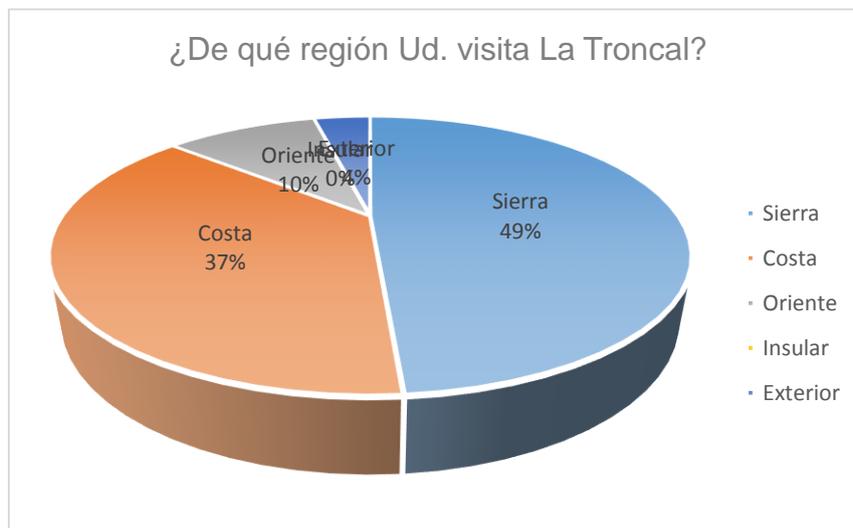
Tipo de turismo que más se persigue	
	Total
Aventura	32
Familiar	20
Gastronómico	17
Religioso	11
Total Encuestados	80

Elaborado por Autor

El principal tipo de turismo o tipo de actividades turísticas que buscan los visitantes de La Troncal es el de Aventura, así muestra un porcentaje del 40%, seguido del familiar con un 25 %, esto debido a las variedad de sitios naturales principalmente que posee la zona.

Pregunta 6: Principal región de donde visitan La Troncal

Gráfico 2: Regiones que visitan La Troncal



Elaborado por Autor

Tabla 6 Total de Encuestados – Preg 6

Regiones que Visitan La Troncal	
	Total
Sierra	39
Costa	30
Oriente	8
Insular	
Exterior	3
Total de Encuestados	80

Elaborado por Autor

Estos datos muestran que la región que mayoritariamente visita el cantón es la sierra ecuatoriana, la misma que refleja un 49% sobre todos los visitantes, seguido está la región Costa, con un 37%, mientras que la población que menos visita la ciudad es la extranjera, esta clasificación muestra apenas un 0,4 %.

Conclusiones

Una vez realizada la investigación pertinente sobre la escasa afluencia de turistas al cantón La Troncal y la falta de difusión turística que existe en el mismo, se determina que el principal factor que motiva esta poca difusión, se debe a la falta de interés por parte de los entes municipales, quienes no explotan a una escala mayor todos los atractivos turísticos de la región, a esto se suma un escaso presupuesto para inversión en proyectos de difusión.

De igual manera se identifica que los principales atractivos turísticos que posee La Troncal son: 7 Cascadas, Parque ecológico Montañita, Balneario Pedregal y el Balneario de aguas termales Yanayacu, siendo de estos los más visitados, Montañita, El Pedregal y Yanayacu.

Las principales tendencias de turismo que buscan los visitantes que llegan a La Troncal son la Aventura y el descanso en Familia, La Troncal cuenta con un sin número de actividades y deportes que se realizan al aire libre además de incontables atractivos turísticos artificiales como balnearios, restaurantes, parques, etc. Estos turistas en su gran mayoría es público femenino que oscila entre los 26 – 35 de años proveniente principalmente de la región sierra.

Con esto se evidencia la factibilidad que tiene el proyecto para cumplir con el objetivo principal del mismo, la Producción de un Audiovisual para la difusión turística de La Troncal, como principal herramienta para promover una difusión a gran escala de los atractivos turísticos de la ciudad y así posicionar a la región entre los principales atractivos turísticos del país.

Las encuestas realizadas a los turistas que visitan La Troncal permiten detallar los puntos relevantes para el desarrollo de la propuesta audiovisual, misma que deberá centrarse en refrescar la imagen de los atractivos ya conocidos por los turistas y difundir los sitios que aún no se conocen.

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O PRESENTACIÓN.

A raíz de la observación e investigación realizada en La Troncal, es muy notorio la falta de promoción que tiene el cantón, por ello se plantea realizar una Producción Audiovisual Promocional de La Troncal, dicha promoción mostrará los principales atractivos turísticos que posee el lugar, su gente, su comida, sus tradiciones, vías de acceso, entre otros, además estará acompañado de una voz en off que va a reforzar y detallar datos relevantes de estos sitios.

La realización de este audiovisual permitirá además de persuadir a los turistas nacionales e internacionales para atraerlos a la ciudad y con esto incrementar el porcentaje de visitantes a la ciudad, ayudará a potenciar la economía del sector generando ingresos relevantes por motivo de turismo.

3.1. Organigrama

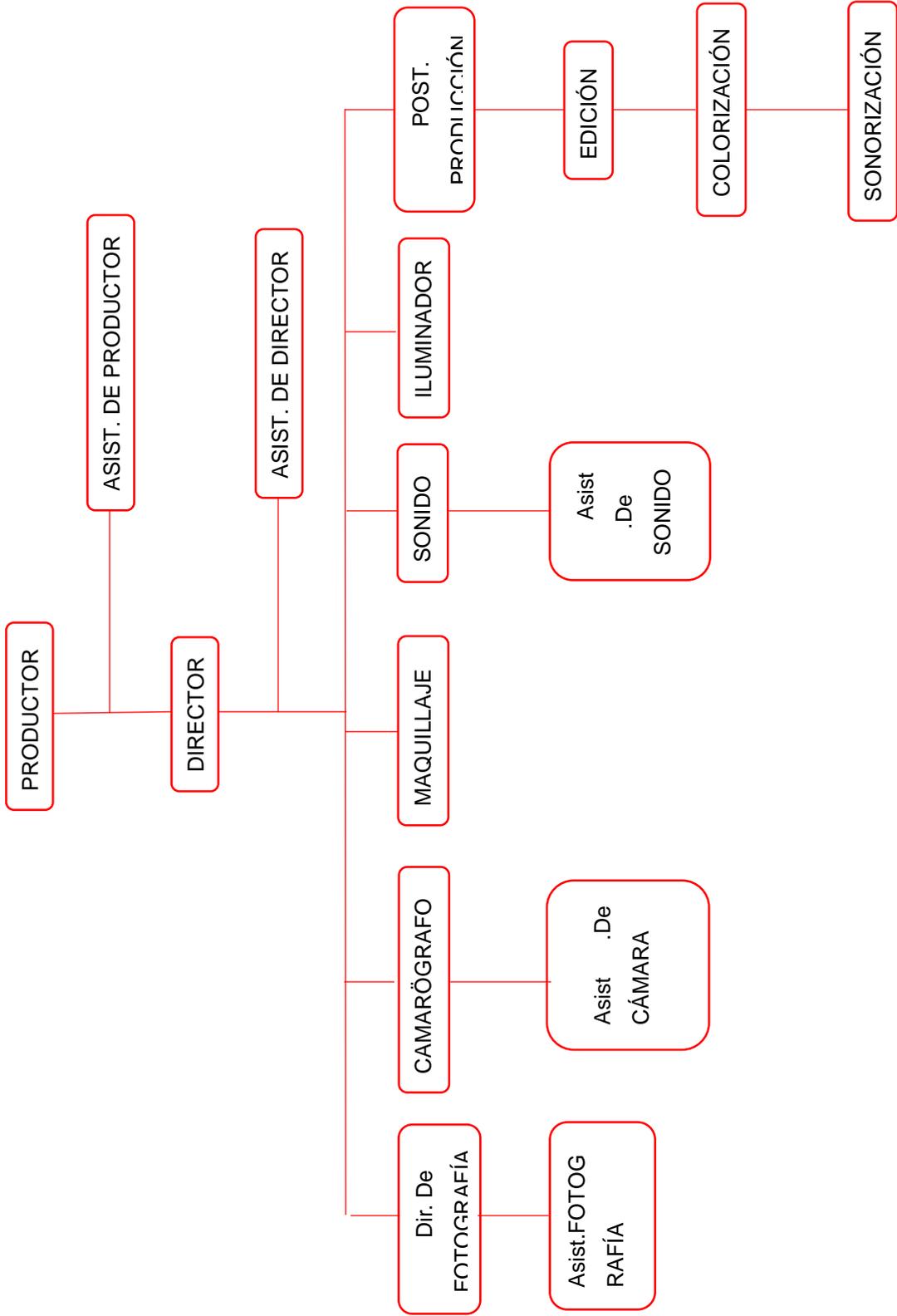


Figura 13 Organigrama

Elaborado por Autor

- **Productor:** Realiza las tareas de coordinación y planificación, presupuesto, grabación y postproducción para la elaboración de un programa o serie de ellos, gestiona y facilita los recursos humanos y técnicos necesarios para la consecución de los objetivos marcados (Sainz, citado por Hernández & Urvina, 2015, pág. 15).

La figura de un productor es de vital importancia dentro de un rodaje, debido principalmente a que es el encargado de localizar toda la logística necesaria para que se de dicha producción, es el encargado con su departamento ubicar a actores, técnicos, locaciones, permisos, la parte económica y en muchas ocasiones es el encargada de encontrar y contratar al director de determinado rodaje. Es por estas razones que es imprescindible contar con la figura de un productor dentro de este proyecto.

- **Director:** “Persona que se encarga de coordinar en la película cinematográfica las labores de puesta en escena de las acciones, de las cualidades estéticas, de la producción, así como de los planes de trabajo y de acabado general” (Cardero, 1994, pág. 58)

El director es el encargado de tomar las decisiones de todo el equipo involucrado en una producción, y direccionarlos para obtener su visión final de dicho rodaje, tiene la responsabilidad de en conjunto con su equipo (técnicos, actores, etc) aprovechar al máximo el potencial narrativo del guion que se le ha entregado. Un director armoniza todos los recursos disponibles dentro de un audiovisual, es decir color, sonido, planos, actuación, para así en conjunto lograr persuadir la sensibilidad del espectador.

- **Director de Fotografía:** Individuo encargado de trasladar una escena al soporte de la película, es decir, el responsable de la iluminación del decorado o de la localización, de la composición general de la escena, de los colores de las imágenes, de la elección de cámaras, objetivos, filtros y película virgen, de los ajustes, el emplazamiento y el movimiento de la cámara, y de la integración de los efectos especiales (Konigsberg, 2004)

Junto al Director General, el Director de Fotografía tiene la difícil tarea de contar con imágenes lo escrito en el guion, conseguir la estética que el Director General se

plantea, conseguir una imagen de excelente calidad, para ello el Director de Foto, plantea las cámaras, filtros, lentes y demás equipos necesarios para determinada producción, así como también está muy pendiente de la iluminación de las tomas, esto para armonizar con los planos que el previamente ha planificado.

- **Camarógrafo:** Operador encargado de manejar la cámara. Observando la escena a través de un visor, debe asegurar, durante el curso de los múltiples desplazamientos de la cámara o de los interpretos; la permanencia del encuadre elegido por el director (Santovenia, 2006, citado por Hernández & Urvina, 2015, pág. 16).

El camarógrafo es quien además de realizar el encuadre y ajuste al plano solicitado por el director para lo cual deberá conocer sobre los principios de fotografía, debe tener vastos conocimientos técnico sobre el manejo de su equipo de filmación y de los auxiliares que esta puede tener, así también debe manejar la iluminación, debe ser creativo, ya que tiene la posibilidad de proponer ideas de encuadres a los directores.

- **Sonido:** “Grupo de trabajo que durante el rodaje de la película se encarga del área relacionada con este aspecto” (Cardero, 1994, pág. 122).

Debido a factores que muchas de las ocasiones se van de las manos del equipo de producción dentro de un rodaje como es el ruido proveniente de los vehículos, de personas, etc, los mismos que se introducen en el registro de audio que captan cámaras y dañan la toma, se procede a registrar el audio por separado, con equipos de mayor precisión para entre trabajo, los cuales excluyen el ruido ambiental permitiendo registrar solo que deseado, esta labor la realiza el encargado del sonido dentro de un rodaje.

Iluminador: El técnico en iluminación es el encargado de usar las luces de manera adecuada para así crear un ambiente o atmósfera en la escena, por ejemplo, iluminación de clave tonal baja para una atmósfera de misterio (Konigsberg, 2004, pág. 266)

La función del Técnico Iluminador va más allá de simplemente llenar de luces el estudio, es el encargado de darle una intensidad a los esquemas de luces planteados según determinada escena, la idea es crear un ambiente diferente usando diferentes tipos de luces, filtros, colores, etc.

- **Maquillaje:** Productos cosméticos que se aplican al rostro o a cualquier parte del cuerpo de los intérpretes para realzar o modificar su aspecto, prepararlos para un papel particular, o para adecuarlos para ser filmados (Konigsberg, 2004, pág. 303).

Dentro de una producción, el maquillaje tiene como función además de cubrir el brillo o imperfecciones en el rostro de los actores, cumplen la función de caracterizar las cualidades o defectos físicos de los personajes que están en el guion, es decir, cicatrices, lunares, heridas, entre otros.

- **Editor:** Técnico que desde el rodaje de la película cinematográfica observa las escenas y las tomas, las compagina y decide, en ocasiones, como se deben usar, la ubicación, la secuencia y la duración en la película. A veces indica también que escenas complementarias se deben rodar (Cardero, 1994, pág. 62).

Este es el encargado de desechar las tomas que no sirven y ensamblar las que sí, con lo que se busca formar una sola narración coherente, el Editor trabaja junto al Director general, quién dirige este proceso, para obtener un corte de la película basado en su percepción de la película o producción.

- **Colorización:** “Alterar la cualidad del color de una imagen durante el positivado” (Konigsberg, 2004, pág. 141).

Este proceso de la postproducción consiste en corregir digitalmente ciertas imperfecciones de las tomas, como: Brillo, contraste, además en la colorización se le da un look característico a la película, esto mediante el manejo de los colores o filtros que ofrecen los programas de colorización digital.

- **Sonorización:** Técnico que se encarga del armado de las pistas, de la obtención del sonido de los archivos, de la supervisión de la grabación del sonido incidental, de la música de fondo, del efecto musical, así como de la formulación de los diafragmas de a regrabación y de la supervisión de la regrabación (Cardero, 1994, pág. 62).

3.2. Cronograma

Actividades		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
Investigación																																					
	Capítulo I: Justificación del tema, determinación del problema pregunta problema, objetivos. Capítulo II: Método de investigación aplicada, instrumentos de investigación, resultados.																																				
Pre Producción																																					
	Organigrama																																				
	Guión Literario																																				
	Guión Técnico																																				
	Cronograma																																				
	Presupuesto																																				
	Plan de Rodaje																																				
Producción																																					
	Scouting, Registro Visual y Sonoro de escenas																																				
Post Producción																																					
	Edición																																				
	Colorización																																				
	Post Producción																																				
	Sonorización																																				
Proyección																																					
	Proyección																																				

3.3. Presupuesto

PREPRODUCCIÓN					
Descripción	Cantidad	Unidad (Días)	Valor unitario (x día)	Subtotal	Total
Gastos Operativos					75
Alimentación	1	5	5	25	
Movilización (Combustible)	1	5	10	50	
DESARROLLO DE GUIÓN					50
Desarrollo de Guión: Técnico, Literario, Story Board	1	5	10	50	
TOTAL COSTO PREPRODUCCIÓN					\$ 125,00
PRODUCCIÓN					
Descripción	Cantidad	Unidad (Días)	Valor unitario (x día)	Subtotal	Total
HONORARIOS					10060
Productor	1	17	110	1870	
Asistente de producción	1	17	70	1190	
Director	1	12	130	1560	
Asistente de dirección	1	12	50	600	
Iluminador	1	8	30	240	
Camarógrafo	1	10	100	1000	
Asist. Cámara	1	10	60	600	
Director de Fotografía	1	10	160	1600	
Sonido	1	8	100	800	
Asis. Sonido	1	8	50	400	
Maquillaje	1	8	25	200	
DATOS GENERALES					4630
Cámara 5D II	1	10	150	1500	
Cámara T5i	1	10	80	800	
Go Pro hero 4	1	6	30	180	
Drone Phantom 3 PRO-DJI	1	4	140	560	
Lente Canon 35 mm	1	10	35	350	

Lente Canon 18 - 200	1	10	50	500	
Trípode manfrotto	2	10	25	500	
Grabadora de Audio Zoom H4N	1	8	30	240	
GASTOS GENERALES					750
Movilización (Combustible)	1	10	15	150	
Catering	1	10	60	600	
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN					\$ 15.440,00
POST PRODUCCIÓN					
Descripción	Cantidad	Unidad (Días)	Valor unitario (x día)	Subtotal	Total
HONORARIOS					690
Sonidista	1	3	40	120	
Editor	1	7	60	420	
Colorizador	1	3	50	150	
TOTAL COSTO POST PRODUCCIÓN					\$ 700,00
COSTO TOTAL PROYECTO					\$ 16.255,00

Tabla 7 - Presupuesto

Elaborado por Autor

3.3.1. Recursos Técnicos

- Cámara Canon 5D Mark II
- Cámara Canon T5i
- Lente Fijo Canon 50mm
- Lente Teleobjetivo Canon 18 – 200
- Cámara GoPro Hero 4
- Drone Phantom 3 PRO-DJI
- Trípode Manfrotto
- Grabadora de Audio Zoom H4N

3.3.2. Personal Operativo

Producción:

- Productor
- Asistente de Producción
- Director
- Asistente de Dirección

Operaciones:

- Iluminación
- Asistente de Iluminación
- Camarógrafo
- Asistente de Cámara
- Director de Fotografía
- Sonido
- Asistente de Sonido
- Maquillista

Post Producción:

- Editor
- Colorista
- Sonidista

3.4. Propuesta Artística

La siguiente propuesta consiste en la realización de un audiovisual promocional del Cantón La Troncal, en donde se promocióne los principales atractivos turísticos del mismo.

Esta producción busca mostrar a detalle cada uno de los centros turísticos que posee la ciudad, sus atractivos naturales, su gastronomía, su oferta hotelera, su gente, su cultura, sus vías de acceso y demás relevancias turísticas, para ello el video estará acompañado de una narración que en conjunto con músicas de fondo permitirá dinamizar esta propuesta y persuadir a los turistas.

Tratamiento:

Se observa grandes montañas, seguido de esto se ve las principales vías de ingreso hacia La Troncal, desde Guayaquil y Cuenca, se ve a una turista observando desde la ventana de un bus interprovincial que llega a la ciudad.

Se ve imágenes de la vegetación al llegar a la troncal, a través de la ventana del bus, se ve una imagen aérea de la entrada principal a La Troncal.

Se observa gente bajándose de un bus interprovincial, se ve imágenes de la gente de La Troncal, el centro de la ciudad, su comercio, se mira a los turistas comiendo en el sector “Las carretas”, tomas aéreas de la ciudad.

Se observa tomas de los parques de la ciudad, sus iglesias, su mercado central, se mira a la turista descalza por el río de Cochancay, se sienta y lo observa, tomas aéreas desde la entrada de La Troncal desde Cochancay, se mira tomas de la vegetación de La Troncal, sus animales.

La turista se tiran a la piscina del complejo montañita, camina por el lugar y pesca en el lago artificial de este complejo, tomas aéreas del lugar, detalles de su vegetación y animales, sus turistas.

Panorámica de la ciudad, tomas de gente sonriente y saludando a la cámara, time lapse del atardecer de la ciudad.

Toma panorámica del ingenio de La Troncal, toma aérea de los cultivos de caña de azúcar, zafreros cortando la caña y saludando a la cámara.

Se observa imágenes de los deportes que se practican en la ciudad: Downhill, parapente, motociclismo, los turistas descendiendo de las 7 Cascadas, tomas aéreas del sitio.

Imágenes de niños saltando en el parque acuático del balneario “Su Majestad”, modelo bronceándose en el complejo.

La turista descendiendo por el tobogán principal del centro turístico “El Pedregal”, imágenes de ella dentro de la piscina, demás turistas disfrutando del lugar.

Imágenes de la ciudad por la noche, el tráfico, luces artificiales, turista cenando en el restaurant “El Ché”.

3.4.1. Guion Literario

Nombre:	Descubre La Troncal
Autor:	Italo Suqui Castro
VIDEO	AUDIO
<p>Fade In</p> <p>Toma aérea de montañas</p> <p>Toma aérea de ingreso a la ciudad</p> <p>Rostro de turista desde la Ventana de un bus</p> <p>Toma aérea del ingreso a la ciudad</p> <p>Imagen de niños sonriendo a la cámara</p> <p>Imágenes del centro de la ciudad</p> <p>Imágenes aéreas sector 7 cascadas</p> <p>Imágenes del sector de las carretas</p> <p>Imagen de turista caminando por el sector de las carretas</p>	<p>Entra Música de fondo</p> <p>Baja música</p> <p>Narrador:</p> <p>En medio de grandes montañas existe un lugar pequeñito con gente de gran corazón, en donde nos esperan con los brazos abiertos sin haber sido invitados.</p> <p>Narrador:</p> <p>Aquí, la magia de su gente te hará palpitar, en donde no necesitas más que perderte entre sus paisajes para poder descubrirte</p>

	Narrador:
Toma de la vendedora de "cuy" Imágenes de La ciudad	Aquí no se habla de comida, sino de sentimientos y tradiciones
Toma aérea del centro turístico la montaña	Narrador:
Imágenes de las piscinas y áreas verdes del lugar	Su generosidad y alegría te llenará.
Imagen general del centro turístico el pedregal	
Toma de sus toboganes, canchas y demás turistas	En donde para divertirte no necesitas nada porque lo tiene todo
Imagen de la iglesia de la nube	
Tomas del mercado municipal y su gente, su comercio	Un viaje que lo convertirás en varios.
Toma aérea de La Troncal, vista desde cochancay	
Imagen del río de cochancay Audio	

<p>Imagen sector 7 cascadas</p> <p>Toma de turista haciendo canopyn</p>	<p>Vive momentos de emoción y adrenalina</p>
<p>Tomas de montañas sector Yanayacu</p> <p>Imagen de ciclistas descendiendo por estas montañas</p>	<p>Porque no tienes que ser un experto en deportes, sino solo disfrutar</p>
<p>Imagen de turistas escalando una cascada</p>	
<p>Turista lanzándose a un lago</p>	

	Audio
Time lapse de laguna del río cochancay	
Toma aérea de La Troncal desde el sector "Amarillar"	
Turista volando en un parapente	Descubre sus coloridos paisajes, su cultura, su música, su comida, descubre esta ciudad
Imágenes del desfile estudiantil en las festividades del cantón	Ciudad armoniosa
Imagen de turistas almorzando en restaurant "El Che"	Ciudad que te llena de vida
Imágenes del altar de la Iglesia "Virgen de la Nube"	
Imágenes del mercado municipal	Una ciudad de bellezas incontables
Toma de modelo bronceándose en las piscinas del centro turístico "Su Majestad"	
Imágenes de animales gigantes de complejo turístico "Aras del paraíso"	

Video	Audio
Toma aérea de cultivos de caña de azúcar	Narrador:
Modelo se lanza a piscina de centro turístico "El Pedregal"	Ciudad colorida, en donde sus habitantes construyen un mejor mañana
Toma de turistas recorriendo el centro de la ciudad	Porque aquí no necesitas dormir para poder soñar
Imágenes de la vegetación de La Troncal	Aquí cada calle, cada lugar, es un nuevo tesoro para descubrir
Toma aérea del centro de la ciudad	A veces es necesario estar lejos para encontrarse a uno mismo
	Crea una historia y vívela en La Troncal

Tabla 8 Guion Literario

Fuente: Autor

3.4.2. Guion Técnico

DESCUBRE LA TRONCAL

ESCENA: 1 Centro de la ciudad

LOCACIÓN: Centro de La Troncal

EXT.



INT.



DÍA



TARDE



NOCHE



Plano	Encuadre	Movimiento y Ángulo	Acción en la Pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambientación (Iluminación)	Sonido
1. PG	Desde arriba, centro de la ciudad	Toma aérea	Se ve todo el tránsito de la ciudad, su gente	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Aquí la magia...
2. PD	Solo rostro	Dolly In	Niña sonríe a la cámara	-	Ambiental, con rebotador	- Instrumental -Voz en Off: Te hará palpar...
3. PM	Desde la cintura	Dolly In	Vendedor de jugos saluda a la cámara	-	Ambiental, con rebotador	Instrumental
4. PG	Desde el piso, Blvd Alfonso Andrade	Fijo	Transeúntes del sector, entran y salen de la toma	-	Ambiental	Instrumental
5. PG	Desde el piso, bastante aire en la toma	Paneo	Jugadores de la cancha san gerardo	-	Ambiental	Instrumental

6. PM	Vendedora de tortillas, se ve la Sra y su triciclo	Fijo	Vendedora de tortillas las termina de freir	-	Ambiental con rebotador	Intrumental
-------	--	------	---	---	-------------------------	-------------

Tabla 9 Guion Técnico - Escena 1

Fuente: Autor

ESCENA: 2 Paisajes Ciudad

LOCACIÓN: Afuera de La Troncal

EXT.



INT.



DÍA



TARDE



NOCHE



Plano	Encuadre	Movimiento y Ángulo	Acción en la Pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambientación (Iluminación)	Sonido
7. PG	Toma aérea desde el piso, desvío 7 Cascadas	Tilt Up	Se mira la vegetación del lugar, el río y de fondo se aprecia parte de la ciudad	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: No necesitas más que perderte...
8. PG	Poza de San Vicente, desde el piso	Paneo	Turistas bañándose en la poza de San Vicente	-	Ambiental	Instrumental
9. PG	Toma aérea, sector amarillal	Paneo	Vista desde el sector de amarilla, de fondo se mira La Troncal	-	Ambiental	Instrumental

Tabla 10 Guion Técnico - Escena 2

Fuente: Autor

ESCENA: 3 Comidas de la ciudad

LOCACIÓN: Sector de comidas de La Troncal

EXT.



INT.



DÍA

TARDE



NOCHE



Plano	Encuadre	Movimiento y Ángulo	Acción en la Pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambientación (Iluminación)	Sonido
10. PM	Desde la cintura de la pareja, desenfocado que atrás	Dolly Out	Turista camina sonriente por el sector de la carretas de la troncal	-	Ambiental, relleno con rebotador	- Instrumental -Voz en Off: Aquí no se habla de...
11. PM	Pareja sentada, se ve parte del comedor y detrás de las personas	Dolly In	Turista se sienta en una "carretilla", procede a servirle un plato típico "carne asada"	-	Iluminación de un punto frontal, rellena con rebotadores	Instrumental
12. PM	Detalle del plato que sirve la Sra, se sube la toma hasta llegar al rostro de la sra	Tilt Up	Vendedora sirve un plato de comida a los turistas y sonríe	-	Ambiental rellena con rebotes	Instrumental
13. PG	Desde el piso	Paneo	Toma general del sector "Las Carretas"	-	Ambiental	Instrumental

14.	Detalle del cuy en la brasa, la toma sube hasta llegar al rostro de la vendedora	Tilt Up	Vendedora prepara cuy asado, se mira el cuy en la brasa	-	Ambiental rellena con rebotes	Instrumental
15.	Secuencia: detalle del corte del cuy, toma sube hasta el rostro de la pareja de turistas	Secuencia, Tilt Up	Vendedora corta una parte del "cuy" y deja probar a los turistas, ellos sonríen	-	Ambiental rellena con rebotes	- Instrumental -Voz en Off: Su generosidad y...
16.	Solo el rostro de la vendedora	Fijo	Vendedora de "cuy" sonriente	-	Ambiental rellena con rebotes	Instrumental

Tabla 11 Guion Técnico - Escena 3

Fuente: Autor

ESCENA: 4 Lugares - Diversión

LOCACIÓN: Centros Turísticos La Troncal

EXT.



INT.



DÍA

TARDE



NOCHE



Plano	Encuadre	Movimiento y Ángulo	Acción en la Pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambientación (Iluminación)	Sonido
17. PG	Toma aérea centro "Montañita"	Paneo Aéreo	Se mira todos los atractivos del lugar, piscinas, áreas verdes	-	Ambiental	Instrumental
18. PG	Fija a la piscina, turista ingresa y se tira a la misma	Dolly In	Turista corre y se tira a la piscina	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: En donde para divertirse...
19. PM	Bajo del agua, entra a la toma después de su salto	Fijo	Turista termina su salto dentro de la piscina	-	Ambiental	Instrumental
20. PM	Desde la cintura de la pareja	Travelling	Turista camina por un pasillo con rosas del complejo "Pedregal"	-	Ambiental rellena con rebotes	Instrumental
21. PM	Selfie de turista bajando por tobogán	Fijo	Turista baja por el tobogán muy alegres	-	Ambiental	Instrumental

22. PG	Toma desde el piso, el tobogán se mira de fondo	Paneo	Turista sale del tobogán y termina en la piscina	-	Ambiental	Instrumental
--------	---	-------	--	---	-----------	--------------

Tabla 12 Guion Técnico - Escena 4

Fuente: Autor

ESCENA: 5 Viaje

LOCACIÓN: Centro de La Troncal

EXT.



INT.

DÍA



TARDE

NOCHE

Plano	Encuadre	Movimiento y Ángulo	Acción en la Pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambientación (Iluminación)	Sonido
23. PG	Turista corriendo por la plaza, toma desde la cintura, la toma termina enfocando la iglesia	Travelling - Tilt Up	Turista corre por la plaza de la Iglesia La Nube	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Un viaje que lo convertirás ...
24. PD	Encuadre de pies rozando la orilla del río Cochancay	Fijo	Turista camina a la orilla del río Cochancay	-	Ambiental, rellena con rebotes	Instrumental
25. OS	Toma desde el hombro de la	Travelling	Turista caminan a la orilla del río Cochancay	-	Ambiental	Instrumental

	turista, termina la toma enfocando el cielo					
26. PD	Rostro de la turista, se mira muy poco de su pareja	Fijo	Pareja de turistas viaja en un colectivo de La Troncal, miran por la ventana	-	Ambiental	Instrumental
27. PM	La pareja sentada, se ve algunas de las personas que viajan en el bus con ellos	Dolly In	Pareja de turistas viaja en un colectivo de La Troncal, miran por la ventana	-	Ambiental	Instrumental

Tabla 13 Guion Técnico - Escena 5

Fuente: Autor

ESCENA: 6 Deportes

LOCACIÓN: Afueras de La Troncal

EXT.



INT.



DÍA



TARDE



NOCHE



Plano	Encuadre	Movimiento y Ángulo	Acción en la Pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambientación (Iluminación)	Sonido
28. PG	Toma aérea La Troncal	Paneo	Se mira toda la troncal y sus movimientos	-	Ambiental	Instrumental

	(sector F.Q)					
29. PG	7 Cascadas, desde el piso y la toma sube	Tilt Up	Se ve las cascadas	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Vive momentos de emoción...
30. PG	Toma aérea, rostro de turista	Cámara sigue a turista en el Canopy	Turista viaja muy sonriente por el canopy	-	Ambiental	Instrumental
31. PM	Toma empieza arriba y descien de	Tilt Down	Ciclistas bajan por la montaña	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Porque no necesitas ...
32. OS	-	Fijo	Ciclistas bajan por la montaña	-	Ambiental	Instrumental
33. PS	Se mira como el turista escala por la cascada	Fijo	Turista sube por una de las 7 Cascadas	-	Ambiental	Instrumental
34. PS	Se mira como el turista cae en el lagog	Fijo	Turista se lanza hacia un riachuelo	-	Ambiental	Instrumental

Tabla 14 Guion Técnico - Escena 6

Fuente: Autor

ESCENA: 7 Paisajes

LOCACIÓN: Afueras de La Troncal

EXT.



INT.



DÍA

TARDE



NOCHE



Plano	Encuadre	Movimiento y Ángulo	Acción en la Pantalla	Vestuario y otros detalles	Ambientación (Iluminación)	Sonido
35. PG	Toma general, time lapse	Fijo	Se mira la laguna ubicada a metros del río cochancay	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Descubre sus coloridos...
36. PG	Aérea desde el sector amarillar	Dolly In	Se ve toda la troncal	-	Ambiental	Instrumental
37. PG	Turista vuela en parapente	Cámara sigue a turista en el parapente	Turista vuela en un parapente	-	Ambiental	Instrumental
38. PG	Toma general, estudiantes entran y salen de cuadro	Paneo	Estudiantes participan de desfile por las festividades	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Descubre su cultura...
39. PG	Toma media, se observa al vaquero y parte	Dolly In	Montador cabalga a su caballo en el rodeo montubio	-	Ambiental	Instrumental

	del ruedo					
40. PG	Se mira a los gallos y se abre la toma hacia todo la gallera	Dolly Out	Pelea de gallos	-	Ambiental	Instrumental
41. PM	Toma empieza con la turista, se abre y se mira a los dos	Paneo	Pareja almuerza en el restaurante "El Ché"	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Su comida, su música...
42. PG	Toma empieza desde el piso, se abre y muestra todo el altar	Tilt Up	Detalles de la Iglesia La Nube	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Descubre esta ciudad...
43. PG	Toma General	Paneo	El comercio del sector del mercado municipal	-	Ambiental	Instrumental
44. PG	Se ve los cultivos de caña y sus trabajadores	Paneo	Toma a los cultivos de caña del Ing. Ecudos	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Ciudad armoniosa ...
45. PM	Se mira la copa de vino, toma se abre	Paneo	Modelo toma el sol en piscina del complejo	-	Ambiental	Instrumental

	hasta llegar a modelo		“Su Majestad”			
46. PG	Toma desde el piso hasta llegar a estatuas	Dolly In	Figuras de animales del centro turístico (Ubicado arriba de cochancay)	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Ciudad llena de...
47. PG	Desde el piso, dejando bastante aire	Travelling	Modelo corre y se tira a la piscina	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: De bellezas incontable ...
48. PD	Detalle de rosa	Fija	Una rosa roja, de fondo contrasta el sol	-	Ambiental	Instrumental
49. PM	Desde la cintura	Travelling	Pareja camina por la orilla de la vía hacia La Troncal	-	Ambiental	Instrumental
50. PP	Se ven las luces de la vía a través, se cierra la toma y se mira a la turista	Paneo	Turistas miran por la ventana de un auto mientras recorren las calles de la ciudad	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Ciudad Colorida...
51. PP	Detalle de vegetación	Fijo	Vegetación de La Troncal	-	Ambiental	Instrumental

52. PP	Detalle de animales de la ciudad	Paneo	Aves volando por la ciudad	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Porque aquí...
53. PG	Calle y transeúntes de Av. 25 de Agosto	Dolly In	Transeúntes de principal vía de la ciudad	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Aquí Cada calle, cada lugar...
54.	Toma aérea de las afuera de la ciudad	Paneo	-	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: A veces es necesario ...
55.	Toma aérea del centro de la ciudad, dejando mucho aire	Tilt Up	-	-	Ambiental	- Instrumental -Voz en Off: Crea una historia y vívela en La Troncal...

Tabla 15 Guion Técnico - Escena 7

Fuente: Autor

3.4.3. Plan de Rodaje

Plan de Rodaje								
Título: Descubre La Troncal								
DÍA	FECHA	HORA	ES	PL	LOCACIÓN	DESCRIPCIÓN	DETALLE	
1								
	15/Jul	08:00/09:00	9	54	Mercado Municipal	Comercio del sector	Detalles del sector	
	15/Jul	09:15/09:45	9	53	Iglesia la nube (Int)	Detalles del altar	-	
	15/Jul	10:15/11:00	3	15	Centro de la ciudad	Transeúntes del sector	Gente entra y sale de cuadro, time lapse	
	15/Jul	11:15/11:45	3	13	Centro de la ciudad	Gente sonriente	Niños miran a la cámara y sonrien	
	15/Jul	12:00/13:00	BREAK					
	15/Jul	13:15/14:00	3	14	Centro de la ciudad	Vendedores sonríen y saludan a la cámara	-	
	15/Jul	14:00/15:00	3	17	Parque San Gerardo	Vendedores del sector	Vendedores sonríen a la cámara	
	15/Jul	15:15/16:00	3	16	Parque San Gerardo	Jugadores en cancha de Bolly		
	15/Jul	16:15/17:00	9	64	Centro de la ciudad	Calles principales de la ciudad	-	
2								
	16/Jul	08:00/09:00	4	18	Sector 7 Cascadas	Se ve la vegetación, se abre la toma hasta ver a la ciudad a los lejos	Empieza desde abajo y se eleva	
	16/Jul	10:00/11:00	4	20	Sector Amarillal	Vegetación, nubes, a lo lejos la ciudad	-	
	16/Jul	12:00/13:00	6	28	Centro Montañita	Vegetación y atractivos del lugar	Detalle de sus piscinas,	

							flores, animales
	16/Jul	13:30/14:30	BREAK				
	16/Jul	15:00/15:30	8	39	Sector FQ	Toma aérea de la entra a La Troncal	Se aprecia los vehículos del sector
	16/Jul	16:00/17:30	3	12	Centro de la ciudad	Toma aérea	Detalle del tráfico del centro de la ciudad
	16/Jul	18:00/19:00	9	65	Afuera de la ciudad	-	Afuera de la ciudad, se ve el atardecer
3							
	17/Jul	08:00/09:00	9	55	Sector Ingenio	Se ven los cultivos de caña, y el ingenio azucarero	Toma aérea
	17/Jul	10:00/11:00	4	19	Poza San Vicente	Turista duchándose en la laguna	-
	17/Jul	11:00/12:00	8	42	Sector Yanayacu (Donwhill)	Ciclistas descendiendo montaña	Aérea
	17/Jul	12:00/13:30	BREAK				
	17/Jul	14:00/14:30	7	37	Centro de la ciudad	Turista viaja en un colectivo de la ciudad	Primer plano de rostro de turista
	17/Jul	14:30/15:00	7	38	Centro de la ciudad	Turista viaja en un colectivo de la ciudad	Plano medio de turista
	17/Jul	15:30/16:00	7	34	Plazoleta La Nube	Turista corre por la plazoleta de la nube	Paneo y seguimiento
	17/Jul	17:00/19:00	7	36	Río Cochancay	Pareja camina a orillas del río cochancay	Detalle de los pies y O.S
	17/Jul	19:30/20:00	9	52	Restaurante "Che"	Pareja Cena en el restaurant	Toma cerrado a vaso, se abre la misma y se

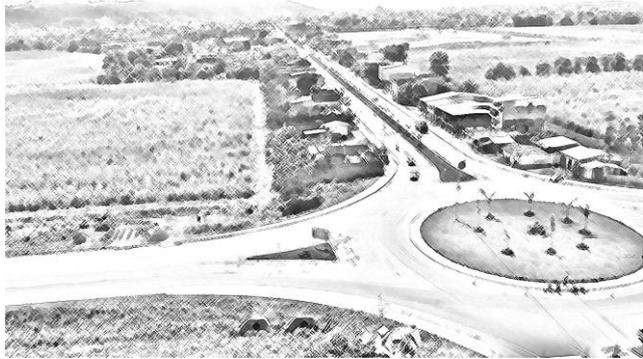
							ve a la pareja
	17/Jul	20:30/21:00	9	61	Centro Nocturno de la ciudad	Turista recorre la ciudad por la noche dentro de un auto	Detalle de rostro de turistas

4								
	18/Jul	10:00/11:00	6	31	Áreas verdes, el Pedregal	Pareja de turistas caminan por el lugar	Encuadre desde la cintura	
	18/Jul	11:00/12:00	6	32	Tobogán, el Pedregal	Turista descendiendo por el tobogán del lugar	Primer plano, selfie.	
	18/Jul	12:30/13:30	BREAK					
	18/Jul	14:00/14:45	9	60	Vía Principal, sector Cochancay	Turista camina por la orilla de la calle	Detalle de manos y plano medio	
	18/Jul	15:00/16:00	6	30	Complejo "Su Majestad"	Modelo corre y se tira a piscina	Seguimiento y detalle de clavado	
	18/Jul	16:30/17:30	9	56	Complejo "Su Majestad"	Modelo toma el sol y bebe de una copa	Detalle de la copa, toma se abre hacia modelo	
	18/Jul	17:30/18:00	9	59	Complejo "Su Majestad"	Detalles del lugar	-	

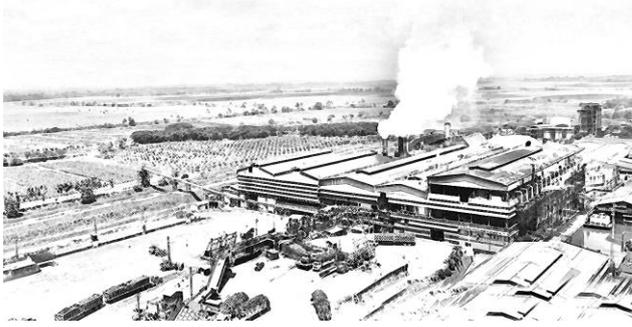
Tabla 16 Plan de Rodaje

Fuente: Autor

3.4.4. Story Board

Nombre:	Descubre La Troncal
Autor:	Italo Suqui Castro
	<p>Toma: 1 Montañas del sector el amarillal</p>
	<p>Toma: 2 Redondel Ingreso a La troncal</p>
	<p>Toma: 3 PP: Vendedores de la Región</p>

	<p>Toma: 4 Tomas Mirador El Amarilla</p>
	<p>Toma: 5 Iglesia La Nube</p>
	<p>Toma: 6 Balneario El Chorro</p>
	<p>Toma: 7 Turista en Balneario Montaña</p>

	<p>Toma: 8 Ingenio Ecúdos</p>
	<p>Toma: 9 Pista de DownHill Bananas Bike</p>
	<p>Toma: 10 Pista de DownHill Bananas Bike</p>
	<p>Toma: 11 Puente Ingreso al cantón</p>

	<p>Toma: 12 Imagen centro del cantón</p>
	<p>Toma: 13 Población del cantón</p>
	<p>Toma: 14 Deportes Extremos</p>

Tabla 17 Story Board

Fuente: Autor

3.5. Gestión de Proyección del Producto Artístico

Una vez concluida la realización de este audiovisual se tiene prevista la proyección del mismo en el auditorio municipal de la ciudad, en donde asistirán las principales autoridades del GAD Municipal, para con ello obtener y evaluar sus observaciones con respecto al audiovisual.

Además de la proyección a las autoridades, mediante la unidad de turismo de La Troncal, se obtuvo el compromiso para que el audiovisual sea difundido en la página web de la municipal, así como también en las redes sociales que maneja el municipio y la unidad de turismo.

De igual manera se mantuvo conversaciones con la prefectura del cañar, quienes accedieron a publicar y difundir el video promocional a través de su sitio web, así como también eventos y demás proyectos de difusión que existan en la provincia.

4. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

- Las producciones audiovisuales adaptadas al sector turístico son de gran importancia en el desarrollo turístico y posicionamiento de determinado sitio o ciudad, puesto que estas permiten mostrar una imagen atractiva del lugar y persuadir a su visita.
- La Troncal presenta a sus visitantes una gran variedad de atractivos turísticos, tanto naturales como artificiales, lo que la convierte en una potencia turística regional que aún no ha sido explotada.
- La difusión turística a gran escala que impulse el crecimiento turístico de determinado sitio y que hace uso de herramientas audiovisuales para cumplir este objetivo, es inexistente en La Troncal.
- La escasa difusión turística existente en La Troncal en la actualidad, presenta muchas falencias en su ejecución, puesto que no existe una previa investigación que permita determinar el aspecto turístico relevante en la ciudad.
- Una vez realizado el audiovisual turístico de la ciudad y presentado a las autoridades pertinente, se obtuvo una total aprobación del mismo, de igual manera se acordó con las autoridades distribuir de manera masiva el audiovisual en las redes y sitios oficiales del GAD Municipal, cumpliendo así con nuestro objetivo principal.
- Previo a la publicación del producto audiovisual oficial, se lanzó un triller de este, el mismo que alcanzó un aproximado de 9mil vistas en 1 semana, esto demuestra el alcance y el poder de persuasión que el audiovisual tiene en los turistas.

Recomendaciones:

- Después de realizar la investigación necesaria y haber identificado la principal problemática es tiempo de plantear estrategias correctivas, en este caso la realización de un video promocional que muestre todos los atractivos turísticos de La Troncal.
- Para la realización de un video promocional es de vital importancia visitar los lugares en donde se va a grabar las tomas y previamente realizar una investigación de campo que permita palpar de cerca las necesidades de los habitantes y de sus visitantes, además de conocer vías de acceso, medios de transporte, clima y demás factores que van a interferir en la correcta producción del video.
- Establecer una guía con los principales atractivos que posee la ciudad, esto agiliza el proceso de rodaje
- Al tratarse de un video que implica la participación de diferentes sitios turísticos, mismos que van a estar disponibles en horarios variados, se recomienda mantener constante contacto con los propietarios o administradores de los mismos, esto para que no entorpezca los horarios de grabación previamente acordados.
- Revisar y elegir el equipo técnico y humano necesario para agilizar el proceso de producción, en este punto se debe considerar el tipo de toma o plano que se haya considerado en el guion, esto va a permitir elegir los equipos con mayor precisión.

5. Referencias Bibliográficas

- Acerenza, M. Á. (1996). *Promoción Turística, un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- BID. (2010). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de Crecimiento de la actividad turística en América Latina y el Caribe: <http://www.iadb.org/es/temas/turismo/crecimiento-de-la-actividad-turistica-en-america-latina-y-el-caribe,3853.html>
- BLI. (2008). *Bird Life International*. Obtenido de Sites - Important Bird and Biodiversity Areas (IBAs): <http://www.birdlife.org/datazone/sitefactsheet.php?id=14544>
- Bonilla, E., & Rodríguez, P. (1997). *Más allá del dilema de los métodos*. Colombia: Norma.
- Bustamante, A. (2015). Los Atractivos Turísticos del Cantón La Troncal como Aporte al Turismo en la Provincia del Cañar. (N. Cárdenas, Entrevistador)
- Campoverde, B. (2016). Situación Turística del Cantón La Troncal. (I. Suqu, Entrevistador)
- Cárdenas, F. (1981). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis de Mercados*. México: Trillas.
- Cárdenas, N. (2015). Los Atractivos Turísticos del Cantón La Troncal como aporte al turismo en la Provincia del Cañar. *Trabajo de graduación previa a la obtención del título de "Licenciado en Administración Turística"*, 60.
- Cardero, A. (1994). *Diccionario de Términos Cinematográficos usados en México*. México.
- Ferrés i Prats, J. (1995). Televisión, espectáculo y educación. *Comunicar*, 4, 37–41.
- Flor, S. (1 de febrero de 2011). *Turismo*. Recuperado el 09 de Junio de 2016, de Origen y Evolución de Turismo: <http://florencianur.blogspot.com/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>
- Gacia, Y. (2009). La ciudad como espectáculo. Marketing Territorial, internet y atracción turística en Santiago de Compostelas. Éxito o Fracaso? *Revista Sobre La Sociedad del Conocimiento*, 11.
- GAD La Troncal. (2016). *Gobierno Municipal Autonomo del Cantón La Troncal*. Obtenido de Atractivos Turísticos:

- <http://www.latroncal.gob.ec/WEB14/TURISMO/GRAFICOS2/ATRACTIVO11.PDF>
- GAD La Troncal. (2016). *Gobierno Municipal Autónomo del Cantón La Troncal*. Obtenido de Datos Generales: http://www.latroncal.gob.ec/WEB14/CIUDAD/CIUDAD_INICIO.PHP#datosgen
- GAD La Troncal. (2016). *Gobierno Municipal Autónomo del Cantón La Troncal*. Obtenido de Atractivos Turísticos: <http://www.latroncal.gob.ec/WEB14/TURISMO/GRAFICOS2/ATRACTIVO05.PDF>
- GAD La Troncal. (2016). *Gobierno Municipal del Cantón La Troncal*. Obtenido de Atractivos Turísticos: <http://www.latroncal.gob.ec/WEB14/TURISMO/GRAFICOS2/ATRACTIVO17.PDF>
- GAD La Troncal. (2016). *Gobierno Municipal del Cantón La Troncal*. Obtenido de Atractivos Turísticos: <http://www.latroncal.gob.ec/WEB14/TURISMO2/INFO/NATURATORQUIDEARIO.PDF>
- GAD La Troncal. (2016). *La Troncal Turismo*. Obtenido de Dónde Recrearse: http://www.latroncal.gob.ec/WEB14/TURISMO2/MENU_RECREACION.PHP
- GAD Santa Lucía. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santa Lucía*. Obtenido de El Buen Vivir Para Los Lucianos: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/0960002000001_PDOT-SANTA-LUCIA_16-03-2015_20-37-02.pdf
- García , F. (2005). La serie C.S.I. como metáfora de algunas facetas del trabajo científico. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 374–387.
- Gobierno Provincial del Cañar. (2011). Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=lqGH8b_SOWU
- Gobierno Provincial del Cañar. (2011). *Turismo*. Obtenido de Atractivos Turísticos La Troncal: http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public_html/paginas/cascada-del-rio-azul.85

- Gobierno Provincial del Cañar. (2011). *Turismo*. Obtenido de Atractivos Turísticos La Troncal: http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public_html/paginas/bosque-protector-molleturo--mullopungo--manta-real.86
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Córdoba. Argentina: Brujas.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas: elementos para su diseño y análisis*. Córdoba. Argentina.
- Hernández, C., & Urvina, V. (2015). Producción de un video Promocional Turístico de la Ciudad de Puyo. . *Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Ingeniería en Producción y Dirección de Artes Audiovisuales*, 83.
- Hernández, E. (2006). *Planificación Turística: Un Enfoque Metodológico*. México: Editorial Trillas.
- Hernández, Sampieri, R., & Fernández . (2003). *Metodología de la Investigación*. Chile: Mc Graw Hill.
- Idrovo, F., & Turismo Para Cuenca. (2015). <http://cuencaecuador.com.ec/>. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=bhxPTY9cfs>
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Resultados Censo de Población: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Konigsberg, I. (2004). *Diccionario Técnico Akal de Cine*. Madrid: Akal.
- Lau, C. (2007). Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE). *Tourism and Hospitality Studies*.
- Mediano Serrano, L. (2004). *Gestión del Marketing en el Turismo Rural*. Madrid: Prentice Hall.
- Ministerio de Turismo. (Junio de 2014). *Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ecuador intensifica su promoción turística en el mundo: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-intensifica-su-promocion-turistica-en-el-mundo/>
- Ministerio de Turismo. (2015). <http://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/boletin-trimestral>

- Ministerio de Turismo. (2015). *Viaja Primero Ecuador*. Obtenido de <http://www.viajaprimeroecuador.com.ec/>
- Ministerio de Turismo. (2016). *All You Need is Ecuador*. Obtenido de ecuador.travel: <http://ecuador.travel/es>
- MINTUR. (2015). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de Principales Indicadores de Turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/TurismoReceptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-marzo-2015.pdf>
- Oliveira, S. (2011). La Gastronomía como Atractivo Turístico Primario de un Destino. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 738 - 752.
- OMT. (2008). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Obtenido de Entender el Turismo: Glosario Básico : <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2010). *Turismo en Iberoamérica: Panorama Actual*. Madrid: UNWTO. Secretaría General de Iberoamerica.
- OMT. (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. Obtenido de Ingresos por turismo internacional: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- Ortíz, I., & Quezada, J. (2006). Tesis "Alternativas de Turismo en la Provincia del Cañar.
- Pardinas, F. (2005). *Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales*. Siglo XXI.
- Parker, T.A, J.L, & Carr. (1992). Status of Forest Remnants in the Cordillera de. *Conservation International , RAP Working Papers 2*, 172.
- Peñuelas, R. (2010). *Métodos de Investigación*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Prada Sansegundo, S. (2002). La televisión nos enseña. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*.
- Prefectura del Guayas. (2016). <http://www.guayas.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/>: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/>

- Sandoval Martín, M. (1998). Promoción Turística a través del sector audiovisual. El caso canarias . *Revista Latina de Comunicación Social, n.9*. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/37san.htm>.
- Sarmiento, J. (2013). Estudio de Factibilidad Para La Construcción de un Centro Turístico en Cochancay del Cantón La Troncal, Provincia del Cañar. *Trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magister en Administración de Negocios*, 147.
- Secretaría Técnica de México. (2004). Como Desarrollar un Proyecto de Ecoturismo. 82.
- Varea, A. (2000). *Impacto de la Acción Comunitaria en el Manejo y Conservación de la Biodiversidad*. Obtenido de Conservación del Bosque Protector Molleturo - Mullopungo:
<http://www.yachana.org/ecuatorianistas/encuentro/2002/ponencias/varea.pdf>

6. Anexos

6.1. Entrevistas.

Entrevista 1:

Lcdo. Byron Campoverde, director de la Unidad de Turismo del GAD de La Troncal

1. ¿La Troncal, tiene algún eslogan característico entre quienes la visitan?

Si, tradicionalmente a La Troncal se la conoce La Troncal Tierra dulce del cañar, o también es conocida a nivel provincial, como La Capital Económica del Cañar.

2. ¿Cuál cree Ud. que es la situación actual de La Troncal con respecto a la afluencia de turistas?

En este año la afluencia de turistas se ha visto mermada, principalmente debido a la situación económica que atraviesa el país, y también el poco interés que presentan los propietarios de los balnearios en el tema de permisos, actualización de normas que maneja el gobierno, se les complica, y esto disminuye la afluencia de turistas en los diferentes balnearios y sitios de interés.

3. ¿La municipalidad tiene identificado cuáles son los principales atractivos turísticos que ofrece la ciudad de La Troncal?

Si, al principio de cada año nosotros realizamos un catastro turístico para tener información de los centros y establecimientos turísticos que cuenta La Troncal.

4. ¿Existe una guía turística en donde se muestre estos sitios?

Existe una guía que habla de la historia, de los principales atractivos que tiene La Troncal, da una información breve de cada centro turístico, pero no da una información exacta de cada uno de estos centros.

5. ¿Esta guía es digital, física y como es su distribución?

Esta guía es física, las personas que deseen la guía deben acercarse a la oficina de la unidad de turismo y nosotros la brindamos.

6. ¿De qué regiones principalmente visitan La Troncal?

La mayoría de turistas que visitan La Troncal, son del austro ecuatoriano, personas de Cuenca, de toda la provincia del cañar, también nos visitan de la provincia del guayas: Guayaquil, Naranjal, El Triunfo, 26. Principalmente llegan a esta ciudad por su clima variado, por sus balnearios, por su comida.

7. ¿En la actualidad existen proyectos que permitan promocionar el turismo en la ciudad, que la unidad de turismo o la municipalidad tengan en desarrollo?

Si, uno de los proyectos que se está manejando ahora en el mes de Junio es la elaboración de letras gigantes de LA TRONCAL, que estará ubicada en uno de los principales parques de la ciudad.

8. ¿Cuáles son los principales canales que se utilizan para promocionar el turismo en la ciudad?

Por el momento el GAD de La Troncal mantiene una web, www.latroncal.gob.ec, pero hay poca información en ella, nos basamos más en la promoción por redes sociales, y también la unidad de turismo posee una Fame Page, esos son principalmente los canales usados para la difusión de fotos, eventos, etc. Por el momento.

9. ¿La unidad de turismo o la municipalidad, tienen estadísticas o datos de los turistas que llegan anualmente a la ciudad?

Por el momento no manejamos datos estadísticos de cuantos turistas llegan a la ciudad, esto, principalmente porque no tenemos el apoyo de los propietarios de los diferentes centros turísticos, esperemos que en el futuro el GAD se interese en conocer estas cifras y se cree una base de datos o los mecanismos para llevar este registro.

10. ¿Cómo ha evolucionado el turismo en La Troncal en los últimos 5 años?

La Troncal es una ciudad de 60 mil habitantes, su avance es a paso lento, nosotros como nuevos en la unidad estamos tratando de inyectar proyectos turísticos, motivando a que la gente se interese en invertir en el turismo, pero su avance es muy lento.

11. ¿Cuál es el enfoque que se le da al turismo en La Troncal?

Lo principal dentro de la unidad de turismo y las actividades que nosotros realizamos, está el informar y promocionar los diferentes centros turísticos, como son los balnearios; La Troncal cuenta con muchos balnearios, con atractivos naturales como: Ríos, cascadas. De igual manera la afluencia de los turistas de otras provincias hacen que la gastronomía sea muy variada. También está en marcha el proyecto de los ciclo paseos, con lo cual queremos que la gente conozca su ciudad, que sean los principales medios de difusión de lo que cuenta la ciudad, que sean ellos quienes difundan que tenemos, que sean ellos los promotores del turismo, de igual manera se intenta concientizar a la gente de que el turismo no es solo paseo, sino también un motor importante de desarrollo y de empleo.

12. ¿Para la municipalidad del cantón, el turismo en La Troncal y su respectiva difusión, es un aspecto prioritario?

Nosotros como unidad nos basamos en un POA municipal, en ordenanzas que existen dentro de la unidad y por el momento, no estamos mejorando mucho en este aspecto. Nuestra intención es ponernos al nivel de otros cantones, tenemos mucho por mejorar, pero lamentablemente no existe mucha prioridad por parte del GAD municipal, pero desde la unidad de turismo se realiza todo lo humanamente posible para resaltar el turismo aquí en La Troncal.

13. En base a observaciones se evidencia que La Troncal y sus atractivos no tienen la difusión necesaria para potenciar su turismo ¿A qué se debe esto?

El principal recurso que motiva una difusión, es el recurso económico, sin este recurso no podemos hacer nada, lamentablemente el presupuesto que nosotros manejamos como unidad de turismo es muy poco para realizar una difusión a gran escala, o a nivel nacional, y además la falta de colaboración de los diferentes centro turísticos hace que esto se entorpezca más. La Troncal hace lo posible para estar presente en ferias, exposiciones, contamos con carpas inflables y demás material promocional, pero no contamos con recursos de video, de audio, que son los más importantes a la hora de realizar una gran difusión.

14. ¿Cree Ud. que la realización de un video promocional turístico que presente los principales atractivos de La Troncal, ayude en parte a resolver el problema de la escasa afluencia de turistas que tiene el cantón?

Por supuesto que sí, estamos muy conscientes de las ventajas que ofrecen los videos turísticos, ya que permiten mostrar al mundo nuestra ciudad; esto lo vemos en campañas que promueven otros GADs del país, y desde la unidad de turismo hemos intentado crear o producir un video turístico, lamentablemente la falta de presupuesto que maneja esta unidad, y la falta de interés de las autoridades competentes, nos limitan totalmente.

Entrevista 2:

Ab. Marcos Parra, Concejal de Cantón La Troncal y miembro del comité de festividades de La Troncal.

1. ¿Desde el punto de vista de la municipalidad, cuál es la situación actual del turismo en el cantón?

Si bien es cierto el turismo es un potencial bastante grande con que cuenta toda la provincial del cañar, y el cantón de La Troncal no debería ser la excepción debido a que somos el único cantón costanero de la provincia. Pero, la situación en la actualidad no es muy alentadora que digamos en lo que ha turismo se refiere, debido a que, desde mi punto de vista es un potencial que lamentablemente no se lo ha aprovechado de manera adecuada por diferentes motivos, entre los cuáles tenemos: carencia de políticas públicas cantonales; la falta de una correcta promoción que permita repotenciar esta fuente de ingresos para la ciudad.

2. ¿Cómo ha evolucionado el turismo en La Troncal en los últimos 5 años?

A pesar que ha habido un avance en el turismo a nivel provincial y cantonal. Cabe indicar que en la mayoría de los casos se debe a la inversión realizada por los diferentes propietarios de los sitios turísticos existentes en la zona, quienes interesados en mejorar su fuente de ingresos se han visto en la obligación de invertir y promocionar de mejor manera su producto.

3. ¿Cuáles son las principales atracciones que ofrece la ciudad?

Bueno, a parte de su privilegiada ubicación geográfica, del carisma de su gente y de la variedad en su gastronomía que ofrece a los visitantes, que considero que también debemos resaltar.

Los sitios para visitar en nuestra ciudad son muchos, por ejemplo: tenemos varios balneario bien equipados a lo largo y el ancho de toda nuestra ciudad que garantizan el poder disfrutar de momentos amenos y agradables ya sea con la familia y amigos. Así mismo se debe destacar que nuestra ciudad cuenta con privilegiados afluentes de agua y espacios para la práctica de varios deportes extremos como el canopong, parapente, motocross, por citar algunos.

4. ¿Cuáles son los principales proyectos que el GAD municipal en conjunto con la Unidad de Turismo, están desarrollando para potenciar el turismo en el cantón?

Si bien es cierto la Unidad de Turismo es la encargada de presentar los diferentes proyectos que vayan encaminados a mejorar e impulsar este sector, únicamente tuve conocimiento que se estaba trabajando en la capacitación a los diferentes dueños y propietarios de locales comerciales turísticos de toda La Troncal, a objeto de mejorar la atención en los mismo, así también se emprendieron diferentes cursos y seminarios para capacitar a decenas de personas en lo que ha preparación y manipulación de alimentos se refiere, eso de manera superficial. Pero en sí, macro proyectos en materia turística no tengo conocimiento que exista de parte del ente encargada del GAD Municipal.

5. ¿Cuál es el enfoque que se le da al turismo en La Troncal?

Le voy a responder de manera personal, creo que falta darle el enfoque adecuado al potencial turístico que la zona posee, si bien es cierto algo de ha mejorado, pero falta mucho más. Por ejemplo la creación de incentivos a los propietarios de locales para fomentar de manera adecuada las bellezas que tenemos en nuestra ciudad. Así mismo nos falta una correcta promoción en los diferentes medios de comunicación y redes sociales, en aras de mejorar y atraer turistas de diferentes sectores hacia nuestra ciudad.

6. ¿Cuáles son los principales canales de difusión que se utilizan para promocionar el turismo en la ciudad?

A nivel de municipio por ahora únicamente las redes sociales, pero de manera limitada. En las fiestas de cantonización se mejora un poco la difusión turística a nivel provincial y se realiza también una promoción por diferentes medios de comunicación locales de nuestra ciudad.

7. ¿La municipalidad, tienen estadísticas o datos de los turistas que llegan anualmente a la ciudad?

A pesar de la importancia de manejar estadísticas para potencializar así el turismo en la ciudad, la municipalidad no cuenta con un dato exacto ni aproximado en cuanto a estadísticas de ingresos de turistas se refiere. Es una debilidad que se debe mejorar a futuro.

8. ¿Para la municipalidad del cantón, el turismo en La Troncal y su respectiva difusión, es un aspecto prioritario?

Estoy convencido que el turismo es uno de los factores que juegan un papel muy importante en estos tiempos, en donde la tecnología está primando en los hogares y se hace mucho más fácil difundir las fortalezas turísticas a nivel local y nacional. Desde luego, que para todos los que formamos parte de la municipalidad consideramos un aspecto prioritario el poder contar con una adecuada difusión.

9. En base a observaciones se evidencia que La Troncal y sus atractivos no tienen la difusión necesaria para potenciar su turismo ¿A qué se debe esto?

Muy buena observación de su parte, es verdad que se debe trabajar de manera mucho más seria en cuanto a difusión de los diversos atractivos que poseemos en nuestra zona. Creo que se debe a la falta de incentivos para los diferentes empresarios que han realizado inversiones en sus locales, a fin de impulsar los llamativos que poseemos. Existe también una falta de políticas públicas cantonales que permitan inducir y potenciar de manera correcta el turismo en nuestra ciudad, así mismo nos falta una agresiva campaña de promoción en los diferentes medios de comunicación de los atractivos existentes en la localidad, que nos permitan sentar las bases de manera concreta en este pilar fundamental de la economía llamado turismo.

10. ¿Considera necesaria la producción de un audiovisual que muestre y difunda los principales atractivos de La Troncal?

Por supuesto que sí, considero que uno de los principales factores que aportan al desarrollo turístico de una ciudad es justamente el ámbito visual, la producción de un video promocional permitirá no solo mostrar la belleza de nuestra ciudad y difundirla, sino además y más importante, permitirá captar la atención de los diferentes turistas quienes se sentirán gustosos de visitarnos. Lamentablemente por parte de los mandos altos del GAD Municipal no ha existido principalmente un interés en este tipo de difusión, por lo cual no se ha designado los fondos necesarios para poner en desarrollo un tipo de difusión a gran nivel, en donde incluya todo tipo de producción visual, radial, etc.

Entrevista 3:

Lcdo. Francisco Ávila, Asistente de Promoción y Ejecución de Proyectos Turísticos Artesanales de la Provincia del Cañar.

1. ¿Desde el punto de vista de la prefectura, cuál es la situación actual del turismo la provincia?

Bueno, nosotros como Concejo Provincial estamos trabajando con el Ministerio de Turismo y estamos haciendo el soporte a todos los cantones de la provincia del Cañar para tener una visión exacta de cuál es la situación actual en cuanto a turismo se refiere. Si bien somos velamos de la parte turística del Cañar, nosotros no somos el ente encargado de levantar el turismo en la provincia, somos parte de apoyo de cada una de los cantones del cañar.

2. ¿La prefectura tiene identificado cuáles son los principales atractivos que ofrece la provincia?

De acuerdo al formato que está en el Ministerio de Turismo al cual nos guiamos a nivel nacional, hemos identificado las Ruinas de Ingapirca (Cañar) como primera potencia turística, el Cerro de Cojitambo (Azogues), Laguna de Culebrillas (Cañar), estos serían los más importantes en el momento.

3. ¿Cuál es el aporte turístico que brinda La Troncal para la provincia del Cañar?

Como atractivo turístico el aporte que brinda La Troncal es muy mínimo, al momento la prefectura no tiene identificado con exactitud cuáles son los sitios que pueden generar un aporte significativo al turismo de la provincia.

4. ¿Dentro de la Prefectura manejan estadísticas del aporte económico que genera el turismo en cada uno de los cantones del Cañar?

No, estadísticas concretas no tenemos, eso maneja cada uno de los cantones, lo que nosotros estamos haciendo es recopilar el inventario turístico a nivel nacional, justamente para tener datos exactos e ir actualizando estos datos, pero no manejamos estadísticas de quién entra, quién sale. Esperamos para el mes de diciembre ya contar con este inventario.

5. ¿Cuáles son los principales canales de difusión que se utilizan para promocionar el turismo en la provincia?

El Gobierno Provincial del Cañar maneja una página web, en donde tratamos de hacer lo mejor, y todo lo que son las redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube, ahí encontramos un poco de información.

6. ¿Para la prefectura del cañar, el turismo en la provincia y su respectiva difusión, es un aspecto prioritario?

Claro, eso es lo que estamos haciendo, tenemos una serie de programas que estamos trabajando en conjunto con los diferentes GAD Municipales para justamente generar turismo principalmente dentro de la provincia.

7. ¿Cuáles son los proyectos en los que actualmente se está trabajando para generar una sola potencia turística como provincia?

Bueno Ud. sabe que todo se maneja a través de dinero, el problema de nuestra provincia es el dinero, como ya le digo recién está la competencia del gobierno provincial dentro del área turística artesanal, se está manejando un pequeño presupuesto que esperamos se nos acredite para este nuevo semestre, porque estamos conscientes de los beneficios económicos que puede generar el turismo para la provincia.

8. En base a observaciones se evidencia que La Troncal y sus atractivos no tiene la difusión necesaria para potenciar su turismo ¿Cómo interfiere la prefectura para mitigar a este problema?

Desde la prefectura se está trabajando en una fuerte campaña de capacitación para todos los propietarios de los balnearios, Ud. sabe que La Troncal posee una cantidad grande de balnearios, los mismos que empiezan bien, con una gran acogida por los turistas y terminan mal, esto principalmente por la mala atención, exageración en los precios, entre otros. Por ahora este es el principal proyecto que estamos manejando para aportar al turismo de La Troncal.

Entrevista 4:

Sra. Rosa Lozada Acosta, Gerente Propietaria del Parque Ecológico La Montañita.

1. ¿Cuál es su perspectiva sobre la situación actual del turismo en La Troncal?

El turismo en el Cantón La Troncal, cuenta con diversos atractivos turísticos, la gastronomía, el clima y la calidez de nuestros habitantes hacen que los turistas que nos visitan se lleven un grato recuerdo. Por otro lado, el sector turístico requiere del apoyo institucional público, ya que no existe una participación considerable que nos ayude a potencializar el turismo en nuestra ciudad.

2. Cuéntenos sobre los principales atractivos turísticos que ofrece La Montañita

Entre los principales atractivos que ofrecemos para nuestros turistas, es que pueden disfrutar de una caminata al aire libre y poder observar algunas especies de animales como avestruces, un león africano y un venado; además tenemos, pesca deportiva, paseo en bote, canchas múltiples, piscinas, contamos con paseo a las cascadas de la zona, servicio de restaurante con una gran variedad de platos típicos, discoteca, karaoke y hospedaje.

3. ¿La cifra de turistas que visitan su local ha variado en los últimos 5 años?

Si, esta cifra ha variado debido principalmente a la crisis económica que vive nuestro país, hace un año bajó aún más por el cierre de nuestro Centro de rescate de animales silvestres, que, por motivos de exigencias del ministerio de ambiente, nos vimos en la necesidad de cerrarlo.

4. ¿Cuáles son los principales proyectos que manejan para promocionar su local a nivel provincial?

Entre los proyectos que tenemos y hemos realizado ha sido la publicidad por páginas web, redes sociales, televisión y radio de diferentes provincias, en la cual hemos podido observar turistas de otros sectores del país.

5. ¿Algunos de estos proyectos se trabajan en coordinación con la municipalidad?

Entre los proyectos que se trabajan con el GAD del cantón La Troncal, están: planes de contingencia y talleres de atención al cliente.

6. ¿Cuáles son los principales canales de difusión que se utilizan para promocionar su local?

Nosotros anunciamos nuestros eventos o promociones principalmente mediante nuestras redes sociales

7. ¿Cómo centros turísticos manejan cifras o datos de los turistas que ingresan anualmente a su local?

Si, manejamos cifras por medio del detalle de las facturas que emitimos a nuestros clientes.

8. En base a observaciones se evidencia que La Troncal y sus atractivos no tienen la difusión necesaria para potenciar su turismo ¿A cree Ud. qué se debe esto?

Se debe a la falta de trabajo y ayuda por parte de instituciones públicas, necesitamos una institución que no solo se enfoque en el servicio que brindamos sino también en que necesitamos como empresa.

6.2. Encuesta:

La siguiente encuesta se la realizó a los turistas que llegaron un fin de semana a los principales centro turístico del cantón.

ENCUESTA PARA CONOCER LOS INTERESES DEL TURISTA QUE VISITA LA TRONCAL

1. ¿Cuál es su rango de edad?

15 – 25 26 – 35 36 – 45 46 - +

2. Género

Masculino Femenino

3. ¿Elija dos aspectos que motivan su visita a La Troncal?

Gastronomía Atractivos Naturales Atractivos Artificiales

Cultura Gente Deportes Extremos

4. ¿Elija dos de los siguientes sitios que más conoce dentro de La Troncal?

Pedregal Montañita Yanayacu El Chorro

7 Cascadas Su Majestad San Vicente

5. ¿Cuál es el tipo de turismo que Ud. mas persigue?

Aventura Familiar Gastronómico Religioso

6. ¿De qué región Ud. visita La Troncal?

Sierra Costa Oriente Insular Exterior

6.3. Gráficas

- Captura de pantalla triller de audiovisual “Descubre La Troncal”

Triller Oficial de Audiovisual Turístico " Descubre La Troncal"

Dir: Italo Suqui



8535 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

162

Orden cronológico

218 veces compartido

- Línea Gráfica “Descubre La Troncal”



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Suqui Castro, Italo Fabricio**, con C.C: # 03022588527 autor del trabajo de titulación: **Diseño de un Audiovisual Promocional para la Difusión Turística del Cantón La Troncal** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **16 días de Septiembre de 2016**

f. _____

Nombre: **Suqui Castro, Italo Fabricio**

C.C: **0302258857**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Diseño de un Audiovisual Promocional para la Difusión Turística del Cantón La Troncal		
AUTOR	Italo Fabricio Suqui Castro		
TUTOR	Lcdo. Guillermo Segundo del Campo Saltos, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Artes y Humanidades		
CARRERA:	Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	DE 16 de Septiembre de 2016	No. PÁGINAS:	DE 114
ÁREAS TEMÁTICAS:	Producción Audiovisual, Marketing Turístico, Difusión, Promoción, Planificación		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Troncal, Cantón, Turismo, Producción, Audiovisual, Promoción		
RESUMEN			
<p>El proyecto que se presenta a continuación consiste en la realización de un audiovisual turístico del cantón La Troncal, el mismo que tiene como objetivo principal promocionar el cantón y sus principales atractivos, además se detallan los aspectos más relevantes con respecto al turismo del cantón y sus alrededores. En esta investigación se explica cuáles fueron las principales razones que motivaron a la realización de este audiovisual promocional del cantón, en donde se incluye los principales factores que afectan al turismo del cantón y sus alrededores, la escasa difusión turística por parte del GAD Municipal, entre otros. Además, se toma en consideración los recursos que se utilizaron, tanto en la investigación realizada para justificar la necesidad que tiene el cantón de un audiovisual promocional, como los recursos técnicos utilizados en la realización del mismo .</p> <p>El producto audiovisual que tiene una duración aproximada de 5 minutos, tiene como objetivo principal demostrar los atractivos turísticos que posee el cantón La Troncal y con ello persuadir a los turistas, nacionales y extranjeros, que visiten la región.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-988466479	E-mail: ltfasu@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Lcdo. Byrone Mauricio Tomalá Calderon, MSc		
	Teléfono: +593-98928296		
	E-mail: byrone.tomala@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			