

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD INGENIERÍA EN TURISMO



DENOMINACION DEL TITULO A OBTENER
INGENIERÍA EN TURISMO

TITULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa, a través de medios audiovisuales para fortalecer la afluencia de turistas

AUTORES:

Byron Vinicio Barahona Rojas

Juan Steven Matute Delgado

DIRECTOR:

MsC. Víctor Hugo del Corral Villaroel

PUYO – PASTAZA – ECUADOR

2019 - 2020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscribimos Byron Vinicio Barahona Rojas con cédula de ciudadanía N°1400766307, y Juan Steven Matute Delgado con cédula de ciudadanía N°1400596415 hacemos constar ante las autoridades de la Universidad Estatal Amazónica, que el contenido del proyecto de investigación y desarrollo: “**Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa, a través de medios audiovisuales para fortalecer la afluencia de turistas**, es absolutamente auténtico, y son de exclusiva responsabilidad de nuestra autoría con la dirección del MsC. Víctor Hugo del Corral Villaroel

En tal sentido manifestamos la originalidad de la conceptualización del mismo, como interpretación de datos y elaboración de las conclusiones dejando en evidencia los aportes intelectuales de otros autores debidamente referenciados.

Byron Vinicio Barahona Rojas

Juan Steven Matute Delgado

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

MsC. Víctor Hugo del Corral Villaroel.

DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

CERTIFICO;

Que el presente proyecto investigación y desarrollo, realizado por los Egresados Señor Byron Vinicio Barahona Rojas y Señor Juan Steven Matute Delgado; sobre el tema: **“Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa, a través de medios audiovisuales para fortalecer la afluencia de turistas”**, ha sido cuidadosamente revisado por la suscrita, constatando que cumple con todos los requisitos exigidos de forma y de fondo establecidos por la Facultad Ciencias de la Vida de la Universidad Estatal Amazónica, para esta clase de trabajos, por lo que autorizo su presentación.

Puyo, 06 de enero del 2020

MsC. Víctor Hugo del Corral Villaroel

DIRECTOR DEL PROYECTO

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

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo; aprueba el proyecto investigación y desarrollo, denominado: **“Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa, a través de medios audiovisuales para fortalecer la afluencia de turistas”**.

.....
MSC. Tania Cevallos
Presidente del Tribunal

.....
MSC. Marlene Mazón
Miembro del Tribunal

.....
MSC. David Zambrano
Miembro del Tribunal

AGRADECIMIENTO

Siempre seré primeramente agradecido con Dios por ser quien todos los días me da la fuerza y voluntad para seguir adelante, para no desmayar en el transcurso de mi carrera profesional y que cada peldaño que subo es gracias a él.

Quiero agradecer a mis padres Lucio Barahona y Sarbelia Rojas por ser mi soporte y que cada día me motivan a salir adelante a luchar por mis sueños y que en varias ocasiones han sacrificado mucho por sacarnos adelante.

Termino agradeciendo a la Ingeniera Esther Mullo por ser nuestra mentora y gracias a sus conocimientos y voluntad nos ha apoyado en el transcurso de nuestro proyecto de investigación.

Vinicio Barahona Rojas

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios quien supo guiarme por el buen camino, y darme las fuerzas para cumplir con mi meta propuesta.

A mi familia, en especial a mi madre y mi tío Juan que siempre estuvieron apoyándome con sus consejos, momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar.

A todos mis formadores, quienes transmitieron su conocimiento y se han esforzado por ayudarme hasta el punto en el que me encuentro.

A mis amigos y compañeros quienes estuvieron a mi lado durante estos 5 años de carrera apoyándome y motivándome para que este sueño se haga realidad, a mi amiga Damaris Solano y su mamá quienes se han convertido en mi segunda familia, fueron un apoyo fundamental en todo el tiempo de estudio, gracias por todo el cariño y acogida en su hogar.

Juan Steven Matute

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con infinito amor y cariño mi madre hermosa que ha estado en cada etapa de mi vida, conoce los momentos duros que he atravesado para cumplir mis sueños ella es quien ha sembrado bases para la construcción de mi vida profesional, a ella por ser tan comprensiva se merece todo en la vida.

Vinicio Barahona Rojas

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado especialmente para mi madre quien es la persona más importante y a quien me debo, por toda su comprensión, cariño y por todo el apoyo que me ha brindado durante mi carrera universitaria.

A mi querida familia que siempre estuvo pendiente de mí y por su apoyo incondicional que me brindaron día a día en el transcurso de cada año de la carrera, todo su cariño y consejos han sido fundamental para cumplir con esta meta.

Juan Steven Matute

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación “Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa, a través de medios audiovisuales para fortalecer la afluencia de turistas” se basa en producir un video promocional turístico para dar a conocer de los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón.

La investigación partió a de un trabajo en territorio - empírico, visitando cada lugar turístico del cantón con el fin de conocer como están promocionando sus atractivos y actividades por los diferentes medios promocionales; por ello, se realizó mediante una encuesta, la misma que se enfocó a los turistas que visitan el cantón, con el fin de conocer la opinión sobre los atractivos turísticos y de Sucúa.

Con la información obtenida se propone producir un video publicitario: que describa las características del lugar, servicios, actividades y bondades propias del bosque prístino con que cuenta el cantón de esta manera atraer a futuros cliente para que visiten Sucúa.

Palabra Clave: Atractivo turístico, Medios audiovisuales, Promoción turística.

ABSTRACT

This research project "Dissemination of tourist attractions of the Sucúa canton, through audiovisual media to strengthen the influx of tourists" is based on producing a tourist promotional video to publicize tourist tourism with the canton account.

The research started from a work in the empirical territory, visiting each tourist place of the canton in order to know how they are promoting their attractions and activities by different promotional means; Therefore, it was carried out by means of a survey, the same one that focused on the tourists that visit the canton, in order to know the opinion about the tourist and tourist attractions of Sucúa.

With the information obtained, it is proposed to produce an advertising video: which describes the characteristics of the place, services, activities and benefits of the pristine forest with the canton account, thus attracting future clients to visit Sucúa.

Keyword: Tourist attraction, audiovisual media, Tourism promotion.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3 OBJETIVOS	3
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	3
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	3
CAPITULO II	4
2.1 ANTECEDENTES	4
2.2 BASES TEORICAS	6
2.2.1 Turismo	6
2.2.2 Definición de turista	6
2.2.3 Importancia del turismo.....	7
2.2.4 Producto turístico.....	7
2.2.5 Características de los servicios y productos turísticos.....	8
2.2.6 Posicionamiento de un producto turístico	9
2.2.7 Comunicación turística.....	9
2.2.8 Estrategias de comunicación en las empresas turísticas.....	9
2.2.9 Instrumentos de la comunicación turística	10
2.2.10 Publicidad turística	11
2.2.11 Técnicas empleadas por la publicidad turística	11
2.2.12 Marketing de ciudades (Citymarketing)	13
2.2.13 Difusión turística	13
2.2.14 Evolución de nuevas tecnologías.....	14
2.2.15 Evolución de las nuevas tecnologías en el turismo	14
2.2.16 ¿Qué son los medios audiovisuales?	14
2.2.17 Historia de los medios audiovisuales	15
2.2.18 Características de los medios audiovisuales.....	16
2.2.19 Clasificación de los medios audiovisuales	16
2.2.20 ¿Para qué sirven los medios audiovisuales?	17
2.2.21 Plataforma turística.....	17
CAPÍTULO III	25

3.1 LOCALIZACIÓN	25
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADO	26
3.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	26
CAPÍTULO IV.....	28
4.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
CAPITULO V	42
5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
5.1.1 CONCLUSIONES.....	42
5.1.2 RECOMENDACIONES	42
CAPITULO VI.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	43
CAPITULO VII.....	45
ANEXOS	45

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Atractivos turísticos del cantón Sucúa.....	28
Tabla 2: Atractivos según su jerarquía	32
Tabla 3: Calificación según los atributos de los atractivos turísticos de Sucúa	33
Tabla 4: Presupuesto.....	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapas de Morona Santiago y Sucúa	25
Gráfico 2: Pregunta 1	34
Gráfico 3: Pregunta 3	34
Gráfico 4: Pregunta 3	35
Gráfico 5: Pregunta 4	35
Gráfico 6: Pregunta 5	36
Gráfico 7: Pregunta 6	36
Gráfico 8: Pregunta 7	37
Gráfico 9: Pregunta 8	37
Gráfico 10: Pregunta 9	38
Gráfico 11: Pregunta 10	38
Gráfico 12: Pregunta 11	39

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una industria que aporta a la economía de cada ciudad, el cual ha incrementado notablemente en los últimos años; por tal motivo, distintos espacios buscan mostrar sus mejores atractivos para aumentar el número de visitantes y por efecto su economía. Es por eso que con este proyecto se desea generar una estrategia audiovisual la cual consiste en realizar un video turístico de los lugares naturales y culturales que posee el cantón.

Sucúa es un cantón que se ha convertido en el destino de muchos turistas nacionales y extranjeros, por su transformación a pasos avanzados. Actualmente los medios que se utilizan para promocionar Sucúa son las redes sociales, ferias de interés nacional y medios de comunicación.

Aprovechando el gran potencial turístico, su gente, su vegetación sus atractivos naturales y culturales con el que cuenta el cantón, se ha planteado una propuesta audiovisual para la promoción turística de Sucúa, ya que los términos turísticos y comunicaciones han evolucionado de manera avanzada y se espera integrar satisfactoriamente las nuevas tecnologías de la información a la industria turística que cada vez se convierte en prioridad para los pueblos, ciudades y países.

Existe una interrelación entre la industria turística y la informática, ya que el turismo se convierte en el principal cliente de la informática, además, la industria turística es un sector importante para el desarrollo de tecnologías de información; el turismo es una actividad que promociona y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente, al formar parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos.

En el ámbito turístico las tecnologías de información han revolucionado los negocios ya que se han modificado las industrias hoteleras, restaurantes, del sector de intermediarios como tour operadores y agencias de viajes y ahora juegan un papel fundamental en el mundo de negocios y en la forma de acercarse a los clientes.

1.1 PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Sucúa es un cantón de la provincia de Morona Santiago que posee una gran diversidad de atractivos turísticos naturales y culturales que pese a su gran potencial turístico, no existen herramientas audiovisuales donde se puedan ofrecer información relevante que necesitan los turistas al momento de visitar un lugar, esta información puede ser: números de teléfono, ubicación exacta, tiempo de recorrido, transporte, que son claves al momento de promocionar los productos turísticos de un destino, por tal motivo se plantea una alternativa de crear un video de los atractivos turísticos del cantón.

Dentro del turismo una de las herramientas importantes es la promoción y difusión porque de nada sirve contar con proyectos turísticos si no se promocionan, a pesar del gran potencial turístico que posee Sucúa no existe un video promocional del cantón en el cual indique su ubicación exacta y sus contactos para poder llegar a dichos atractivos ante todo esto se debe nuestro interés como de proponer la difusión audiovisual como una herramienta de Marketing Turístico, con el fin de presentar un video en las cooperativas de transporte interprovinciales los diferentes atractivos turísticos del cantón Sucúa, con ello se pretende que dicha difusión dará a conocer este rincón de la Amazonía Ecuatoriana.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Son los medios audiovisuales los que influirán para difundir los atractivos turísticos del cantón Sucúa, para fortalecer la afluencia de turistas?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Difundir los atractivos turísticos del cantón Sucúa, a través de medios audiovisuales para fortalecer la afluencia de turistas.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los diferentes atractivos de interés turístico ubicadas en el cantón Sucúa.
- Analizar los principales medios de difusión para los atractivos turísticos del cantón Sucúa.
- Propuesta de un video promocional de los atractivos turísticos del Cantón Sucúa.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÒRICA DE LA INVESTIGACION

2.1 ANTECEDENTES

Las implementaciones de la tecnología en los medios de difusión han permitido la globalización del turismo y otros negocios, los mismos que están en constante crecimiento y evolución. Considerando los cambios rápidos del mercado, y las nuevas tendencias de difusión de medios, así como también la utilización del sector tecnológico para dar a conocer y promocionar los nuevos atractivos turísticos.

Existe paralelamente un cambio constante de preferencias por parte de los consumidores. Lo cual permite conocer sus necesidades, actualmente es necesario integrar de manera coherente las nuevas tecnologías digitales y tendencias de consumo en sus operaciones, productos y en la manera en la que hacen negocios en genera, más aún en el sector turístico, el mismo que se encuentra en constante evolución.

A nivel nacional, es importante conocer las tendencias del sector, con el fin de que las empresas y negocios relacionados con el turismo puedan prever el comportamiento de los consumidores.

De acuerdo con informes emitidos para el Ministerio de Turismo, las mayores demandas identificadas son las siguientes:

- 1) Experiencias únicas, donde los turistas quieren ser los primeros en explorar destinos exóticos;
- 2) Tours ecológicos, que son altamente preferidos a destinos que reflejen no tener una causa aparente;
- 3) Experiencias locales, que identifica a turistas que quieren vivir como residentes locales en términos de comida, vivencias, entre otros;
- 4) Aventuras;
- 5) Tours y actividades de varios días;
- 6) Destinos que reflejen una herencia cultural fuerte.

(Ministerio de Turismo del Ecuador, Mintur (2019))

El Consejo Provincial de Morona Santiago, en el año 2019, implemento una campaña publicitaria con el nombre: ¡¡VIVE MORONA SANTIAGO!!, con el propósito de contribuir al adelanto de la actividad turística de la provincia, esta institución está trabajando en diferentes líneas estratégicas, en las mismas que enfatizan y dan a conocer los atractivos turísticos que cuenta cada cantón, con el slogan: ¡ENAMORATE DE LOS 12 CANTONES DE MORONA SANTIAGO!

En el Cantón Sucúa; provincia de Morona Santiago, colonizado desde 1914, por personas mestizas provenientes de las provincias del Azuay y Cañar, quienes llegaron con su gran acervo de conocimientos, costumbres, tradiciones, ritualidades y religiosidades, características que los identificaban como parte de una sociedad o comunidad definida, gente amante del arte y la cultura, quienes al llegar a esta zona se asentaron con sus costumbres. De la misma manera los habitantes de esta zona, tenían sus propias costumbres y tradiciones, que posteriormente se fueron fusionando para construir de esa manera la identidad del sucuence.

El GAD Municipal partiendo que la Identidad cultural es el conjunto de valores, orgullo, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo conforman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad al interior de estas, y se expresan en códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura, a través de Coordinación Interinstitucional, ésta institución busca velar por el desarrollo del cantón estableciendo estrategias y políticas de comunicación, de tal manera que se promocionen y se comunique a ´propios y extraños acerca de los atractivos turísticos que tiene nuestro cantón.

De la misma manera se han buscado alianzas estratégicas con entidades financieras, las mismas que han fortalecido la comunicación, se cuenta con un tótem digital de todo lo referente al sector turístico, así como también la página web del cantón, recalcado que todavía nos falta una buena estrategia para llegar a más turistas.

2.2 BASES TEORICAS

2.2.1 Turismo

La Organización Mundial de Turismo ha elaborado una serie de “Recomendaciones sobre estadísticas” adoptadas oficialmente por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas en 1993.

Los aspectos más significativos de estas definiciones pueden resumirse así: -

-Turismo: actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos.

-Turismo interno: el de los residentes de un mismo país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país.

-Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país dado.

- Turismo emisor: el de los residentes del país dado que viajan a otro país.

- Turismo internacional: se comprende de turismo emisor y receptor.

- Gasto turístico: gasto total por razón de todo el consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante durante su viaje y estancia en el punto de destino.

(Organización Mundial de Turismo 1999)

2.2.2 Definición de turista

- Visitante internacional: toda persona que viaja, por un periodo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
- Visitante interno: persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. - Visitante que pernocta: Visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.
- Visitante del día: Visitante que no pernocta en ningún medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en

crucero que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque de crucero para pernoctar, aunque este permanezca en el puerto durante varios días. Están comprendidos en este grupo por extensión, los propietarios o los pasajeros de las embarcaciones de placer y de los pasajeros que participan en un viaje de grupo y están alojados en un tren.

2.2.3 Importancia del turismo

El turismo hoy en día se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes con las que cuenta un país; el turismo engloba varias variantes con muchos tipos de turismo, sin embargo, la importancia de la actividad turística se refiere al movimiento y la reactivación económica que se genera en cada región específica en donde se realiza.

Todos los países ven al turismo como la actividad económica que genera más empleos, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, además el crecimiento del transporte terrestre, aéreo y marítimo.

2.2.4 Producto turístico

En algunos casos, el término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más.

El producto turístico sería la siguiente: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”

Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos. Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico. Ej. Para el producto turístico de aventura es importante los recursos naturales, es decir aquellos recursos turísticos que aporta el espacio natural. En cuanto a las infraestructuras, son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute de su oferta turística por parte del turista como pueden ser por ejemplo; infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud)

de seguridad y protección del turista, (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas (abastecimiento y evacuación de aguas). Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.). (Colina, 2008)

2.2.5 Características de los servicios y productos turísticos

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas de esas características son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El producto no vendido, se ha perdido.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.
- Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos

Ante tales factores la adquisición de productos y servicios turísticos crea cierta desconfianza en el consumidor ya que no podrá devolver su viaje si la experiencia no es como el esperaba. Por ello es necesario contar con profesionales de prestigio que transmitan al cliente la suficiente información sobre lo que el viajero va a encontrar realmente en su viaje. Están sometidos a cierta rigidez y no se pueden almacenar. La oferta de productos turísticos suele ser rígida y será incapaz de almacenar los servicios y productos. No obstante, la habilidad negociadora de la empresa turística intermediaria puede muchos casos, conseguir plazas en servicios similares o convencer al consumidor para desviarse hacia otros destinos o viajes donde haya plazas y pueda satisfacer sus necesidades de forma similar ofreciendo alternativas sustitutivas.

2.2.6 Posicionamiento de un producto turístico

Kotler (1997) define el posicionamiento del producto, como el lugar que ocupa el producto turístico en la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales, los cuales pueden ser tangibles o intangibles. Para un producto turístico, el concepto de posicionamiento se amplía hasta incluir una serie de "políticas y prácticas", a través de las cuales se recoge la estrategia operativa del producto, el destino que lo presta y el perceptor (o cliente), que juega un papel importante en la prestación de los servicios turísticos. La estrategia de posicionamiento es un elemento clave en la gestión de marcas turísticas; sin estrategia de posicionamiento no existe posibilidad de una correcta definición de la política de gestión e imagen de marca en el turismo.

El posicionamiento hace referencia a la imagen percibida, que no tiene que corresponderse necesariamente con las características reales del producto turístico englobado bajo la marca, sino que reflejará la utilidad o beneficios percibidos. (Kotler, 1997)

2.2.7 Comunicación turística

Es el sistema o proceso que engloba las actividades de información sobre productos y acciones de la empresa que se objetivamente dirigen de modo persuasivo al mercado. La comunicación turística engloba las actividades de información oral, escrita, códigos, signos y gestos sobre productos y acciones de la Empresa.

La comunicación en turismo es imprescindible para dar a conocer cualquier producto o destino turístico y es el medio por el cual una entidad puede informar, persuadir y recordar a los consumidores, directa o indirectamente los productos y la marca turística que vende.

2.2.8 Estrategias de comunicación en las empresas turísticas

- **Estrategia de atracción.** - consiste en gastar mucho en publicidad y promociones para aumentar (atraer) la demanda por parte de los consumidores.
- **Estrategia de empuje.** - consiste en utilizar la fuerza de ventas y promoción del comercio para empujar al producto a través de los canales. (Martínez D. B., 2010)

2.2.9 Instrumentos de la comunicación turística

Los instrumentos de comunicación varían según se trate de mercados de consumo o mercados organizacionales, para el primer caso, se utiliza la publicidad y la promoción de ventas.

- **Publicidad:** Inserción de anuncios en diversos medios de comunicación de masas: televisión, prensa, revistas, radio, publicidad exterior, inclusión de anuncios en libros y guías turísticas, folletos y páginas Web de otras instituciones u operadores turísticos.
- **Ferias Turísticas:** Encuentros anuales de corta duración que tienen lugar en la misma fecha y lugar; sirven para presentar y promocionar la oferta comercial de las empresas y destinos a intermediarios, proscriptores y público en general. Su máxima utilidad consiste en el establecimiento o mantenimiento de contactos personales entre los distintos operadores del sector.
- **Promoción de ventas:** Conjunto de acciones que mediante de diversos estímulos, tratan de incrementar la demanda a corto plazo. Pueden ir dirigidas a los intermediarios, vendedores propios, consumidores o proscriptores.
- **Relaciones Públicas:** Conjunto de acciones tendentes a conseguir la difusión a través de los distintos medios de comunicación, de buena propaganda, es decir de informaciones favorables para la empresa o destinos y sus productos o servicios de forma gratuita. Conjunto de acciones tendentes a mantener buenas relaciones o tratar de influir sobre las decisiones de determinado público o colectivo.
- **Patrocinio:** financiación u otro tipo de ayuda material a determinadas actividades y eventos, con la finalidad de obtener positivos sobre la imagen y/o estimular la demanda entre públicos, objetivos seleccionados.
- **Marketing Directo:** Conjunto de actividades que se dirigen directamente a un público objetivo mediante sistemas personalizados e interactivos, que facilitan la obtención de una respuesta del cliente. (Coutin, 2010)

2.2.10 Publicidad turística

La publicidad se enmarca dentro del marketing, que trata de analizar el mercado para descubrir sus necesidades, interpretarlas y crear los productos y servicios capaces de satisfacerlas en el marco de los objetivos perseguidos por la organización empresarial.

La función de la misma, es dar a conocer los productos y servicios turísticos, difundir una imagen de marca o la imagen de la empresa, diferenciándola de los de la competencia para que el receptor del mensaje pueda identificarlos. (Sartaguda, 2018)

Los objetivos de la comunicación publicitaria turística están basados en varios esquemas, el más aceptado es el denominado **AIDA**: Atención (**A**), Interés (**I**), Deseo (**D**) y Acción (**A**). La publicidad ha de captar la atención y provocar, después, el interés y el deseo para que su destinatario realice la acción —comprar, convencer, asumir la idea— que la campaña persigue.

Los mensajes publicitarios reciben diversas denominaciones, según el medio de difusión: anuncio, en prensa, cuña, en radio y spot, en televisión y cine.

Entre los medios de comunicación, diferentes de los de más media, los más utilizados en la difusión de la publicidad son la vía pública, los medios de transporte, el correo (mailing), y la distribución a domicilios (buzoneo).

2.2.11 Técnicas empleadas por la publicidad turística

Están basadas en las campañas publicitarias en las que se deben considerar, entre otros, los siguientes aspectos:

a) Definir la segmentación de los destinatarios del mensaje (turismo juvenil, tercera edad, turista en general, etc.): estudiar sus motivaciones, sus necesidades, sus hábitos, sus intereses.

b) Definir el mensaje: la creatividad del mensaje publicitario potenciará la capacidad de motivación y persuasión que tiene la publicidad. Mensajes de oferta de alojamiento, viajes, transporte, recursos turísticos, entre otros con relación al segmento de la población al que va dirigido el mensaje.

c) Establecer el presupuesto con el que dispone la empresa para llevar a cabo la campaña publicitaria

d) Elección de los medios de comunicación más idóneos

e) Establecer el timing o calendario y la periodicidad de difusión de los mensajes: teniendo en cuenta, si el mensaje es de lanzamiento, consolidación, recordatorio, entre otros

(Martinez R. , 2009)

Los principales objetivos que puede adoptar la publicidad de un destino son:

- Dar a conocer o informar sobre el producto: Conseguir que el target tome conciencia de la existencia del producto turístico y de sus características.
- Transmitir “calidad”: Ante la necesidad de que toda acción de comunicación responda a una cuidada estrategia de imagen que, ante la falta de elementos objetivos discriminadores, pueda convertirse en indicador de la calidad del producto que se anuncia.
- Construir imagen de marca/posicionamiento: Dar a conocer una imagen de marca que permita que el receptor identifique y diferencie el producto turístico anunciado frente a sus competidores.
- Tangibilizar el producto: Para disminuir la percepción de riesgos que el consumidor percibe como inherentes a la compra de este tipo de productos (riesgos que tienen que ver, sobre todo, con el hecho de que el servicio no existe hasta que se consume y con que debe ser pagado antes de ser consumido).
- Desestacionalizar la demanda: De cara a evitar las pérdidas que se generan dado el carácter perecedero de los servicios turísticos.
- Desmontar estereotipos: Eliminar creencias y percepciones sobre el producto que están actuando como barreras psicológicas que frenan su consumo.
- Resolución/paliación de problemas eventuales: Relacionado con el objetivo precedente, aunque mucho más coyuntural, este objetivo persigue hacer frente a alguna situación transitoria que afecta a la demanda turística favoreciendo en ella el rechazo, la inseguridad o la desconfianza hacia el destino/producto. (González & María, 2006)

2.2.12 Marketing de ciudades (Citymarketing)

Las ciudades ofrecen productos y servicios a diferentes públicos por lo cual necesitan posicionarse adecuadamente a partir de sus principales características y atributos, con el objetivo de ser más competitivas y garantizar su desarrollo económico, social y territorial.

“El marketing de ciudad (citymarketing) se puede definir como política activa de actuaciones orientadas, por una parte, a identificar y determinar las necesidades de sus diferentes públicos, reales y potenciales; y otra parte a desarrollar una serie de productos y servicios en la ciudad para satisfacer dichas necesidades, creando y potenciando su demanda”.

El citymarketing pretende impulsar la proyección externa de una ciudad y posicionarla de forma adecuada y es fundamental para crear su imagen. Además, permite “vender la ciudad” utilizando instrumentos de comunicación, promoción y publicidad.

Gestionar el Citymarketing permite comunicar e informar sobre lo que se está haciendo o proyectando en la ciudad, promocionar sus atributos más interesantes para alcanzar los diferentes objetivos estratégicos que se tengan definidos.

2.2.13 Difusión turística

Es un proceso dinámico y sistemático mediante el cual la organización administrativa los componentes del sistema integral estableciendo metas, objetivos y estrategias de corto, mediano y largo plazo, definidos estos multidimensionalmente y partiendo del ambiente externo o no contable y contable y ambiente interno dentro de un marco de normas y valores sociales. (Cordero, 2008)

Para la difusión de video y audio digital hay tres estrategias posibles:

- **Broadcasting:** emisión continua a un conjunto grande de receptores que tienen que sintonizar la emisión para ver u oír el producto. El vehículo de Broadcasting son redes radiales de repetidores terrestres, satélites o redes de cable, tal como sucede con las emisiones analógicas de radio y televisión.
- **Webcasting:** emisión en directo, o bajo demanda, mediante Internet. Sólo se transmite el producto audiovisual cuando el usuario lo solicita.

- Productos físicos: el producto audiovisual se empaqueta en soportes físicos para distribuirlo. (Gómez, 2010)

2.2.14 Evolución de nuevas tecnologías

La aplicación de las tecnologías en el sector turístico ha tenido una evolución acorde con las etapas de informatización de la sociedad, y la industria turística intensiva en información utiliza la informática en una primera fase (años 60 y 70) para automatizar la gestión de los procesos de datos que requerían de un gran volumen de mano de obra. La aparición de los microprocesadores y del ordenador personal a partir de los años 80, además de facilitar la gestión crea la base de millones de usuarios que, en una tercera etapa, la de la conectividad, pueden convertirse en consumidores y clientes potenciales.

2.2.15 Evolución de las nuevas tecnologías en el turismo

La industria turística y la informática, son consideradas como los sectores emergentes en la segunda mitad del siglo XX.

Además, la industria turística era y es atractiva para el desarrollo de tecnologías de información: el turismo es una actividad interterritorial que promociona y comercializa actividades ofrecidas para que el cliente pueda observar del lugar donde se encuentra y, por otro lado, al formar parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita de los medios audiovisuales que resulten llamativos para los clientes.

Las ventajas de las nuevas tecnologías en cuanto a incremento de la competitividad, reducción de errores y creación de nuevas funcionalidades son incuestionables en cualquier sector, incluyendo el turístico. (Gómez, 2010)

2.2.16 ¿Qué son los medios audiovisuales?

Los medios de comunicación audiovisuales (o simplemente medios audiovisuales) son aquellos mecanismos de comunicación masiva que transmiten sus mensajes a través de canales que involucran no sólo el sentido de la vista, como en los medios impresos tradicionales, sino también el de la audición.

Es decir, los medios audiovisuales emplean tecnología multimedia, que combina las virtudes visuales del modelo impreso con la inmediatez de la radio hablada, logrando así un formato

más complejo que imita la presencia real en el orden de los eventos transmitidos. Este es el caso de la televisión, el cine y más recientemente el Internet.

Este tipo de medios comunicativos se basa en la transmisión conjunta de imágenes y sonido de manera articulada, es decir, simultánea y sincronizada, para lograr un potente efecto de realidad nunca antes visto en la historia de la comunicación humana.

A dicha labor de ensamblaje entre los dos registros (el visual y el auditivo), que puede apuntar a la naturalidad realista, como en los noticieros televisivos, o perseguir efectos especiales como en el cine de ficción, se le denomina “montaje”.

Los medios audiovisuales revolucionaron la sociedad humana en su aparición paulatina durante el siglo XX, y actualmente constituyen la principal fuente de información transmitida cotidianamente o contenida en soportes digitales como los DVD o las páginas Web.

2.2.17 Historia de los medios audiovisuales

El desarrollo del cine sonoro se dio por primera vez alrededor de 1920.

La combinación de audio y voz en un medio de comunicación masiva tuvo lugar por primera vez en el desarrollo del cine sonoro, alrededor de 1920. Este adelanto representó una renovación de las prácticas de filmación y concepción misma del cine y luego de la televisión, ya que brindaban una experiencia mucho más rica y semejante a la vida real a sus representaciones, que hasta entonces se parecían más a lo teatral.

La llegada, así, de las nuevas tecnologías de la información y en especial de Internet y los distintos formatos de video digital, significó un cambio aún más rotundo, en el que estos elementos tan semejantes a la vida real podían ser manipulados e intervenidos para generar sorprendentes efectos visuales y auditivos, como los que hoy disfrutamos en el cine de ficción.

Además, la popularidad de las redes virtuales permitió la circulación masiva de contenidos audiovisuales, hasta el punto tal que cualquier usuario con un teléfono celular dotado de cámara puede registrar eventos audiovisualmente y compartirlos con el público, o incluso comunicarse con familiares lejanos en tiempo real, pudiendo verlos y escucharlos a través de enormes distancias.

2.2.18 Características de los medios audiovisuales

Como su nombre lo indica, los medios audiovisuales son aquellos que combinan tanto aspectos visuales (imágenes fijas o en movimiento) como sonoros. Se basan en la convivencia sincronizada de estos estímulos, ya sea que pretendan imitar la realidad o proponer una nueva, ficcional.

En ese sentido, los medios audiovisuales suelen ser inmediatos, masivos, y a la vez efímeros (pues su representación se acaba en el tiempo) y perdurables (ya que pueden ser almacenados y reproducidos una y otra vez desde el principio).

2.2.19 Clasificación de los medios audiovisuales

Existen distintas formas de medio audiovisual, y podemos estudiarlos por separado:

- **Tradicional.** Casos como el del pizarrón, las diapositivas o los retroproyectores tradicionales, no son propiamente audiovisuales (sino más bien visuales), pero constituyen el germen de lo que vendría después, ya que en sus casos el medio visual era acompañamiento de una explicación oral por parte del profesor o expositor, de modo de sacar provecho a los dos formatos.
- **Masivos.** A partir de la masificación de la imagen y del sonido, el cine y la televisión se convirtieron en poderosos medios audiovisuales para llegar a la población de manera veloz e inmediata, y por eso los medios de comunicación de este tipo, sobre todo las televisoras, cobraron una importancia vital en el concierto de las sociedades, llegando a ser denominadas como parte del “cuarto poder” o poder mediático.
- **Interactivos.** A partir de la aparición de la Internet, los medios audiovisuales no sólo fueron masivos y veloces, sino además permitieron que el espectador no jugará un rol tan pasivo, sino que eligiera, interviniera y diera feedback, o incluso emitiera también información, como en las videoconferencias o video llamados.

2.2.20 ¿Para qué sirven los medios audiovisuales?

Los medios audiovisuales cumplen un papel clave en la información de las masas en la sociedad contemporánea, permitiéndole presenciar la realidad casi como si estuviesen allí, en cualquier otro rincón del mundo.

Igualmente, nos permite soñar con realidades posibles mediante el cine de ficción y vivir esos mundos de mentira como si existieran en verdad, mediante el manejo del sonido y la visión.

A esto debe sumarse la enorme ventaja que las telecomunicaciones audiovisuales significan, superando distancias enormes para permitir a dos o más personas verse y oírse en tiempo real: una verdadera revolución comunicativa global. (Raffino, 2019)

2.2.21 Plataforma turística

Sucúa cuenta con un gran número de atractivos turísticos para que los turistas que visiten esta ciudad pueden visitarlos y disfrutarlos.

Principales fiestas y eventos que la ciudad disfruta cada año

- Carnaval Cultural: febrero
- Feria de emprendimientos estudiantil: junio
- Festival Gastronómico de la yuca y la carne: agosto
- Día Mundial del Turismo: septiembre
- 10k Ruta de la Ortiga: septiembre
- Festival de danzas Suku Intercultural: diciembre
- Fiestas del cantón: diciembre

Sucúa, una ciudad de mucho interés turístico

Sucúa, es una ciudad de transformaciones que, a pesar de no ser muy conocida, invita a disfrutar de todos sus rincones turísticos, en la que su gente busca que todos los visitantes sean acogidos de la mejor manera y se sientan como en casa.

En Sucúa, propios y extraños se enamoran de esta bella ciudad por su cultura, tradiciones, paisajes naturales, y su maravillosa gente, es por esto que Sucúa encanta e impresiona a todos sus visitantes convirtiéndose en un espacio perfecto de la Amazonía que se debe visitar.

Los “sucueces”, como se les llama a los nacidos en esta ciudad, le han dado a Sucúa muchas calificaciones, entre las que se describen; El Paraíso de la Amazonía, Tierra de la Ortiga, Ciudad de las mujeres bonitas; sobrenombres que cuando se visite esta hermosa ciudad o tenga contacto con su gente se podrá confirmar, ya que se han ganado la fama de ser personas amables, trabajadoras y que viven enamoradas de su ciudad, porque no existe mejor promotor turístico que los propios ciudadanos que se enorgullecen de su cantón, que aman su tierra y hablan bien de ella.

Transformación de Sucúa

Sucúa ha cambiado estos últimos tiempos personas que la hayan visitado en el pasado probablemente se sorprenderá al recorrerla otra vez. La ciudad mediante a un plan de obras y programas sociales es otra, ya que muestra nuevos espacios en los que el visitante se sentirá pleno tanto por la calma y la convivencia como por los nuevos servicios y usos que encontrará.

A través de obras que se han realizado en el cantón, los cuales se han convertido en el centro de miradas de los turistas y los propios ciudadanos; el parque infantil, el parque del niño, el parque lineal” aeropuerto” regeneración del parque central, nuevos espacios de diversión infantil, se abren para transformar la ciudad.

La ubicación de Sucúa

El cantón Sucúa es una ciudad pequeña, interesante y acogedora y se encuentra en la parte central este de la Provincia Morona Santiago, al sur del cantón Morona, es un lugar que tiene mucho interés histórico, cultural y mucha riqueza natural. El cantón se ha convertido en un espacio con características de desarrollo, actualmente cuenta con áreas comerciales y servicio de transporte cantonal.

Sucúa se encuentra rodeada por la Cordillera Oriental de los Andes o Cordillera Real y por la Cordillera del Cutucú, el cual se caracteriza por estar en una zona de bosque húmedo subtropical, cuyos suelos son húmedos y ácidos en algunos sectores, estos elementos con el tiempo ha ido formando una gama de ecosistemas principalmente de bosque, en ellos se encuentra una diversidad de atractivos naturales como cascadas, ríos, aguas termales rodeados de una exuberante vegetación primaria y secundaria.

Gastronomía del Cantón Sucúa

Ayampaco. - el ayampaco consiste en un envuelto de pollo picado en trozos muy pequeños con palmito y algunos otros ingredientes amazónicos, los cuales cada persona que lo prepara tiene algo especial, todo esto se mezcla hasta formar una masa, luego se le coloca en las hojas de bijao, se cierra y luego se pone a asar se lo puede servir acompañado de plátano verde o yuca y un delicioso ají.

Caldo de gallina criolla. – este plato es uno de los mejores que existe en la zona, se dice que es levanta muertos, ya que después de una fiesta cura el tan conocido chuchaqui. su preparación es la siguiente:

cocinar la gallina en agua con sal, ajo, cebolla, apio y perejil, cuando la carne este suave, cernir el caldo sobre una cacerola, agregarle pimienta, comino, cebolla blanca bien picada y darle un hervor. retirar el contenido y aderezar con la leche mezclada previamente con las yemas de huevo luego cortar la gallina en presas para poner una en cada plato del caldo, espolvorear perejil y cebolla blanca picada finamente, este delicioso plato se sirve con dos pedazos de yuca.

Tamal de yuca. - el relleno para el tamal se prepara con: cebolla blanca, achiote, perejil, pimienta en tiras, todo picado y se frita. la carne de res o chanco se cocina con aliños y luego se le desmenuza en tiras, todo picado y se sofría. La carne de res o de chanco se cocina con aliños y luego se le desmenuza y se la revuelve con el refrito anterior. En una hoja de plátano se coloca un cucharón de masa y en el centro un relleno de carne formando un tamal se envuelve y está listo para cocinar a vapor en una olla tamalera por espacio de 45 minutos.

Guayusa. - esta bebida es un icono de la ciudad, la guayusa no puede faltar en las tardes frías de Sucúa ni en la merienda. Es echa con la hoja de la guayusa y azúcar tostada.

Sitios de Interés Turístico

Complejo acuático Aventura Amazónica. - es un lugar que ofrece servicios de distracción, recreación y descanso, es un área completamente amplia donde podrá disfrutar de su flora y fauna. Este centro turístico de carácter privado, es una empresa turística familiar, cuenta con servicios de bar, pista de baile, servicio de restaurante, parqueadero, dos piscinas; una de niños y la otra con olas, senderos y un mirador.

Finca” El Piura”. - en finca el Piura se podrá disfrutar de una experiencia única estamos ubicados a tan solo 6km de Sucúa; es un lugar maravilloso donde tendrá la oportunidad de observar Sucúa desde lo más alto, además existe muchas actividades de agroturismo que puede realizar.

Cascada Kintia Panki. – En este hermoso lugar natural tendrá la oportunidad de ser recibido por su guía de la nacionalidad shuar, su nombre es Elías, él y su familia al momento de visitar las cascadas realiza un ritual de bienvenida y su familia realiza danza, pintura de rostro, artesanía y prepara los alimentos; durante el recorrido se podrá disfrutar de riachuelos, caminos angostos llenos de naturaleza, con plantas de la zona, después de una pequeña caminata se encuentra la primera cascada y al final del camino se llegará a la cascada principal que tiene una caída aproximada de unos 20 metros de altura y una poza de unos 15 metros de diámetro, luego de realizar el ritual y pedir permiso a la cascada, todos podrán disfrutar de la poza natural.

Mirador Huambinimi. - se encuentra localizado en la parroquia Huambi, en el estrecho de Huambinimi, este lugar es conocido así por una franja angosta existente en aquel lugar, que se forma por la unión del río Upano y del río Tutanangoza

El mirador está conformado por un espacio de recreación acompañado de un bar y parqueadero.

Museo Sor María Troncatti. - es un museo histórico y religioso, el museo se encuentra ubicado en la vivienda donde de la ya difunta Sor María Troncatti, quien fue una misionera salesiana. Se pretende mediante fotografías y objetos personales en exhibición se pretende contribuir a la memoria colectiva de la ciudadanía, buscando afianzar la identidad de los sucesores.

Parque Botánico de Sucúa. -El parque botánico está formado por una variedad de una densa vegetación, el lugar se encuentra rodeado por algunos ríos uno de estos es el Upano, se puede apreciar el asentamiento de varias comunidades pertenecientes a la etnia Shuar. Este parque tiene una área de 27.82 hectáreas de bosque, lleva el nombre de Tindiuky Neida en honor a la planta más representativa del lugar común mente conocido como fibra, cuenta con un sendero de 1100 m el que permite recorrer todos los puntos importantes del parque, la zona en donde se encuentra ubicado el parque pertenece a la zona de bosque húmedo tropical.

El Parque Botánico es un proyecto que tiene como finalidad dar a conocer la gran variedad de especies vegetativas del lugar y la conservación de las mismas.

Museo de la ciudad. – es un museo de tipo arqueológico con residuos que pertenecen al periodo Upano I y Upano II. En el museo se encontrará la sala de la identidad Sucuense, donde se visualiza la identidad cultural de la ciudad y del pueblo shuar, esto se expresa mediante fotografías, elementos de uso y oficios, además existen pinturas de artistas plásticos de la localidad como lo son Juan Chacón y Alex Sevilla.

Cascadas Umpuankas. - en este bello rincón se ha identificado 5 cascadas entre grandes pequeñas, las cuales son representativas del lugar, este conjunto de cascadas se caracteriza por encontrarse en un ecosistema húmedo subtropical, sus aguas son cristalinas, muy limpias y refrescantes, todas las cascadas se encuentran en una misma dirección por la cual se va descubriendo durante el trayecto, además las cascadas van formando un riachuelo como piscinas en donde se puede disfrutar del medio natural.

Piedra del Mono. -en la piedra del Mono están grabada figuras zoomorfas, la piedra tiene 4 metros de alto por 9 metros de largo y 5 metros de ancho, en la parte superior de la piedra se encuentran dibujadas las figuras, están grabados 15 figuras de diferente tamaño, las dimensiones varían entre 35 cm. a 15 cm. de largo y 22 cm. a 10 cm. de ancho, seis figuras están grabadas profundamente y tienen una cola mono larga.

En este sector del río se forma un brazo de piscina natural, en la cual se puede bañar tranquilamente, para poder visibilizar la piedra se debe cruzar el río nadando y podrá observar y disfrutar de los jeroglíficos tallados en la piedra.

Cascada de Kumbants. - está ubicada en la Comunidad de Saip, se encuentra a una distancia de 4 Km desde la ciudad de Sucúa. Consiste en una caída de 15 metros, el mismo que se encuentra rodeado por mucha flora y fauna, además se puede realizar actividades de natación, intercambio cultural, caminatas, senderismo, gastronomía shuar, artesanía shuar.

Balneario Cabañas Panki. – este atractivo natural se encuentra ubicado a 7 Km desde la ciudad de Sucúa en la comunidad de Saip, este lugar es denominado Cabañas Panki por los pobladores del lugar.

En el lugar cuenta con un espacio recreacional, con una cancha de fútbol y vóley y se ha implementado balsas y canoas en su laguna que se forma de un río, para que se pueda disfrutar de su agua cristalina. Además, cuenta con chozas donde puede preparar sus alimentos o el balneario ofrece alimentos y bebidas.

Cascada de Arapicos. - se encuentran rodeadas por colinas y pendientes muy pronunciadas, los suelos son húmedos y poseen una gran cantidad de arcilla amarilla. De todas las cascadas, la más grande es la cascada Sunka, su distribución es vertical, se forman pequeños riachuelos por la caída de sus aguas, bajan de la cordillera oriental, se van interconectando una con otra por medio de riachuelos y al final forman el río Arapicos.

Río Upano. - Sus aguas son limpias, cristalinas, en algunos lugares se puede apreciar un color oscuro debido a la textura de sus suelos. Los suelos son principalmente arcillosos puede variar el color con amarillo y rojo, el ancho del río es de 50 m aproximadamente, varía de acuerdo a la zona por donde corren sus aguas ya que va formando meandros, playas, etc.

Balneario Yawi. - Se encuentra ubicado en la Comunidad de Saip a 20 minutos de Sucúa, rodeado de naturaleza y un río tranquilo de aguas cristalinas, además cuenta con cabañas para poder realizar alimentos y de esta manera disfrutar con la familia.

Hostería Arutam. - es una hostería ubicada a 3 minutos del centro de la ciudad, donde podrás disfrutar de sus piscinas, sauna, turco e hidromasajes, además podrás deleitarte de su exquisita gastronomía y pasar momentos agradables en familia. Los fines de semana puedes diviértete junto a tus amigos en el bar discoteca.

Hostería Luz Celinda. - se encuentra ubicado a la salida de la ciudad de Sucúa, a 5 minutos del centro del cantón, abrazando la naturaleza donde la flora y la fauna se unen para disfrutar de unos hermosos paisajes. En este lugar podrá deleitarse de la cocina gourmet, descanso absoluto de cuerpo y mente en el hidromasaje y sauna. Y por supuesto una diversión para toda la familia en sus amplias instalaciones con piscina, áreas verdes y deportivas.

Parque Central Ecuador Amazónico. – es un lugar muy acogible y fresco porque corre bastante viento, es un lugar bastante amplio, existen unas bacas donde sentarse para contemplar la naturaleza, además de eso hay puestos en donde venden artesanías locales y muy bonito para tomarse fotos con la familia y amigos. (Guía turística Ecuador (2019))

Fiestas y Eventos de Sucúa

Sucúa cuenta con fiestas y eventos donde sus habitantes muestran todo su potencial como organizadores y anfitriones, lo hacen de tal manera para que quienes lo visiten cada año por los eventos tengan a Sucúa como agenda obligada.

Carnaval Cultural. – es una fiesta de color, música y alegría, que se ha constituido en una celebración tradicional y cultural de gran acogida por los turistas que visitan este "Paraíso de la Amazonía". En este festejo colorido con miles de personas que llenan el parque Ecuador Amazónico disfrutan de una fiesta de carnaval; con la tradicional visita carnavalesca, concurso del dulce carnavalesco, también la elección de la reina de carnaval y el desfile y concurso de carros alegóricos.

Feria de emprendimientos estudiantil: aquí se presentan y valora los mejores proyectos estudiantiles, con el fin de incentivar a los jóvenes que sean emprendedores y que demuestren las habilidades que poseen.

Festival Gastronómico de la yuca y la carne: es una fiesta gastronómica donde participan emprendedores y artesanos del cantón, con el objetivo de darle importancia y un valor agregado a estos productos tradicionales de la amazonia, lo cual permite el posicionamiento del cantón como una zona turística, atrayendo una mayor cantidad de turistas.

Sucúa cuenta con una de las mejores carnes del Ecuador y producción abundante de yuca, lo que le convierte en una ciudad con una creciente proyección de turismo gastronómico.

Competencia 10k Ruta de la Ortiga. – esta competencia cuenta con el aval de la federación ecuatoriana de atletismo, es conocida a nivel nacional e internacional, que permite potenciar el turismo deportivo y además ayuda para que paraíso de la amazonia muestre todos sus atractivos turísticos y más turistas puedan visitarla.

Festival de danzas Suku Intercultural. – cada año por las festividades del cantón se realiza el concurso de danza Suku Intercultural, donde los mejores grupos de danza del país se presentan y realizan una muestra de talento, exponiendo las mejores danzas tradicionales de nuestro país.

Fiestas del cantón. – cada 8 de diciembre se celebra la cantonización de Sucúa, en donde existe una programación con una gama de actividades: culturales, turísticas, deportivas, y gastronómicas, además se celebra la gran noche sucueña donde las personas que visiten Sucúa podrán disfrutar con sus amigos familiares.

Transporte y Conectividad en la Ciudad

Sucúa tiene un terminal terrestre, el cual integra los servicios de buses provinciales e interprovinciales, actualmente funcionan 6 empresas de transporte

La ciudad cuenta con un sistema de buses intracantonal, que atiende las comunidades y parroquias alejadas del cantón, con el fin de facilitar la movilización de sus pobladores, además existen turistas que desean visitar dichas comunidades y muchas de las veces prefieren ir en autobús para no preocuparse de su automóvil y poder disfrutar de manera tranquila.

Además, existen 7 cooperativas de taxis, los cuales se encuentran ubicados por las calles de la ciudad, una se encuentra en un punto estratégico que es el terminal terrestre, de tal manera que facilite a los turistas a moverse de manera segura al momento de llegar a Sucúa.

Claves para las personas que visiten Sucúa

Sucúa permanentemente trabaja por ofrecer a cada persona que la visite las mejores condiciones para que se sientan como en casa, es una ciudad pequeña pero acogedora, que invita a recorrerla en sus calles de manera segura y llenas de gente amable, cuenta con una red de servicios que garantizan al visitante la satisfacción de sus necesidades.

- Conoce sobre la historia del cantón y de donde proviene su nombre.
- Visita los atractivos naturales y culturales que tiene el cantón.
- Compra los alimentos locales y visita las plazas del mercado.
- Compra artesanías elaboradas por nuestros artesanos.
- Respeta la naturaleza, no arranques plantas, déjalas donde pertenecen.
- No ensucies la ciudad, porque la limpieza nos caracteriza.

CAPÍTULO III

3.1 LOCALIZACIÓN

Gráfico 1 Mapas de Morona Santiago y Sucúa



Fuente: Google Maps

Ecuador es un país ubicado al noroeste de América del sur, cuenta con 4 regionales naturales: región sierra, costa, amazónica e insular; se encuentra dividido en 24 provincias las cuales cuentan con gran variedad de atractivos turísticos, la provincia de Morona Santiago se encuentra ubicado en la región amazónica cuenta con 12 cantones.

El presente proyecto de investigación se realizará en el cantón Sucúa que tiene una extensión de 893 km². Se encuentra ubicado al sudeste de la provincia de Morona Santiago, limita al norte con el cantón Morona, al sur con los cantones de Logroño y Santiago, al este con el cantón Morona y al Oeste con las provincias de Cañar y Azuay. su clima oscila en los 21°C promedio en el año.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADO

El tipo de investigación empezó con un **estudio exploratorio** que se realizó en campo visitando los diferentes atractivos turísticos que posee el cantón Sucúa y conocer los diferentes medios audiovisuales que utilizan los propietarios para la promoción y difusión de los mismos que posteriormente serán aprovechados con una perspectiva de promoción turística.

Seguidamente con un enfoque cuantitativo se realizó una **investigación descriptiva**, que permitió registrar, analizar, describir e interpretar datos obtenidos de los diferentes atractivos turísticos como ubicación exacta, servicios que ofrece, precios de entradas, distancia de recorrido etc.

Para finalizar se realizó una **investigación explicativa** dando a conocer la necesidad de realizar nuestro proyecto de investigación y dar así cumplimiento al objetivo general “Difundir los atractivos turísticos del cantón Sucúa, a través de medios audiovisuales para fortalecer la afluencia de turistas.”

3.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el cumplimiento del objetivo específico No. 1:

Se realizó una investigación exploratoria con el fin de conocer los diferentes atractivos de interés turísticos que se encuentran en el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Sucúa.

Para el cumplimiento del objetivo específico No. 2:

“Analizar los principales medios de difusión para los atractivos turísticos del cantón Sucúa.”

Se realizó una investigación descriptiva mediante el instrumento de las encuestas dirigidas a un grupo de personas de una población infinita del cantón Sucúa.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

n = Tamaño de la muestra

e = 0.05 error de la muestra

p = 0,5 probabilidad a favor (número de casos que ocurran)

q = 0,5 probabilidad en contra (casos restantes)

z = 1.96 nivel de confianza

$$n = \frac{(1.96) * (0,5) * (0,5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416) * (0,25)}{(0.025)^2}$$

$$n = \frac{0,9604n}{0.025} = 384,16 = n = 384$$

Para el cumplimiento del objetivo específico No. 3:




Se elaboró un video turístico promocional de los diferentes atractivos turísticos que posee el cantón, tomando en cuenta los atributos que posee cada lugar y las opiniones según los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a la población y de esta manera incentivar a los turistas para que visiten Sucúa “El Paraíso de la Amazonía”





CAPÍTULO IV.





4.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN




Para la realización del primer objetivo que es “Identificar los diferentes atractivos de interés turístico ubicadas en el cantón Sucúa” se aplicó la investigación bibliográfica, por tanto, se solicitó el inventario de atractivos turísticos al departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón donde se pudo conocer la descripción y jerarquía de sus atractivos de los cuales son los siguientes:

Tabla 1: Atractivos turísticos del cantón Sucúa.

Imagen	Atractivo	Descripción	Jerarquía
	Complejo acuático Aventura Amazónica	Es un lugar que ofrece servicios de distracción, recreación y descanso, es un área completamente amplia donde podrá disfrutar de su flora y fauna. Este cuenta con servicios de bar, pista de baile, servicio de restaurante, parqueadero, dos piscinas; una de niños y la otra con olas, senderos y un mirador.	II
	Complejo Turístico” El Tesoro.”	En este lugar se puede disfrutar de piscinas, juegos infantiles, canoas, canchas de juego, peceras y de la gastronomía, en especial una rica tilapia la cual se puede pescar uno mismo y mandarlo a preparar.	I
	Finca ” El Piura”	Finca el Piura está ubicado a tan solo 5km de distancia de Sucúa, posee un mirador donde se divisa todo Sucúa, rodeado de jardines, senderos, un lugar lleno de naturaleza se podrá descubrir muchas cosas interesantes, además se realiza camping, fogatas, pícnic, observación de aves.	II

	<p>Cascadas Kintia Panki</p>	<p>Ubicados en la parroquia Asunción a 7 Km. desde el centro de la Ciudad de Sucúa. Consiste en dos cascadas en el trayecto de un sendero de grado fácil. Los saltos de agua se encuentran rodeado de árboles y, de las dos caídas únicamente la segunda cascada que se encuentra en el sendero forma una poza natural.</p>	<p>II</p>
	<p>Cascadas Umpuankas</p>	<p>Ubicado en la Parroquia Huambi, comunidad de Kumpas a 16,5 Km. desde la ciudad de Sucúa. Consiste en un conjunto de rápidos y raudales que forman pequeñas caídas de agua y así mismo pequeñas pozas donde el visitante puede practicar natación.</p>	<p>I</p>
	<p>Cascada de Kumbants</p>	<p>Ubicados en la comunidad de Saip; aproximadamente a 7 Km desde la ciudad de Sucúa. Consiste en una caída de agua de 15 metros, el mismo que se encuentra rodeado por árboles. Aquí el Visitante podrá realizar las actividades de natación, intercambio cultural, caminatas, baños.</p>	<p>II</p>
	<p>Reserva Ecológica Tuntiak Nunkee</p>	<p>La reserva es un emprendimiento turístico familiar comprendido en 40 hectáreas, enfocándose en rescatar la cultura shuar, sus costumbres y tradiciones, de igual manera nos concentramos en conservar la flora, fauna, cultivos de productos de la zona, árboles maderables, cuencas de los ríos, cascadas y plantas.</p>	<p>I</p>

	<p>Conservación ecológica Yampinkia</p>	<p>Conservación Yampinkia es la oportunidad de fomentar la interculturalidad basados en los principios de interrelación del ser humano y la naturaleza. En este lugar podremos encontrar gran variedad de especies maderables.</p>	<p>I</p>
	<p>Balneario Cabañas Panki</p>	<p>Este atractivo de carácter natural se encuentra ubicado a 7 Km desde la ciudad de Sucúa en la comunidad de Saip, denominado Cabaña Panki por los lugareños. En el lugar se ha adecuado un espacio recreacional con una cancha de futbol y vóley sobre tierra hay balsas y canoas.</p>	<p>I</p>
	<p>Balneario Yawi</p>	<p>Consiste en un remanso del río Saip que se encuentra ubicado a 11Km de la ciudad de Sucúa, en la vía Sucúa-Saip-San Luis, en el cual se puede realizar actividades como: buceo, camping, visita de cuevas, actividades recreacionales, entre otros, todos destinados a fomentar el turismo en el cantón Sucúa.</p>	<p>I</p>
	<p>Museo Sor María Troncatti</p>	<p>Es un museo de tipo histórico y religioso; el museo se ubica en la vivienda de quien fuese Sor María Troncatti; Misionera salesiana. La estructura es de madera y consiste en dos plantas; en la primera planta es adecuado para el Museo y la segunda planta se encuentra libre.</p>	<p>II</p>

	<p>Museo de Sucúa</p>	<p>Es un museo de tipo arqueológico con vestigios que corresponden al periodo Upano I y Upano II. Adicionalmente en el museo encontraremos la sala de la Identidad Sucuences, que, a través de fotografías, elementos de usos y oficios, y maquetas de viviendas se visualiza la identidad cultural de la ciudad.</p>	<p>II</p>
	<p>Parque Botánico de Sucúa</p>	<p>Este atractivo turístico se encuentra ubicado a 2,80 km desde la ciudad de Sucúa; se encuentra constituido por un centro de interpretación ambiental; También se puede realizar caminata en el Sendero cuya longitud es de 1.200m En el trayecto el turista puede ir reconociendo y avistando aves y especies maderables hasta llegar a la Torre de Observación de aves: esta torre tiene una altura de 14 metros consta de 4 pisos, desde donde se puede observar aves. Adicionalmente a estas implementaciones se cuenta con un Orquideario.</p>	<p>II</p>
	<p>Parque Ecuador Amazónico</p>	<p>Es un lugar bastante amplio, existen unas bancas donde sentarse para contemplar la naturaleza, además de eso hay puestos en donde venden artesanías locales y muy bonito para tomarse fotos con la familia y amigos.</p>	<p>II</p>

Fuente: Elaboración propia

De los 14 atractivos turísticos que se encuentran ubicados en el cantón Sucúa, 8 pertenecen a la jerarquía I y 6 a la jerarquía II. Si consideramos el manual para la realización de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (2017), menciona que los atractivos turísticos de jerarquía I, no tienen los suficientes méritos para considerarse al nivel de jerarquías anteriores, pero de igual manera se constituyen dentro del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a los de jerarquía mayor. De igual manera los atractivos turísticos de Jerarquía II son considerados como atractivo con un rasgo llamativo que es de interés para los visitantes que lleguen a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.

Tabla 2: Atractivos según su jerarquía

	Cantidad	Atractivos
Atractivos de Jerarquía I	8	Complejo Turístico El Tesoro Reserva Ecológica Tuntiak Nunkee Conservación ecológica Yampinkia Balneario Cabañas Panki Balneario Yawi Cascadas Umpuankas Museo Sor María Troncati Museo “Sucúa”
Atractivos de Jerarquía II	6	Complejo acuático Aventura Amazónica Finca “El Piura” Cascadas “Kumbats” Cascadas “Kintia Panki” Parque Ecuador Amazónico Parque Botánico de Sucúa.

Fuente: Elaboración propia.

Calificación de los atributos de los atractivos turísticos del cantón Sucúa.

Para calificar los atributos de cada atractivo turístico de Sucúa, el técnico del GAD Cantonal brindó su criterio en calidad de experto para que la calificación sea apropiada, y considerar su conocimiento sobre el estado de cada atractivo para tener una referencia y elegir a los atractivos de mayor puntuación para la realización del video turístico promocional del cantón Sucúa.

Mediante la escala de Likert, para evaluar los atributos propuestos por Carla Ricaurte (2009), los atributos tendrán una valoración de manera que: 5 es excelente, 4 muy bueno, 3 bueno, 2 regular y 1 pésimo.

Tabla 3: Calificación según los atributos de los atractivos turísticos de Sucúa.

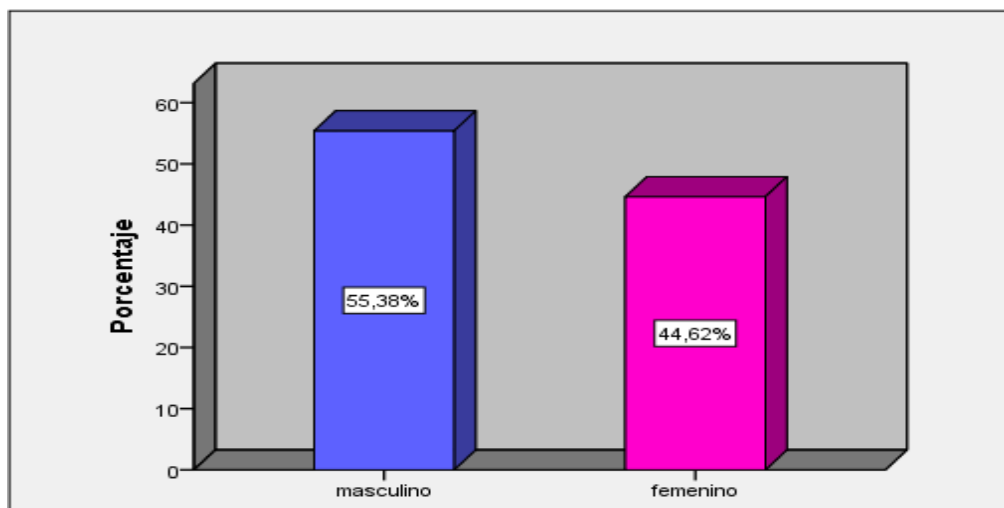
Atractivos Turísticos de Sucúa.	Atractivos naturales o culturales	Servicios básicos	Gobernanza	Accesibilidad	Infraestructura	Total
Complejo acuático Aventura Amazónica	4	5	4	5	5	23
Complejo Turístico “El Tesoro”	3	2	2	3	4	14
Finca “El Piura”	5	3	5	4	3	20
Cascadas “Kintia Panki”	5	4	4	5	2	20
Cascadas Umpuankas	4	2	2	2	2	12
Cascadas “Kumbats”	3	1	1	2	1	8
Reserva Ecológica Tuntiak Nunkee	3	1	2	1	1	8
Conservación ecológica Yampinkia	3	2	2	2	3	12
Balneario Cabañas Panki	4	2	2	2	2	12
Balneario Yawi	4	2	1	2	1	10
Museo Sor María Troncati	4	3	3	4	3	17
Museo de Sucúa	4	3	3	4	4	18
Parque Ecuador Amazónico	3	4	4	5	5	21
Parque Botánico de Sucúa.	5	4	5	4	4	22

Fuente: Elaboración Propia.

Analizar los medios de difusión para los atractivos turísticos del cantón Sucúa.

1. Sexo

Gráfico 2: Pregunta 1

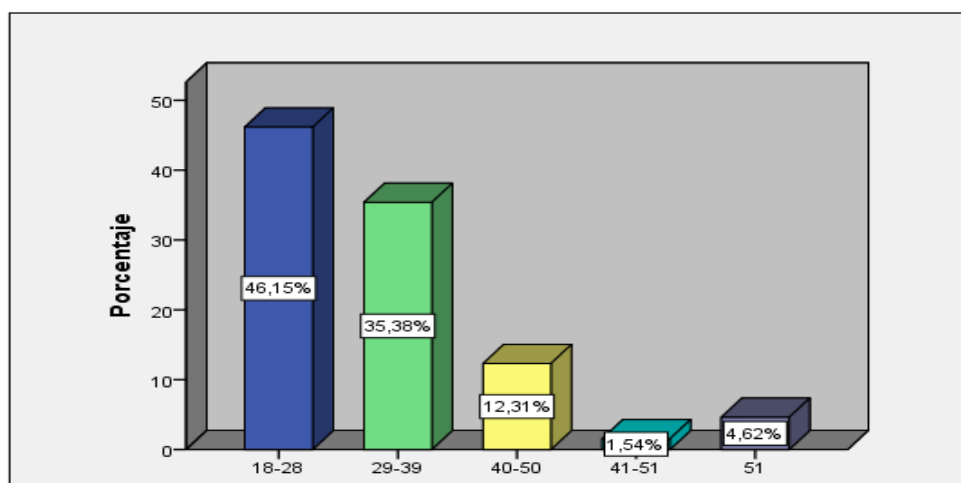


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. - Del grupo de personas a quienes se les aplicó la encuesta el 55,38 % son de sexo masculino y el 44,62 son de sexo femenino.

2. Edad

Gráfico 3: Pregunta 3

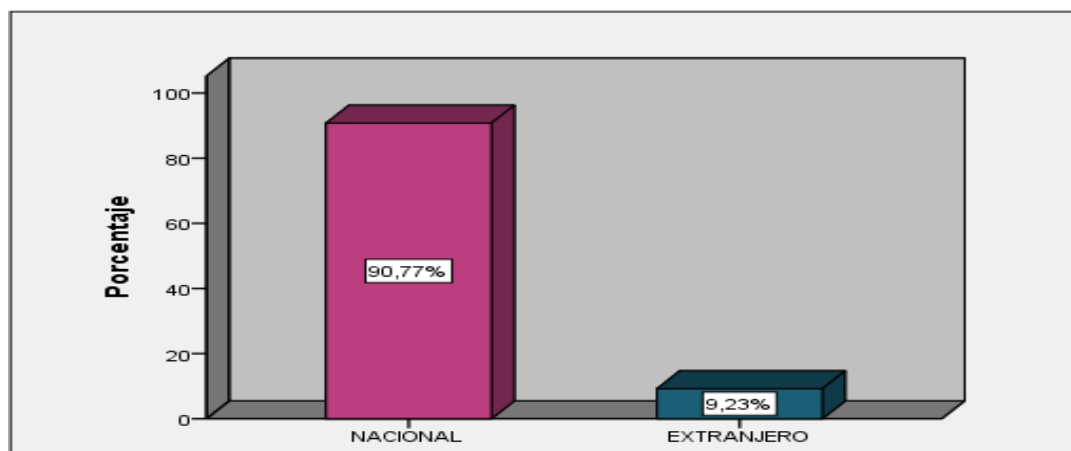


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. - De los datos obtenidos mediante la encuesta se determinó que el 46,15% de las personas que fueron encuestadas son de un rango de 18-28 años de edad.

3. Procedencia

Gráfico 4: Pregunta 3

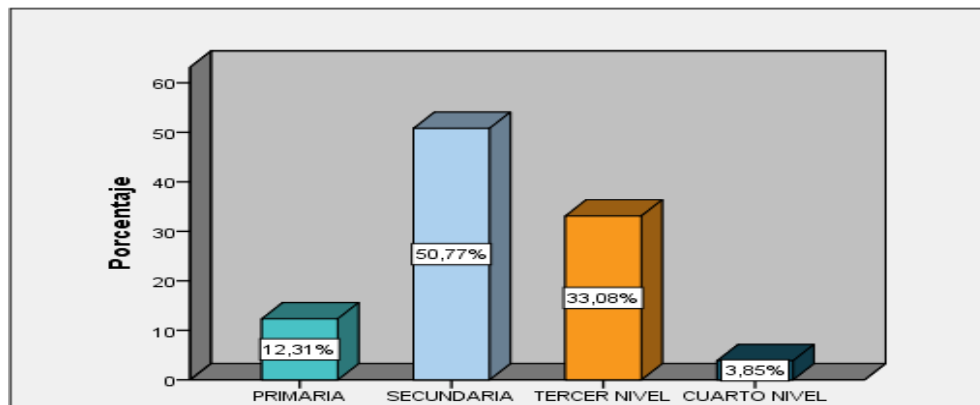


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. – Según los resultados obtenidos de las personas que visitan el cantón Sucúa, se determinó que el 90,77 % de encuestados pertenece a turistas nacionales, mientras, que el 9 % pertenece a turistas extranjeros, quienes.

4. Nivel de estudio

Gráfico 5: Pregunta 4

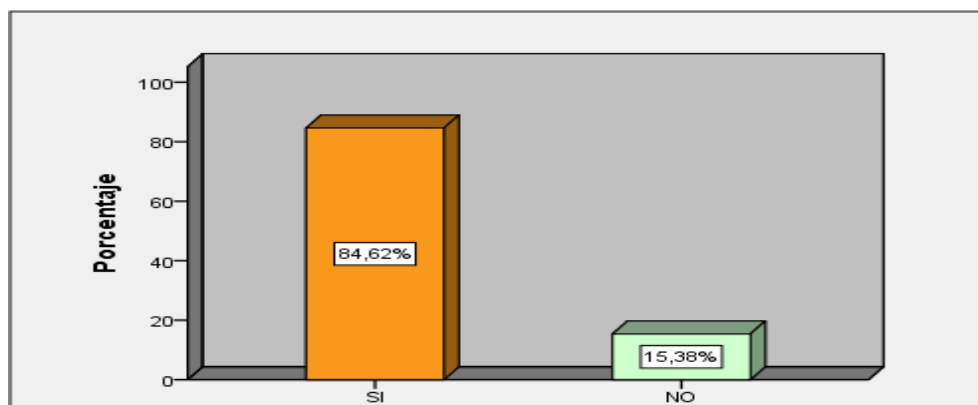


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. - Según los resultados obtenidos se determinó que el 50,77 % del total de las personas encuestadas, las mismas tienen un nivel de estudio secundario.

5. ¿Ha visitado el cantón Sucúa y alguno de sus atractivos turísticos?

Gráfico 6: Pregunta 5

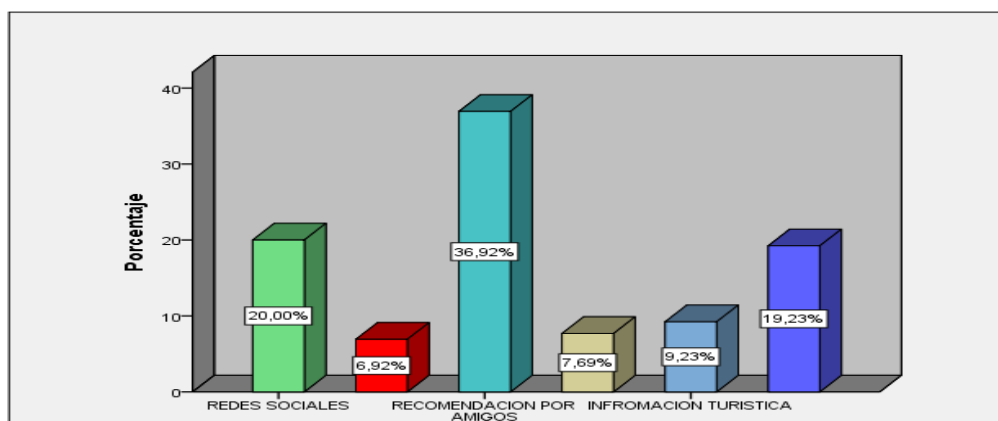


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. - Según los resultados obtenidos de las personas encuestadas el 84,62% respondieron que efectivamente sí han visitado el cantón Sucúa y sus atractivos turísticos, mientras que, el 15,38% de no han visitado Sucúa ni sus atractivos.

6. ¿En qué medio busco información para su viaje a Sucúa?

Gráfico 7: Pregunta 6

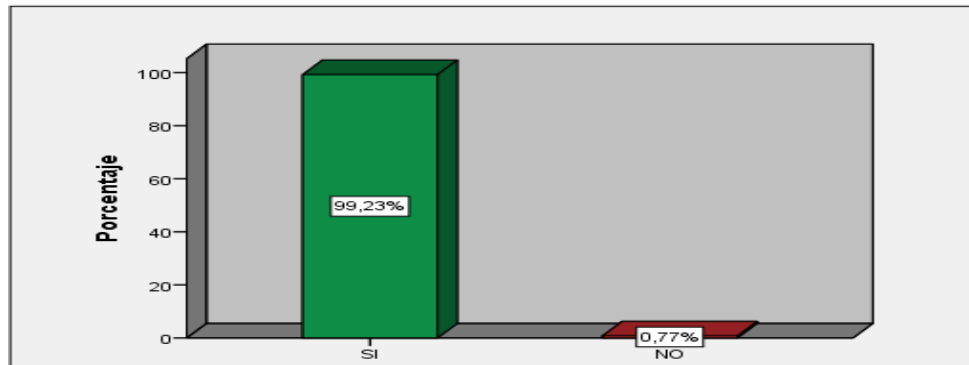


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. - Según los resultados de las encuestas que se realizó, el 36,92% de las personas que ejecutaron las encuestas, manifestaron que los medios en los cuales buscaron información sobre Sucúa es por la recomendación de sus amigos.

7. ¿Considera usted importante promocionar los atractivos turísticos que posee el cantón Sucúa?

Gráfico 8: Pregunta 7

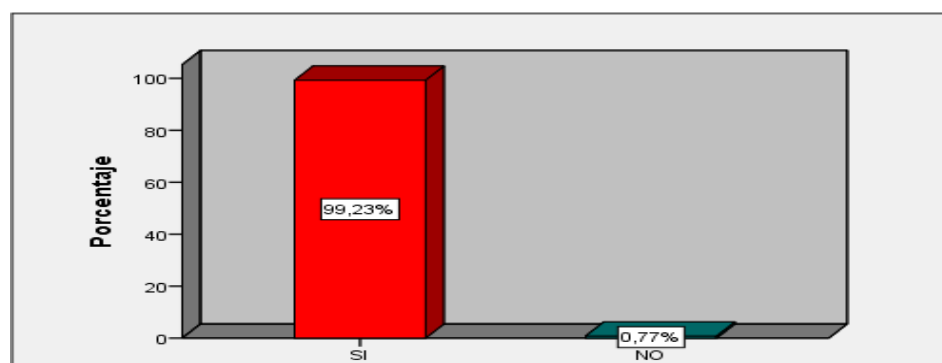


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. – De acuerdo a los resultados obtenidos, con un porcentaje de 99,23% de las personas a las que se realizó la encuesta, manifestaron que si es importante promocionar los atractivos turísticos de Sucúa y un 0,77% mostraron que no es necesario la promoción de los atractivos turísticos.

8. ¿Cree usted que la difusión de los atractivos turísticos mediante un video promocional beneficiaria a la promoción turística del cantón?

Gráfico 9: Pregunta 8

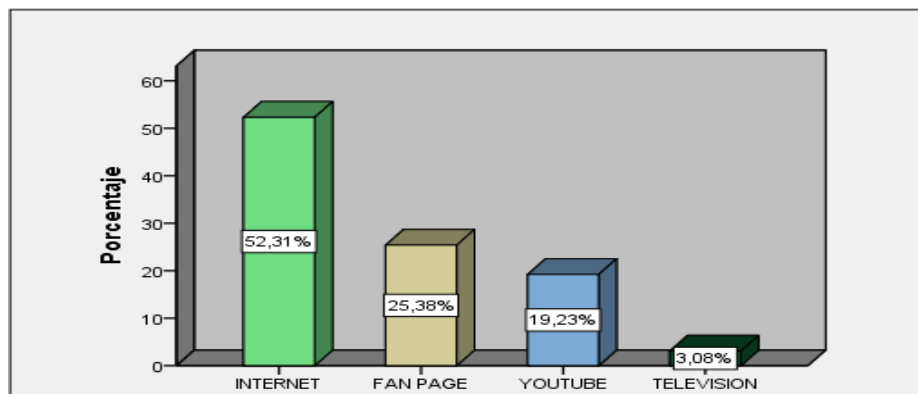


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. – De acuerdo a los datos sistematizados el 99,23% de las personas a quienes se realizó la encuesta, respondieron que si creen que un video promocional de los atractivos turísticos de Sucúa beneficia para la promoción del cantón y un 0,77% que no es favorable producir un video.

9. ¿A través de que medios audiovisuales le gustaría que sean promocionados los atractivos turísticos del cantón Sucúa?

Gráfico 10: Pregunta 9

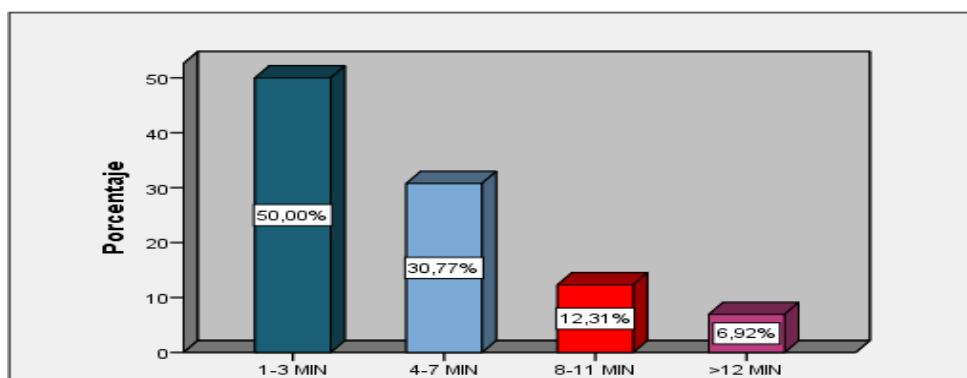


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. – De acuerdo a los datos recolectados un 52,31% de los encuestados supieron indicar que el internet es el medio audiovisual en el que les gustaría que se promocioe los atractivos turísticos del cantón Sucúa.

10. ¿Cuánto tiempo cree usted que debería durar un video promocional de los atractivos turísticos del cantón Sucúa?

Gráfico 11: Pregunta 10

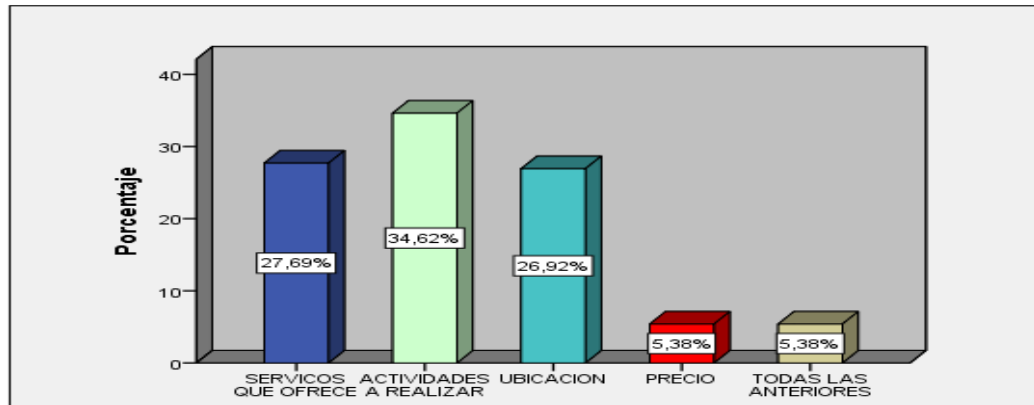


Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. – De los datos obtenidos el 50% de las personas a las que se ejecutó la encuesta, manifestaron que el tiempo que debe durar un video promocional de los atractivos turísticos de Sucúa es de 1 a 3 minutos, siendo un tiempo prudente para no cansar a los espectadores.

11. ¿Qué información considera usted que debería contener un video turístico promocional?

Gráfico 12: Pregunta 11



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis e Interpretación. – De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que el 34,62% de las personas encuestadas considera que el contenido de un video turístico promocional debe constar de las actividades que se realiza en cada atractivo, el 27,69% manifestaron que debe constar sobre los servicios que ofrece y el 26,92% considera que debe estar la ubicación.

“Propuesta de un video promocional de los atractivos turísticos del Cantón Sucúa.”

Para finalizar con el tercer objetivo se elaboró un video turístico mismo que está direccionado a la promoción de los atractivos turísticos del cantón Sucúa de mayor calificación de acuerdo a sus atributos mencionados anteriormente con el cual se pretende crear nuevas oportunidades para el desarrollo turístico y a su vez fortalecer la afluencia de turistas en el cantón para ello se elaboró un guion de acuerdo a las preferencias de la población encuestada.

GUIÓN

Sucúa, el paraíso de la amazonia es la Capital del cantón del mismo nombre y uno de los más importantes de la provincia de Morona Santiago, posee un gran número de atractivos naturales que encantan a propios y extraños. El cantón cuenta con una gran variedad de atractivos, un claro ejemplo es el complejo “Aventura Amazónica” propiedad del señor Rodrigo Matute, en la parroquia Santa Marianita a 5 minutos del centro de la ciudad.

En este lugar se puede relajar y disfrutar del sol, en su imponente piscina de olas, además el complejo acuático tiene diferentes senderos naturales que deleitan la vista al apreciar la flora Amazónica. Este pequeño paraíso cuenta con un mirador que nos deja maravillado de su verde paisaje que permite divisar el valle del Upano.

Recorriendo los alrededores de la ciudad, llegamos al “Parque Botánico” ubicado a solo 5 minutos del parque central, y en su entrada está ubicado el museo, un lugar que nos transporta al pasado y nos relata la historia del Cantón.

Como parte del recorrido podemos disfrutar de una cómoda caminata, hasta descubrir la mágica, casa del árbol, un mirador de madera de 15 metros de altura que permite apreciar el paisaje a nivel de los majestuosos y gigantes árboles.

En el centro de la ciudad, nos encontramos el parque “Ecuador Amazónico”, icono y orgullo de Lugareños, unos de los parques más modernos de la amazonia, en su corazón se encuentra el cristo redentor, un monumento del pasado y religiosidad de este creyente paraíso.

Alrededor de este jardín Sucuense, podemos degustar de la comida típica y si gustas aquí también podrás encontrar recuerdos artesanales propios de la zona.

En busca de experiencias y recuerdos inolvidables llegamos al mirador más conocido de Sucúa, finca “El Piura”, propiedad de la señora Mariela Salinas, que cuenta con una vista privilegiada de la cordillera del Kutuku, que nos permite observar toda la ciudad de Sucúa desde el norte hasta el sur.

Este paradero está ubicado en el Barrio la Cruz, por la vía que lleva a la planta de agua potable de la ciudad, mientras disfrutamos de nuestra estancia, podemos deleitarnos con caminatas por senderos naturales y contemplar el amanecer y atardecer en sus coloridos jardines, terminando el recorrido por este hermoso cantón, pasamos por las Cascadas Kintia Panki, ubicado a 25 minutos del cantón Sucúa, en la parroquia Asunción.

Un mágico lugar que pertenece a la familia Akacho, descendientes de nacionalidad Shuar propia de la selva amazónica.

Al ingresar fuimos recibidos de la manera ancestral con un ritual tradicional en idioma Shuar y un ritual de limpia medicinal para el ingreso a la cascada.

Haciendo una caminata por los senderos amazónicos, nos quedamos deslumbrados con una gran cantidad de fauna que enamoran a todos los que visitan la comunidad de Asunción.

Sucúa Paraíso de amazonia, te espera;¡

Presupuesto

Dentro de la realización de este proyecto, establecimos los costos de las diferentes etapas realizadas la producción:

Tabla 4: Presupuesto

PRESUPUESTO				
PREPRODUCCIÓN				
Descripción	Cantidad	Días	Valor unitario (x día)	Subtotal
Gastos Operativos				
Alimentación	9	3	3,00	81,00
Transporte	-	-	-	Propio
Desarrollo de Guion				
Guion	1	2	7,00	14,00
TOTAL, COSTO DE PREPRODUCCIÓN				95,00
PRODUCCIÓN				
Honorarios Profesionales				
Descripción	Cantidad	Días	Valor unitario (x día)	Subtotal
Camarógrafo	1	3	90.00	270.00
Auxiliar de cámara	1	3	45.00	135.00
Modelos	4	3	-	Voluntarios
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN				405.00
TOTAL, COSTO DEL VIDEO				500.00

Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.1 CONCLUSIONES

- El cantón Sucúa cuenta con un gran potencial para ser un destino turístico, existen diversos atractivos de interés turístico que aún no han sido promocionados de la mejor manera para lograr convertirse en una ciudad turística del Ecuador
- No existe un sistema de promoción audiovisual del GAD Municipal que dé a conocer los diferentes atractivos turísticos para impulsar el crecimiento turístico del cantón Sucúa.
- La producción de un video contribuye al posicionamiento de un lugar turístico reforzando su imagen y acercando al consumidor, en este caso los turistas a través de un video turístico promocional generan emociones que los motivan a visitar los lugares proyectados.

5.1.2 RECOMENDACIONES

- El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Sucúa debería elaborar campañas de promoción turística audiovisual a nivel del país dando a conocer sus diferentes atractivos Turísticos para fortalecer la afluencia de turistas.
- Los prestadores de servicios de los diferentes atractivos turísticos deberían capacitarse constantemente para conocer la importancia de promoción y difusión de sus establecimientos.
- Para la producción del video se debe realizar una investigación de campo con el fin de conocer los diferentes medios que más utilizan las personas en la actualidad con el fin de lograr una correcta difusión de los atractivos.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de
http://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter_-_Temas_de_Turismo.pdf
- (s.f.). Obtenido de <https://www.proturec.com/sucua-atractivos/>
- Amador, M. G. (29 de mayo de 2009). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de https://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html?fbclid=IwAR33m6te-3b171iOfcjSRf0WXs_gnWqhmtWD8V9ZMGd_2qO7fGst-7SfH0k
- Colina, J. M. (2008). *Mercadeo Turístico*. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Cordero, J. (02 de mayo de 2008). Obtenido de <http://baulturismo.com/wp-content/uploads/2019/01/Marketing-Estrat%C3%A9gico-Javier-Cordero.pdf>
- Coutin, M. (23 de septiembre de 2010). *Monografías*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml>
- Dalles, P. (29 de octubre de 2012). *abc color*. Obtenido de <https://www.abc.com.py/edicion-impresas/suplementos/escolar/el-turismo-ii-471163.html>
- ecuador, G. t. (2019). Obtenido de <https://www.proturec.com/sucua-atractivos/>
- Gómez, N. (2010). Obtenido de https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/757/0139_Gomez.pdf?sequence=3&fbclid=IwAR09HgySIJ20w0IkasYYckFaulVJtzP765wWG2dTA-MvmtgYNqFZjFoCH-c
- González, A., & María, C. (2006). Obtenido de <https://www.raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/v12-alonso-fernandez/441067>
- Guía turística Ecuador (2019). (s.f.). *Guía turística Ecuador*. Obtenido de Guía turística Ecuador: <https://www.proturec.com/sucua-atractivos/>
- kloter. (1997). Obtenido de KOTLER, P. *Análisis, Planificación, Gestión y Control de Marketing*. 1997
- Marketing, S. M. (02 de Octubre de 2017). *Puro Marketing*. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/42/29271/caracteristicas-debe-tener-video-perfecto-para-redes-sociales.html>

- Martínez, D. B. (03 de mayo de 2010). *slideshare*. Obtenido de <http://ismenychininin.blogspot.com/2016/09/definicion-de-la-comunicacion-turistica.html>
- Martínez, R. (2009). Obtenido de <https://rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/11/la-publicidad-turistica.html>
- Ministerio de Turismo del Ecuador, Mintur (2017). (s.f.). Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Ministerio de turismo del Ecuador, Mintur (2019). (2019). *tendencias turismo*. Obtenido de <https://TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador, Mintur (2019). (s.f.). *tendencias de turismo*. Obtenido de <https://TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>
- Raffino, M. E. (29 de 11 de 2019). *Conceptos.de*. Obtenido de <https://concepto.de/medios-audiovisuales/>
- Sartaguda, R. (01 de febrero de 2018). *Cuida tu dinero* . Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13128557/la-importancia-de-la-publicidad-y-mercadeo-para-el-turismo>
- Sucúa, A. (2019). *Alcaldía Sucúa*. Obtenido de <http://www.sucua.gob.ec/ciudad/historia>
- turística, G. (2019). Obtenido de <https://www.proturec.com/sucua-atractivos/>
- Universidad Internacional de Andalucía, 2. P. (2010). Obtenido de https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/757/0139_Gomez.pdf?sequence=3&fbclid=IwAR09HgySIJ20w0IkasYYckFaulVJtzP765wWG2dTA-MvmtgYNqFZjFoCH-c
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.

CAPITULO VII

ANEXOS

Plan de Rodaje (Día 1)				
Título: Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa a través de medios audiovisuales para incrementar la afluencia de turistas				
Fecha	Hora	Lugar	Descripción	Materiales Técnico
15/11/2019	09:00h	Parque Botánico	Fotografía-Grabación	Cámaras Drom
15/11/2019	11:45h	Parque Botánico	Tomas aéreas	Trípodes Baterías
15/11/2019	13:25h	Almuerzo		Parasoles
15/11/2019	14:00h	Parque central	Grabación y tomas aéreas	Pedestales
15/11/2019	15:25	Parque central	Grabación del festival de La Semilla	
15/11/2019	17:30	-	Respaldo de grabación y fotografía	Computadora Disco duro

Plan de Rodaje (Día 2)				
Título: Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa a través de medios audiovisuales para incrementar la afluencia de turistas				
Fecha	Hora	Lugar	Descripción	Materiales Técnicos
16 /11/2019	10:00h	Finca el Piura	Fotografía-Grabación	Cámaras Drom
16/11/2019	12:40h	Almuerzo		Trípodes
16/11/2019	14:00h	Complejo Aventura Amazónica	Fotografía y tomas aéreas	Baterías Parasoles Pedestales

Plan de Rodaje (Día 3)

Título: Difusión de los atractivos turísticos del cantón Sucúa a través de medios audiovisuales para incrementar la afluencia de turistas

Fecha	Hora	Lugar	Descripción	Materiales Técnicos
17/11/2019	09.00h	CTC Kintia Panki	Tomas aéreas Fotografía	Cámaras Dron
17/11/2019	13:30h	Almuerzo		Trípodes Baterías Parasoles Pedestales

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
CIENCIAS DE LA VIDA
INGENIERIA EN TURISMO



ENCUESTA A TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN SUCÚA

Encuesta N° _____

1. Sexo

Masculino Femenino .

2. Edad

18-28 29-39 40-50 41-51 > 51 .

3. Procedencia

Nacional .

Extranjero .

4. Nivel de estudio

Primaria Secundaria Tercer Nivel .

Cuarto Nivel .

5. ¿Ha visitado el cantón Sucúa y alguno de sus atractivos turísticos?

Sí No .

6. ¿En qué medios buscó información para su viaje a Sucúa?

Redes Sociales Guía Turística .

Agencia de Viajes Información Turística .

Recomendación por amigos No buscó información .

7. **¿Considera Ud. importante promocionar los atractivos turísticos que posee el cantón Sucúa?**

Sí No .

8. **¿Cree Ud. que la difusión de los atractivos turísticos mediante un video promocional beneficiaría a la promoción turística del cantón?**

Sí No .

9. **¿A través de qué medios audiovisuales le gustaría que sean promocionados los atractivos turísticos del cantón Sucúa?**

Internet YouTube .

Fan Page Televisión .

10. **¿Cuánto tiempo cree Ud. que debería durar un video promocional de los atractivos turísticos del cantón Sucúa?**

1 a 3 min 4 a 7 min .

8 a 11 min > 12 min .

11. **¿Qué información considera Ud. que debería contener un video turístico promocional? (puede marcar más de uno)**

Servicios que ofrece Ubicación .

Actividades a realizar Precio .

Todas las anteriores .