

MEDIOS DIGITALES COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DEL TURISMO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.

Stalin Rolando Guanoluisa Pilatasig



**FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
CONSTRUCCIÓN**

Trabajo de Integración Curricular
Carrera de Diseño Gráfico,
Período Académico B23

http://www.zumbahuaweb.com/

INICIO ZUMBAHUA ATENCION



LAGUNA QUILOTOA

experiencia inolvidable

BIENVENIDOS A UN PARAÍSO ENTRE LAS MONTAÑAS !





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

**MEDIOS DIGITALES COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN
DEL TURISMO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Autor (a):

Stalin Rolando Guanoluisa Pilatasig

Tutor (a):

Paulina Magally Amaluisa Rendón

AMBATO - ECUADOR

2023

CRÉDITOS

Trabajo de Integración Curricular
Carrera de Diseño Gráfico
Periodo académico B23

Autor:

Guanoluisa Pilatasig Stalin Rolando
Correo: stalinrguanoluisa@gmail.com
Fecha de Publicación: Agosto 2021

Equipo de Soporte:

AMALUISA RENDÓN PAULINA MAGALLY
Docente Tutor
correo: paulinaamaluisa@indoamerica.edu.ec

DIAZ PEREZ YOSMEL
Docente Unidad de Integración Curricular
correo: ydiaz@indoamerica.edu.ec

Facultad de Arquitectura y Construcción.
Universidad tecnológica Indoamérica

Agradecemos la apertura de las siguientes instituciones
por su aporte en este documento:

GAD Parroquial Zumbahua.
Dirección de Turismo del GAD del Canton Pujilí

AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN

Yo, GUANOLUISA PILATASIG STALIN ROLANDO, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular con el nombre "MEDIOS DIGITALES COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DEL TURISMO DE LA PARROQUIA ZUMBABUA.", como requisito para optar al grado de Diseñador Gráfico y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI). Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo. Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 6 días del mes de octubre de 2023, firmo conforme:



GUANOLUISA PILATASIG STALIN ROLANDO
AUTOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “MEDIOS DIGITALES COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DEL TURISMO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.” presentado por Stalin Rolando Guanoluisa Pilatasig, para optar por el Título de licenciado en Diseño Gráfico.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

AMBATO, 06 de octubre de 2023

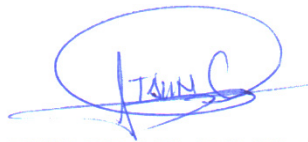


LCDA. MSC. AMALUISA RENDÓN PAULINA MAGALLY
TUTOR(A)

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Integración Curricular, como requerimiento previo para la obtención del título de Diseñador Gráfico, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 06 de octubre de 2023



GUANOLUISA PILATASIG STALIN ROLANDO
AUTOR

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “MEDIOS DIGITALES COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DEL TURISMO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.” Previo a la obtención del Título de Diseñador Gráfico, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.



ING. AGUAYZA MENDIETA CARLOS HERNÁN. MSC.

LECTOR



ING. ORTIZ CHIMBORAZO KEVIN WILLIAM. MSC.

LECTOR

DEDICATORIA

Este importante trabajo está dedicado a las personas más imprescindibles en mi vida que son mi padre Franklin Guanoluisa y mi madre Miriam Pilatasig que forman también parte fundamental de este trabajo y toda mi trayectoria estudiantil, ya que, con su paciencia, esfuerzo e inculcándome valores y principios toda mi vida han logrado hacer posible la culminación no solo de mi carrera profesional sino también de otros aspectos esenciales en mi vida.

Así mismo a mis Hermanos y Abuelitos que de alguna u otra manera también fueron pieza clave en todo el proceso e intentos por alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

A mis amados padres por su esfuerzo y sacrificio además del cariño incondicional, los consejos y la paciencia que han sido impulso para que pueda avanzar y seguir adelante tanto en mi vida como en mis estudios.

A la Lic. Paulina Amaluisa por su paciencia y guía como tutor. Agradecer también a todos mis profesores que han sido parte fundamental en este proceso que me ha llevado a cumplir una meta más.

ÍNDICE DE CONTENIDOS, TABLAS, FIGURAS

ÍNDICE	
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	4
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTOS.....	7
INDICE.....	8
ABSTRAC.....	11
CAPITULO I.....	13
INTRODUCCIÓN.....	13
CONTEXTUALIZACIÓN.....	14
PROBLEMÁTICA.....	16
JUSTIFICACIÓN.....	17
OBJETIVOS.....	18
GENERAL.....	18
ESPECÍFICOS.....	18
CAPITULO II.....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
Turismo.....	19
Historia del turismo.....	20
Turismo cultural.....	21
Turismo rural.....	22
Ecoturismo.....	23
Turismo comunitario.....	24
Recursos turísticos.....	25
Tecnologías de Información y Comunicación.....	27
Multimedia.....	28
Medios digitales.....	29
Redes sociales.....	30
Nuevos medios de comunicación.....	31
Industrias culturales o creativas.....	32
Comunicación visual.....	34

Estado del arte.....	35
CAPITULO III.....	37
METODOLOGÍA.....	37
Enfoque Cualitativo.....	37
Enfoque Cuantitativo.....	38
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	38
DISEÑO METODOLÓGICO.....	38
Instrumento: Entrevista semiestructurada.....	38
DISEÑO METODOLÓGICO.....	47
Instrumento: Encuesta.....	47
CONCLUSIÓN.....	61
CAPITULO IV.....	62
OBJETIVOS.....	62
General.....	62
Específicos.....	62
PROPUESTA.....	62
Conceptualización.....	63
•Idea.....	63
•Investigación.....	64
Definición.....	65
DEFINICIÓN DE USUARIOS.....	65
•Definición funcional.....	65
Mapa de navegación del sitio web.....	68
Diseño.....	68
Construcción de marca.....	68
Manual de marca.....	74
•Wireframes.....	77
Diseño visual.....	80
Desarrollo.....	81
•Programación de código.....	81
Publicación.....	82
•Mockup.....	82
PRESUPUESTO.....	82
ANEXOS.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	87

RESUMEN

La parroquia Zumbahua es uno de los lugares turísticos más visitados del Ecuador, sin embargo, actualmente no cuenta con un canal de comunicación oficial que aporte a la promoción y publicidad de los diferentes atractivos turísticos de la parroquia. El objetivo de este proyecto es emplear los medios digitales como herramienta de comunicación turística para la parroquia Zumbahua. Se utilizó una metodología de tipo mixta es decir un análisis cuantitativo y cualitativo, para el levantamiento de información se emplearon instrumentos como encuestas dirigidas a los turistas de la zona y entrevistas a profesionales del área turística como de medios digitales. El resultado obtenido es el diseño de una página web turística amigable al usuario, como conclusión la página web aporta en la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia brindando información mediante el uso de recursos audiovisuales como imágenes, videos e infografías que sirven como guía para que usuario pueda visitar la parroquia Zumbahua.

DESCRIPTORES: falta de comunicación, turismo, uso de medios digitales

ABSTRACT

Zumbahua is one of the most visited tourist destinations in Ecuador. However, it currently does not have an official communication channel that contributes to the promotion and advertising of the different tourist attractions of this place. This research aimed to use digital media as a tourist communication tool for Zumbahua. This study used a mixed approach, since it was carried out a quantitative and qualitative analysis. For the data collection, surveys were applied to tourists in the area and interviews with professionals in the tourism area and the media. The result of the study was the design of a user-friendly tourist website. In conclusion, the website will contribute to the promotion of the tourist attractions of this place by providing information through the use of audiovisual resources such as images, videos and infographics that work as a guide so that people can visit Zumbahua.

KEYWORDS: lack of communication, tourism, use of digital media

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad es uno de los factores más importantes en el ámbito turístico es así que nace una preocupación por mantener la misma llevando así a optar por métodos que puedan ser viables y que trabajen en conjunto con el medio ambiente y las diferentes culturas. Además de que el turismo ha sido pieza fundamental para el desarrollo económico en base a la desigualdad económica (Ruiz, Hernández, & Coca, 2008).

Según Bravo et al. (2018, pág. 100), el impacto que ha generado el turismo en el Ecuador, en conjunto con la gran cantidad de biodiversidad que presenta la misma ha logrado que la llegada de turistas sea muy alta gracias a la gran cantidad de atractivos naturales que se encuentran en el país.

En el actual proyecto de titulación en el capítulo primero se realizan las investigaciones enfocadas netamente al turismo diverso de Ecuador, seguido de la región sierra, hasta llegar a la parroquia Zumbahua del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi, la problemática que envuelve a la parroquia, la situación actual y porque es importante efectuar una investigación sobre el aspecto turístico y el uso de las nuevas tecnologías como herramienta de difusión.

El capítulo dos, se refiere a la fundamentación teórica es decir un marco teórico que abarque temas que complementen y aporten a la realización del proyecto, además del estado del arte que efectivamente nos ayuda a entender y adentrarnos más en el tema, todo esto sustentado por medio de fuentes primarias y secundarias. Por otra parte, en el capítulo tres se habla de la metodología

que se emplea para la realización de la investigación, los enfoques más eficientes ya sean cualitativos, cuantitativos o de tipo mixto los cuales resultan imprescindibles para poder llevar a cabo un levantamiento de información efectivo.

Para finalizar en el capítulo cuarto se desarrolla la propuesta de solución basada en la investigación previa que demuestra la necesidad de la realización de un sitio web turístico de la parroquia Zumbahua esto con el fin de promover y potencializar los demás atractivos turísticos que no han sido explorados por los visitantes.

CONTEXTUALIZACIÓN

Según el estudio realizado por Tipan (2021), la provincia de Cotopaxi cuenta con un sin número de atractivos turísticos muy importantes tanto naturales como culturales. En esta provincia como en las demás provincias que conforman Ecuador el turismo es fundamental para el desarrollo de la economía local, aunque con la llegada de la pandemia al país algunos atractivos turísticos tuvieron que desaparecer.

No obstante según el estudio realizado por Caicedo (2013), la provincia de Cotopaxi se caracteriza por estar rodeada de parajes andinos en los cuales se encuentra una variedad de pueblos llenos de tradiciones culturales, así como también unos maravillosos atractivos turísticos en los cuales destacan principalmente el volcán Cotopaxi y la laguna de Quilotoa este último ubicado en la parroquia Zumbahua en los páramos de la provincia considerada una buena alternativa para turistas nacionales y extranjeros ya sea en feriados o fuera de ellos. Además de que el Quilotoa no es el único lugar turístico de esta parroquia ya que existen lugares escondidos para visitar que no han sido aprovechados.

Así mismo según el estudio de Rocha y Mishingalle (2019) “Zumbahua es una de las zonas más importantes del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, por ello que según datos registrados en el MINTUR el 35% de los turistas nacionales y extranjeros que llegan al Ecuador los visitan”.

En la necesidad de explotar el turismo en las comunidades se han creado organizaciones de turismo comunitario.

Por tanto, el turismo comunitario es una actividad socioeconómica, con la inclusión de todos los miembros de una comunidad, a través de una distribución equitativa de los derechos y obligaciones. El turismo comunitario se origina en la decisión de la comunidad de mostrar al otro la esencia de su vivencia diaria, cultura, cosmovisión, la

La parroquia Zumbahua además de su cultura y tradición posee un atractivo turístico muy importante, conocido a nivel nacional e internacional, como es la laguna de Quilotoa la cual ha impulsado la actividad turística en el lugar, además de sus paisajes andinos existe una variedad de atractivos turísticos naturales poco visitados, la coordinación de las comunidades en conjunto con el GAD parroquial han hecho de Zumbahua un lugar característico del Ecuador (Lisintuña, 2018).

Un recorrido por los alrededores de la parroquia Zumbahua en el trayecto que nos lleva a Chugchilán un barrio de la parroquia Zumbahua se hace presente todos los tesoros que guarda una parte del páramo andino tales como sus paisajes, casas culturales habitadas por artesanos y pintores, que forman parte importante entre tantos atractivos que posee la parroquia en el trayecto se puede observar con facilidad lugares como el cañón de Toachi que también llega a destacar en los paisajes (Nasinba & Gonzáles, 2016).

Existen 27 atractivos turísticos en la parroquia Zumbahua pero los más importantes son: la laguna Quilotoa, Cañón Río Toachi, Cueva del Inca, Feria de Zumbahua, Feria Artesanal del Quilotoa, Pintores de Tigua, Cerro Artiza, Centro histórico Don Bosco estos atractivos turísticos son muy importantes en la parroquia poseen características únicas y llamativas para los turistas además de que son

lugares naturales que deben ser intervenidos ya que por la falta de material informativo no tiene participación turística y no son visitados (Vaca, 2022).

Según el estudio realizado por Ante (2022), en el centro del país se encuentra ubicado el volcán Cotopaxi uno de los atractivos turísticos más importantes de la provincia de Cotopaxi y del País superando un poco más de los 5.500 metros de altura obtenido así el nombre del Coloso, otro atractivo turístico de origen volcánico también situado en la provincia es la laguna de Quilotoa un atractivo natural muy particular que se ubica en la parroquia Zumbahua del cantón Pujilí.

PROBLEMÁTICA

No obstante, el último registro de una guía interpretativa del parque nacional Cotopaxi data del año 2009 es decir que ha pasado 14 años hasta la actualidad que no existe una guía general que abarque lugares turísticos que en el transcurso de ese tiempo fueron apareciendo y otros desapareciendo como es el caso de la parroquia Zumbahua que no existe una guía turística que dé a conocer los lugares atractivos más allá de su referente el Quilotoa (Mestanza, 2009).

Según el estudio realizado por Candejeo (2020), nos dice que hay un desconocimiento alto de los atractivos turísticos para el turista extranjero y nacional esto a causa de las limitadas actividades turísticas en la parroquia Zumbahua, además de que existe una escasa presentación de servicios turísticos esto ha conllevado a un retraso el desarrollo local.

Los medios digitales hoy en día son un avance muy importante en la difusión de información en este caso turística, pero hay algunos lugares que no cuentan con alguna guía o medio digital que pueda difundir información

La parroquia Zumbahua al ser uno de los pocos pueblos indígenas del Ecuador donde podemos realizar diferentes actividades como turismo comunitario, de aventura, agroturismo entre otros, los cuales pueden disfrutar los visitantes interactuando con la parroquia, pero el desinterés de las autoridades en promocionarlo y la escasa información que se tiene en la actualidad sobre aquel destino turístico en agencias de viajes, tours, ciudades cercanas y medios de comunicación hace que la gente busque otra opción de hacer turismo (Sánchez Iza, 2015, p.7).

JUSTIFICACIÓN

Los medios digitales resultan muy importantes en la actualidad para las personas ya que a través de ello se puede obtener información de manera rápida y eficaz es por ello que:

Promocionarse a través de la web ha sido muy beneficiosa para Ecuador ya que gracias a ello puede llegar hasta el último rincón porque en la actualidad la mayoría de la gente busca por internet a donde viajar y si se puede mostrar la imagen del destino por este debe saber aprovechar estos medios, los que naveguen en internet van a ver las imágenes y demás publicidad que el destino haya colocado ahí (Castillo Sinche, 2016, p. 18).

Debido a que en la Parroquia Zumbahua existen varios lugares turísticos que no han sido aprovechados y tampoco explotados esto en base al desconocimiento y la poca información digital de estos sitios se propone desarrollar este proyecto de investigación para dar a conocer algunos de los atractivos turísticos de la parroquia ya que esconde lugares con atractivos naturales poco conocidos por los turistas y que deben ser visitados. Con el constante avance de la tecnología los dispositivos móviles están muy al alcance de nuestras manos el desarrollo de una guía móvil que permita al turista obtener información necesaria sobre todos los atractivos turísticos que guardan encantos naturales, más allá de la conocida laguna del Quilotoa que es referente turístico de la parroquia.

OBJETIVOS

GENERAL

- Investigar los recursos informativos existentes para la difusión turística de parroquia Zumbahua.

ESPECIFICOS

- Diagnosticar la situación actual la parroquia Zumbahua en el aspecto de comunicación turística y el uso de medios digitales.
- Identificar los medios digitales utilizados para brindar información turística de la parroquia Zumbahua.
- Identificar las necesidades de los turistas de la parroquia Zumbahua, así como sus preferencias con respecto a la obtención de información turística mediante medios digitales.
- Plantear una propuesta de solución.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Turismo

Según las Naciones Unidas (2010, p.1) define al turismo como una actividad recreativa de marco social, económico y cultural el cual se basa en una movilización del lugar de origen de las personas, generalmente por motivos de ocio, placer, aventura o disposición de tiempo libre. De tal manera que el turismo provoca un impacto ya sea en el entorno natural y cultural, además de impulsar la economía de la población local que el turista ha visitado.

Figura 1
Volcán Cotopaxi



De la misma manera Requena y Muñoz (2006), “El turismo es una de las pocas actividades humanas capaz de dar lugar a campos de investigación tan variados como la economía, la ecología, la psicología, la sociología, las ciencias políticas y las ciencias empresariales”. Cabe destacar que el turismo como tal conlleva elementos conceptuales muy

amplios de tal manera que:

El turismo es un área de estudios multidisciplinar, por lo cual requiere de aportes de diversas disciplinas para su desarrollo. Por esta razón, se esbozan los principales elementos que están relacionados con el turismo rural, desde una perspectiva económica, social, cultural y ambiental. No obstante, el elemento que predomina en la presente discusión teórica es el social, dado que se tiene en cuenta la oferta de servicios turísticos y los demás elementos que giran alrededor de las configuraciones rurales de las comunidades. Además, el turismo es un fenómeno social y como sucede con la mayoría de los fenómenos sociales se deben tener diferentes enfoques, puesto que esta tipología turística responde a una multiplicidad de factores (nuevas modas y usos sociales, captación de subvenciones, fomento de las tipologías turísticas que frenan la estacionalidad, entre otras) (García Revilla, et al., 2021, p. 23).

Historia del turismo

Es muy complejo confirmar una fecha exacta de cómo y cuando surge la historia del turismo, pero se puede resaltar en investigaciones más generales que:

El registro histórico sobre el turismo data durante el siglo XIX en la era de la industrialización en Europa donde se comienza a realizar prácticas turísticas que llamaron la atención a muchos europeos. Estas prácticas tenían un objetivo primordial que era el promover el descanso y la salud de las personas, por lo cual adoptaron diversas formas para llevar a cabo esta experiencia tales como los baños en aguas termales, baños

en la playa, el excursionismo que permitía el acercamiento y la convivencia con la naturaleza, además del famoso tour de las grandes élites británicas. De esta forma algunas sociedades empezaron a sacar provecho de estas actividades como una forma de negocio local en la cual se empieza también a ver un importante avance en el transporte, en lo tecnológico y en las mejoras de los lugares que la gente empezaba a frecuentar (Moreno Garrido, 2012).

Turismo cultural

El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Este artículo argumenta que los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas formas de interpretar la autenticidad y expresan el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda (Santana Talavera, 2003).

Figura 2
Danzantes de Pujili



No obstante, el turismo cultural se basa en conocer un conjunto de atractivos distintivos de un lugar característico es por ello que:

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo, en el caso de los países en desarrollo (Toselli, 2006, p. 177).

Turismo rural

Para definir lo que es turismo rural nos referimos a conceptos que exponen generalidades sobre el turismo como tal. Para ello podemos decir que el turismo rural se basa en dar a conocer o explotar generalmente la identidad, cultura y valores que posee una población local, esto mediante la acción efectuada entre los organizadores para presentar servicios obviamente turísticos, de tal manera que se recre una interacción positiva entre los turistas y lugareños (Vargas, 2021, p. 33).

Figura 3
Turismo rural



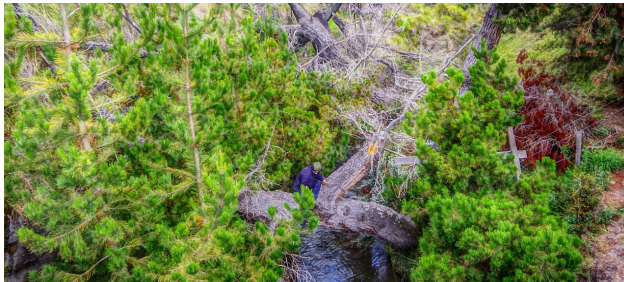
Según la SECTUR (2004, p. 14), se le considera el lado humano del turismo alternativo, ya que a este segmento se le atribuye la oportunidad que se le brinda al turista de convivir con comunidades rurales, para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos.

Para finalizar según Gutiérrez y Guerritsen (2011, p. 26), establecen que “el turismo rural se basa en la actividad humana, la sociedad y su expansión cultural es fundamental”

Ecoturismo

El ecoturismo se basa en explorar parajes naturales sin alterar su esencia, en esta experiencia el turista tiene la libertad de apreciar, observar y estudiar todo lo que posee el lugar, ya sea cultural o natural siempre en un marco de responsabilidad de tal manera que no perjudique la comodidad de la localidad. Lo que el ecoturismo promueve es la conservación del entorno natural y cultural entre el turista y la población, tratando de proteger en lo posible al ecosistema (Organización Mundial del Turismo , 2008).

Figura 4
Ecoturismo



Así mismo en referencia a ecoturismo otro de los conceptos que sustenta esta investigación nos dice que:

El ecoturismo puede estar relacionado con el desarrollo sustentable que promueve el respeto y cuidado de la naturaleza y sus recursos, preservándolos para el futuro de manera que las nuevas generaciones en las comunidades puedan hacer uso de estos beneficios de manera consciente logrando así obtener beneficios económicos por el cuidado y conservación del mismo (Bringas y Ojeda, 2000, p. 379).

Para finalizar según la investigación realizada por Coppin (1992, p. 9) “el ecoturismo es sinónimo de turismo para la protección de áreas naturales, es una forma de lograr beneficios económicos a través de la preservación del recurso natural”.

Turismo comunitario

El turismo comunitario se refiere a la autogestión de los bienes culturales o naturales generada por las comunidades locales en beneficio de los mismos, por lo tanto:

El turismo comunitario enmarca las actividades que realizan los turistas o visitantes, en las comunidades rurales o urbanas, donde sus habitantes encuentran en el turismo una actividad económica complementaria o principal, como fuente de ingresos. Los habitantes de estas comunidades tienen una participación activa en los servicios turísticos, haciendo uso de los recursos, ambientales y culturales de forma sostenible. Esta actividad debe ser viable económicamente, donde la mayoría del gasto de los viajeros, aporte al desarrollo de la comunidad. Para ello, debe haber

una integración de todos los oferentes del servicio turístico (Mora Forero y Motato Ramírez, 2019, p. 30).

Figura 5
Laguna de Quilotoa



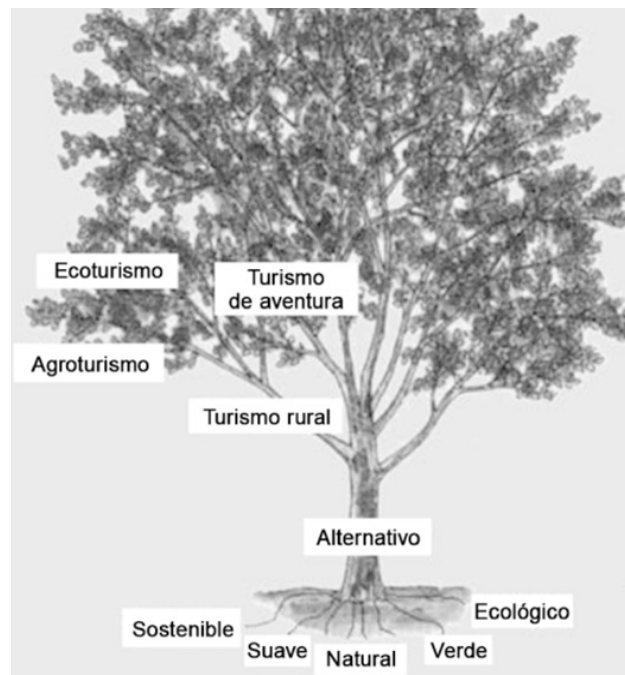
Así mismo se puede señalar que el turismo comunitario integra la dinámica social para estructurar algunas reglas y fortalecer la toma de decisiones de manera organizada es por ello que también. Se entiende por turismo comunitario toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Maldonado, 2005, p. 5).

Recursos turísticos

Los recursos turísticos implican todo tipo de elementos que permitan atraer a las personas es por ello que:

Existen recursos turísticos que no equivalen a atractivos turísticos. Se encuentran «disponibles para resolver una necesidad» pero sin «hacer que acudan a sí personas». Son relevantes, pero no provocan un viaje: para que eso ocurra, es necesario que el recurso sea conocido y sea visitable. Por el contrario, no se conciben atractivos turísticos que no constituyan recursos turísticos; esto es, bienes que motiven un desplazamiento sin pretender satisfacer necesidad alguna: se emprende un traslado con la expectativa de extinguir una necesidad, más allá de que eso ocurra finalmente (Navarro, 2015, p. 351).

Figura 6
Turismo alternativo y otros nuevos conceptos turísticos.



Tecnologías de Información y Comunicación

Según el estudio e investigación realizado por Sánchez Duarte (2008, pág. 156), “las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones) son las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información”.

Figura 7
Las TIC



De la misma manera, en palabras de Cabero (1998, pág. 198), nos dice que las nuevas tecnologías de la información y comunicación se desarrollan en base a medios digitales importantes los cuales son informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones estos tres medios tienen una funcionalidad eficiente si se las trabaja de manera interactiva dando un avance completo y efectivo en las comunicaciones actuales.

A manera de conclusión se establece que las tecnologías de la información y comunicación:

Ofrece la posibilidad de realizar contenidos multimedia empleando la interacción entre una variedad de símbolos que nos permite desarrollar mensajes efectivos compuestos entre sonidos e imágenes tanto estáticas como en movimiento. Es decir, las TIC nos ofrecen la posibilidad de emplear códigos verbales que nos permiten explotar el campo multimedia y audiovisual, es así que en la actualidad la interactividad digital y los códigos visuales son elementos fundamentales y complementarios para los usuarios (Cabero Almenara, 2010, pág. 46).

Multimedia

Existen varios conceptos para entender lo que refiere multimedia ya que es un campo amplio, pero:

Actualmente, el término multimedia hace referencia al uso combinado de diferentes medios de comunicación: texto, imagen, sonido, animación y video. Los programas informáticos que utilizan de forma combinada y coherente con sus objetivos diferentes medios, y permiten la interacción con el usuario son aplicaciones multimedia interactivas (Belloch, 2012, p. 1).

De la misma manera y en relación entre esta herramienta y el ámbito turístico se puede afirmar que:

Esta herramienta aporta un valor muy significativo en cuanto a la comunicación turística ya que en la actualidad las personas prefieren la comodidad de obtener información de manera rápida y efectiva. Por lo tanto, para las personas resulta más interesante captar mensajes de manera interactiva

ya sea mediante videos y sonidos en los que se muestran dichos lugares turísticos. Es por ello que muchos destinos turísticos han optado por frecuentar la multimedia en sus promociones turísticas (Castillo Palacio y Castaño Molina, 2015, p. 744).

Figura 8
Mapa conceptual Multimedia



Medios digitales

Según el estudio realizado por Alvarado y Herrera (2020, p. 311), nos dicen que los medios digitales son herramientas de procedencia tecnológica que generalmente se las expone mediante aplicaciones que impliquen el uso de internet, dispositivos móviles, redes sociales entre otras, además de que sirven para un sin número de actividades asociadas con la parte digital. El uso de estas herramientas nos ha permitido que nuestro trabajo sea optimizado es decir nos permiten reducir el proceso que conlleva llegar a terminar un trabajo esto gracias a las herramientas que nos facilitan los medios digitales.

No obstante “La comunicación mediada por computadoras no es ninguna recombinação de elementos presentes en la oralidad y la escritura, sino que se apoya sobre un nuevo medio (el medio digital) que permite realizar cosas que los otros dos medios no hacen” (Calise, 2013).

Redes sociales

Para definir lo que es una red social nos remitimos a conceptos que parten desde la teoría de los medios digitales es así que:

Las redes sociales son sitios realizados en internet que cuentan con información que las personas comparten ya sea personal o profesional en la actualidad está centrada a utilizarla más para información comercial esta es proporcionada por los usuarios dependiendo del tipo de contenido que quieran publicar y a las personas que deseen llegar. Las redes sociales pueden ser estructuralmente definidas como nodos y aristas donde los nodos son las personas y las aristas las relaciones que se generan mediante las redes (Hütt Herrera, 2012).

Figura 9
Redes sociales



No obstante, según Chadi (2009, p. 215), las redes sociales institucionales reflejan normas sociales, políticas y culturales, y poseen una estructura regida por jerarquías, normas explícitas e implícitas y roles definidos. Las redes institucionales están conformadas por organizaciones que responden a necesidades y objetivos específicos con los que las redes sociales primarias no pueden cumplir.

Para finalizar y según estudios realizados sobre el concepto de redes sociales se afirma que:

Una red social tiene que ver con las relaciones que se generan entre las personas mediante la agrupación de conexiones que tiene como soporte el internet en la cual el individuo tiene la capacidad de ejecutar alguna acción social que depende únicamente de su posición en la red. Este espacio es importante y útil a la vez ya que se puede abordar y tratar cualquier situación social (Requena Santos, 1994, p. 234).

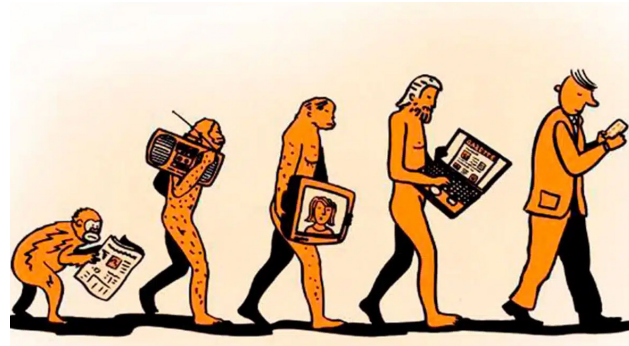
Nuevos medios de comunicación

Las empresas que se basan en el internet para efectuar la comunicación no tienen el poder en la actualidad para difundir alguna información, por lo tanto.

Gracias a las cualidades tecnológicas que brinda la red se ha podido reducir cierta inversión empleada en la puesta en marcha de un proyecto. En la actualidad es más accesible posicionar en la web alguna información e incluso el nombre de manera gratuita claro que existe un límite en cuanto a la cantidad de información que el usuario pueda colocar, además de que no es necesario ya tener un conocimiento amplio para poder publicar en la red ya que el avance tecnológico permite al

usuario actualizar el contenido de manera fácil tan solo llenando y enviando sencillos formularios (Domingo, 2014, p. 95).

Figura 10
Evolución y nuevos medios de comunicación



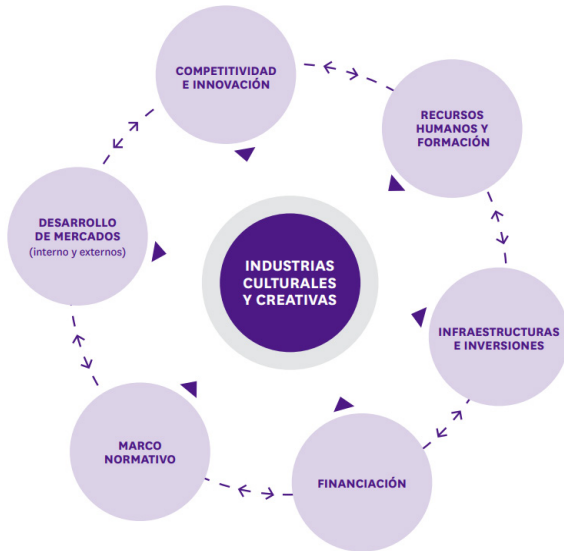
Industrias culturales o creativas

El papel fundamental de las industrias culturales o creativas es promover la creatividad y la producción además de la comercialización de bienes o servicios de carácter cultural, artístico o patrimonial. Por lo tanto:

El concepto de industria cultural y creativa debe entenderse no en el sentido puramente “industrial” del término, sino en el sentido de sectores de actividad organizada, compuestos por las funciones necesarias para permitir que los bienes servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial lleguen al público o al mercado. Por ello, no se limitan a los productores de contenidos, sino que engloban todas otras actividades conexas o relacionadas que contribuyen a la realización y la difusión de los productos culturales y creativos, es decir, reproducción y duplicación; soporte

técnico y equipamiento de apoyo; promoción, difusión, circulación, venta y distribución; conservación; comunicación, información y formación (UNESCO, 2010, p. 17).

Figura 11
Áreas de intervención



Así mismo para complementar el concepto de las industrias culturales y creativas se establece que:

La combinación entre la creación, la producción y la comercialización de trabajos bien realizados y que además son de procedencia cultural son denominados industrias culturales. Mientras que la industria creativa maneja una variedad amplia de actividades que el suplemento principal es la creatividad y el desarrollo artístico en todos sus productos (Fundación Ideas para el Progreso, 2012, p. 21).

Comunicación visual

Para definir lo que es comunicación visual nos centramos en conceptos básicos que provienen de la comunicación es así que:

La comunicación visual es todo lo que puede captar el ojo humano ya sea desde mirar una flor o la inmensidad del mar claro que cada imagen puede transmitir sensaciones, información distinta, incluso se puede encontrar un significado distinto a su determinación, esto depende de la perspectiva desde donde se la vea es decir si entendemos la diferencia entre la comunicación casual o intencional se puede distinguir los diferentes tipos de mensajes que a diario ven nuestros ojos (Munari, 2016, p. 63).

Figura 12
Diseño de revista



Simplificando, podemos afirmar que comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes. Como se ve, una definición ambigua, que utiliza una palabra acotadora: predominan. Y otra polisémica: imágenes. En términos generales, es verificable que es muy pequeña la comunicación basada

exclusiva- mente en imágenes. En la mayor parte de la comunicación visual tienen preponderancia las imágenes, pero se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación (Asinsten, 2008, p. 8).

Así mismo, en lo que refiere a comunicación visual y para complementar el concepto se puede señalar que:

Para poder llegar a transmitir un contenido profundo mediante la comunicación visual se debe dejar de lado el lenguaje visual y pasar a enfocarse en el mensaje visual es decir que cualquier imagen está basada en una estructura que lleva consigo algo de conocimiento puntual desarrollado con un propósito determinado. Por eso es necesario conocer el lenguaje visual para poder desmenuzar y configurar dichos conocimientos (Vélez, Sepúlveda y Orozco, 2017, p. 16).

ESTADO DEL ARTE

Investigaciones sobre los recursos turísticos en la provincia de Cotopaxi, pueden ser documentados en proyectos académicos a nivel de pregrado. De esta manera, se puede mencionar el trabajo denominado “Caracterización de las alternativas de turismo sostenible del cantón Latacunga” (Chiluisa, 2021).

Así mismo investigaciones realizadas por docentes de distinguidas universidades del Ecuador han confirmado el impacto que se ha generado con el uso de las tecnologías en los sectores rurales la cual ha generado la potenciación de los atractivos turísticos naturales, sectores agrarios, así como del espacio cultural. Información que se documenta en el artículo titulado “La utilidad de las TIC en el turismo comunitario” (Quiñonez, Tapia, y Andrade, 2019).

Por otro lado, investigaciones sobre el desarrollo turístico toman como punto de referencia el Cantón Latacunga de la Provincia de Cotopaxi, en el cual se efectúa un análisis de la realidad turística, en donde su principal objetivo es identificar algunas necesidades que tanto el turista local como extranjero requieren para poder ocupar su tiempo de ocio en actividades que procuren una interacción con la naturaleza. Esta investigación es documentada en el trabajo de pregrado “Proyecto de factibilidad para la creación de una quinta agroturística en la parroquia Once de Noviembre” (Altamirano y Ruiz, 2013).

Investigaciones enfocadas en el análisis del uso de redes sociales en el sector turístico de los diferentes cantones del Ecuador se muestran también en proyectos académicos de pregrado. Por ello se puede mencionar el trabajo titulado

redes sociales usadas como medios de promoción turística por los gobiernos cantonales de la Zona I, Ecuador (Taris, 2022).

Investigaciones sobre el análisis de las competencias laborales turísticas para el fortalecimiento del turismo comunitario en la Parroquia Zumbahua pueden ser publicados en artículos investigativos de pregrado uno de ellos titulado “Evaluación de las competencias laborales turísticas para el fortalecimiento del turismo comunitario en el Circuito Zumbahua- Chugchilán” (Nasimba, González, y Manzano, 2016).

Así mismos estudios realizados sobre el uso de las redes sociales para posicionamiento de los destinos turísticos a nivel internacional se pueden documentar en artículos académicos universitarios uno de ellos titulado “El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día” (Feitosa, Tolentino , y Pedroso , 2019).

CAPITULO III

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se centra en una metodología cuanti-cualitativa es decir una investigación de tipo mixta, de esta manera nos permite identificar varios factores que se relacionan con el turismo, los cuales nos darán un enfoque más claro y cercano en relación al turismo local de la parroquia Zumbabua, del cantón Pujilí.

Este proyecto se basa en una investigación de campo, pues el levantamiento de información se realiza in situ, una investigación bibliográfica, que nos proporciona información en escritos, tomando en cuenta el uso de fuentes primarias basadas en encuestas y entrevistas realizadas, así mismo, fuentes secundarias como libros, revistas científicas, datos estadísticos, artículos científicos, páginas web que formarían parte de fuentes directas e indirectas, no obstante, también el apoyo de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales los cuales nos sirven como sustento y confirman la información necesaria para conocer sobre las cuestiones de turismo tanto nacional como internacional.

Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo tiene que ver con la recolección de datos y su análisis que no presentan un estándar, es decir esta investigación no es estadística ya que no se procede a efectuar un análisis que no contenga números como tal. Para obtener información nos remitimos a datos netamente personales en los cuales los participantes indican puntos de vista desde su perspectiva basándose en sus propios conocimientos o experiencias (Hernández Sampieri, et al., 2010).

No obstante, una definición más amplia y resumida del enfoque cualitativo se refiere a que la investigación como tal produce datos descriptivos que refieren a palabras mencionadas por las personas ya sea mediante un escrito o netamente habladas, así como también mediante la observación (Quecedo y Castaño, 2002, p. 7).

Por lo tanto, la aplicación del método cualitativo se realizará mediante entrevistas de tipo semiestructuradas, la cual se realizará a personas expertas en el tema turístico de la parroquia Zumbabua y el cantón Pujilí como son la Tecnóloga Verónica Herrera líder de turismo del Cantón Pujilí, licenciado Manuel Latacunga presidente del GAD parroquial de Zumbabua, Ingeniero Paul Moreno Especialista en procesos y construcción de aplicativos web y móviles.

Enfoque Cuantitativo

Según Pita Fernández y Pértiga Diaz (2002, p. 1), el método cuantitativo se basa principalmente en el estudio de la relación cuantificada entre variables. Esta investigación trata de determinar resultados haciendo uso de una muestra probabilística poblacional de donde proviene, esto con el fin de sacar una conclusión que explique por qué y cómo suceden las cosas.

De esta manera se pondrán en marcha encuestas de tipo cuantitativas ya que de esta manera se generan probabilidades más eficientes y certeras. Por lo tanto se aplicarán encuestas a los turistas con el fin de determinar el uso de medios digitales como medio informático de los lugares turísticos de la parroquia.

DISEÑO METODOLÓGICO

En la parroquia Zumbahua y el cantón Pujilí se encuentran autoridades y expertos en el tema de turismo, así como medios digitales esto gracias a su formación académica y su participación en las actividades que se presentan en los mismos. Además de profesionales capacitados en el ámbito tecnológico y conocedores de los procesos para el desarrollo de aplicaciones web, su conocimiento y experiencia en cuanto a creación de herramientas factibles para la comunicación.

En la siguiente tabla se describen los datos personales y cargos que ejercen las personas a las que se aplicara la entrevista.

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA


Tabla1

Cuadro informativo para entrevistas

Nº	Nombre	Cargo	Observación
1	Tnlga. Verónica Herrera	Líder de turismo Pujilí	Encargada de la administración y gestión turística del cantón Pujilí.
2	Lcd. Manuel Latacunga	Presidente del GAD parroquial Zumbahua	Encargado y conocedor de las actividades de la parroquia Zumbahua
3	Ing. Paul Moreno	Especialista en procesos y construcción de aplicativos web y móviles.	Nos brinda información sobre el proceso en la creación de sitios web y la funcionalidad de estas herramientas para proporcionar información digital.

ENTREVISTAS

Tabla 2
Entrevista presidente de la parroquia Zumbabua.

ENTREVISTA	
<p>Nombre: Manuel Latacunga</p> <p>Nivel de educación: Superior</p> <p>Cargo: presidente GAD parroquial Zumbabua</p> <p>Profesión: Licenciado Gestión Turismo</p>	
<p>OBJETIVOS</p> <p>General</p> <ul style="list-style-type: none">• Reconocer las principales actividades y uso de medios digitales en la gestión turística de la parroquia Zumbabua. <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Recopilar información sobre la participación de GAD parroquial en el turismo.• Realizar una entrevista al presidente del GAD parroquial.	

¿Existe algún departamento de turismo en la parroquia que trabaje en función del turismo?

No existe un departamento de turismo en la parroquia que promueva focalmente el turismo de la parroquia como tal, no se ha hecho énfasis en gestionar un departamento anteriormente pero en el gobierno actual busca trabajar en actividades y promoción del turismo con la ayuda del GAD de la parroquia.

¿Quién es el que gestiona las actividades turísticas de

la parroquia?

Anteriormente no había gestiones turísticas de la parroquia en general el único enfoque en el que se ha trabajado es en la promoción de la laguna de Quilotoa ya que es uno de los más importantes de la parroquia y sobre todo a nivel nacional. Nosotros como actual gobierno de la parroquia hemos desarrollado y tomado como punto principal y focal la potenciación del turismo de la parroquia.

¿Existen otros atractivos turísticos aparte de la laguna

del quilotoa que formen parte fundamental del turismo de la parroquia?

Existen varios atractivos turísticos en la parroquia que la gente o turistas desconoce por falta de información digital incluso los turistas no saben que existe un pueblo que conserva su tradición y vestimenta autóctona intacta.

250 mil turistas ingresan solo a la laguna de Quilotoa, pero información más concreta se puede encontrar en el CTC de la laguna del Quilotoa que cuenta con datos de los demás atractivos turísticos.

¿Conoce usted algún proyecto académico que haya intervenido en el desarrollo del turismo de la parroquia?

En la parroquia como tal desconozco ya que incluso refiriéndose a medios digitales no existe ninguno, pero en mi paso por la presidencia en la laguna de Quilotoa existen varios convenios con universidades que se han firmado para realizar estudios, pasantías y algunos proyectos, pero en base al atractivo turístico como es la laguna de Quilotoa.

¿Cuales son las principales atractivos turísticos de la parroquia zumbahua?

Los atractivos turísticos focales o principales que son parte importante del turismo de la parroquia menciona: como atractivo principal la laguna del Quilotoa, Cañón rio toachi, escalada cocha uma, mirador Shalala, artesanías de tigua, cueva del cóndor.


¿Cuenta la parroquia con algún sitio web en el que se pueda encontrar información turística de la parroquia?

Actualmente solo contamos con un sitio web del municipio que presenta información general de la parroquia la cual además presenta unos escasos de información. Pero no cuenta con un sitio web creado específicamente para dar a conocer todos los atractivos turísticos de la parroquia como tal.

¿Cuenta el GAD parroquial con información actual del ingreso de turistas a la parroquia?

Tabla 3

Entrevista a líder de turismo Cantón Pujilí.

ENTREVISTA	
<p>Nombre: Verónica Herrera</p> <p>Nivel de educación: Superior</p> <p>Cargo: líder de turismo del cantón Pujilí</p> <p>Profesión: tecnóloga en turismo</p>	
OBJETIVOS	
General	
<ul style="list-style-type: none">• Investigar cómo se maneja la gestión de la promoción turística de la parroquia, la intervención de las autoridades en su desarrollo.	
Específicos:	
<ul style="list-style-type: none">• Trabajar en el diseño de herramientas para la entrevista como apoyo en la ejecución.• Realizar entrevistas a autoridades capacitadas y encargadas de la gestión turística de la parroquia.• Recolectar toda la información necesaria que cubra lo requerido en el avance del proyecto.	

¿Cuales son las gestiones de turismo que se han hecho en la parroquia Zumbahua?

En los últimos años no se han gestionado actividades que promuevan los atractivos turísticos de la parroquia ya que no se ha aprobado una ordenanza que es para la promoción turística del cantón sin embargo como se conoce la laguna del Quilotoa es el principal y potencial atractivo turístico de la parroquia por lo tanto las gestiones están dirigidas principalmente a este atractivo esto por parte del ministerio de turismo del Ecuador.

¿Que tipos de turismo se gestiona mas ?

Se conoce que el cantón Pujilí cuenta con siete parroquias pero la parroquia de mayor desarrollo turístico y potencial es la parroquia Zumbahua ya que además de tener una identidad cultural plurinacional en donde nos identifica claramente las costumbres y tradiciones de los pueblos indígenas resalta también su riqueza natural, ancestral y artesanal dándole un potencial turístico a la parroquia no obstante resaltando la laguna de Quilotoa como segundo potencial turístico más importante a nivel nacional además de ser recurso natural identificado a nivel internacional por lo tanto el turismo que más se gestiona es el turismo natural.

¿Cuales son las principales atractivos turísticos de la parroquia zumbahua?

Los principales atractivos turísticos como bien algunos turistas tiene conocimiento y como se presentan en documentos que exponen los circuitos turísticos que conserva el GAD cantonal de la parroquia son varios pero los más importantes son La laguna de Quilotoa, mirador Shalala, cañón Rio Toachi, artesanías de tigua, feria de artesanías en la parroquia, cocha huma y cueva del cóndor.

¿Conoce usted algun proyecto que haya implementado los medios digitales o en su caso un sitio web para promocionar el turismo de la parroquia?


No existen proyectos que hayan implementado los medios digitales o sitios web para la promoción de turismo de la parroquia, pero se han trabajado en proyectos de turismo sobre rutas y estudios de implementación de agencias turísticas, pero no en promoción turística sin embargo si se trabajara en el desarrollo de un sitio web sería incluso pionero dando un ejemplo a las demás parroquias para que puedan promover de la misma manera sus recursos turísticos.

¿Para que un atractivo turístico pueda promocionarse o gestionarse con que requisitos debe contar?

Para que un recurso pueda ser gestionado y promocionado como atractivo turístico debe contar con los servicios básicos como tal por tal motivo los atractivos antes mencionados son los que cuentan ya con servicios básicos. Por el motivo de que resultan sitios turísticos importantes en la parroquia y el cantón.

Tabla 4

Entrevista a programador y desarrollador de aplicativos y sitios web.

ENTREVISTA	
<p>Nombre: Paul Moreno</p> <p>Nivel de educación: Superior</p> <p>Cargo: Desarrollador de aplicativos y sitios web</p> <p>Profesión: Ingeniero en sistemas informáticos y computacionales</p>	
OBJETIVOS	
General	
<ul style="list-style-type: none">• Conocer la importancia y la funcionalidad de sitios web en la actualidad para dar a conocer información hacia los usuarios de manera efectiva.	
Específicos:	
<ul style="list-style-type: none">• Identificar los recursos más importantes que debe llevar un sitio web.• Examinar la experiencia en diseño de sitios web.	

¿Cuál es tu experiencia previa en el diseño y desarrollo de páginas web?

Mi experiencia es muy amplia ya que llevo siete años desarrollando sitios web para distintas empresas en sus inicios realizando trabajos para temas turísticos, escuelas de conducción, sector agropecuario y alimentación. En sus últimos años ha desarrollado trabajos para empresas importantes en especial bancos nacionales e internacionales.

¿Qué lenguajes de programación y tecnologías utilizas habitualmente en tu trabajo?

Nos manifiesta que en la actualidad se desempeña en 2 áreas específicas, la primera área es el front end que es la parte visual del sitio web es decir la parte en que los usuarios

interactúan con el sitio web, empleando la tecnología frame work Designer que es propia de la empresa en la que trabaja y esta está basado en JavaScript. Y la segunda área es el backend que es la gestión de información en base datos el cual tiene como fin la utilización en la parte visual del sitio web y la tecnología usada es SQL.

¿Cuál es tu enfoque al diseñar una página web? ¿Qué aspectos consideras más importantes?

Existen varios factores que determinar a una página web como exitosa, una de ellas es la usabilidad es decir que sea fácil de usar para el cliente, otro factor es que no sea muy sobrecargado es decir que los elementos presentados sean los más importantes.

¿Cómo te aseguras de que la página web sea atractiva y funcional para los usuarios que buscan información?

En la actualidad existen estándares para la experiencia de usuario en interfaces gráficas en donde se indica una serie de normas que permiten crear una página web amigable, llamativa, intuitiva, etc. entonces me baso en estos estándares para el desarrollo de página web.

¿Cuál es tu experiencia en cuanto a la creación de páginas web que hayan sido creadas para promover el turismo local?

Trabajé en el desarrollo de un sitio web llamado ECOCHASQUI pensado para promover las actividades turísticas en el sector del parque nacional Cotopaxi.

¿Qué características y funcionalidades consideras imprescindibles en una página web de turismo?

Algo muy importante es que las personas que ingresan al sitio web esperan ver información concreta acerca de las actividades que se puedan realizar en dicho lugar, así como los costos, cómo se puede llegar al lugar, indicar mediante fotos o videos todos los servicios con el que cuenta el sitio turístico.

¿Qué consideraciones de diseño y usabilidad tienes en cuenta al crear una página web para una empresa turística?

Me baso en la cromática estándar de la empresa turística, colocar correctamente el logo, al momento de navegar por el sitio indicar al usuario en donde se encuentra, proveer una navegación intuitiva, en la parte principal colocar lo más importante de la empresa turística.

¿Cuál es la demanda de empresas de turismo hoy en día en cuanto a la solicitud de sitios webs para promocionar o dar a conocer atractivos turísticos?

Existen muchas empresas de turismo que al iniciar tratan

de darse a conocer mediante redes sociales, ya que el acceso a contratar un sitio web conlleva tiempo y costo. Las empresas que tienen ingresos altos optan por una página web ya que ahí pueden personalizar a su gusto y dar a conocer su servicio. La demanda es alta ya que en la actualidad gracias al internet se obtiene información de cualquier tipo de servicio.

¿Cuál es la información que más solicitan hoy en día en un sitio web los usuarios?

En la actualidad los usuarios requieren información exacta de los servicios que se provee, se busca noticias actualizadas de cómo es el lugar, que tal son los precios, si está al alcance de la economía, revisan la calificación o comentarios de personas que ya visitaron el lugar.

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Muestreo probabilístico por racimos

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio (2010, pág. 182), En este tipo de muestreo se reducen tiempo, energía y costos ya que en algunos casos la unidad de análisis se encuentra limitada o encerrada en distinguidos lugares ya sean físicos o geográficos. Este método tiene que ver con la determinación de dos o más etapas, todas deben llevar procesos probabilísticos. Siguiendo el trayecto ya ubicado de una muestra simple o estratificada se determinan los racimos. Seguido de esto se procede hacer una selección de los factores a medirse, sin embargo, hay que preverse que todos los elementos del racimo tiendan a ser elegidos esto mediante una selección efectiva.

Según la página del GAD Parroquial de Zumbahua estos son los atractivos turísticos principales del sector.

Tabla 5
Principales atractivos turísticos.

PRINCIPALES ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA	Atractivos
	Laguna de Quilotoa
	Shalala
	Cañón Rio Toachi
	Cueva del Inca
	Escalada cocha huma
	Cordillera Yurak Yuksi
	Cueva del Cóndor
	Pinturas Tigua

En la provincia de Cotopaxi la laguna del Quilotoa recibe de lunes a viernes entre 70 y 80 visitantes diarios y los fines de semana alrededor 5000 turistas (El comercio , 2020).

Tabla 6
Cuadro de posibles racimos.

Unidad de análisis	Posibles racimos
Turistas	Laguna del Quilotoa

Según del Ministerio del Ambiente en el año 2020 se ha registrado el ingreso de 84376 turistas a la laguna del Quilotoa posicionándolo como el atractivo turístico natural más visitado de la parroquia Zumbahua es por ello que se ha tomado como referente para efectuar las encuestas.

Los comerciantes de la laguna del Quilotoa manifiestan que los días que más frecuentan los turistas son los fines de semana o en feriados, por ello las encuestas se realizaran entre:

Tabla 7
Frecuencia de aplicación de encuestas.

Lugar de estudio	Días	Horario	Frecuencia
		Mañana	
Laguna de Quilotoa	Sábado	10:00- 13:00	3 horas diarias
	Domingo	10:00- 13:00	3 horas diarias

El levantamiento de información se realizará durante 4 fines de semana de forma aleatoria en el sitio indicado.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

OBJETIVOS

General:

- Establecer las necesidades de los turistas de la parroquia Zumbahua, así como sus preferencias con respecto a la obtención de información turística mediante medios digitales.

Específicos:

- Conocer el grado de información que tienen sobre la parroquia Zumbahua
- Determinar las formas de obtención de información turística de la parroquia Zumbahua.

Pregunta 1: ¿Por qué usted escogió la parroquia Zumbahua como destino turístico?

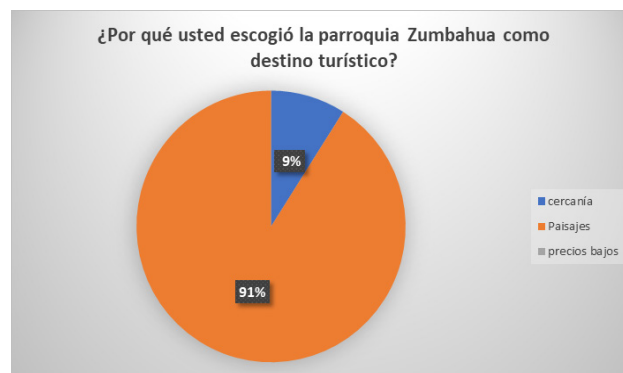
Tabla 8

Tabulación pregunta 1 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Cercanía	7	9%
Paisajes	73	91%
Precios bajos	0	0%
Total	80	100%

Figura 13

Pregunta 1 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

El 91% de las personas encuestadas visitan la parroquia Zumbahua por sus paisajes, mientras que el 9% de los turistas mencionan que visitan los atractivos de Zumbahua por la cercanía, además de que las personas que visitan la parroquia por sus precios bajos dan un porcentaje de 0%.

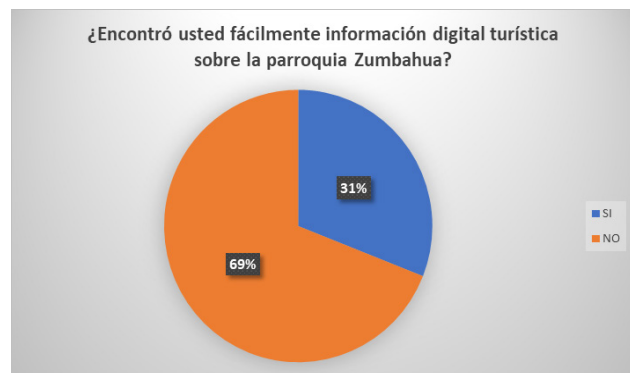
Pregunta 2: ¿Encontró usted fácilmente información digital turística sobre la parroquia Zumbahua?

Tabla 9

Tabulación pregunta 2 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	31%
No	55	69%
Total	80	100%

Figura 14
Pregunta 2 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

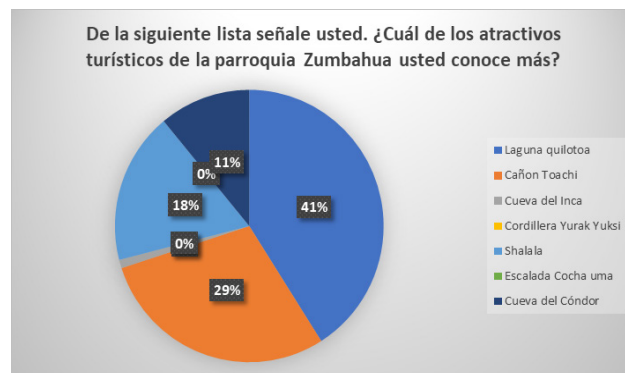
El 69% de los encuestados indican que no encuentran información digital sobre turismo fácilmente, mientras que el 31% de las personas afirman que si encontraron información turística digital fácilmente.

Pregunta 3: De la siguiente lista señale uno o varios. ¿Cuál de los atractivos turísticos de la parroquia Zumbabua usted conoce más?

Tabla 10
Tabulación pregunta 3 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Laguna de Quilotoa	80	37%
Cañón del Rio Toachi	57	26%
Cueva del Inca	1	0%
Cordillera Yurak Yuksi	0	0%
Shalala	35	16%
Escalada Cocha Uma	0	0%
La cueva del cóndor	15	7%
Pinturas tigua	30	14%
Total	218	100%

Figura 15
Pregunta 3 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

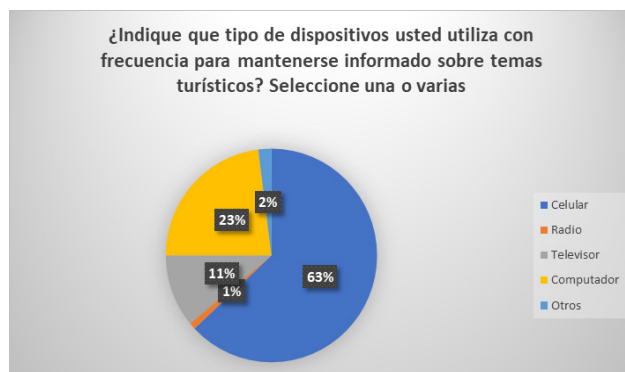
Con la ayuda de las personas que fueron encuestadas podemos determinar que el 41% de los turistas conocen y llegan a la parroquia por la laguna del Quilotoa, no obstante el 29% de los turistas conocen el cañón río toachi ya que el mismo se encuentra situado en la vida que conduce a la laguna del Quilotoa, por otro lado solo el 1% de las personas conoce la cueva del inca, como el mirador Shalala se encuentra situado en la misma Laguna del Quilotoa un 18% de los turistas la conoce, así mismo un 11% la cueva del cóndor , para finalizar los atractivos cocha uma y cordillera yurak yuksi son totalmente desconocidos por los turistas.

Pregunta 4: ¿Indique que tipo de dispositivos usted utiliza con frecuencia para mantenerse informado sobre temas turísticos? Seleccione una o varias

Tabla 11
Tabulación pregunta 4 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Celular	77	63%
Radio	1	1%
Televisor	13	11%
Computador	29	23%
Otros	3	2%
Total	123	100%

Figura 16
Pregunta 4 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

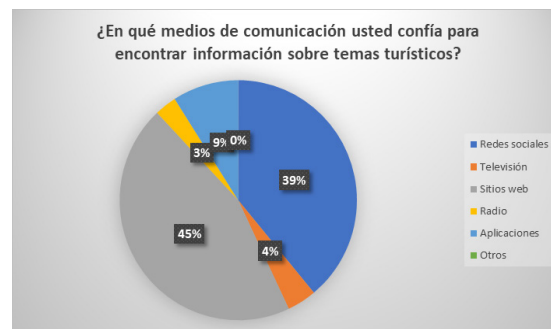
El 63% de los turistas nos indican que usan más el celular para mantenerse informado sobre temas turísticos, sin embargo, el 23% de las personas nos afirman que usan el computador para informarse, por otro lado, el 11% de los turistas se informan por medio del televisor, el 1% radio y el 2% prefiere otros.

Pregunta 5: ¿En qué medios de comunicación usted confía para encontrar información sobre temas turísticos? Seleccione una o varias

Tabla 12
Tabulación pregunta 5 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	59	39%
Televisión	6	4%
Sitios web	68	45%
Radio	4	3%
Aplicaciones	14	9%
Otros	0	0%
Total	151	100%

Figura 17
Pregunta 5 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

El 45% de los encuestados nos indican que un sitio web es el mas adecuado para encontrar información confiable sobre temas turísticos, no obstante, el 39% de los turistas menciona a las redes sociales como un medio de información confiable ya las redes sociales son las que manejan constantemente, por otro lado, el 9% de los turistas mencionan las aplicaciones, un 4% televisión y un 3% radio.

Pregunta 6: ¿Qué tan importante es para usted el uso de su dispositivo móvil y sitios web para organizar su viaje?

Tabla 13

Tabulación pregunta 6 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	73	91%
Importante	7	9%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	80	100%

Figura 18

Pregunta 6 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

El 91% de los encuestados indican que es muy importante el uso de un sitio web y dispositivo móvil para la organización de su viaje, no obstante, el 9% de las personas mencionan que es solo importante.

Pregunta 7: ¿Cómo o de qué forma usted conoce y logro dar con el paradero de los lugares turístico de la parroquia Zumbahua?

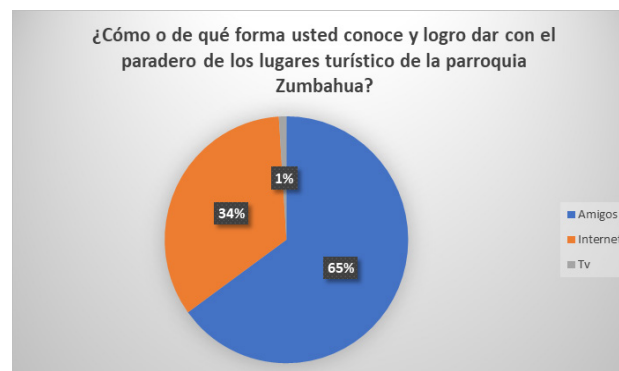
Tabla 14

Tabulación pregunta 7 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Internet	27	34%
Amigos	52	65%
Tv	1	1%
Total	80	100%

Figura 19

Pregunta 7 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

Con las encuestas realizadas el 65% de las personas mencionan que lograron dar con el paradero mediante información de amigos. Sin embargo, el 34% de los turistas señalan que llegaron gracias al uso del internet.

Pregunta 8: ¿Por qué medios digitales le gustaría recibir información turística de la parroquia Zumbahua?

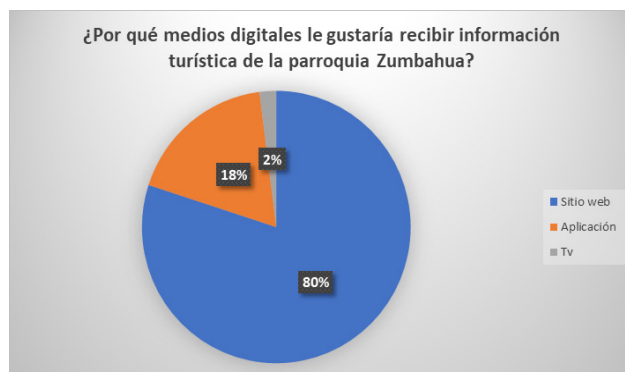
Tabla 15

Tabulación pregunta 8 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Sitio web	64	80%
Aplicación web	14	18%
Tv	2	2%
Total	80	100%

Figura 20

Pregunta 8 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

El 80% de los encuestados mencionan que les gustaría recibir información turística mediante un sitio web, no obstante, el 18% de los turistas afirman que les gustaría recibir información mediante una aplicación. De tal manera que sería muy factible implementar un sitio web con información turística de la parroquia.

Pregunta 9: ¿Piensa usted que es importante implementar un sitio web turístico de la parroquia Zumbahua?

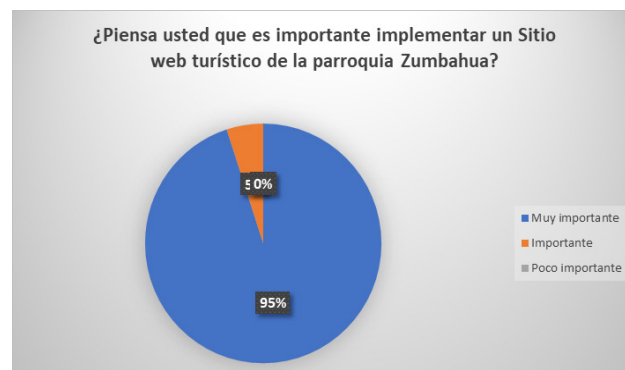
Tabla 16

Tabulación pregunta 9 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	76	95%
Importante	4	5%
Poco importante	0	0%
Total	80	100%

Figura 21

Pregunta 9 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

En las encuestas realizadas el 95% de los encuestados afirman que sería muy importante la implementación de un sitio web turístico de la parroquia Zumbahua y solo un 5% de los turistas menciona que sería importante. Lo cual indica que sería muy factible la implementación de un sitio web turístico de la parroquia.

Pregunta 10: ¿Cuál de los siguientes recursos multimedia y digitales le llama más la atención en un sitio web turístico? Seleccione uno o varios

Tabla 17
Tabulación pregunta 10 de encuesta.

Campo	Frecuencia	Porcentaje
Fotografías de los lugares	67	43%
Videos	54	35%
Infografías	10	6%
Mapas	25	16%
Total	155	100%

Figura 22
Pregunta 10 encuesta.



Análisis e interpretación de resultados.

En las encuestas realizadas el 43% de los turistas mencionan que las fotografías del lugar le llamarían mucho la atención en un sitio web, además de que un 35% de los encuestados afirman que también les llama la atención son los videos, a un 16% los mapas y un 6% las infografías.

CONCLUSIÓN

La parroquia Zumbahua cuenta con varios atractivos turísticos en la mayoría naturales que hacen de esta un importante destino para realizar actividades recreacionales. La gran mayoría de los habitantes viven del turismo y sus recursos naturales en donde además se puede encontrar diversión, así como también tranquilidad, disfrutar de su comida típica y tradiciones culturales propias del lugar.

Con las entrevistas realizadas a profesionales y encargados de las gestiones turísticas tanto de la parroquia como del cantón se puede determinar que no existen sitios web que contengan información complementaria del turismo de la parroquia Zumbahua, afirman que existen atractivos turísticos que no han sido visitados por los turistas por la escasa información que se presenta en los medios digitales, además de que si se trabajara en la implementación de un sitio web realizado específicamente para el turismo de la parroquia sería considerado pionero dando muestra a las demás juntas parroquiales para que sigan el ejemplo.

Asimismo, profesionales en medios digitales mencionan que los sitios web para turismo son muy importantes hoy día tratando siempre de cumplir con las necesidades de los usuarios.

Por otro parte, mediante las encuestas realizadas a los turistas se puede determinar que es muy factible la implementación de un sitio web turístico de la parroquia Zumbahua, ya que información confiable y eficaz existe muy poco en la web además se determinó que sería preciso contar con un medio que contenga información organizada de todos los atractivos con los que cuenta la parroquia Zumbahua.

CAPITULO IV

OBJETIVOS

General

- Diseñar un sitio web para informar y dar a conocer los atractivos turísticos de la parroquia Zumbahua.

Específicos

- Recolectar información textual y multimedia que abarque los atractivos turísticos de la parroquia.
- Desarrollar las etapas de producción para el diseño del sitio web.
- Crear una interfaz que sea amigable con el usuario para facilitar la navegación.
- Evaluar el sitio web.

PROPUESTA DE PROYECTO

De acuerdo a la recolección de datos mediante encuestas a los turistas que frecuentan la laguna de Quilotoa, entrevistas a entidades públicas y municipales, expertos en turismo y a profesionales del desarrollo de aplicativos webs; se ha logrado determinar la factibilidad y viabilidad de realizar un sitio web que muestra información real que ayude a los turistas que visitan la parroquia Zumbahua a conocer y elegir dentro de la variedad de atractivos turísticos que existe en la parroquia.

Se brindará información puntual y complementaria de cada atractivo turístico como: historia, ubicación, servicios, horarios de atención, precios entre otros. Para ello se utilizarán recursos audiovisuales como fotografías, videos, mapas, infografías, etc.

Los pasos para la realización y diseño del sitio web se basa en la metodología propuesta por los diseñadores Cuello y Vittone (Cuello J. V., 2013).

Figura 23

Procesos de diseño para la creación de sitios web.



Con la realización de este sitio web se podrá facilitar a los usuarios el conocimiento de atractivos turísticos desconocidos en la actualidad por la falta de información, así mismo servirá de gran ayuda para potencializar el turismo de la parroquia, las actividades y productos que ofrecen sus habitantes.

CONCEPTUALIZACIÓN

El desarrollo de este producto se efectúa para potencializar el turismo de la parroquia Zumbabua especialmente los atractivos que no han sido visitados por los turistas que frecuentan esta parroquia. Así mismo se determinó que la ejecución de este sitio web servirá de mucha utilidad para los turistas que visitan la parroquia, así como también para la gente del lugar que ofertan sus productos y servicios.

Idea

Con el constante desarrollo de la tecnología hoy en día los viajeros o turistas emplean en su mayoría el uso de aplicaciones, así como también sitios web ya que resulta muy importante emplearlos para planificar sus viajes, así como también para enterarse de lugares que no han explorado antes. Aunque existen factores que pueden frenar de cierta manera el llevar a cabo la implantación de las nuevas tecnologías. Los medios digitales hoy en día son muy importantes para la promoción y difusión del turismo de tal manera que si se hace una correcta aplicación llevando a cabo todos los procesos que requiere se puede lograr un resultado efectivo que pueda ayudar al desarrollo en este caso turístico.

Investigación

Mediante la recolección de información efectuada empleando metodologías que se detalla en el capítulo anterior se recopiló la información más relevante de la parroquia Zumbabua y sus atractivos turísticos que permiten efectuar el desarrollo del sitio web.

La parroquia Zumbabua es un pueblo que se

asienta en los páramos andinos, la cual forma parte de las 6 parroquias urbanas del cantón Pujilí está ubicada a 60 km de la ciudad de Latacunga y a 76 km de la Maná. Dado que su asentamiento está situado en los andes su temperatura varía entre los 8 a 18 grados. Este paraíso escondido entre las montañas guarda una variedad de flora y fauna un, acercamiento directo y cercano con la naturaleza, pero lo que se destaca de ese lugar son los paisajes y en especial su atractivo más potencial que es la laguna del Quilotoa.

En cuanto a los aspectos productivos y de economía esta localidad se distingue por la alta cantidad de verduras que produce esto gracias a sus tierras que en la mayoría son fértiles las producciones más importantes son la cosecha de papas y mellocos las cuales son muy solicitadas en el mercado.

Existe una gran cantidad de atractivos en esta parroquia en especial atractivos naturales algunos explorados por los turistas mientras que otros inexplorados se esconden y guardan encantos asociados con la naturaleza. Atractivos como Cañón Río Toachi, escala Cocha Huma, mirador Shalala, Cueva del Inca, Cueva del Cóndor, las pinturas de Tigua son algunas de los tantos atractivos que posee la parroquia pero en la entrevista realizada a la líder de turismo del cantón Pujilí manifiesta que los atractivos en los que se pueden trabajar en su potencialización son los que cuentan con los servicios básicos requeridos en base a esto los atractivos determinados son: Laguna Quilotoa, Mirador Shalala, Cañón Río Toachi, Pinturas tigua y Escalada Cocha Huma.
DD

DEFINICIÓN

Tabla 18
Definición de usuarios.

DEFINICIÓN DE USUARIOS		
Perfil demográfico		Características
Sexo	Hombres, mujeres	Se informan y planifican sus viajes
Edad	18 años en adelante	Correcto uso de los medios digitales como herramienta de información para sus viajes.
Socioeconomía	Clase media y media alta	Cuentan con equipos propios y necesarios para el viaje.
Localización	Latinoamérica	Tiene cercanía con la naturaleza y cuidado de la misma
Nivel de educación	Superior bachillerato	Prefieren viajar con familia o amigos
Perfil Psicográfico	Prefieren turismo natural	Prefieren practicar y descubrir actividades relacionadas con la naturaleza y la aventura.

- **Definición funcional**

Las funciones principales del sitio web dependerá del desarrollo, complejidad y el tiempo que tome en efectuar los mismos.

- Camionetas

Listado de sitios turísticos de la parroquia Zumbabua

- Cañón Rio Toachi
- Escala Cocha Huma
- Mirador Shalala
- Cueva del Inca
- Cueva del Cóndor
- Las pinturas de Tigua

Alojamientos

- Hostal «Cóndor Matzi»
- Hostal Miravalle
- Hostal» Oro Verde»

Gastronomía

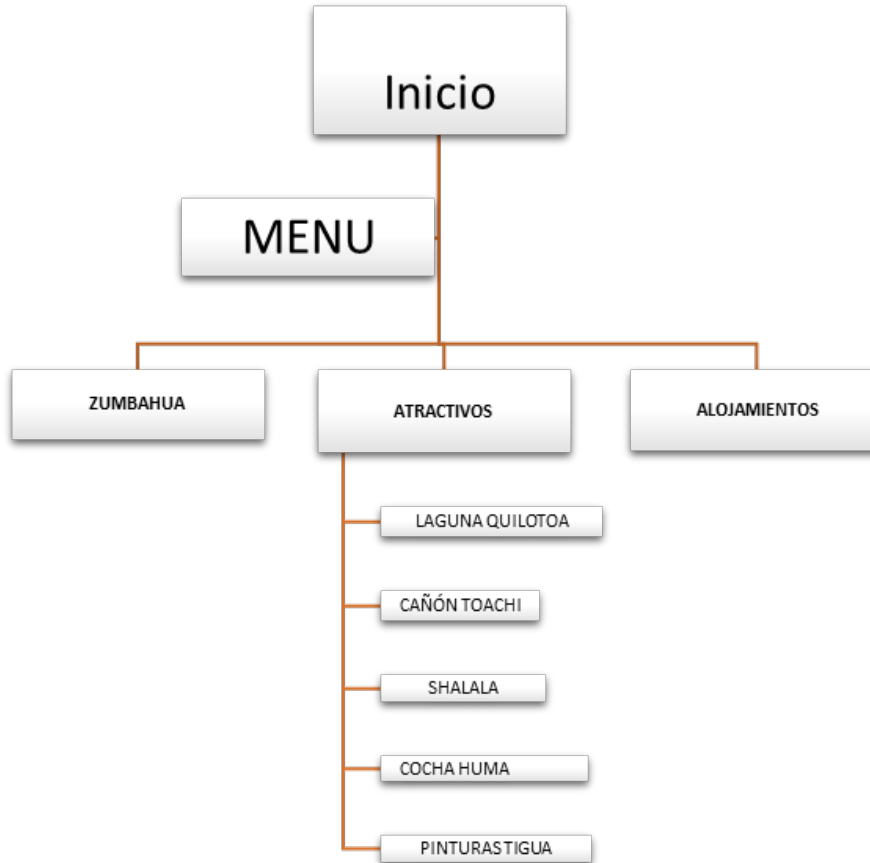
- Kariuchu, papas con cuy asado.
- Cocido de papas, habas, melloco, ocas.
- Papas con carne de Borrego
- Caldo de borrego

Transporte

- Buses interprovinciales

Mapa de navegación del sitio web

Figura 24
Mapa de navegación del sitio web.



DISEÑO

En este paso de desarrollo para el sitio web de promoción turística de la parroquia Zumbahua se detallará mediante contextualización y gráficas el diseño de la marca para el sitio web, así como el diseño final del sitio web.

CONSTRUCCIÓN DE MARCA

Para la realización y diseño de la marca del sitio web turístico se toman referencias icónicas y representativas de la parroquia Zumbahua los cuales tiene que ver con la naturaleza y la fauna que está rodeada de montañas vegetación, bosques y animales autóctonos del lugar. los cuales también proporcionan una referencia para determinar la cromática, las formas y el slogan de la marca.

Laguna de Quilotoa

Quilotoa es un cráter volcánico el cual está cubierto por agua que forma una laguna gigantesca con un color turquesa muy particular.

Figura 25
Laguna del Quilotoa.



Figura 26
Bocetaje de la laguna de Quilotoa.

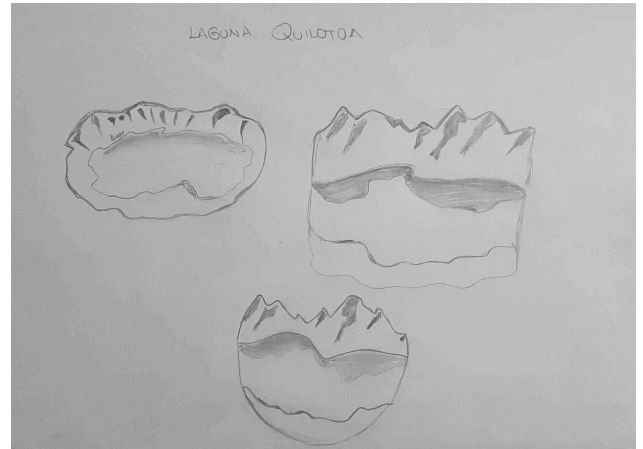


Figura 27
Abstracción de la laguna de Quilotoa.



lamingos

Uno de los tantos animales domésticos que posee y existen en la parroquia Zumbahua son los lamingos estos animales son muy representativos ya que de ellos se obtiene la lana que son usados para elaborar prendas de vestir como gorras y abrigos los cuales son muy usados en el lugar por el clima frío de esta región.

Figura 28
Llamingos.



Figura 29
Bocetaje de llamingos

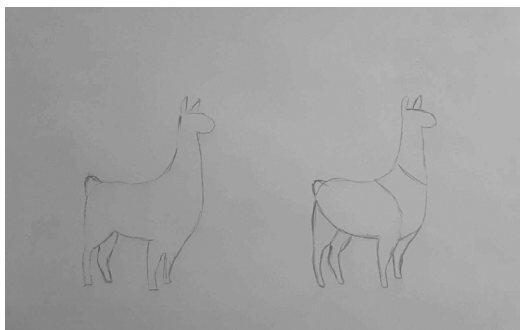
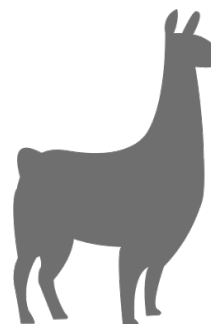


Figura 30
Abstracción de Llamingo.



Resultado final de la marca

Al haber fusionado los elementos gráficos que fueron estilizados basándonos en las representaciones más icónicas de la parroquia Zumbahua obtenemos la marca para el sitio web turístico usando como nombre Zumbahua y un slogan referente a la localidad como es un paraíso entre las montañas.

Para la gama cromática determinada se tomó en cuenta los colores que refleja la laguna de Quilotoa así mismo la vegetación abundante que existe en todo el territorio. Además de los coloridos campos de cebada que abunda en la parroquia.

Figura 31
Resultado final de la marca.



Manual de marca

Figura 32

Positivo y negativo de la marca.



Figura 33

Escala de grises de la marca.



Figura 34

Fondo de color en la marca.



Figura 35

Cromática de la marca.

GAMA CROMÁTICA

	R: 87 G: 85 B: 84	CÓDIGO: #575554
	R: 83 G: 128 B: 142	CÓDIGO: #53808e
	R: 68 G: 103 B: 109	CÓDIGO: #44676d
	R: 240 G: 166 B: 47	CÓDIGO: #f0a62f
	R: 225 G: 237 B: 249	CÓDIGO: #e1edf9
	R: 245 G: 195 B: 0	CÓDIGO: #f5c300
	R: 102 G: 58 B: 42	CÓDIGO: #663a2a

Figura 36
Tipografía de la marca.

TIPOGRAFÍA

LT Energy VF Bold

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Clearlight

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

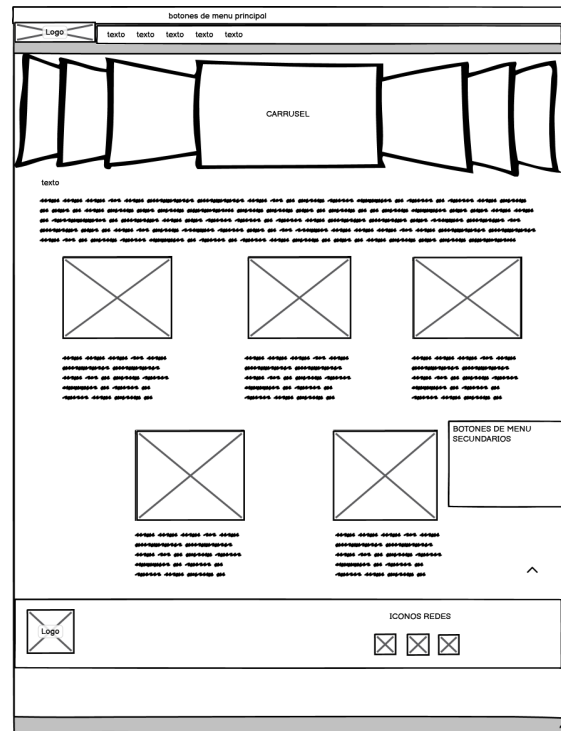
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Wireframes

Esta herramienta es usada para explorar la interfaz y así realizar una evaluación de los modos de navegación y la acciones que ejecutara el sitio web, esta herramienta permite además realizar una evaluación los problemas suscitados en cuanto a usabilidad.

Figura 37
Wireframes.



Prototipos

En esta parte se expone la maqueta del sitio web como tal la cual nos permite explorar la interfaz y así realizar una evaluación de los modos de navegación y la acciones que ejecutará el sitio web, esta herramienta permite además realizar una evaluación los problemas suscitados en cuanto a usabilidad.

- **Media fidelidad**

Figura 38
Prototipo de inicio y menú.

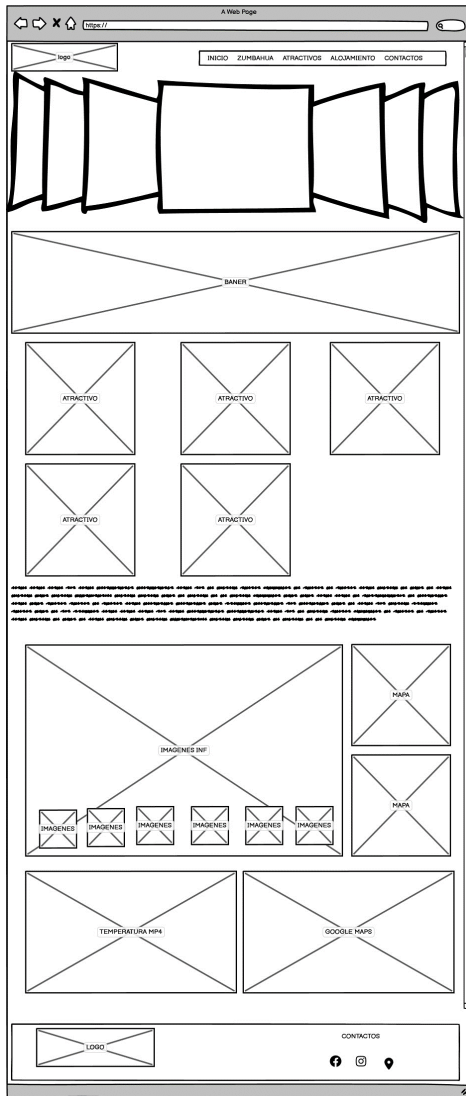


Figura 39
Prototipos lugares.

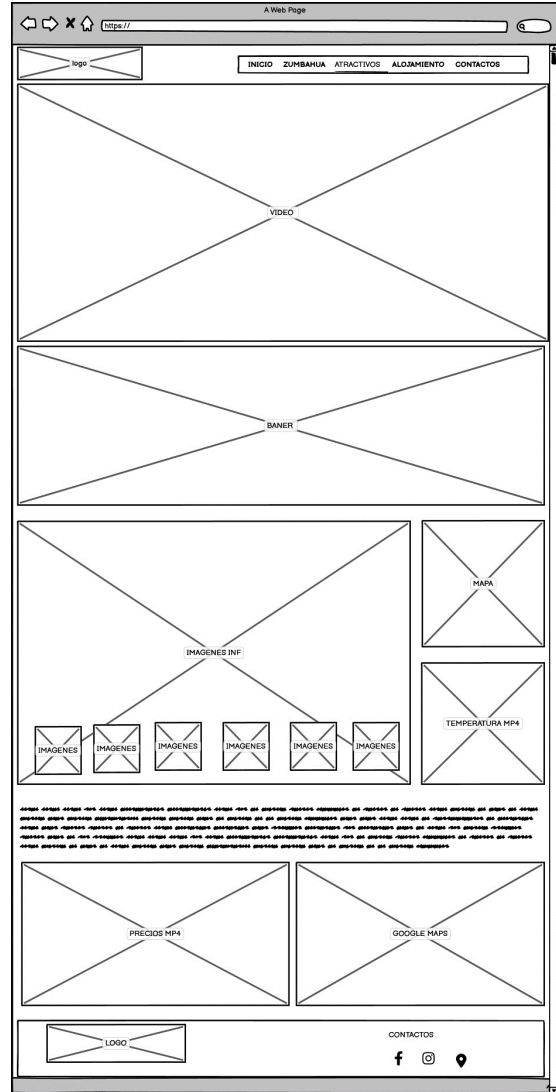


Figura 40
Presentación de inicio en alta fidelidad.

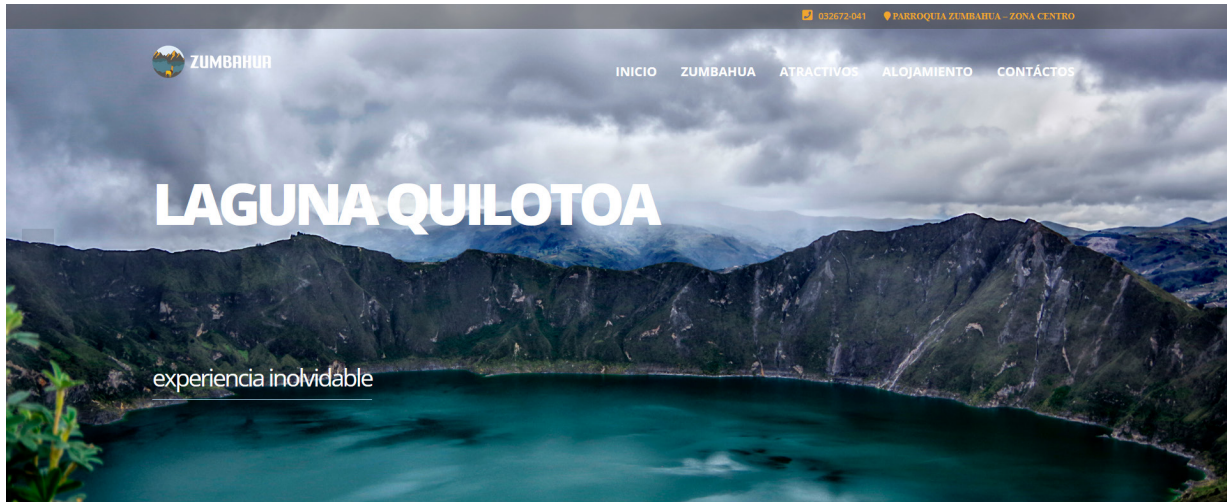


Figura 41
Pantallas de menú principal y secundario.

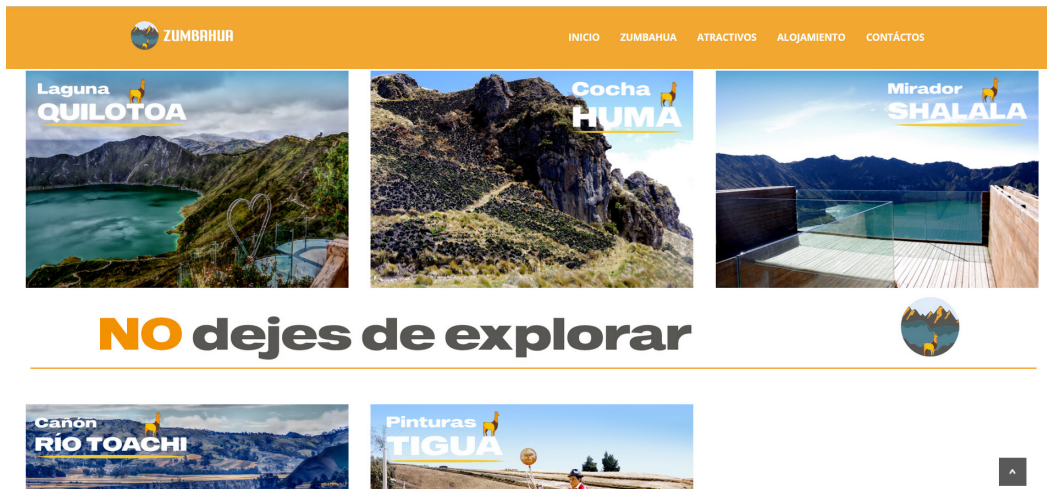


Figura 42
Página de opciones.



Diseño visual

El sitio web presenta simplicidad tanto en el diseño como en la usabilidad los componentes están ubicados de manera que el usuario pueda identificar de manera rápida la información requerida brindando así una buena experiencia.

- **Pantalla de inicio**

Figura 43

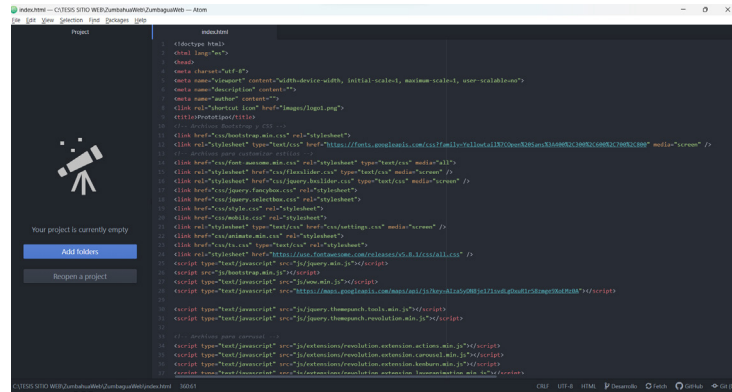
Pantalla inicial del sitio web.



DESARROLLO

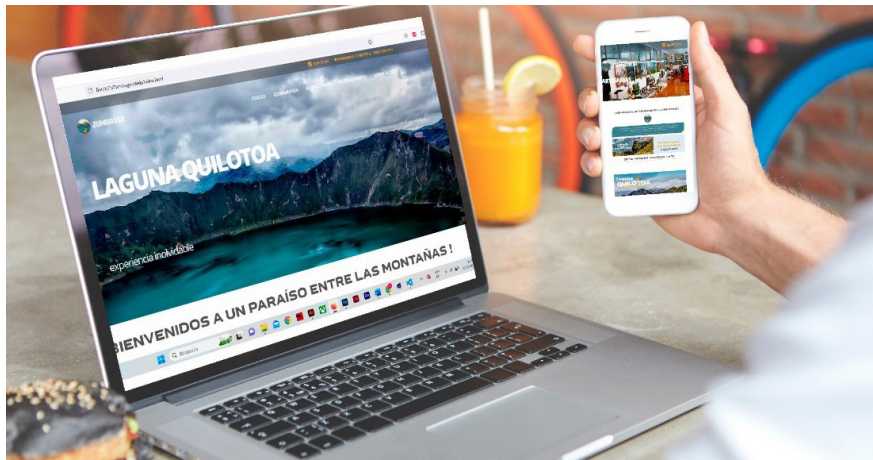
Programación de código

Figura 44
Desarrollo de códigos.



```
Project
index.html
<!doctype html>
<html lang="es">
<head>
<meta charset="utf-8"/>
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1, user-scalable=0">
<meta name="description" content="">
<meta name="author" content="">
<link rel="stylesheet" href="img/logo.png">
<title></title>
</head>
<body>
<div class="container">
<div class="row">
<div class="col-md-12">
<div class="text-center">
<img alt="Logo" data-bbox="320 320 360 360"/>
<h1>Your project is currently empty</h1>
<button class="btn btn-primary">Add folders</button>
<button class="btn btn-primary">Begin a project</button>
</div>
</div>
</div>
</div>
</div>
</body>
</html>
```

Figura 44
Mockup del sitio web turístico de la parroquia Zumbahua.



PRESUPUESTO

En este proyecto se realizó una valoración presupuestaria en base a los distintos factores como son el tiempo y horas de trabajo efectuadas en el desarrollo del proyecto, así como también los recursos económicos y tecnológicos que se emplearon.

Tabla 19
Cuadro de presupuesto invertido en el proyecto.

PRESUPUESTO SITIO WEB TURISMO ZUMBAHUA	
Diseño Gráfico y multimedia	
Identidad visual (Marca)	300\$
Fotografía	350\$
Videos	500\$
Cámara Pentax	300\$
Diseño de banners	100\$
Diseño y programación	
Programador	400\$
<ul style="list-style-type: none"> • Maquetación • Botones • Interfaz 	
Programación	
Viáticos	
Trasporte Zumbahua	80\$
Alimentación	30\$
TOTAL	2360\$

Testeo de la página web

1. **¿Resulta fácil la navegación dentro de la página web?**

SI

NO

2. **¿Le parece atractiva la marca, gama de colores y graficas empleadas en la página web?**

SI

NO

3. **¿Fue útil la página web para conocer, informarse y querer visitar los atractivos de la parroquia?**

SI

NO

4. **¿La estructura de las gráficas, videos, mapas e infografías en la página web te parece atractiva?**

SI

NO

5. **¿Cuál sería su apreciación como primer sitio web turístico de Zumbahua?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Mala

CONCLUSIONES

- Según el testeo realizado a las personas sobre la navegación dentro de la página web se concluye que efectivamente la página web es funcional y amigable con el usuario.
- En cuanto a la información solicitada resulta precisa y clara según los usuarios.
- Para finalizar la página web resulta atractiva para los usuarios tomando en cuenta el diseño y la gama de colores empleadas.

ANEXOS

ENTREVISTAS

Figura 45

Entrevista Manuel Latacunga Presidente de la parroquia Zumbahua.



Figura 46

Entrevista Verónica Herrera líder de turismo Cantón Pujilí.



Figura 47

Entrevista Paul Moreno desarrollador de aplicativos y sitios web.



ENCUESTAS

Figura 48

Encuestas a turistas en la laguna de Quilotoa



Figura 49

Encuestas a turistas en la laguna de Quilotoa



Figura 50

Diseño de Logo en programa de edición.



BIBLIOGRAFÍA

- Belloch, C. (2012). Aplicaciones multimedia . Aplicaciones multimedia interactivas. Unidad de Tecnología Educativa (UTE).
- Calise, S. (2013). El medio digital como medio de medios . El medio digital como medio de medios . Universidad de Buenos Aires facultad de Ciencias Sociales .
- Altamirano, J., & Ruiz, C. (2013). Proyecto de factibilidad para la creación de una quinta agroturística en la parroquia Once de Noviembre, Canton Latacunga, Provincia de Cotopaxi. Tesis previa a la obtención del título de: Ingeniero Comercial . Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Alvarado, R., & Herrera , A. (2020). Los Medios de Comunicación Digitales y Jóvenes Babahoyenses en Tiempos de Pandemia. ResearchGate, 309-323.
- Ante, J. (Septiembre de 2022). Creación de una agencia de turismo comunitario en la parroquia Zumbahua. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Armijos, S., & Chicaiza, E. (2015). Propuesta para la oferta de turismo de intereses especiales, para la Zona de Emplazamiento del Proyecto Hidroeléctrico Río Zamora – Santiago, cantones Limón Indanza, Méndez y Tiwintza. Tesis previa a la obtención del título de “Ingeniero en Turismo”. Universidad de Cuenca Facultad de Ciencias de la Hospitalidad .
- Asinsten, J. (2008). Comunicación Visual y tecnología de gráficos en computadora . Educar, 1-63.
- Bravo, L., Alemán, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en Ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional? ECA Sinergia, 97-108.
- Bringas, N., & Ojeda, L. (2000). El ecoturismo: una nueva modalidad del turismo de masas? Economía, Sociedad y Territorio, vol 2(7)., 373-403.
- Cabero , J. (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. Dialnet, 197-206.
- Cabero Almenara, J. (2010). Los retos de la integración de las TICs en los procesos educativos. Límites y posibilidades. Perspectiva Educativa, Formación de Profesores, 49(1)., 32-61.
- Caicedo, G. (2013). La promoción turística y su incidencia en la dinamización del turismo del canton latacunga provincia de Cotopaxi. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Universidad Tecnica de Ambato.
- Candejeo Quishpe, S. F. (2020). Turismo comunitario sostenible aprovechandolos recursos naturales del territorio dentro de la parroquia Zumbahua. Trabajo de titulación previo a la obtención del título de magister en Desarrollo Local. Universidad Tecnica de Cotopaxi Dirección de Postgrado.
- Cárdenas , J. (2018). Investigación cuantitativa. Manual de curso. Trandes Serie de Material Docente.
- Castillo Palacio, M., & Castaño Molina, V. (2015). La Promoción Turística a Través de Técnicas

- Tradicional y Nuevas . Estudios y Perspectivas en Turismo,24(3)., 737-757.
- Castillo Sinche, L. F. (2016). Los guías de turismo y su aporte para el posicionamiento del Ecuador como destino Unico. Universidad tecnica de Machala Unidad academica de Ciencias Empresariales.
- Chadi, M. (2009). Redes sociales en el trabajo social. Reseñas, 215-217.
- Chiluisa Tipan, C. (2021). Caracterización de las alternativas de turismo sostenible del cantón Latacunga . Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en Ecoturismo. Cotopaxi, Ecuador : Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales Carrera de Ecoturismo Universidad Técnica de Cotopaxi .
- Coppin, L. (1992). Ecoturismo y América Latina una aproximación al tema. Dialnet, 7-14.
- Cuello , J., & Vittone, J. (2013). Diseñando apps para móviles.
- Cuello, J. V. (2013). Diseñando apps para móviles.
- Domingo, D. (2014). Medios digitales: donde la juventud tiene la iniciativa . Revista Juventud, 91-102.
- El comercio . (Septiembre de 2020). El comercio . Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/turismo-reactivacion-laguna-quilotoa-banos.html>
- Feitosa, W., Tolentino , D., & Pedroso , M. (2019). El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día. Turismo, 398-416.
- Fundación Ideas para el Progreso. (2012). Las industrias culturales y creativas un sector clave de la nueva economía. Fundacion Ideas, 3-117.
- García Revilla, R., Martínez Moure, O., & Mora Forero, J. (2021). Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.
- Guerrero, M. (2016). La Investigación Cualitativa. Innova Research Journal, 1-9.
- Gutiérrez, M., & Guerritsen, P. (2011). Turismo rural sustentable: estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco. Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). Metodología de la investigación. quinta edición. Mexico : Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Hütt Herrera, H. (2012). Las Redes Sociales: Una nueva herramienta de difusión . Revista Reflexiones , 121-128.
- Lisintuña, I. (2018). Guía turística de la parroquia Zumbahua, caton Pujíí, provincia de Cotopaxi. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador: Universidad Técnica de Cotopaxi .
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario . Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS) , 1-25.
- Mestanza, F. J. (10 de Diciembre de 2009). Guía Interpretativa del Parque Nacional Cotopaxi. Ministerio de turismo del Ecuador.

- Mora Forero, J. A., & Motato Ramírez, J. W. (2019). Turismo Comunitario en Colombia: Desarrollo Social y Sostenibilidad. ©Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.
- Moreno Garrido, A. (2012). Historia del Turismo. Historia del Turismo: una investigación necesaria. UNED-Guadalajara.
- Munari, B. (2016). Diseño y Comunicación Visual . Editorial GG.
- Naciones unidas. (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. © Naciones Unidas.
- Nasimba, C., González, A., & Manzano, P. (2016). Evaluación de las competencias laborales turísticas para el fortalecimiento del turismo comunitario en el Circuito Zumbahua- Chugchilán. *Qualitas*, vl.2, 68-92.
- Nasinba , C., & Gonzáles, A. (2016). Evaluacion de las competencias laborales turísticas para el fortalecimiento comunitario en el circuito zumbahua chugchilan . Quito: Universidad Iberoamericana del Ecuador .
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, 335-357.
- Organizacion Mundial del Turismo . (2008). UNWTO. Obtenido de The World Tourism Organization UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pita Fernández, S., & Pértega Díaz, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Atencion primeria en la red*, 1-4.
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 5-39.
- Quiñonez, M., Tapia, J., & Andrade, D. (2019). La utilidad de las TIC en el turismo comunitario. *Polo del conocimiento* , 67-92.
- Requena Santos, F. (1994). Amigos y redes sociales. Elementos para una sociología de la amistad. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Requena, K., & Muñoz, J. (2006). El Turismo e Internet, Factores de Desarrollo en Países Subdesarrollados. Caso: Venezuela. *Actualidad contable faces* . Universidad de los Andes.
- Rocha, D., & Mishingalle, E. (2019). Analisis de las limitaciones en el desarrollo de las actividades turísticas de la parroquia Zumbahua, canton Pujilí. Pichincha, Ecuador: Universidad de las fuerzas armadas espe.
- Ruiz, E., Hernández, M., & Coca, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. *Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad*. Pasos, 399-418.
- Sánchez Duarte, E. (2008). Las Tecnologías de Información y Comunicación(Tic) desde una Perspectiva Social. *Revista Electrónica Educare* vol. XII, 155-162.
- Sánchez Iza, O. D. (Abril de 2015). Elaboración de una guia turistica de la parroquia zumbahua, canton Pujillí, Provincia de Cotopaxi. Proyecto previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera. Instituto tecnológico Cordillera .

- Santana Talavera, A. (Octubre de 2003). Turismo cultural culturas turísticas. Universidad de La Laguna, Spain.
- Sectur. (2004). Como desarrollar un proyecto de ecoturismo. Secretaria de turismo .
- Taris, M. (2022). Redes sociales usadas como medios de promoción turística por los gobiernos cantonales de la Zona I, Ecuador. Trabajo de titulación modalidad Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo Ecológico. Quito, Ecuador: Facultad de Ciencias Agrícolas, Universidad Central del Ecuador, Carrera de Turismo Ecológico .
- Tipan , C. (Agosto de 2021). Caracterización de las alternativas de turismo sostenible del canton latacunga. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador: Universidad técnica de Cotopaxi.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural. Argentina: Universidad del Salvador (Argentina).
- UNESCO. (2010). Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Políticas para la creatividad. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura 7, place de Fontenoy 75732 Paris 07 SP, Francia.
- Vaca, N. (2022). Propuesta de ruta turística temática en la Parroquia Zumbahua canton Pujilí, Provincia de Cotopaxi. Latacunga , Cotopaxi, Ecuador: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Vargas, A. (2021). Turismo y región: una mirada global al desarrollo sostenible. Editorial Corhuila.
- Vélez, C., Sepúlveda, E., & Orozco, J. (2017). Sin perder de vista: reflexiones teóricas sobre comunicación visual, color y marca. Universidad Católica Luis Amigo .



Universidad
Indoamérica

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
CONSTRUCCIÓN