



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE DOCENCIA EN INFORMÁTICA

MODALIDAD PRESENCIAL

Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención el Título de Licenciado en Ciencias de la Educación, Mención: Informática y Computación

Tema:

“HERRAMIENTA TECNOLÓGICA EN LINEA Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PASA, DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTOR: Melida Cecilia Quilligana Alulema

TUTOR: Ing. Mg. David R. Castillo S.

Ambato-Ecuador

2017

**APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN.**

CERTIFICA:

Yo, Ing. Mg. David R. Castillo Salazar. CI. 1802634996 en calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema; **“Herramienta tecnológica en línea y su relación con la promoción turística de la parroquia pasa, del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.”** Desarrollado por la Srta. Melida Cecilia Quilligana Alulema, estudiante en licenciatura en Ciencias Humanas y de la Educación, mención Informática y Computación, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentos, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo permite para ser sometido a evaluación por la comisión calificadora designada por H. Concejo Directivo.



Ing. M.Sc David R. Castillo S.

TUTOR

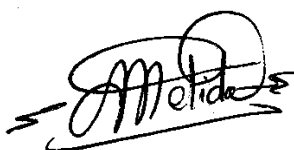
CI. 1802634996

AUTORIA DE INVESTIGACIÓN

Dejo en constancia los criterios emitidos del trabajo de investigación de **“HERRAMIENTA TECNOLÓGICA EN LÍNEA Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PASA, DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, quien, fundamentado en la experiencia profesional de los estudios realizados durante la carrera mediante revisión bibliográfica y de campo, contenidos, ideas, análisis, conclusiones, recomendaciones principales de la investigación.

Las opiniones y comentarios especializados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

AUTOR



.....
Melida Cecilia Quilligana Alulema

CI. 1804511820

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema “HERRAMIENTA TECNOLÓGICA EN LÍNEA Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PASA, DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, autorizo su respectiva total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se use con medios y lucro a quien no corresponda.



.....
Melida Cecilia Quilligana Alulema

CI. 1804511820

AUTORA

**AL CONCEJO DIRECTIVO DE FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
Y DE LA EDUCACIÓN:**

La delegación de Estudio y Calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema:

“HERRAMIENTA TECNOLÓGICA EN LÍNEA Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PASA, DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

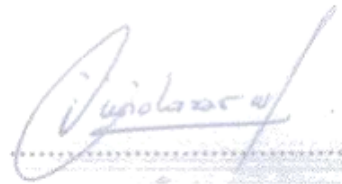
Presentado por la señorita Quilligana Alulema Melida Cecilia, estudiante de la Carrera de Docencia en Informática, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que se cumple con los principios básicos y técnicos y científicos de la investigación y reglamentos.

Por tanto, se autoriza la presentación ante el Organismo pertinente.

LA COMISIÓN



Ing. Mg. Wilma Gavilanes



Ing. Mg. Javier Salazar

CI.1802624427

CI.1801628353

D EDICATORIA

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mis padres a mis hermanos y a todas aquellas personas que supieron apoyarme quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento encomendando su entera confianza en cada lucha que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

A mi familia que con su paciencia y comprensión estuvieron pendientes de mí y también por su incondicional apoyo.

Melida Quilligana

A GRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por el privilegio y la fortuna de tener a mi lado a las personas muy valiosas en mi vida por haberme guiado por el camino de la felicidad.

A mis padres quienes con su amor, confianza y ejemplo fueron el pilar fundamental y por haberme dado su fuerza y apoyo incondicional.

A mis queridos hermanos quienes con su cariño, afecto y apoyo incondicional fueron una motivación para seguir al pie de lucha aquel objetivo trazado en mi vida.

También agradezco a las autoridades de la facultad de Ciencias Humanas y de la educación por ser personas quienes me apoyaron incondicionalmente para mi formación.

Al Ing. David Catillo, por su enfocada orientación en la realización de esta tesis, así también a la Ingeniera Wilma Gavilanes y al Ingeniero Javier Salazar por su apoyo quienes han sabido entender y brindar su incondicional apoyo, no solo en la formación profesional si no también personal.

Melida Quilligana

INDICE GENERAL

Aprobación del tutor de trabajo de graduación o titulación.....	ii
Autoría de investigación	iii
Derechos de autor.....	iv
Al concejo directivo de Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación:	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de cuadros.....	xi
Resumen ejecutivo	xiii
Abstract	xiv
Introducción	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Crítico.....	7
1.2.3 Prognosis	8
1.2.4 Formulación del problema.....	9
1.2.5 Interrogantes de la investigación.....	9
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación	9
1.3 Justificación.....	10
1.4 Objetivos	11
1.4.1 General	11
1.4.2 Específicos.....	11
CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedentes Investigativos.....	12

2.2.	Fundamentación filosófica	14
2.3.	Fundamentación tecnológica.....	14
2.4.	Fundamentación legal	15
2.5.	Categorías fundamentales	16
2.6.	Hipótesis.....	37
2.7.	Señalamiento de variables.....	37
CAPÍTULO III.....		38
MARCO METODOLÓGICO		38
3.1	Enfoque	38
3.2	Modalidad Básica de la Investigación.....	38
3.3	Nivel o Tipo de Investigación	38
3.4	Población y muestra	39
3.5	Operación de las variables	40
3.6	Plan de recolección de la información	42
3.7	Plan de procesamiento de la información	43
CAPITULO IV		44
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		44
4.1	Análisis de los resultados	44
4.2	Interpretación de datos	44
4.3	Verificación de la Hipótesis	55
4.3.1	Planteamiento de la hipótesis	55
4.3.2	Modelo matemático	55
4.3.3	Nivel de significancia	55
4.3.4	Modelo Estadístico	56
4.3.5	Cálculo Estadístico	57
4.3.6	Calculo del Chi Cuadrado Calculado	58
4.3.7	Regla de decisión.....	59
CAPITULO V.....		60

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
5.1 Conclusiones	60
5.2 Recomendaciones.....	61
CAPITULO VI	62
PROPUESTA.....	62
Titulo.....	62
6.1 Datos informativos	62
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	63
6.3 Justificaciones	63
6.4 Objetivos	64
6.4.1 Objetivo general	64
6.4.2 Objetivos específicos.....	64
6.5 Análisis de factibilidad.....	64
6.5.1 Factibilidad Operativa	65
6.5.2 Factibilidad Técnica	65
6.5.3 Factibilidad Económica – Financiera	66
6.6 Fundamentación teórica - científico.....	67
6.7 Desarrollo de la propuesta.....	73
6.8 Modelo Operativo	76
6.9 Administración.....	77
6.10 Previsión de la evaluación.....	77
BIBLIOGRAFIA	79
ANEXOS	82

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Población de la Parroquia Pasa.....	39
Cuadro N° 2: Operacionalización de la variable Independiente	40
Cuadro N° 3: Operacionalización de la–Variable Dependiente.....	41
Cuadro N° 4. Plan de recolección de la información	42
Cuadro N° 5: Recurso tecnológico	45
Cuadro N° 6: Herramientas informativas	46
Cuadro N° 8: Difundir información turística	47
Cuadro N° 7: Ejecución de la Herramienta	48
Cuadro N° 9: Promoción y difusión del turismo actual	49
Cuadro N° 10: Servicios publicitarios	50
Cuadro N° 11: Impulso económico	51
Cuadro N° 12: Responsabilidad de las Autoridades	52
Cuadro N° 13: Equipos Informáticos	53
Cuadro N° 15: Frecuencias Observadas.....	57
Cuadro N° 18: Costo	66
Cuadro N° 19: Ventajas y Desventajas	69
Cuadro N° 20: Diagrama de navegación.....	73
Cuadro N°22: Evaluación de la propuesta	77

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico N°1: Árbol de problemas.....	7
Gráfico N°2: Categorías Fundamentales.....	16
Grafico N°3: Constelación- variable independiente	17
Grafico N° 4: Constelación de ideas- variables dependiente.....	18
Grafico N° 5: Micro entorno.....	31
Grafico N° 6: Oferta turística.....	31
Grafico N° 7: Turismo sostenible	37
Gráfico No. 8: Recurso tecnológico.....	45
Gráfico No. 8: Herramientas informativas.....	46
Gráfico No. 10: Difundir información turística	47
Gráfico No. 11: Ejecución de la Herramienta.....	48
Gráfico No. 12: Promoción y difusión del turismo actual	49
Gráfico No. 13: Servicios publicitarios.....	50
Gráfico No. 14: Impulso económico.....	51
Gráfico No. 15: Responsabilidad de las Autoridades	52
Gráfico No. 16: Equipos Informáticos	53
Gráfico No. 17: Sitios web.....	54
Gráfico No. 18: Campana de Gaus	59
Gráfico No. 19: Sublime Text.....	68
Gráfico No. 20: JavaScript.....	70
Gráfico No. 21: HTML 5	71
Gráfico No. 22: CSS3	71
Gráfico No. 23: Código sublime text	72
Gráfico No. 24: Diseño	74
Gráfico No. 25: Código HTM5, JavaScript, css3	74
Gráfico No. 26: Código HTM5, JavaScript, css3	75

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE DOCENCIA EN INFORMATICA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA:” “Herramienta tecnológica en línea y su relación con la promoción turística de la Parroquia Pasa, del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.”

Autor: Melida Cecilia Quilligana Alulema

Tutor: Ing. Mg. David Ricardo Castillo Salazar

El presente tema de investigación se buscó estipular una relación con la Herramienta tecnológica en para la promoción turística para la cual se efectuó una investigación a través de encuestas con una población de 114 habitantes de la Parroquia San Antonio de Pasa, del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

El estudio comprende de revisiones bibliografías de investigadores similares sobre el recurso tecnológico y su difusión en el turismo en repositorios digitales, artículos de revista, sitios web como soporte teórico, además se realizó el análisis estadístico de los resultados de las encuestas aplicadas a los pobladores y se evidenció la hipótesis de estudio mediante la prueba del Chi cuadrado especificando el problema de la investigación.

Para dar solución al problema se propuso elaborar un sitio web como recurso tecnológico para la difusión de los atractivos turísticos y cultura de manera adecuada.

Palabra clave: Herramienta tecnológica, promoción turística y sitio web.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION
TEACHING CAREER IN INFORMATICA

ABSTRACT

TOPIC:” Online technological tool and its relation with the tourist promotion of Pasa, in the Canton Ambato, province of Tungurahua. ”

The present research topic was investigated and stipulated that the Online Technological Tool and its relation with the tourist promotion for which a research was carried out through a survey to the population of 114 inhabitants of the Pasa, of the canton Ambato, province of Tungurahua.

The study perceives from an exploration bibliographies of similar researchers on the technological resource and its diffusion in the tourism in digital repositories, articles of magazine, websites as theoretical support, in addition was realized the statistical analysis of the results of the surveys applied to the settlers And the hypothesis of study was evidenced by the Chi square test specifying the research problem.

The main objective of the project is to provide and give a significant information through the use of a Web Page as a technological resource for the dissemination of tourist attractions and culture.

KEY WORD: Technological tool, tourism promotion and website.

INTRODUCCIÓN

El actual trabajo investigativo indicado “Herramienta tecnológica en línea y su relación con la promoción turística de la Parroquia Pasa, del cantón Ambato, provincia de Tungurahua” constituye de seis capítulos más el artículo técnico (paper), mismo que se haya constituido de la siguiente manera:

CAPITULO I: EL PROBLEMA. - Contiene el planteamiento del problema constituye de la contextualización, árbol de problemas con su respectivo análisis crítico, prognosis, la formulación del problema, interrogantes, delimitación del objeto de investigación a más de la justificación y objetivos tanto general como específicos.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO. - Este capítulo está constituido por antecedentes investigativos, Fundamentación filosófica, Fundamentación tecnológica, Fundamentación legal, categorías fundamentales, constelación de ideas y desarrollo teórico de cada variable, hipótesis y señalamiento de variables.

CAPITULO III: METODOLOGÍA. - Está constituida por la modalidad básica de la investigación por niveles o tipos de investigación, población y muestra, operación de variables, plan de recolección de la información y plan de procesamiento de la investigación.

CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS. - En este capítulo está formado por los análisis de los resultados, interpretación de datos alcanzando a la verificación de la hipótesis.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. - Este capítulo sujeto a las pertinentes conclusiones y recomendaciones a las que se logró alcanzar después de los datos conseguidos en la investigación.

CAPITULO VI: PROPUESTA. - En este capítulo detalla los datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación, modelo operativo, administración y previsión de la evaluación.

ARTÍCULO TÉCNICO: En este instrumento muestra un resumen analítico de resultados obtenidos mediante el proyecto de investigación.

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS: Finalmente se termina con la bibliografía y los anexos que fueron utilizados para la presente investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“Herramienta tecnológica en línea y su relación con la promoción turística de la Parroquia San Antonio de Pasa, del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

A nivel mundial el turismo es primordial en el ámbito turístico siendo un principal eje en la economía en diferentes lugares del mundo y que mediante estudios específicos en el desarrollo se ha observado que el turismo trata una importante relación con la difusión turística por lo cual se identifica en generar fuentes de empleo para los beneficiarios de los lugares y por ende incrementar la economía.

El turismo en la actualidad, juega un papel fundamental en el proceso económico, social, cultural y de desarrollo local, regional, nacional e internacional, en lo cual. Picazo, S. (2013) Menciona que “En el panorama internacional el turismo también se ha posicionado en muchos países como el principal motor de la economía en la sociedad turística, siendo en la actualidad uno de los sectores con mayor crecimiento económico a nivel mundial mediante al desarrollo de la última década de estudios específicos en el turismo con reconocimientos y certificados, propiciado

por la rápida expansión y diversificación de las investigaciones correctas realizadas en este campo”.

En el sitio web del Ministerio de Turismo (2014) se indica que el desarrollo turístico en la actualidad y con diferentes medios de difusión expresa que es la meta de muchísimos países del mundo, sabemos la importancia que tiene de atraer turistas y que permite el desarrollo social, crecimiento económico y aumento de empleo, que se ido mostrando un incremento turístico muy importante, permitiendo ampliar conocimientos culturales de los turista considerando la oferta y demanda del turismo.

Por ende de forma específica el estudio realizado de las nuevas predisposiciones en cuanto a los recursos humanitarios, en la sociedad turística es contar con gente familiarizada con el objeto tecnológico con un reconocimiento de ver todo su potencialidad y que pueda explotarlas logrando mayores beneficios posibles para la sociedad y así logrando incrementar la economía, asimilando la gran cantidad de información y generando apropiadamente el proceso de adquisición de conocimientos de una herramienta tecnológico de información en la sociedad, para así, ofrecer y promocionar los hermosos lugares que están privilegiados en el mundo entero mediante con recursos de difusión turístico con el uso de la tecnología que existe en la actualidad con una relación de promocionar los lugares que tiene a nivel mundial dando como importancia a la economía.

El Ecuador, se conoce como un eje turístico con un fundamento importante de incrementar la economía del país, estableciendo y conociendo el Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017 que se impulsó para establecer que el turismo es uno de los sectores prioritarios para el encanto de inversión nacional y extranjera siempre y cuando no se deslice las iniciativas locales, con la Constitución de la Republica planteando propuestas y reconociendo los derechos de la naturaleza y las bases para un desarrollo sostenible.

Se conoce que el turismo esta considera por la cuarta productora de insignias representando el 1,4% del PIB (producto interno bruto) con una disposición

creciente para el 2011 de allí la importancia de difundir las riquezas, étnicas culturales y biósfera tanto local, provincial y nacional. Naranjo, M. (2016).

A nivel nacional la promoción turística trabaja con la globalización y asignación de nuevos retos al desarrollo humano, principalmente lo relaciona con mejorar la calidad de vida de los cantones y las provincias que tiene el país y que se estima que el turismo, artesanías y culturas representan cerca de la cuarta parte de las microempresas en el mundo de desarrollo, vinculando con diversos grupos de población y comunidades étnicas, para ello demuestra el resultado social del factor que generaran fuentes de empleos a corto plazo y que fortalecen la identidad cultural, que puede ser apreciada y en todas las regiones, y que actualmente hemos notado que es importante dar a conocer los lugares con única identificación culturales del lugar, con una iniciativa de grandes campañas publicitarias tratando de atraer al mercado turístico internacional, a través de herramientas tecnológicas y tradicionales así como sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles, entre otras que fortalecerá los atractivos turísticos de cada región en las principales ciudades del país.

Por otro lado, el estado muestra interés en la difusión o promoción turística mediante el uso de las herramientas tecnológicas, que en la actualidad se encuentran en diferentes medios web más utilizados donde dan conocer los lugares, culturas y tradiciones que se ubican en los cantones y parroquias del país.

En la **Parroquia Pasa** no existe una promoción adecuada en el ámbito turístico por ende existe la necesidad de difundir las riquezas étnicas, culturales y productivas que ofrece el lugar y que por años esta zona ha sido desconocido por ende se ha visto que existe la necesidad de promocionar este lugar utilizando recursos tecnológicos ya que en la actualidad se ha observado en diferentes lugares que por medio de sitios web además se observado que se ha mejorado diversas situaciones de los pobladores como por ejemplo generando fuentes de empleo entre otros comercios ya sea tradicional o cultural , por ende es necesario tener personas comprometidas a mejorar esta problemática y que se interesen por lograr dar a conocer los lugares con nuevas tendencias en cuanto a la difusión en las sociedades turísticas, contando con gente familiarizada con la tecnología que sea capaz de ver

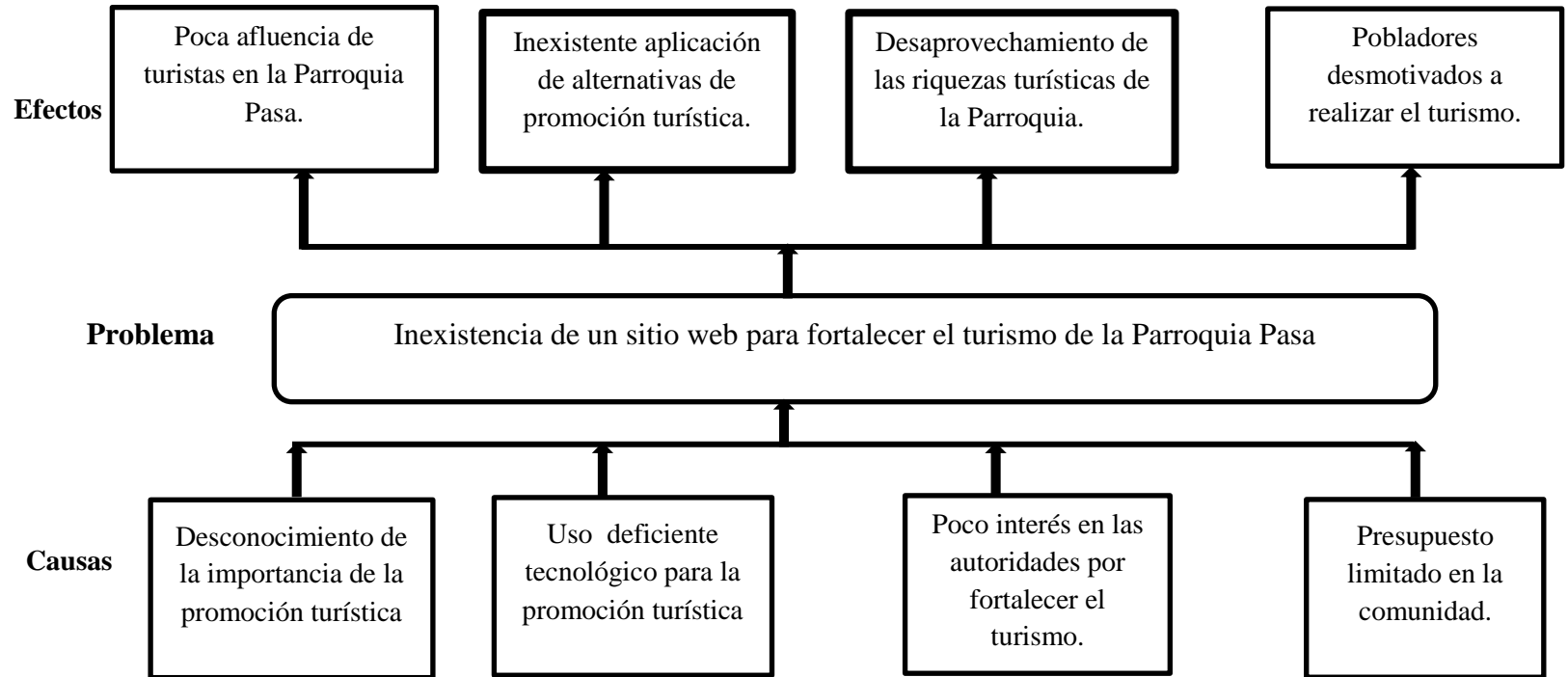
todo su potencial y pueda explotarlo para así lograr los mayores beneficios posibles para la sociedad asimilando la gran cantidad de información que genera y pueda utilizar adecuadamente en el proceso de la promoción y difusión turística en la sociedad por ende mediante estos recursos estas actividades sean ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente, por otro lado al formar parte de una creación que involucraría al ocio y al entretenimiento, que necesita los medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos.

Es decir que percibiendo la necesidad que conlleva en la actualidad y que no existe una promoción adecuada de ningún tipo actualizado ya sea por medios televisados, escritos o a través de sitios web de lugares que los turistas de cada ubicación geográfica puedan visitar y disfrutar los diferentes entornos naturales que tiene nuestras comunidades.

Es por eso que este indicado lugar a través de la facilitación de recursos de herramientas tecnológicas facilitaría de gran manera el acceso a la información de los lugares más turísticos que tiene la Parroquia Pasa y que mediante esta investigación y ejecución de la herramienta tecnológica obtendríamos buenos ingresos económicos fuentes de empleo para el pueblo, y por ende tener un gran soporte o sustento de difundir la promoción con un potencial que logre ser explotado en todo el mundo.

1.2.2 Análisis Crítico

Grafico N°1: Árbol de problemas.



Elaborado por: Melida Quilligana

La formulación de todo problema surge de la observación, la cual permite diferenciar una serie de causas y efectos relacionados entre sí. De estos se han seleccionado para su análisis los siguientes:

En la actualidad las riquezas turísticas están siendo desperdiciadas, por el desconocimiento, a nivel general sobre la importancia que tiene el turismo en la Parroquia San Antonio Pasa por ende existe poca concurrencia de personas a los lugares turísticos de la Parroquia antes mencionada que sin duda se puede mejorar con una correcta promoción.

El escaso uso de la tecnología ha sido el un factor que ha influido negativamente en los pobladores ya que ellos no están capacitados para generar recursos tecnológicos como alternativa de promoción turística, que en la actualidad con muchos recursos que encontramos en la web podríamos alcanzar buenos resultados en la difusión del turismo en la Parroquia Pasa.

Existe el desinterés de las autoridades parroquiales en la difusión del turismo ya que ha sido un elemento negativo para que las riquezas culturales tradicionales estén siendo desaprovechadas por la comunidad que bien podría generar fuentes de empleo para los pobladores de tal forma mejoraría la calidad de vida en la población.

Los escasos presupuestos que tiene la Parroquia Pasa a limitado a que las autoridades y los pobladores realicen gestiones promovedoras para difundir el turismo por consecuente la desmotivación de los pobladores es evidente acerca de la promoción y difusión del turismo en la comunidad.

1.2.3 Prognosis

De permanecer con esta problemática, la Parroquia Pasa no podría dar a conocer todos sus lugares turísticos, lo cual ocasionaría una baja recurrencia de turistas, por lo tanto, el comercio existente en el lugar presentaría un déficit económico y social. Además, el desconocimiento que hay entre los habitantes de comunidad sobre la

promoción turística, provoca que no se aproveche los beneficios que hoy en la actualidad la herramienta tecnológica en línea brinda.

Este problema tiene la necesidad de usar la herramienta tecnológica para la promoción turística de la parroquia Pasa, que podría traer información y respuesta rápida para quienes deseen conocer y visitar el sitio turístico, esto beneficiaría a los turistas en el entorno lo cual provocaría una ventaja la utilización de los recursos tecnológicos.

1.2.4 **Formulación del problema**

¿De qué manera influye la herramienta tecnológica en línea para promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?

VI: Herramienta Tecnológica en línea

VD: Promoción turística de Pasa

1.2.5 **Interrogantes de la investigación**

¿Cuáles son los recursos tecnológicos más adecuados para difundir los beneficios que tienen los lugares turísticos?

¿Cuál es la situación actual de la promoción turística en la Parroquia Pasa?

¿Existe una alternativa de solución al problema planteado?

1.2.6 **Delimitación del objeto de investigación**

- **Campo:** Tecnología
- **Área:** Aplicaciones web
- **Aspecto:** Aplicación Turístico.
- **Espacial:** La presente aplicación se llevó acabo en la provincia de Tungurahua Cantón Ambato en la Parroquia Pasa.
- **Temporal** Esta investigación se ejecutó durante el año octubre 2015-marzo 2016.

1.3 Justificación

El presente tema de investigación se evidencia la **importancia** y la necesidad de difundir los beneficios que tiene los lugares turísticos de la Parroquia Pasa, dando a conocer el manejo de los recursos tecnológicos, que en la actualidad facilita de gran manera con acceso a la información y así dar a conocer los lugares turísticos, mediante la elaboración de un recurso tecnológico que ayude a la promoción turística y que debe ser especializada, por medios masivos de comunicación y que la importancia de un proyecto de estas características que son extensos, puede ser recopilación de recursos tecnológicos, que debe estar en constante proceso de modificación y actualización.

Es de **interés** de investigar el tema, surge de la experiencia personal adquirida a través de la observación con la importancia que tiene el turismo y que ofrece información requerida acerca de sus lugares atractivos turísticos, avances, eventos, etc. Por ende, mejorar la calidad de vida de los pobladores mediante fuentes de empleo.

La **originalidad** del presente trabajo que se desprende del hecho de que el mismo se enmarca dentro de una línea de investigación de las “nuevas tecnologías”, que se encuentra en habitual evolución, motivo por el cual el tema de esta investigación resulta muy novedoso dentro de ámbito publicitario.

Los **beneficiarios** de la presente investigación será en general la comunidad, comerciantes, y de formación máxima los visitantes o turistas nacionales e internacionales con una buena integración de información relevante de todos los entornos naturales que tiene las comunidades de Pasa.

Factibilidad. El presente tema de investigación es factible pues será cubierto por la investigadora en lo referente a la investigación previa de levantamiento de datos, movilización y documentación, etc. Posteriormente se aprovechará el recurso del hardware existente en el GAD Parroquial de Pasa.

Tecnológico. La evolución de las nuevas tecnologías brinda excelentes formas de mejorar el estilo y la calidad de vida a las personas manteniendo informados de acontecimientos a nivel mundial facilitando actividades divertidas y dando solución a la problemática por ende el medio tecnológico debería estar al alcance de las entidades.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Analizar las herramientas tecnológicas en línea y su relación con la promoción turística de la Parroquia Pasa, del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

1.4.2 Específicos

- Determinar la situación actual de la promoción y difusión turística de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.
- Establecer las herramientas tecnológicas en línea y promoción del turismo de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.
- Proponer una alternativa de solución para fortalecer el turismo de la Parroquia Pasa.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

La presente investigación se fundamenta en los siguientes antecedentes investigativos que fueron producto de una observación bibliográfica tanto en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación y en otras dependencias de la Universidad Técnica de Ambato, así como en las bibliotecas virtuales o repositorios digitales o revistas digitales que hace referencia a los artículos científicos que resalta y sustentan el tema indagado.

Según Rueda, D. (2013) en su tesis sobre la información tecnológica instructiva y su contribución al proceso del turismo histórico cultural en el cantón Ambato de la Universidad Técnica de Ambato que las imágenes, videos, música e interactividad ayuda a la información adecuada, tomando en cuenta que es necesario la utilización de diferentes herramientas tecnológicas que ayude a una mejor difusión en el sector turismo que estén al alcance de todo tipo de individuos.

Se dice que el diseño esta puesta en marcha las destrezas publicitarias que requiere de intervenciones eficientes de actores locales y del gobierno, por ello esta investigación se sustentará en base a las opiniones de los principales actores locales, sometidos a una investigación o estudio que pretende conocer de como difundir el turismo, por tanto quienes conocen de cerca las necesidades, que existen en los lugares vulnerables y desconocidos están en la obligatoriedad de saber y conocer que en la actualidad existe diferentes recursos tecnológicos que ofrecen muchos beneficios para la mejor difusión del turismo y que mediante esta

índole se debería utilizar diferentes procesos para impulsar el turismo, lo cual representa un pilar fundamental en la contribución de la propuesta.

La promoción y la publicidad forman una parte integral de los sistemas sociales y económicos ya que en las complejas sociedades más modernas, la publicidad se ha ido evolucionando hasta convertirse en un procedimiento de comunicación muy importante para los visitantes y humanidades en el turismo mediante la tecnología brinda una mejor ayuda a la trasmisión del turismo pero con una elección al tipo de información que se popularice y contribuya positivamente al conocimiento para satisfacer al turista y a los pobladores.

Según Pérez, F. (2011) el turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencias y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia en distintos sectores Turístico.

El turismo es el estudio del individuo lejos de su medio tradicional o frecuente que permite la elaboración de un medio de información que indica a las necesidades habituales y al impacto que proporciona el desarrollo turístico como creciente económico y social, además el turismo es una actividad multisectorial que genera empleo directo e indirecto. Con trabajos creados concretamente adaptable a la necesidad de abastecer y de servir a los turistas. En cambio, el empleo indirecto de tipo ocasional está relacionado con diferentes factores adicionales como la flora y fauna de sus alrededores generando otros sectores de la economía como la artesanía, cultura y tradición.

Según Michelotti, E. (2012) el impacto del comportamiento y su relación con la tecnología de la información y comunicación (TIC) pueden ser vistos en las agencias de viaje y operadoras en lo que respecta a la difusión de productos, la comunicación de promociones y el monitoreo del mercado consumidor y de la competencia y que con esta reflexión comprueba la importancia de la tecnología en la posibilidad de una mayor generación e intercambio de información que por su parte incrementa el real significado de la actividad turística (al encontrar información sobre productos y servicios turísticos, el consumidor potencializa una experiencia turística más completa, segura y satisfactoria). Por

otro lado, para que eso ocurra los proveedores de esa información deben administrarla de manera cautelosa y con criterio garantizando su calidad”.

Entre algunas aplicaciones las TIC's en el turismo, estudia y enfoca la creación dinámica de avances turísticos de acuerdo con las necesidades e intereses del usuario mediante el apoyo de algún dispositivo o herramientas tecnológicas, que se justifica puesto que muestra una relación directa entre la exploración y la satisfacción del interesado mediante la generación de la información digital sobre distintos atractivos turísticos.

2.2. Fundamentación filosófica

Son análisis sobre los factores influyentes de la investigación que se halla enmarcada en el paradigma crítico propositivo y constructivo; crítico puesto que cuestiona la realidad emitiendo influyentes de gran valor a la problemática estudiada; propositivo se identifica en buscar y plantear alternativas de solución a la escasa innovación tecnológica de los medios de difusión turística y comercialización de medios artesanales y constructivo en cuanto no se detiene en el estudio de los fenómenos que lo causan si no que se desarrollaran soluciones reales que puedan ser efectuados con el apoyo de tecnologías y de la información.

2.3. Fundamentación tecnológica

La aparición de recursos tecnológicos y de constantes descubrimientos tecnológicos hacen que el conjunto del conocimiento técnico sea viable al método automatizado mediante el manejo de herramientas tecnológicas entre las más utilizadas son mundos virtuales y sitios webs los mismos que permite publicar, promocionar y vender productos culturales y tradicionales de los lugares turísticos de tal forma que el usuario rompe las murallas que impiden explorar destinos turísticos ocultos que por falta de información.

2.4. Fundamentación legal

Según el Ministerio de Turismo. (2008) de acuerdo con la Ley de Turismo, No. 97. RO/ Sup. 733 de 27 de diciembre del 2002, editada por el CONGRESO NACIONAL.

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

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

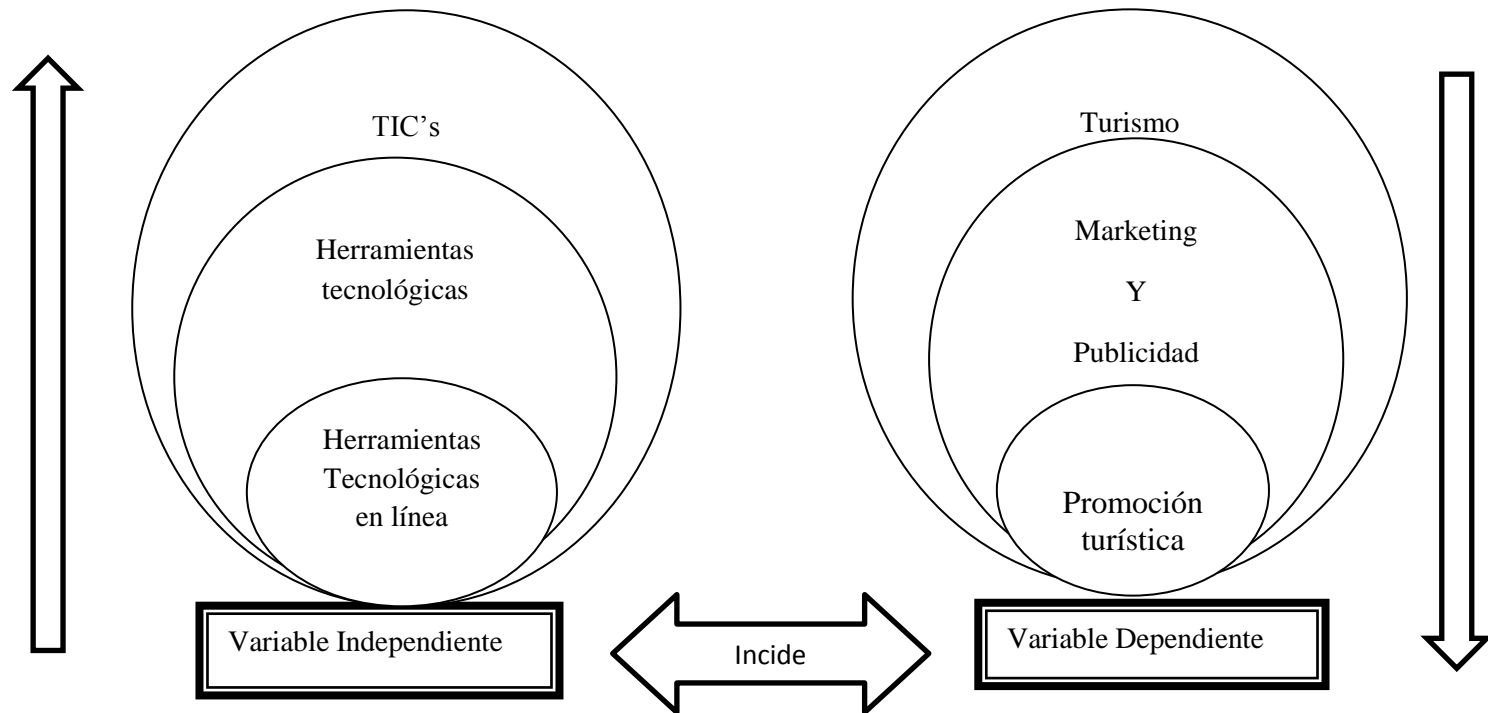
Art. 4.- La política gubernamental con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Explorar que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de auto gestionar, y al Estado en cuanto debe tener una potencialidad con las actividades mediante la conservación y promoción de un producto turístico competitivo.

f) Promover universalmente al país y sus atractivos en conjunto con otras entidades del sector público y con el sector privado.

2.5. Categorías fundamentales

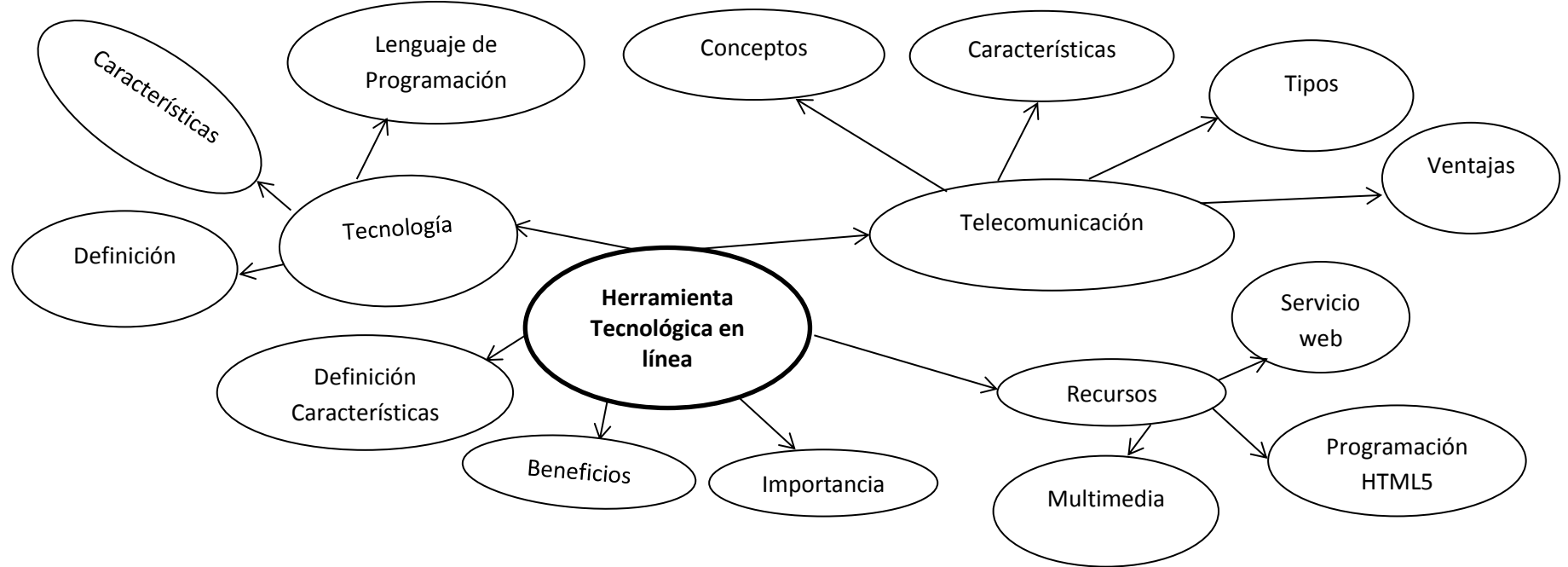
Gráfico N°2: Categorías Fundamentales



Elaborado por: Melida Quilligana

Constelación de la variable independiente: Herramienta Tecnológica

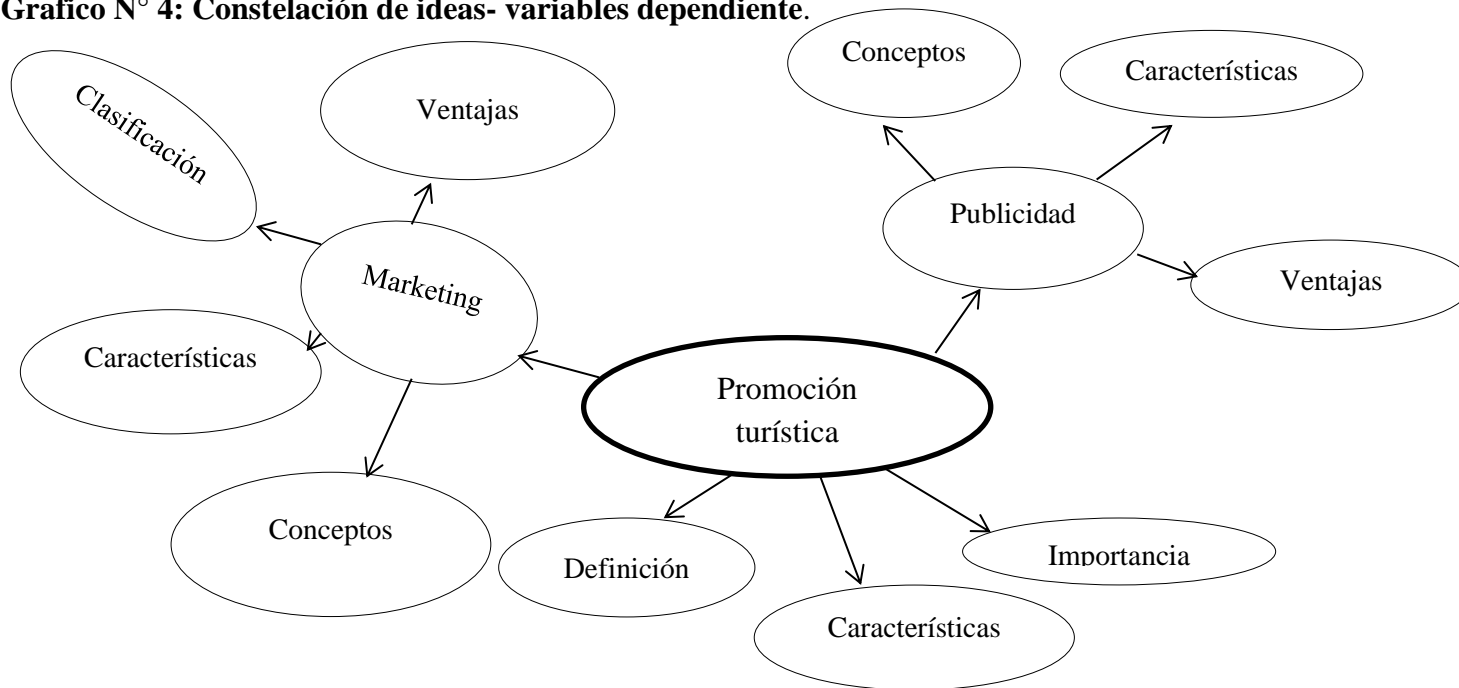
Grafico N°3: Constelación- variable independiente



Elaborado por: Melida Quilligana

Constelación de ideas – variable dependiente.

Grafico N° 4: Constelación de ideas- variables dependiente.



Elaborado por: Melida Quilligana

FUNDAMENTACION TEORICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

TIC'S

Según Yañez, M. (2005) en el actual mundo globalizado la producción, codificación y disseminación de información y conocimiento han llegado a constituirse en pilares para la innovación tecnológica y el crecimiento económico. Simultáneamente, la difusión a escala planetaria de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y de las redes informáticas, ha puesto en marcha un proceso de conectividad sin precedentes en la historia humana, el cual ha permitido multiplicar las posibilidades de generar y socializar información y conocimiento, eliminando progresivamente las barreras espaciales y temporales.

La TIC'S contribuye a la emergencia de nuevos valores provocando continuas transformaciones en los procesos rápidos y fiables con una inmediata interactividad. Quizás el fenómeno más sintomático de estos cambios es Internet, red de redes que ha tenido un impacto sustantivo en los procesos económicos, en la cultura y en la generación de nuevas modalidades de interacción, comunicación en intercambio de información de experiencias entre distintos actores, instituciones y movimientos sociales.

Importancia

La implementación de las TIC's en la sociedad turística ofrece ventajas tanto al interior como al exterior de la organización, ya que es una de las herramientas que más brinda ventajas por ende puede mejorar sus procesos a través de plataformas tecnológicas con eficiencia a ser más competitiva.

Ventajas

- Contribuye a generar una amplia diversidad de innovación de todo tipo de producto, procesos y organizaciones.
- Permite a la Organización a ser más eficiente en sus procesos.
- Favorece a un servicio más personalizado y una mayor proximidad a proveedores y distribuidores

Características

- Son de carácter innovador y creativo, pues dan acceso a nuevas formas de comunicación.
- Tienen mayor dominio y beneficia en mayor proporción al área de información ya que la hace más accesible y dinámica.
- Son considerados temas de debate público y político, pues su utilización implica un futuro prometedor.
- Se relacionan con mayor frecuencia con el uso de la Internet y la informática.

Las tics tienen la principal función en el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación ya que nos permiten actuar sobre cierta información y generar un mayor conocimiento e inteligencia pueden abarcar distintos ámbitos de la experiencia humana podemos encontrarlas en todas partes como: el trabajo, las formas de estudiar, las modalidades para comprar y vender diferentes actividades.

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Según Montiel, N. (2008) constituyen un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y métodos asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real. Por otro lado, también señala que se establecen mediante un conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y la transmisión digitalizada de la información.

Esto se refiere al uso de equipos de telecomunicaciones y computadoras para la transmisión y procesamiento de información o datos con una noción que abarca cuestiones propias de la informática, también hoy en día la tecnología de información es indispensable en una gran cantidad de ámbitos hasta laboral pasando por el ocio y las comunicaciones interpersonales además la tecnología de la información constituye una herramienta fundamental en el desarrollo de las

disposiciones, pero es necesario que estas conozcan la actividad a la que se dedican, el entorno en el que se encuentran, aprovechar las oportunidades de progreso que se les presentan y sobre todo saber manejar adecuadamente la tecnología de información con la que cuentan.

Importancia

La tecnología aporta grandes beneficios en la humanidad, su papel principal es crear mejores herramientas útiles para simplificar el ahorro de tiempo y esfuerzo de trabajo también juega un papel importante en nuestro entorno social ya que gracias a ello podemos comunicarnos de forma inmediata.

También se dice que la tecnología en el mundo es de gran importancia no solo en el plano personal sino también en la facilitación de trabajos comunicación indispensable.

Ventajas

- Hace la comunicación mucho más sencilla.
- Es posible conocer e interactuar con muchas personas de todas partes del mundo.
- La búsqueda de información se vuelve mucho más sencilla, sin tener que ir forzosamente a las bibliotecas tradicionales.
- Es posible encontrar muchos puntos de vista diferentes sobre alguna noticia.
- Es posible la creación y descarga de software libre, por sus herramientas colaborativas.
- La computadora se actualiza periódicamente más fácil que si no tuviéramos internet.
- Es posible encontrar soporte técnico de toda clase sobre alguna herramienta o proceso.
- El seguimiento de la información a tiempo real es posible a través del Internet.

- Es posible comprar fácilmente a otras tiendas de otros países
- Es posible compartir muchas cosas personales o conocimientos que a otro le pueden servir, y de esa manera, se vuelve bien provechoso

Según Redondo, R. (1997) todos los sectores económicos se ven influenciados por las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). De entre ellos, nuestro estudio se centra en el sector turístico, dado que es uno de los sectores que más dinamismo han mostrado para incorporarse a los cambios que demanda el nuevo entorno de Internet, y porque, en alguna manera ha revolucionado la industria del turismo, generando nuevos modelos de negocio, cambiando las estructuras de los canales de distribución del turismo y reformando todos los procesos.

Por ello la tecnología en la información es un argumento muy importante en la ya que mediante este medio pretende dar a conocer una información de calidad mostrando entornos bien estructurados y dando flexibilidad y descentralización al utilizar los recursos tecnológicos competitivos de manera eficiente.

Según Melo, T. (2013) la infraestructura tecnológica permite el desarrollo sostenible del sector turístico, que trabaja en la accesibilidad para todos facilitando la interacción e integración del visitante en el entorno, e incrementando la calidad de su experiencia en el destino; además hemos visto evolucionar enormemente la tecnología turística tanto las Tics como otros sectores (medioambiental, construcción, textil, equipamiento) lo cual ha ayudado al sector turístico a aumentar sus niveles de desarrollo y mejorar su productividad y competitividad.

Por lo tanto un destino turístico clarividente es un destino que se adapta a los nuevos tiempos e innovaciones del mundo tecnológico incorporando la calidad de su experiencia en la utilización de las herramientas tecnológicas por ende permitiendo a los ciudadanos y visitantes manipular de forma fácil y adaptarse en tiempo real a sus necesidades de forma eficiente en calidad y cuantías, ofreciendo datos e información abiertos, soluciones y servicios orientados al

conjunto de sus usuarios, aprovechando todo el potencial de internet y de las tecnologías de la información.

Según Lopez, M. (2016) desde la perspectiva de los costes que ocasiona la implantación de las Tics en las empresas turísticas, ha de tenerse en cuenta el coste de comprar el soporte físico (hardware), el (software) y los programas de comunicación así como el desarrollo y mantenimiento en la red mediante el avance de una página de información (info-espacio) requiere su diseño así como implementar su presencia en Internet, a través de servidores fiables y luego su mantenimiento en curso y puesta al día de manera regular con un desarrollo de interfaces entre los sistemas internos y los sistemas de otras empresas puede suponer también una considerable inversión el control de la comercialización del servicio de Internet y el registro del nombre de dominio puede incluir representativos publicitarios para su presencia en los motores de búsqueda y en otros sitios.

Por ende, expresa que desde una perspectiva el desarrollo de la Tics es un soporte físico permitiendo en la actualidad al usuario hacer uso de esta herramienta tecnológica de modo eficaz y proporcionando una interfaz con métodos internos a representativos, publicitarios a través del uso más adecuado del objeto que el usuario lo manipula, considerando que esto cuenta con un soporte físico de hardware y software de presentaciones de información.

HERRAMIENTA TECNOLÓGICA EN LÍNEA

Están creadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos florezcan más eficientemente e intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las disposiciones que genera la tecnología en la actualidad.

Según Lopez, P. (2016) la tecnología depende del proceso y el fundamento de la generación que se puede clasificar en tecnologías ancestrales además las tecnologías tradicionales no han tenido fundamento científico, si no que han ido evolucionando mediante la experimentación e ingenio que ejercían, la científica son

tecnologías que tiene una fundamentación en conocimientos adquiridos o previos con lo aprendido y con los nuevos plantearemos hipótesis para comprobar el ambiente formulando leyes, principios y conceptos sujeto a comprobaciones en un ambiente controlado como por ejemplo la informática que es el punto de la ciencia de la tecnología que hacen una convergencia apoyándose mutuamente en la búsqueda de soluciones que de otras formas sería difícil.

La tecnología se define como un conjunto de componentes propios de una arte automática que permite la creación de normas o reglamentos para producir información de cada tecnología con un lenguaje propio con característica para fortalecer el turismo de forma eficaz con el manejo adecuado de las herramientas tecnológicas con dispositivos y programas diseñados para que sean aplicados eficientemente intercambiando información conocimiento dentro y fuera de las disposiciones, asimismo se dice que las herramientas tecnológicas en la sociedad a través de su evolución científica y tecnológica en la actualidad exige cada vez más a los individuos que proporcionen con mayor facilidad a la hora de abordar una publicación al usar la tecnológica adecuada y de calidad.

Las herramientas tecnológicas están a disposición de la comunidad para ofrecer alternativas libres de licencias a todos los usuarios que quiera reemplazar una necesidad informática a demás están diseñadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean usados eficientemente mediante el intercambio de información y conocimiento dentro y fuera de las disposiciones o entidades públicas.

Ventajas

Información multimedia. El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, por lo que los avances han ido encaminados a conseguir transmisiones multimedia de gran calidad.

Interactividad. Mediante las TIC se consigue un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados

a las necesidades y características de los sujetos, en función de la interacción concreta del sujeto con el ordenador.

Mayor influencia sobre los procesos que sobre los productos. Es posible que el uso de diferentes aplicaciones de la TIC presente una influencia sobre los procesos mentales que realizan los usuarios para la adquisición de conocimientos, más que sobre los propios conocimientos adquiridos. La proliferación de información requiere el papel activo de cada sujeto para la selección, análisis y tratamiento de dicha información. Además, este proceso puede ser colectivo, asociándose a otros sujetos o grupos a través de las TIC. Estas dos dimensiones básicas (mayor grado de protagonismo por parte de cada individuo y facilidades para la actuación colectiva) son las que suponen una modificación cuantitativa y cualitativa.

Instantaneidad. Las redes de comunicación y su integración con la informática, han posibilitado el uso de servicios que permiten la comunicación y transmisión de la información, entre lugares alejados físicamente, de una forma rápida.

Innovación. Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales. Sin embargo, es de reseñar que estos cambios no siempre indican un rechazo a las tecnologías o medios anteriores, sino que en algunos casos se produce una especie de simbiosis con otros medios. Por ejemplo, el uso de la correspondencia personal se había reducido ampliamente con la aparición del teléfono, pero el uso y potencialidades del correo electrónico han llevado a un resurgimiento de la correspondencia personal.

Según Quintanilla, G. (2016) existe una lógica del desarrollo a la avance de la eficiencia de un proceso tecnológico con fiabilidad de ingenios, de dispositivos o al funcionamiento en términos generales de herramientas como mecanismo eficiente. Este planteamiento considera a la tecnología exenta de carga valorativa, ajena al proceso de implantación entre usuario y proceso tecnológico. Su función es ser cada vez más útil a partir de los propios parámetros del proceso. Esta categoría sería de corte instrumentalista, de mejora continua, de diálogo ingenieril, de carencia cultural y social.

Las nuevas tecnologías y el desarrollo tecnológico se encuentran caracterizados por el principio de maximización de la eficiencia y absoluto descubrimiento de manera espontánea, pero que requiere para su maduración e implantación de pasar por procesos sociales y culturales alrededor que afinarán su utilidad y determinarán el uso de interpretaciones dentro de un contexto específico autorizado por los sujetos consumidores con una entidad sin ánimo de lucro dedicada a la investigación, y al desarrollo de implementación de tecnologías para la solución de problemas humanitarios mediante la indagación al desarrollo y aplicación de tecnologías que transida las diferencias.

Es una entidad sin valor de lucro dedicada a la investigación, y al desarrollo de implementación de tecnologías para la solución de problemas humanitarios mediante la investigación desarrollo y aplicación de tecnologías que transida las diferentes necesidades y que esto tiene una entidad sin ánimo de lucro dedicada a la investigación, y al desarrollo de implementación de tecnologías para la solución de problemas humanitarios mediante la investigación desarrollo y aplicación de tecnologías que transida las diferencias.

Según Sánchez, J. (2016) la herramienta maneja una interfaz de página web que es interactiva y fácil de utilizar para los usuarios mediante el uso de la aplicación multimedia que contribuye a la difusión de este importante lugar del Ecuador, con la posibilidad de convertirlo en un potencial sitio turístico.

Por lo tanto, esta herramienta es amigable con una sustentabilidad con fin comunicativo empleando recursos tecnológicos que ayudara a la difusión de información más relevante con un enfoque descriptivo y explicativo mediante una investigación de campo de acuerdo a la intervención de la propuesta incorporando los avances tecnológicos que hoy en la actualidad ofrece con un trabajo activo.

Importancia

El uso de la tecnología es cada vez más común y parte de la vida cotidiana de los seres humanos además se centra en la creación de un conjunto de tecnologías de

transmisión y recepción de imágenes sonidos a través de señales digitales lo cual hace importante para una difusión adecuada de diferente actividad.

Ventajas

- Mejora la calidad de audio y video para una mejor difusión de información de diferentes actividades.
- Imagen en alta definiciones reales
- Transmisión de mayores números de canales están a disposición de todas las personas con los servicios más populares.

FUNDAMENTACION TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

TURISMO

El turismo es un fenómeno social cultural y económico relacionado con las personas a lugares que se encuentra lejos de su residencia habitual que visitan por medio de ocio o por negocios y otros motivos con condiciones y potencialidades, económicas, sociales, culturales y naturales con capacidad de generar aprovechamiento turístico.

Al igual que el turismo rural, éste no tiene un concepto definido, existiendo muchas opiniones en relación al tema, de acuerdo a cada investigador.

Palacios, C. (2016) es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

El turismo no es solo un contenido de valores económicos, culturales, sociales, morales para mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades étnicas sino que deberíamos preservar el patrimonio y cultura intacta donde no existan alteraciones y continúen con su vida diaria y sin diferenciaciones, que alcanza

magnitudes importantes para el desplazamiento de personas hacia los sitios que le brinden la oportunidad de experiencias nuevas en contacto con la naturaleza e intercambio cultural, con el vivir diario y sus nuevas formas de costumbres.

El turismo es 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.

El turismo describe como un conjunto de actividades que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida rural o el campo y que tomando como base el desarrollo sostenible para realizar turismo alternativo principalmente ofreciendo nuevos lugares que los usuarios necesitan conocer con diferentes ambientes y desarrollo de generaciones presentes y futuras y conocer diferentes tradiciones y culturas.

Importancia del turismo

La actividad turística genera variedad de beneficios económicos, ya que permite la generación de empleos directos e indirectos; fomenta la economía en áreas de menos crecimiento o expansión; aporta nuevos bienes y servicios e impulsa el desarrollo de otras actividades económicas para atender las necesidades de los turistas.

Objetivos del turismo

- Conocer el desarrollo de la actividad turística, sus limitaciones y ventajas y entender los mercados turísticos desde el nivel local al internacional.
- La formación de técnicos en la gestión pública del turismo, que asuman y entiendan el reto de manejar una actividad que está en un cambio continuo, poniendo su trabajo al servicio de las empresas, de las administraciones, los ciudadanos y los turistas de forma que genere una filosofía de gestión basada en una gobernanza del destino que sea asumida por todos los agentes.

- La formación de especialistas capaces de entender y analizar los complejos procesos de planificación del destino transmitiendo la responsabilidad de conservar los hábitats para generaciones futuras.
- Actuar dentro de un marco de las exigencias de calidad, competitividad y sostenibilidad, así como de la creciente internacionalización de las empresas.

Ventajas del turismo

- **Aprovechamiento y Explotación de los recursos Naturales:** este se realiza con el fin de crecer y brindar nuevas alternativas para el turista, teniendo siempre en cuenta la capacidad de carga que posee el lugar.
- **La Conservación de lugares Históricos y turísticos:** Con el fin de mejorar y de conservar, nuestra historia para el turista y la comunidad.
- **Creación de nuevas infraestructuras:** Este se lleva a cabo en todo lugar que se desea utilizar como destino Turístico, ya que se hace necesario la mejora de estos lugares, para así brindar un excelente servicio.
- **Generación de empleos:** Gracias a las grandes inversiones que se realizan para llevar a cabo estos proyectos turísticos, muchas personas se ven beneficiadas
- **Desarrollo de nuevas tecnologías:** En Cada instante que pasa se crean nuevas Herramientas tecnológicas, lo que hace necesario estar siempre actualizados.

Desventajas del turismo

- **La pérdida cultural de las comunidades:** En el momento del cambio al que se ve sometido un lugar o una comunidad determinada, muchas veces las costumbres se ven afectadas y la pérdida de estas se hace notoria.
- **La Contaminación medioambiental:** Este es un factor muy importante ya que está acabando con lugares y especies, muchas veces por el mal uso de los turistas y encargados.

- **La falta de concientización de la comunidad:** Esto genera que la comunidad en muchas ocasiones se aproveche de manera excesiva de los turistas, sin tener en cuenta que gracias a ellos, obtenemos muchos beneficios.

MÁRKETING Y PUBLICIDAD

El Marketing tiene un enfoque científico, porque se basa en el Método científico de estudio, tiene un proceso y por lo tanto diferentes actividades que se llevan a cabo para obtener objetivos de acuerdo a una forma de pensar.

Una vez dicho esto vamos a dar diferentes definiciones de conceptos a lo largo del tiempo y después las analizaremos para dar ciertas conclusiones. Adicionalmente podemos decir que como actividad, si esta la consideramos como un intercambio de productos esta ha existido desde el inicio de la humanidad, y es una actividad muy antigua, pero lo analizaremos las tendencias que aumente el volumen del turista.

Clasificación de los Bienes Turísticos

Bienes de libre disposición: También denominados “Capital Potencial” o “Capital Latente”; lo constituyen básicamente componentes del paisaje natural, tales como: aire, clima, morfología, hidrografía, fauna y flora.

Bienes turísticos creados: Son bienes producidos por la inversión de capital (paisaje cultural), incluye infraestructura, museos, monumentos, colecciones, excavaciones y hallazgos arqueológicos, espectáculos.

Servicios turísticos y prestaciones complementarias: Están constituidos por servicios que forman parte de los mecanismos receptivos de la comunidad anfitriona.

Según Da Vince, L. (2001) muchas grandes y pequeñas organizaciones buscan el éxito. Y muchos son los factores que contribuyen a que un negocio triunfe: estrategia, empleados dedicados, buenos sistemas de información y una aplicación excelente. Sin embargo, las empresas que en la actualidad tienen éxito en todos los ámbitos comparten un rasgo común: están muy centradas en el cliente y tienen un firme compromiso con el marketing.

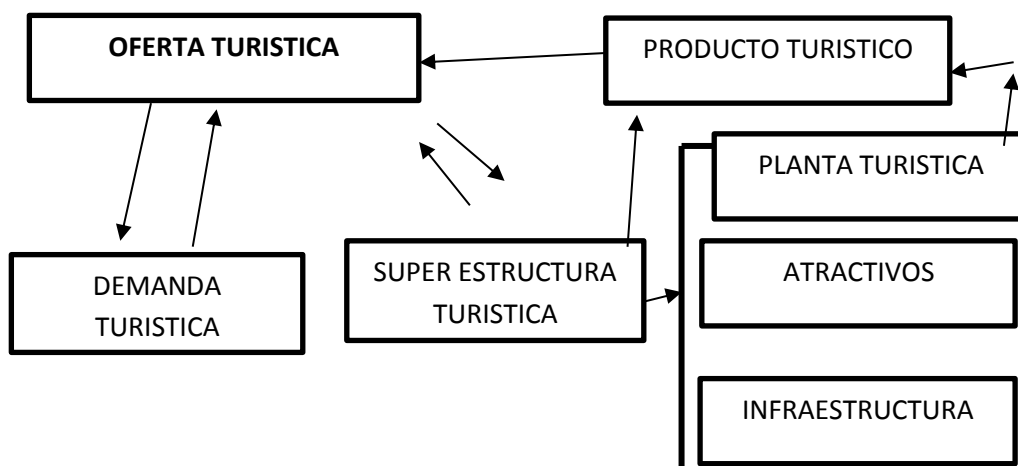
Grafico N° 5: Micro entorno



Elaborado por: Ana Bongarra (2006)

Por ende, está dividido por tres puntos de vista claves que son micro entorno, macro entorno y entorno interno tal como el marketing en línea que posee una forma de mercantilización inmediata que se lleva a cabo mediante servicios informáticos on-line, que suministran sistemas bidireccionales que enlazan electrónicamente a los usuarios como por ejemplo.

Grafico N° 6: Oferta turística



Elaborado por: Melida Quilligana

Características de Márketing

- En este tipo de mercado suele tener ciertas características claves para su identificación.
- Intercambio de información
- Consulta de tarifas
- Realizar una reserva
- Consultar información acerca del destino
- Consultas posibles opciones de alojamiento o reservas
- Mayo seguimiento o propuesta turística
- Constante información sobre paquetes, promociones, destinos, alojamientos, eventualidades.

Importancia

Está claro que hoy en día el marketing forma parte de nuestra vida y que va ligado a todos los productos que existen a nuestro alrededor, pero quizá un producto que ha visto como el marketing le ha ayudado para alzar su demanda con el paso del tiempo, es el sector turístico. Vender plazas de vacaciones, ofertas de hoteles, viajes especiales ha ido cambiando para convertirse en nuevos formatos donde puedes acogerte a estas ofertas tanto desde los ordenadores caseros, hasta los teléfonos móviles o tableta, ha sido uno de los últimos objetivos del sector turístico.

Publicidad

Es indiscutible que la publicidad nos acompaña en cada momento de nuestras vidas y que es difícil escapar de ella que en la actualidad nos ha acompañado a la humanidad desde el más elemental intercambio de productos hasta convertirse en componente clave de las transacciones comerciales e informales del siglo XXI.

Russel, L. (1994) la publicidad existe, y que es el medio más práctico y eficiente para mantener un sistema de mercado de producción masiva y que la publicidad es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada en forma directa

con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios. La publicidad está antigua como la misma civilización y el comercio, siempre ha sido necesaria para reunir a compradores y vendedores. Los negocios necesitan de la publicidad y la publicidad es un negocio vital en sí mismo.

Es decir al aclarar algunas cuestiones precedentes respectivas a la mercadotecnia será más fácil manifestar los objetivos que se pretenden alcanzar mediante el uso de la publicidad y que se entiende que toda comunicación personal y pagada para la presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por un promotor determinado que existen muchas formas y posibles de usos y de métodos publicitarios aunque muy difícil de exponer unas características generales para la totalidad del mismo en la publicidad.

Objetivos publicidad

- Conocer los elementos básicos del proceso comunicativo publicitario
- Entender las operaciones fundamentales de la comunicación publicitaria
- Identificar tipologías publicitarias
- Conocer los medios publicitarios

Tipos de publicidad

- **Publicidad Informativa:** Da a conocer un nuevo producto, descubre los servicios disponibles, crea una imagen de la empresa.
- **Publicidad Persuasiva:** Se crea preferencia por la marca, motiva el cambio a nuestra marca, convence al consumidor para que haga una compra inmediata del producto.
- **Publicidad de Recordatorio:** Recuerda a los consumidores que probablemente necesitan pronto el producto o servicio y dónde encontrarlo; mantiene en la mente de los consumidores un determinado producto.
- **Publicidad de Refuerzo:** Asegura a los clientes actuales que han hecho una buena elección.

Importancia

La importante función que toda labor publicitaria debe tener forma de comunicar a sus audiencias referidas con los objetivos de la mercadotecnia. Por lo tanto, debe entenderse como una herramienta de presentación que el éxito de la publicidad se basa en la definición de objetivos determinados, antes de trazarse y resolver algunas cuestiones mercadotécnicas que tienen el potencial de convertirse en obstáculos de la propia publicidad.

PROMOCIÓN TURÍSTICA

El turismo es una de las industrias que ha incrementado considerablemente en los últimos años y cada ciudad en el mundo compite por mostrar sus mejores atractivos para aumentar su número de visitantes y por consecuencia su economía.

Marín, M. (2010) así mismo sin negar que tanto los términos turísticos y comunicaciones han evolucionado, se espera integrar satisfactoriamente las nuevas tecnologías de la información a esta industria que, cada vez es de mayor prioridad para los pueblos, ciudades y países.

Es una disciplina que requiere de una serie de herramientas de investigación en la promoción turística en cuanto a un logro del propósito de la sociedad mediante la identificación de las necesidades y de los deseos de los consumidores a que la promoción del turismo tiene como aplicación de conceptos de marketing pero también podemos decir que se describe a los esfuerzos realizados combinados con los organismos nacionales del turismo y de los negocios del sector turístico para lograr el objetivo del mismo mediante la maximización y de la satisfacción de los turistas.

Según Socatelli, P. (2013) el servicio de alojamiento cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

La propagación del turismo se ha expandido a muchas demandas y que ha existido dentro del ámbito global y de la misma manera es decir se ha inclinado mucho a las tecnologías de las TIC's que ha implicado a territorios lejanos a través del internet,

dispositivos satelitales y que hoy en día la creciente tecnología permite recorrer los atractivos de manera virtual e impartiendo conocimientos.

La palabra turismo se deriva del latín tornus (torno) y tornare (redondear, tornear, girar), y el sufijo mismo que se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual.

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas cuyas características principales son:

Productos Turísticos

Turismo individual: Es aquel cuyo programa de actividades que son decididos por los viajeros sin la intervención de operadores turísticos.

Turismo de masas: Es aquel que se realiza máximamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional que requiere además es normalmente menos exigente y especializado.

Turismo cultural: Es el que precisa de recursos histórico artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

Turismo activo: Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

Turismo de negocios: Es aquel que se desarrolla con entidad a fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captando clientes o prestar servicios.

Turismo científico: Es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.

Turismo espacial: Comenzó a principios del siglo XXI realizado por personas muy ricas y valientes, los riesgos de perder la vida en un viaje al espacio son exaltados.

Servicios Turísticos: Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación de los siguientes servicios:

- Como el servicio de alojamiento, cuando se proporcione hospedaje o estancia a los interesados de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- La propagación del turismo se ha expandido a muchas demandas y que ha existido dentro del ámbito global es decir se ha inclinado mucho a las tecnologías de las TIC's que ha implicado a territorios lejanos a través del internet, dispositivos satelitales y que hoy en día las crecientes tecnológicas permiten recorrer los atractivos de manera virtual e impartiendo información lo cual se realiza las siguientes ofertas.

Mercado turístico: Es el lugar donde concurren para la oferta de productos y servicios turísticos y por el otro para la demanda de los mismos productos y servicios turísticos. El mercado turístico se halla conformado por:

- La oferta turística.
- La demanda turística.
- Los operadores turísticos.

La oferta turística: La oferta turística es un conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le agrega para el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los factibles consumidores.

Demanda turística: Establecen a los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística, demanda turística potencial, demanda turística actual o real.

Entre los principios básicos del turismo cultural sostenible destacan la valorización de la diversidad e intercambio cultural y por su puesto involucrando las comunidades locales como anfitrionas y representantes de la cultura viva, asegurando la prosperidad con una mejora satisfacción de los visitantes y la mejora en la economía de los habitantes.

Grafico N° 7: Turismo sostenible



Elaborado por: Rafael Ramírez (2001)

2.6.Hipótesis

Las herramientas tecnológicas en línea inciden en la promoción turística de la Parroquia Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

2.7.Señalamiento de variables

Variable Independiente: Herramienta Tecnológica en línea

Variable Dependiente: Promoción turística de Pasa

Término de Relación: Influencia.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque

La presente investigación se basa en dos enfoques Cualitativo y Cuantitativo. El Enfoque de la investigación es cuali-cuantitativa; cualitativa porque interpretara, analizara una problemática como es la utilización de sitios webs y cuantitativa por cuanto se obtendrán datos numéricos que serán tabulados y analizados estadísticamente en los que respecta a la promoción turística.

3.2 Modalidad Básica de la Investigación

Documental bibliográfica: Porque se consulta en libros, textos, revistas, periódicos e internet de la promoción y difusión con las web.

De campo: Porque se investigara en el lugar de los hechos, es decir en el entorno mismo de la Parroquia San Antonio de Pasa.

3.3 Nivel o Tipo de Investigación

Exploratoria: Porque permite indagar las características, formulara hipótesis de trabajo y seleccionara la metodología a utilizar en la problemática planteada como es el uso del sitio web en la promoción turística.

Descriptiva: Por cuanto se detalla la realidad por la que atraviese la los sectores turísticos de la Parroquia San Antonio de Pasa en cuanto a la promoción y difusión turística.

3.4 Población y muestra

El Trabajo de investigación se efectuará, con los turistas, habitantes de la Parroquia San Antonio de Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua con una población total de 150 personas distribuidos de la siguiente manera.

Cuadro N° 1: Población de la Parroquia Pasa

PERSONAL	POBLACIÓN
Turistas	30
Pobladores	120
Total	150

Elaborado por: Melida Quilligana

3.5 Operación de las variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: Herramienta Tecnológicas en línea

Cuadro N° 2: Operacionalización de la variable Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas y Instrumentos
El sitio web es una herramienta que brinda servicios y se proyecta en el momento en que la página es visitada por el usuario que permite conocer y la información que es generada de acuerdo a la interacción que el usuario hace con el sitio web.	Sitio web	Interactividad del sitio Web	¿Conoce usted que en la Parroquia Pasa se ha utilizado ciertas herramientas informativas que ayude a la difusión del turismo? Siempre (); a veces (); nunca ().	Técnicas Encuesta Instrumento Cuestionario estructurado
	Usuarios	Navegación investigación visitas enfocadas	¿Cree usted que la ejecución de una herramienta tecnológica dentro de la Parroquia Pasa mejorara la calidad de vida de los pobladores? Siempre (); a veces (); nunca ().	
	Información	Publicidad	¿Conoce usted que la promoción y difusión del turismo actual sobre la Parroquia Pasa, es adecuada? Siempre() A veces() Nunca ()	

Elaborado por: Melida Quilligana

VARIABLE DEPENDIENTE: Promoción Turístico

Cuadro N° 3: Operacionalización de la Variable Dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Es la actividad de difusión de los atractivos turísticos biodiversos, históricos, culturales y servicios que brinda un lugar con la intención de que los potenciales paseantes o turistas se decidan a proyectar visitas.	Difusión	Radio difusión Televisión Internet	¿Ha visto usted algún tipo de servicios publicitario que ayude a promocionar el turismo en la Parroquia Pasa? Siempre () A veces () Nunca ()	Técnicas Encuesta Instrumento Cuestionario estructurado
	Atractivo	Servicios y actividades recreativas Espacio geográfico Capacidad administrativa	¿Considera que en la actualidad es necesario la utilización de sitios web para promocionar a nivel local, nacional e internacional la difusión del turismo de la Parroquia Pasa? Siempre () A veces () Nunca ()	
	Servicios	Planificación Productos Perfectamente estructurados	¿Considera usted que la Parroquia Pasa tendría un mayor impulso económico al iniciar algún tipo de campaña publicitario turística a nivel local, regional, nacional o internacional? Siempre () A veces () Nunca ()	

Elaborado por: Melida Quilligana

3.6 Plan de recolección de la información

La información que se recolectara tiene como un propósito de cosechar información a través de una herramienta principal como es: Encuesta estructurada que será dirigida a quienes están delegados del Gad Parroquial, y que estas encuestas están estructuradas dirigidas a pobladores y a través de ficha de observación.

Cuadro N° 4. Plan de recolección de la información

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos requeridos de la investigación
¿De qué personas?	Pobladores
¿Sobre qué aspectos?	Difusión a la Promoción turística.
¿Quién?	Investigador
¿Cuándo?	Abril – septiembre 2016
¿Dónde?	Parroquia San Antonio de Pasa
¿Cuántas veces?	Las veces necesarias
¿Qué técnica de recolección?	Observación y Encuestas
¿Con qué?	Cuestionario Estructurado
¿En qué situación?	Días Laborables

Elaborado por: Melida Quilligana

3.7 Plan de procesamiento de la información

El plan de procesamiento de la información tendrá los siguientes aspectos:

- Recolección de datos por escrito o preguntas escritas a los habitantes de la localidad y a turistas, con una serie de preguntas impresas sobre hechos y aspectos que nos interesa investigar.
- Revisión de datos de una manera sistemática consciente y crítica con la recolección de datos pertinentes y fiables descartando fenómenos aleatorios resultantes de esta investigación es decir la depuración de datos de información defectuosa, errónea, incompleta, falsa, contradictoria y otros errores.
- En casos particulares e individuales se tiene que repetir la recolección de información para corregir fallas de respuestas incompletas o errores por omisión.
- Tabulación o cuadros según variables de la hipótesis cuadro de una sola variable, cuadro con cruce de variables: manejo de información, estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.
- Representaciones escritas puesto que algunos datos no son numerosos.
- Representaciones gráficas o figuras de los resultados alcanzadas en la encuesta.
- Análisis e interpretación de resultados obtenidos en la encuesta después de cada representación gráfica.
- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de hipótesis, conclusiones y recomendaciones

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados

Una vez concluida con la recolección de datos a través de la encuesta, se procederá a realizar el análisis en forma técnica y específica, lo cual permitirá obtener resultados con el fin de hacer el análisis e interpretación de cada respuesta adquirido en la encuesta.

4.2 Interpretación de datos

Esta encuesta esta aplicada directamente a los pobladores y turistas de la Parroquia Pasa, Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

La evaluación está orientada a difundir los atractivos turísticos de la Parroquia Pasa.

Encuesta dirigido a: Los pobladores y turistas.

Pregunta N° 1: ¿Conoce usted que las Autoridades de la Parroquia San Antonio de Pasa fomenta el turismo utilizando algún recurso tecnológico?

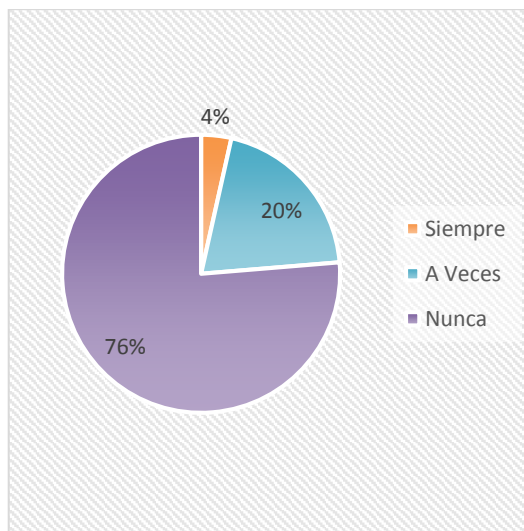
Cuadro N° 5: Recurso tecnológico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	4%
A Veces	23	20%
Nunca	87	76%
TOTAL	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 8: Recurso tecnológico



Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos se evidencia que el 76 % de los pobladores muestran que desconocen que se promueva el turismo mediante una herramienta tecnológica, el 4 % consideran que conocen de la fomentación y difusión del turismo, mientras que el 20% dice que conocen en un mínimo porcentaje que se fomenta el turismo.

Se concluye que de dicha encuesta se ha observado que las autoridades de la Parroquia Pasa no fomentan el turismo a través de una herramienta tecnológica.

Pregunta N° 2: ¿Conoce usted que en la Parroquia San Antonio de Pasa se ha utilizado ciertas herramientas informativas que ayude a la difusión del turismo?

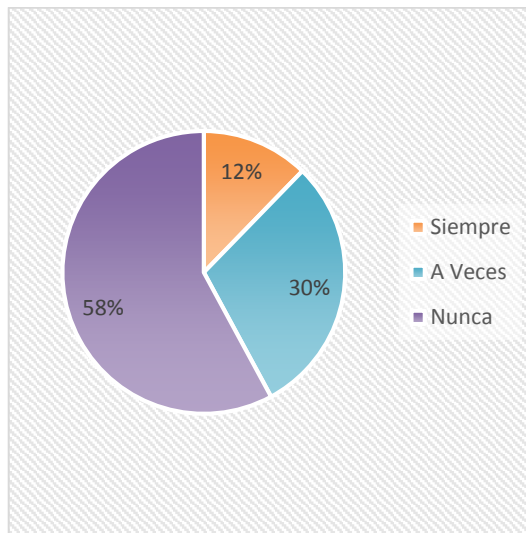
Cuadro N° 6: Herramientas informativas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	12%
A Veces	34	30%
Nunca	66	58%
TOTAL	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 8: Herramientas informativas



Análisis e Interpretación

De la encuesta realizada el 58% manifiesta que nunca se ha utilizado una herramienta informativa que ayude a la difusión del turismo, el 30 % de los pobladores manifiestan a veces se ha utilizado una herramienta informativa para difundir el turismo, el 12 % manifestó que siempre ha utilizado una herramienta para la difusión del turismo.

La gran mayoría de los pobladores no conocen sobre la herramienta tecnológica y pocas personas en menor grado conocen de un medio publicitario dejando en evidencia que es escaso el uso de la tecnología para la difusión del turismo en la parroquia.

Pregunta N° 3: ¿Considera usted que es necesario la implementación de una herramienta tecnológica para difundir información turística de la Parroquia San Antonio Pasa?

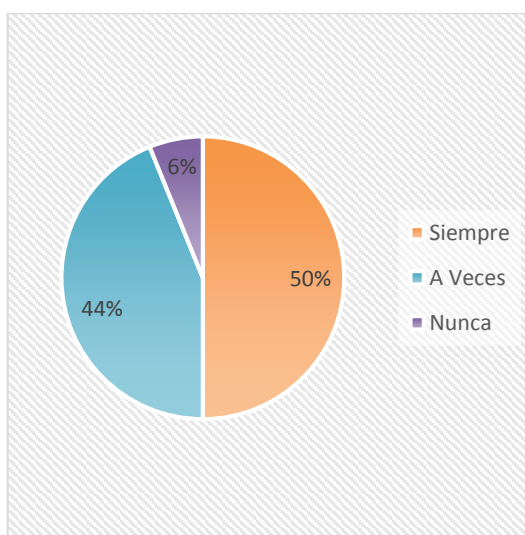
Cuadro N° 8: Difundir información turística

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	57	50%
A veces	50	44%
Nunca	7	6%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 10: Difundir información turística



Análisis e Interpretación

De los datos alcanzados en la aplicación de la encuesta se logra observar que el 6% de los encuestados manifestaron que no es necesario implementar una herramienta tecnológica para la difusión del turismo, el 44% manifiesta que rara vez es necesario utilizar una herramienta tecnología para su difusión y el 50% responden que es necesario la implementación de una herramienta tecnológica que ayude a difundir y promocionar los lugares más atractivos y relevantes de la Parroquia San Antonio de Pasa.

Mayoritariamente los pobladores manifiestan que es necesario implementar una herramienta tecnologica que será de gran utilidad para la difusion de la información turistica de la Parroquia ayudando a dinamizar la economia del lugar.

Pregunta N° 4: ¿Cree usted que la ejecución de una herramienta tecnológica dentro de la Parroquia San Antonio de Pasa ayudara a la difusión en el sector turístico?

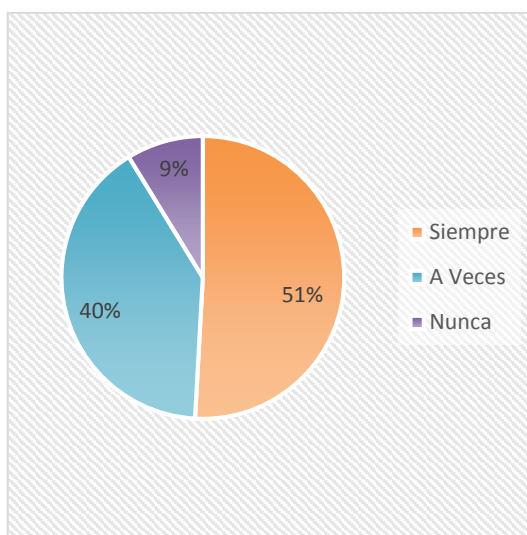
Cuadro N° 7: Ejecución de la Herramienta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	58	51%
A veces	46	40%
Nunca	10	9%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 11: Ejecución de la Herramienta



Análisis e Interpretación

De los datos obtenidos se determina que el 51% de los turistas consideran que es importante la ejecución de una herramienta tecnológica que ayude a la difusión que permitirá perfeccionar el turismo, el 40% lo considera que en ocasiones ayudaría a difundir el turismo con una herramienta, el 9% manifiesta que no es necesario establecer ninguna herramienta para la difusión del turismo.

Una vez interpretado los datos se pudo observar que mayoritariamente los pobladores y turistas consideran que el manejo y uso de una herramienta tecnológica ayudaría a difundir los sectores turísticos.

Pregunta N° 5: ¿Considera usted que la promoción y difusión del turismo actual sobre la Parroquia Pasa, es adecuada?

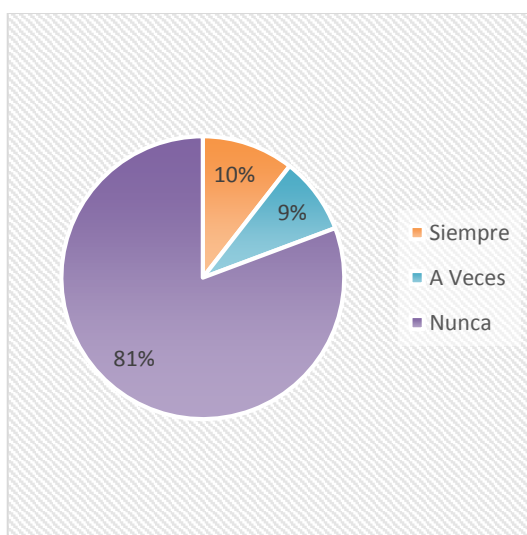
Cuadro N° 9: Promoción y difusión del turismo actual

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	10%
A veces	10	9%
Nunca	92	81%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 12: Promoción y difusión del turismo actual



Análisis e Interpretación

De la encuesta realizada los pobladores manifiestan en un 10% que es poco adecuado la promoción del turismo, el 9% de los encuestados manifiestan que muy rara vez es adecuado, el 81% manifiesta que la promoción y difusión en la Parroquia San Antonio de Pasa no es adecuado.

Una vez interpretado los resultados se puede deducir que la gran mayoría de los pobladores estima que la promoción y difusión actual no es adecuada debido a que solo utilizan medios tradicionales, extrayendo a la publicidad de encontrar el desarrollo turístico del sector.

Pregunta N° 6: ¿Conoce usted algún tipo de servicios publicitarios que ayude a promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?

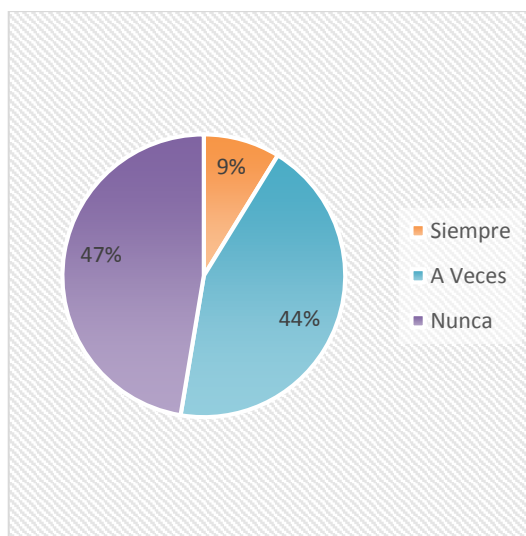
Cuadro N° 10: Servicios publicitarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	9%
A veces	50	44%
Nunca	54	47%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 13: Servicios publicitarios



Análisis e Interpretación

De los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta se puede observar que el 9% de los encuestados contestaron que conocen medios publicitarios, el 44% manifiestan que solo a veces han observado un medio publicitario y el 47% responde que no se ha conocido un medio publicitario que ayude a promocionar los lugares turísticos de la Parroquia San Antonio de Pasa.

De los encuestados se pudo concluir que la mayoría no ha conocido ningún tipo de servicios publicitario que ayude en la promoción y difusión del turismo y que la minoría de pobladores solo a veces han visto un medio publicitario por ejemplo radio, prensa y rara vez en televisión.

Pregunta N° 7: ¿Considera usted que la Parroquia Pasa tendría un mayor impulso económico al iniciar algún tipo de campaña turística publicitaria nivel local, regional?

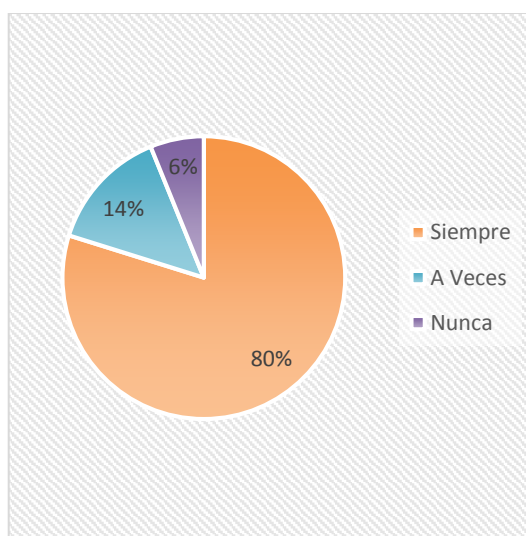
Cuadro N° 11: Impulso económico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	91	80%
A veces	16	14%
Nunca	7	6%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 14: Impulso económico



Análisis e Interpretación

Del resultado obtenido en la aplicación de la encuesta se pudo observar que el 80% de los encuestados manifiestan que existiría un mayor impulso en el ámbito económico mediante campañas publicitaria locales o regionales, el 14% indica que a veces especulan que la promoción turística tendría un mayor impulso y el 6% manifiesta no hay necesidad de realizar publicidad.

La mayoría de los encuestados consideran que la promoción turística tendría un mayor impulso al iniciar algún tipo de campaña publicitaria, mientras que una minoría manifiesta que a veces se hacen campañas publicitarias solo de manera local pero con publicidad tradicional.

Pregunta N° 8: ¿La promoción de atractivos turísticos, ¿es responsabilidad de las autoridades locales de la Parroquia Pasa?

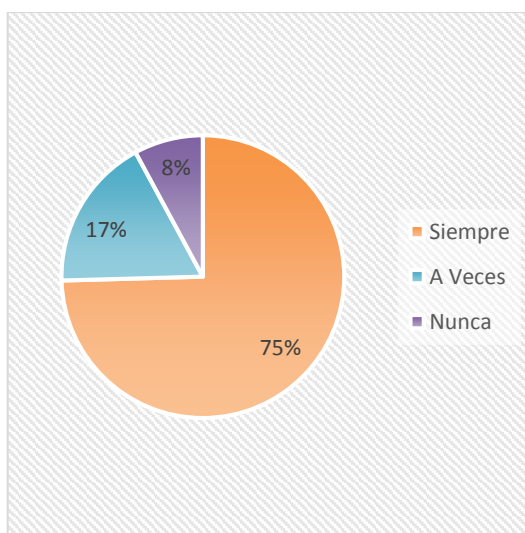
Cuadro N° 12: Responsabilidad de las Autoridades

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	85	75%
A veces	20	18%
Nunca	9	8%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 15: Responsabilidad de las Autoridades



Análisis e Interpretación

De la encuesta planteada el 75% manifestó que es necesario que las autoridades conozcan y tomen importancia acerca de la difusión turística, el 18% de los encuestados contestaron que es poco prudente que las autoridades conozcan de las promociones turísticas, el 8% manifiesta que no es necesario que las autoridades tengan responsabilidad sobre ello.

De los datos obtenidos se puede evidenciar que los pobladores consideran que si es necesario que las autoridades se responsabilicen en realizar gestiones y conozcan a cerca de las diferentes herramientas tecnológicas que ayuden a la promoción del turismo.

Pregunta N° 9: ¿Considera usted que el GAD Parroquial debe disponer de equipos informáticos y una herramienta tecnológica para promocionar el turismo en la Parroquia San Antonio de Pasa?

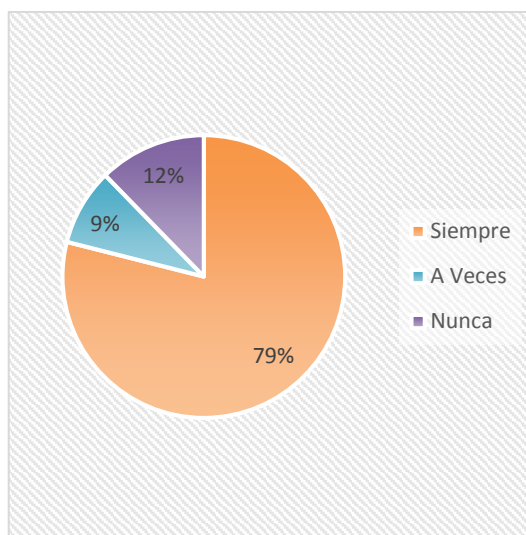
Cuadro N° 13: Equipos Informáticos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	90	79%
A veces	10	9%
Nunca	14	12%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 16: Equipos Informáticos



Análisis e Interpretación

De la encuesta realizada el 79% de los habitantes manifiestan que es procedente tener equipos informáticos para ayudar con la promoción y difusión turística, el 9% de los encuestados indican que es poco necesario contar con equipos informáticos y el 12% indica que no es necesario tener equipos ya que no conocen de lo importante que es la implementación de un equipo informático.

Existe una gran mayoría de aceptación por parte de los pobladores de disponer de equipos informáticos que ayude a difundir las riquezas turísticas del sector.

Pregunta N° 10: ¿Considera que en la actualidad es necesario la utilización de un sitio web para promocionar el turismo a nivel local, nacional e internacional?

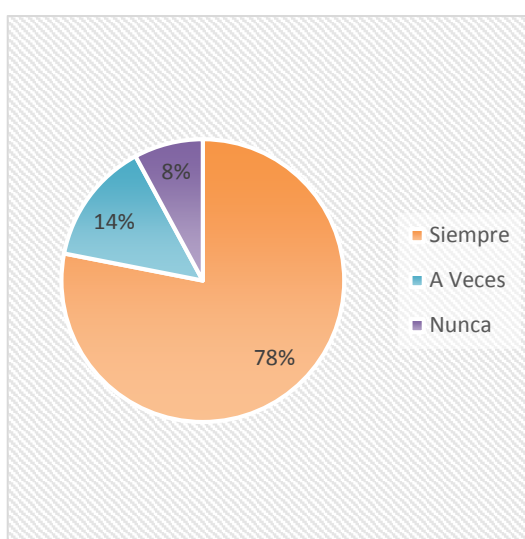
Cuadro N° 14: Sitios web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	89	78%
A veces	16	14%
Nunca	9	8%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 17: Sitios web



Análisis e Interpretación

De los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta se puede observar que el **78%** de los encuestados contestaron que es necesario la utilización de sitios web ya que ayuda a mostrar información relevante acerca de los lugares más turísticos, el **14%** de los encuestados contestaron que a veces es necesario la utilización de páginas web y el **8%** dicen que no es necesario la utilización de sitios web para la promoción de los beneficios que brinda la Parroquia Pasa.

De los datos obtenidos se puede evidenciar que la mayoría de los pobladores y turistas consideran que si es necesaria la implementación de un sitios web para promocionar el turismo a nivel local, nacional e internacional.

4.3 Verificación de la Hipótesis

Para comprobar se utilizó el método estadístico del Chi-cuadrado X^2 de Pearson.

4.3.1 Planteamiento de la hipótesis

Se plantea la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna (H_1).

Hipótesis nula H_0

La herramienta tecnológica no incide para la promoción turística de la Parroquia Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

Hipótesis nula H_1

La herramienta tecnológica si incide para la promoción turística de la Parroquia Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

4.3.2 Modelo matemático

F_o = Frecuencias Observadas

F_e = Frecuencias Esperadas

$H_0 = F_o = F_e$

$H_1 = F_o \neq F_e$

4.3.3 Nivel de significancia

Chi- cuadrado de tablas

Para la verificación de la hipótesis nula se eligió un nivel de significación de 95% ($\alpha = 0.05$).

Los grados de libertad utilizados en la experimentación se determinan por el número de filas (preguntas) y el numero de columnas(alternativas de respuestas).

Grados de libertad= filas-1, columnas-1

Grados de libertad=(3-1) * (3-1)

Grados de libertad=4

4.3.4 Modelo Estadístico

Se aplicara el modelo estadístico del chi-cuadrado, por las características de la población investigada, al encontrarse con diversas alternativas, se elabora una tabla de contingencia y se seleccionara el chi-cuadrado de tablas, para la comprobación de la hipótesis:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(fe - fo)^2}{fe} \right]$$

Σ =sumatoria de todas las “k”

N=Número total de observaciones (“encuestados”)

k=Categorías (número de opciones de respuesta)

i=Frecuencias (respuestas en cada opción)

fo=Frecuencias observadas (respuestas obtenidas)

fe=Frecuencias esperadas (respuestas esperadas)

fe=N/k

Gl=Grados de libertad (libertad en las opciones) = k-1

α = (alfa), nivel de significación (probabilidad de ocurrencia de chi cuadrado)

Nivel de Confiabilidad = 95% o Grados de probabilidad = 0,5

4.3.5 Cálculo Estadístico

Cuadro N° 15: Frecuencias Observadas

#	Preguntas N°	Siempre	A veces	Nunca	
1	¿Ha visto usted algún tipo de servicios publicitario que ayude a promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?	10	54	50	114
2	¿Considera usted que el Gad Parroquial debe disponer de equipos informáticos y una herramienta tecnológica para promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?	90	10	14	114
3	¿Considera que en la actualidad es necesario la utilización de sitios web para promocionar a nivel local, nacional e internacional la difusión del turismo de la Parroquia Pasa?	89	16	9	114
TOTAL		189	80	73	342

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Frecuencias esperadas

Datos

$K=3$

$fe= N/K$

$fe= 189/3 \quad 80/3 \quad 73/3$

$fe= 63 \quad 26,6 \quad 24,3$

Cuadro N° 16: Frecuencia Esperadas

PREGUNTAS	SIEMPRE	A VECES	NUNCA	TOTAL
¿Ha visto usted algún tipo de servicios publicitario que ayude a promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?	63	26,67	24,33	114
¿Considera usted que el Gad Parroquial debe disponer de equipos informáticos y una herramienta tecnológica para promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?	63	26,67	24,33	114
¿Considera que en la actualidad es necesario la utilización de sitios web para promocionar a nivel local, nacional e internacional la difusión del turismo de la Parroquia Pasa?	63	26,67	24,33	114
TOTAL	189	80	73	342

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuestada

4.3.6 Cálculo del Chi Cuadrado Calculado

Una vez establecido la frecuencia observada y la frecuencia esperada, aplicamos la fórmula del Chi cuadrado donde permitirá verificar la hipótesis planteada.

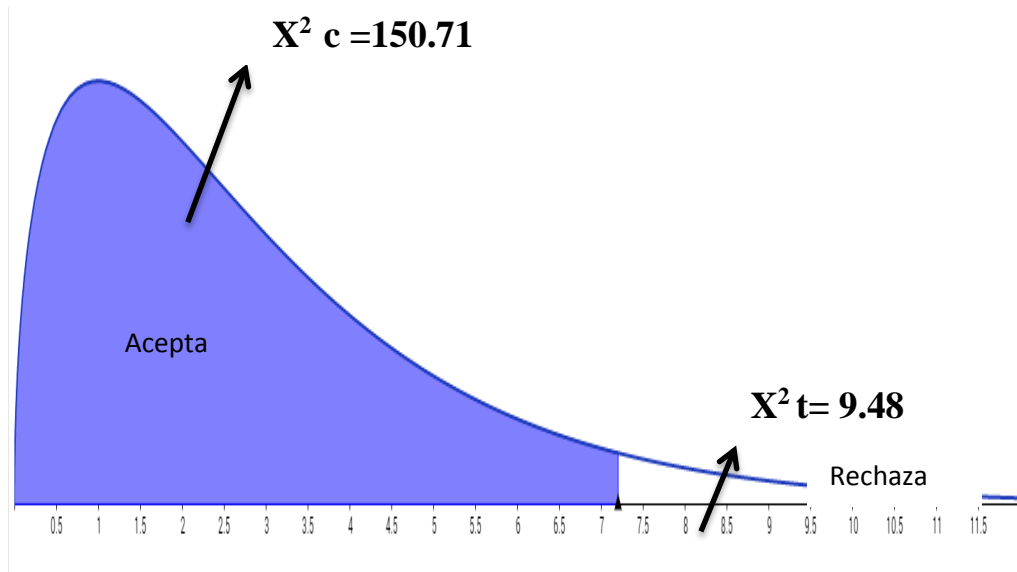
Cuadro N° 17: Chi cuadrado calculado

	Fre. Obs.	Fre. Esp.	
1	10	63	44,59
2	90	63	11,57
3	89	63	10,73
4	54	26,67	28,01
5	10	26,67	10,42
6	16	26,67	4,27
7	50	24,33	27,08
8	14	24,33	4,39
9	9	24,33	9,66
Total			150,71

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuestada

Gráfico No. 18: Campana de Gaus



Elaborado por: Melida Quilligana

4.3.7 Regla de decisión

Si $X^2 c > X^2 t \rightarrow$ se rechaza H_0

$$150,51 > 9,48$$

Como se puede observar el valor del chi cuadrado calculado es $>$ que chi cuadrado tabular, por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que dice: La herramienta tecnológica si incide para la promoción turística de la Parroquia Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

De la investigación ejecutada se ha tomado en cuenta los resultados de las preguntas y encuesta y la comprobación de la hipótesis, para llegar a las siguientes conclusiones:

- De la encuesta aplicada se puede evidenciar que no existe una adecuada difusión turística en la Parroquia San Antonio de Pasa lo cual cuenta con muy poca difusión además se desconoce una herramienta que ayude a promocionar el turismo
- En la Parroquia San Antonio de Pasa hasta la actualidad se utilizan medios tradicionales como prensa y volantes, rara vez televisión y radio; cabe recalcar que los medios no cubren con los requerimientos que el turista necesita conocer.
- Mediante la encuesta aplicada a los pobladores se determinó que es necesario diseñar e implementar una herramienta que ayude a la difusión del sector turístico.

5.2 Recomendaciones.

- Se determina que existe la necesidad de investigar y gestionar la elaboración de la herramienta tecnológica actualizada que ayude a difundir y fortalecer los lugares más turísticos que tiene la Parroquia San Antonio de Pasa.
- Se establece que es necesario la elaboración de sitio web ya que es de gran importancia este medio. por lo que esta herramienta tiene la facilidad de acceder desde los lugares más lejanos y por ende pueden conocer y apreciar dichos sectores turístico
- Recomendar a las Autoridades dar seguimiento para el desarrollo de la difusión de los sectores turísticos con este tipo de herramienta que deberían conocer y socializar acerca de este recurso tecnológico que hoy en la actualidad ofrece.

CAPITULO VI

PROPUESTA

Título

Página web para promover los lugares turísticos, artesanales, tradicionales de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

6.1 Datos informativos

Institución ejecutora: Investigadora

Beneficiarios: Turistas y pobladores de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

Ubicación: Pasa

Cantón: Ambato

Provincia: Tungurahua

Dirección del establecimiento:

Teléfono: 032-486187

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: Abril 2016 **Fin:** Mayo 2017

Responsable: Melida Cecilia Quilligana Alulema

6.2 Antecedentes de la propuesta

El GAD Parroquial no promueve el turismo por que no conocen suficientes medios tecnológicos que ayuden a difundir los lugares turísticos y se ha observado que existe la necesidad de implementar una página o sitio web que mediante las encuestas estructuradas se logró aplicar y ver las necesidades que existe en el turista como en los pobladores y que mediante esta investigación se mostró interés en conocer la herramienta que ayudara a la promoción y difusión de los lugares turísticos de la Parroquia.

Inmediatamente observamos varias alternativas que son factibles para la promoción turística por medios analógicos utilizando la tecnología de información turística y comunicación los cuales facilita de manera eficiente, pero sobre todo en la economía de los pobladores permitiendo posesionar dentro y fuera del país a través del internet aprovechando los servicios que ofrece la tecnología como son revistas digitales, páginas web, redes sociales, etc.

En el estudio se demuestra que en la parroquia Pasa en la actualidad no cuenta con ningún tipo de sistema publicitario en internet por lo que se realiza poca concurrencia a los medios tradicionales que son: pancartas, anuncios, escasamente radios, o medio televisados. El desconocimiento de la herramienta tecnológica para la promoción y difusión del turismo han causado el desconocimiento de las riquezas que brinda en el turismo como son las tradiciones, artesanía y cultura que tiene la Parroquia Pasa.

6.3 Justificación

El **interés** de esta propuesta es proporcionar información a los turistas con una participación activa mediante la implementación de los sitios web que ofrecen una gran cantidad de servicios al usuario del internet quienes puedan buscar información detallada y actualizada de su interés, esto demuestra que las instituciones públicas y privadas entran en este ambiente virtual y se dice que a nivel del GAD Parroquial se tiene el apoyo por parte de las autoridades para la socialización de este medio tecnológico que ayudara a incentivar a los turistas a

nivel nacional e internacional a visitar los lugares más atractivos que tiene la Parroquia San Antonio de Pasa.

La **importancia** de la propuesta es contribuir con un sitio web para los procesos de promoción y difusión turística y por ende mejorar la economía en los pobladores de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

El **impacto** es fomentar la difusión del turismo de calidad mediante herramientas tecnológico, multimedia (audio, video, imágenes, texto) para promover el turismo de tal modo que esta técnica es ideal para fortalecer y potenciar el turismo en los visitantes de la Parroquia Pasa.

Los **beneficiarios** son los pobladores y los turistas de la Parroquia San Antonio de Pasa, donde ellos serán los favorecidos inmediatos al usar la herramienta y lograr el desarrollo social y económico del sector.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo general

Diseñar un sitio web para fomentar el turismo en la Parroquia Pasa del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

6.4.2 Objetivos específicos

- Recolectar información relevante turística de la Parroquia Pasa para su difusión.
- Diseñar los recursos multimedia sobre los sitios relevantes del sector.
- Publicar un sitio web para la promoción y difusión de los sectores turísticos de la Parroquia San Antonio de Pasa del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

6.5 Análisis de factibilidad

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación están sumergidas en diferentes campos, especialmente en el sector público puesto que la herramienta

tecnológica se encuentra al alcance de personas que están interesados en conocer y explorar los entornos naturales y fomentar la información pertinente a las necesidades que el turista o individuo necesita saber y conocer.

6.5.1 Factibilidad Operativa

La herramienta tecnológica será manipulado por los turistas quienes deseen informarse y conocer más afondo sobre el sector, se presentara un sitio web con un entorno amigable y fácil de manejar, los usuarios que lo manipulen podrán observar las realidades que tienen entre ellas el turismo, las tradiciones culturales y artesanales.

6.5.2 Factibilidad Técnica

Se han utilizado diferentes programas de hardware y software para el desarrollo del sitio web con sus requerimientos mínimos para la ejecución.

Hardware

- Computador
- Microprocesador: Intel
- Memoria RAM 2Gb
- Disco Duro: Samsung de 500 Gb
- Tarjeta de Red
- Lector de DVD
- Monitor de pantalla de 17" LG
- Teclado
- Ratón
- Cámara

Software

Sistema operativo Windows 7, 8, Xp

Programas

- Sublime Text
- JavaScript
- HTML5
- Css 3

- Internet Explore, Firefox, Google Chrome
- Hosting

6.5.3 Factibilidad Económica – Financiera

Se cuenta con recursos para diseñar la presente propuesta tomando en cuenta la publicación del sitio web informativo, entre las cosas relevantes se puede mencionar:

Cuadro N° 18: Costo

DESCRIPCIÓN	COSTO
Análisis y programación	200,00
Diseño	100,00
Proceso	250
Pasaje	70,00
Alimentación	50,00
Impresiones	125,00
Internet	75,00
Copias	25,00
Imprevistos	100
Implementación	75
Total	1070

Elaborado por: Melida Quilligana

6.6 Fundamentación teórica - científico

Promoción turística

La promoción turística mediante el internet obtiene una gran alternativa que por medio de esta publicidad con objetivo de incrementar la demanda turística, logrando principalmente la oferta de empleo que sean distribuidos en la comunidad generando mejores oportunidades, además involucran alcances de actividad turística con una mejora total y de calidad de vida y respeto hacia las riquezas culturales que ofrece el lugar.

Sitio web

Según Da Cruz, G. (2008) la Web es un medio de comunicación que ofrece una gran oportunidad para desarrollar un turismo más sostenible para los destinos, pues a través de la Web es posible hacer con que los turistas y residentes obtengan un mayor conocimiento del destino, fomentando una mayor sensibilización ambiental, social, económica del destino que podrá generar una mayor valoración del lugar, mientras que las empresas turísticas involucradas en el proceso tendrán a su disposición un nuevo canal de distribución de sus productos y servicios.

Por lo tanto, las webs es una herramienta muy importante en el ámbito turístico ya que ayuda a proporcionar la comunicación de una gran manera logrando el mayor conocimiento e involucrando al usuario quienes visitan este medio y por ende dando a conocer más afondo los sitios o entornos naturales que ofrece de sus servicios y actividades comerciales.

Objetivos de la Herramienta Tecnológica

La descripción de la página web son las siguientes:

- Informar sobre el incremento de ofertas turísticas de calidad a nivel nacional y mundial.

- Ampliar la participación el turismo en la economía de la Parroquia Pasa.
- Incrementar la disponibilidad de información relacionada con el turismo y la cadena de comercialización de artesanías culturales y el impacto económico del sector.
- Extender la calidad de innovación en la oferta turística.
- Incrementar la promoción turística de diferentes destinos del Ecuador.

En la elaboración de la presente propuesta se ha utilizado diferentes herramientas para realizar el diseño, programación, host o dominio la misma que se detallara a continuación.

Lenguaje de Programación

Gráfico No. 19: Sublime Text



Elaborado por: Rafael Cervera

Sublime Text

Sublime Text, en términos simples, es un editor de texto ligero, pensado desde un inicio en la velocidad, haciéndolo uno de los editores de texto más rápido y fácil de usar. Además de la velocidad se tiene más de 1000 de plugins adicionales y todas de código abierto, con una comunidad de desarrolladores que día a día contribuyen con nuevos plugins.

Sublime Text puede ser utilizado para múltiples lenguajes de programación, no solo para desarrollo Web, con tiene una característica llamada “go to anything”, el cual despliega un panel que permite buscar archivos, métodos, variables, funciones e ir directamente a ciertas líneas de código.

Ventaja y desventajas de Sublime Text

Cuadro N° 19: Ventajas y Desventajas

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Es bastante fácil personalizable al punto que podemos cambiar el comportamiento del editor, el tamaño y tipo de tipografía.</p> <p>Atajos de teclado, colores, otra serie de opciones que permite acomodar las aplicaciones a nuestras necesidades.</p> <p>Nos permite navegar rápidamente por el código.</p> <p>Podemos escribir códigos para diversos lenguajes como, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none">• CSS• JavaScript• HTML <p>El arranque es inmediato con capacidad de ampliar sus funcionalidades.</p>	<p>No es gratis.</p> <p>Es de código abierto.</p> <p>No es un editor de texto complejo.</p>

Elaborado por: Melida Quilligana

Características

- El instalador no sobre pasa de los 10MB
- Código abierto
- Accesible para diferentes lenguajes

JavaScript

Gráfico No. 20: JavaScript



Según Pavón, J. (2012) tiene todo el poder de proporcionar actividad y edificar aplicaciones web completamente funcionales con un descubrimiento asombroso con un lenguaje interpretado e incluido en los navegadores con una mejor experiencia en los usuarios, facilitando una funcionalidad para la web ya que es una parte esencial y eficiente a través de las tecnologías.

Por ende se caracteriza por el sencillo manejo del lenguaje de programación, que presenta una especialidad en sus programas llamados frecuentemente script, en las páginas HTML y se ejecutan en el navegador Mozilla Firefox, Google Chrome.

Gráfico No. 21: HTML 5

HTML 5



Según Gauchat, J. (2012) es un lenguaje sintetizado para realizar sitios web lo cual proporciona plataformas con las que se desarrolla aplicaciones web donde su ejecución dentro de un navegador no implique falta de recursos facilidades para resolver las necesidades de los desarrolladores por ende este HTML 5 y CSS3 permite trabajar con cualquiera de los elementos y con facilidad de realizar acciones necesarios por medio de la tecnología.

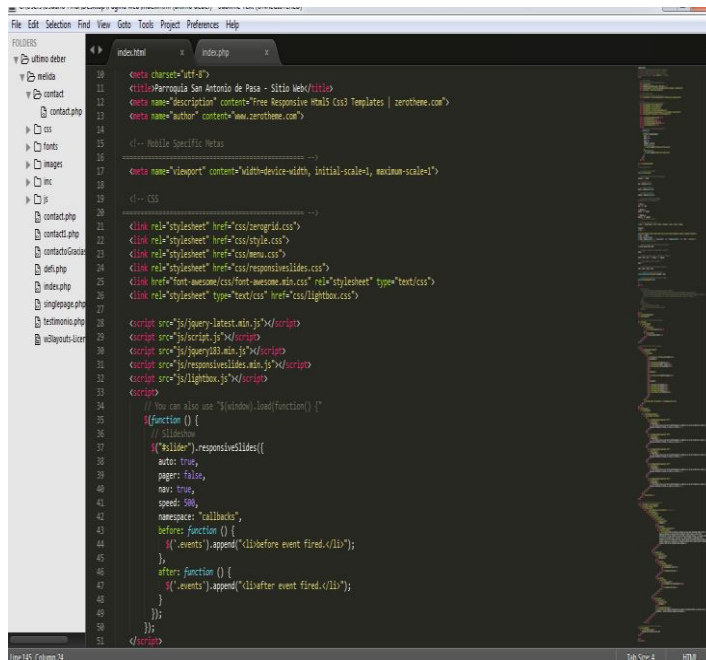
Gráfico No. 22: CSS3

- CSS 3



Por lo tanto, HTML y CSS3 son dos "lenguajes" que se requiere saber para elaborar sitios web. El navegador web hará la traducción e intérprete entre los lenguajes de programación y lo que se observa en la pantalla por ende se puede dar instrucciones al ordenador. No basta con escribir el texto que se ha incluido en el sitio o como lo haría en un procesador de textos, también se debe mostrar dónde colocar este texto, insertar imágenes, crear enlaces entre páginas, etc. Las funciones de HTML y CSS; Para indicar al ordenador lo que quieres hacer, tendrás que utilizar un lenguaje de programación que comprendas.

Gráfico No. 23: Código sublime text



```
File Edit Selection Find View Goto Tools Project Preferences Help
index.html x index.php x
10 <meta charset="utf-8">
11 <title>Parroquia San Antonio de Pasa - Sitio Web</title>
12 <meta name="description" content="Free Responsive HTML5 CSS3 Templates | zeroframe.com">
13 <meta name="author" content="www.zeroframe.com">
14
15 <!-- Mobile Specific Metas -->
16
17 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1">
18
19 <!-- CSS -->
20
21 <link rel="stylesheet" href="css/bootstrap.css">
22 <link rel="stylesheet" href="css/style.css">
23 <link rel="stylesheet" href="css/menu.css">
24 <link rel="stylesheet" href="css/responsivelides.css">
25 <link href="font-awesome/css/font-awesome.min.css" rel="stylesheet" type="text/css">
26 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/lightbox.css">
27
28 <script src="js/jquery-latest.min.js"></script>
29 <script src="js/scripts.js"></script>
30 <script src="js/jqueryE3.min.js"></script>
31 <script src="js/responsivelides.min.js"></script>
32 <script src="js/lightbox.js"></script>
33 </script>
34
35 // You can also use $(window).load(function() {
36
37     $(function () {
38         // slider
39         ("#slide").responsivelides({
40             auto: true,
41             pager: false,
42             nav: true,
43             speed: 500,
44             namespace: "allibook",
45             before: function () {
46                 $(".events").append(" (before event fired.</li>");
47             },
48             after: function () {
49                 $(".events").append(" (after event fired.</li>");
50             }
51         });
52     });
53 </script>
```

Elaborado por: Melida Quilligana

Multimedia

La redacción de textos para entornos multimedia implica la incorporación de imágenes que apoyan, potencian o sustituyen la función comunicativa del texto en un contexto concreto.

Es una representación visual de un objeto mediante técnicas diferentes de diseño, pintura, fotografía que podemos entenderla como una representación visual cuya naturaleza está conformada esencialmente por tres elementos.

- La selección de la realidad sensorial esto es el concepto que va a ser representado y que constituye el objeto central de la ilustración.
- El conjunto de elementos y estructuras de representación específicamente icónicas, es decir los aspectos formales que permiten representar gráficamente el concepto.
- La sintaxis visual que, mediante la combinación de los elementos formales, persigue una función concreta en relación con el texto del que forma parte la imagen.

6.7 Desarrollo de la propuesta

En el desarrollo de la presente propuesta es importante poner en ejecución diferentes fases que se encarga de validar la construcción del sitio web en estas fases las conocemos como:

Fase de Análisis de datos

Es esta fase de desarrollo del sitio web aplicación se toma en cuenta la problemática que se desea solucionar puntualizando distintos conceptos aspectos como: identificar a los usuarios a los cuales va a dirigir la aplicación, requerimientos del software, contenidos, además de definir la herramienta o el software a utilizar.

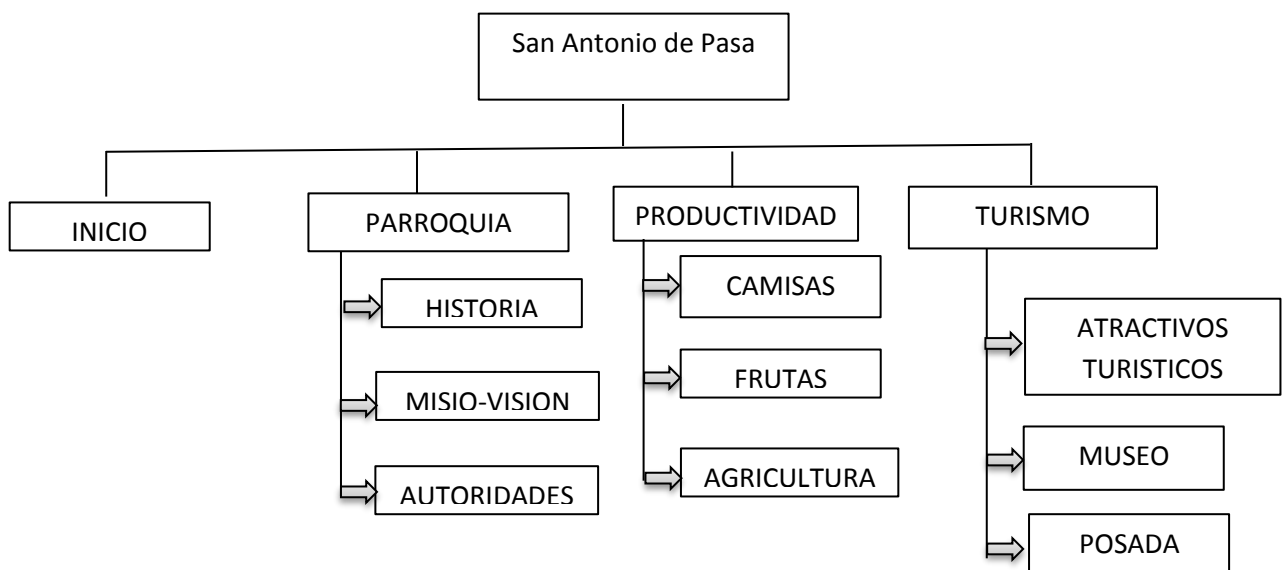
Usuario: pobladores, turistas

Requerimientos: sistema operativo básico, procesador básico. Conexión a internet.

Fase de diseño

En esta fase se procedió a elaborar un esquema de las distintas pantallas que tendrá el sitio web, se diseñó la interfaz de menú, se creó los diferentes objetos imágenes multimedia, texto, botones de acuerdo al esquema que se muestra a continuación.

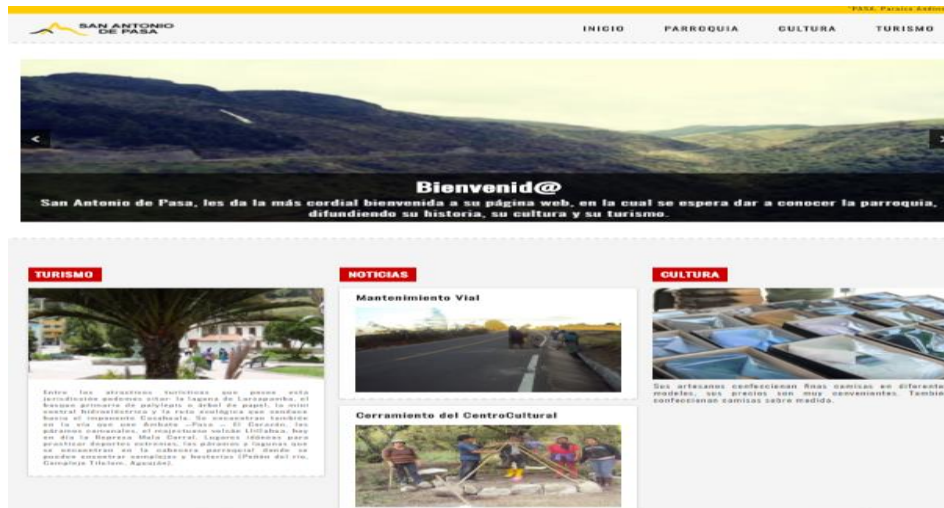
Cuadro N° 20: Diagrama de navegación



Elaborado por: Melida Quilligana

En el diagrama de navegación se muestra el contenido íntegro de los menús y sub menús que tendrá el sitio web aquí se apreciará las existentes pantallas las mismas que tiene gráficos reales , textuales de acuerdo al tema que corresponde.

Gráfico No. 24: Diseño

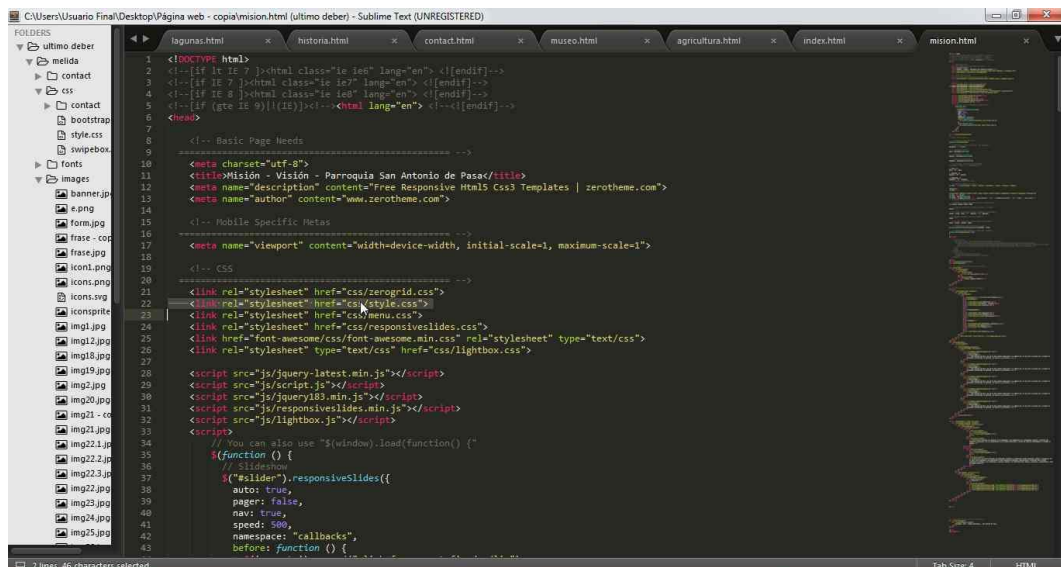


Elaborado por: Melida Quilligana

Fase de desarrollo

En esta fase se procede a desarrollar el sitio web es decir, se organiza la información, se encajan a los menús creados, se codifica las diferentes acciones que tendrá el sitio web, finalmente se ejecutara y corregirá los errores.

Gráfico No. 25: Código HTM5, JavaScript, css3

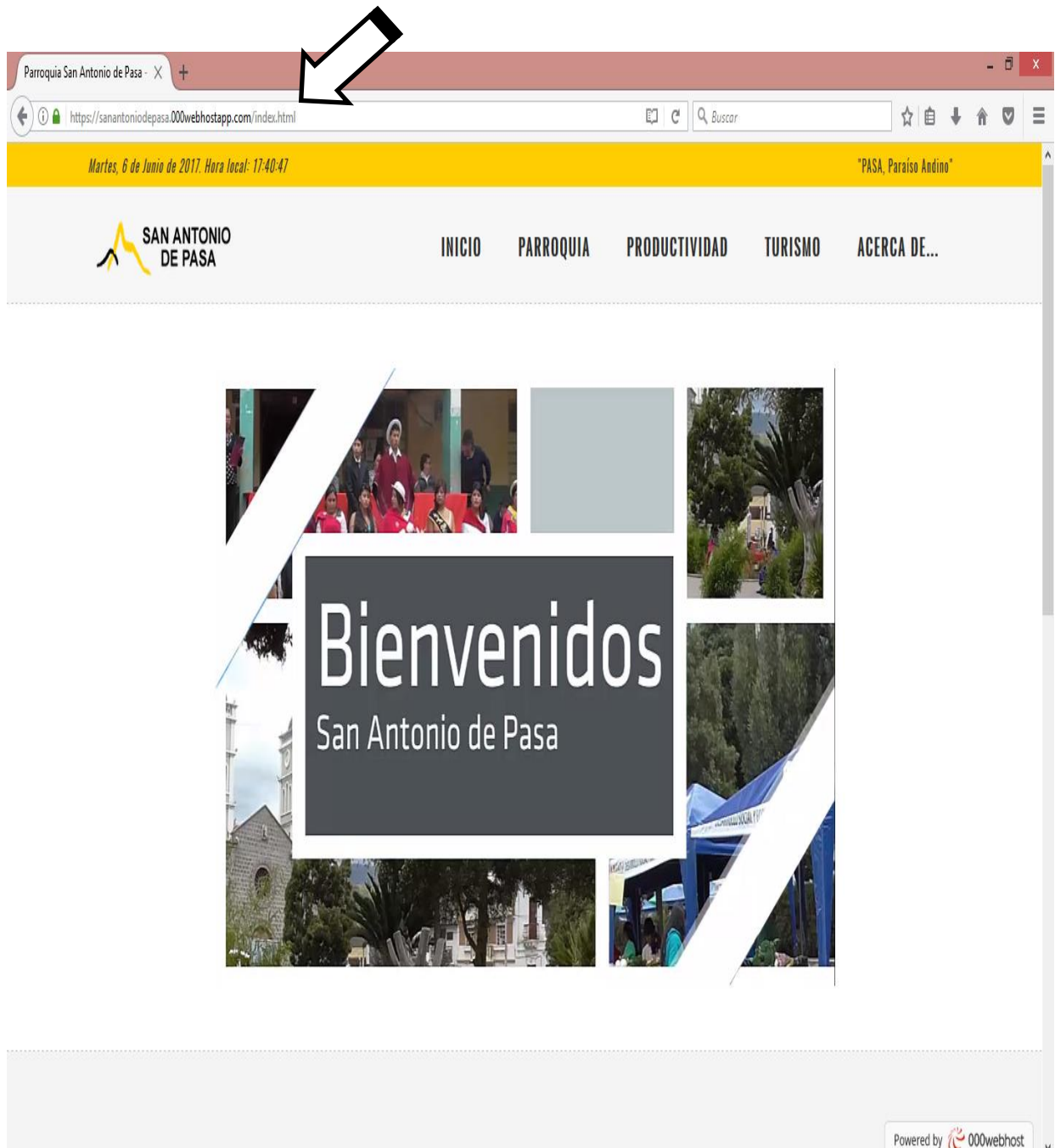


Elaborado por: Melida Quilligana

Fase de implementación

En esta fase observamos la implementación del Sitio Web donde ayudara con la información que el usuario necesita conocer.

Gráfico No. 26: Código HTML5, JavaScript, css3



Elaborado por: Melida Quilligana

6.8 Modelo Operativo

Cuadro N° 21: Modelo Operativo

ETAPAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
Socializar	Motivar a los pobladores en el uso eficaz del sitio web con información apropiada y útil.	Convocar a los pobladores y turistas que ya cuentan con una herramienta tecnológica para promocionar información y difusión turística.	Humanos Proyector Computadoras Manual de usuario.	Melida Quilligana	1 Día
Capacitar	Instruir al Gad parroquial en la utilización del sitio web.	Instrucción y práctica en el uso del sitio web. Hacer uso del manual de usuario como guía.	Humanos Computadores Imágenes informativos Manual de usuario	Melida Quilligana	1 Día
Implementar	Poner en ejecución el sitio web en la Parroquia San Antonio de Pasa	Actualizaciones de información turística de la Parroquia Pasa.	Internet. Equipos de cómputo.	Melida Quilligana	1 Día
Evaluar	Valorar y verificar el funcionamiento del sitio web y obtener la satisfacción de los pobladores y directivos.	Monitoreo y observación de la información turística insertada al sitio web.	Phone Tablet computador	Melida Quilligana	1 Día

Elaborado por: Melida Quilligana

6.9 Administración

Talento humano

- Investigador
- Autoridades

Introducción

El manual proyecta a ser un instrumento de consulta adecuada y eficiente en el manejo y gestión del sitio web la cual contara con información más relevante y detalladas con privilegios de llamar la atención al turista.

- El administrador encontrara en el sitio web diferentes áreas de recreación que están divididas por ítems para su mejor manejo.
- El menú principal está diseñado para proporcionar el manejo de los destinos importantes como contenidos y dispositivos que permite el correcto funcionamiento del sitio web.

Recursos materiales:

- Internet
- Dominio
- Cámara digital
- Computador

6.10 Previsión de la evaluación

Todos los recursos serán a cargo del investigador.

Cuadro N°22: Evaluación de la propuesta

Preguntas básicas	Explicación
¿Que evaluar?	Funcionamiento del entorno.

¿Por qué evaluar?	Para conocer las falencias o defectos que posee la sitio web.
¿Para qué evaluar?	Para crear una interpretación reformada y ofrecer un mejor servicio a quienes manipulen esta herramienta tecnológica.
¿Con que criterio va a evaluar?	Bajo los modelos de calidad y profesionalismo con absoluta seguridad.
¿Indicadores?	La funcionabilidad y facilidad inmediata desde el sitio web.
¿Quién evaluar?	El investigador.
¿Cuándo evaluar?	Cuando esté en funcionamiento y este ejecutando el sitio web en la promoción turística.
¿Cómo evaluar?	Bajo parámetros programados en la encuesta elaborada.
¿Fuentes de información?	Autoridades de la Parroquia Pasa, pobladoras y visitantes.
¿Con que evaluar?	Mediante estudios espontáneo.

Elaborado por: Melida Quilligana

BIBLIOGRAFIA

- Da Cruz, G. .. (junio de 2008). Estudios y perspectivas en turismo. *scielo*, 17(2), 3.
Obtenido de
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322008000200005
- Da Vince, L. (2001). Marketing y Publicidad. *IFES*, 2-62.
- Gauchat, J. D. (2012). *El gran libro de HTML5, CSS3, JavaScript*. España. Obtenido de
<https://adegiusti.files.wordpress.com/2013/09/el-gran-libro-de-html5-css3-y-javascript.pdf>
- López, M. (22 de Marzo de 2016). Collaborative tourism communication 2.0: promotion, advertising and interactivity in government tourism websites in Latin America. *Revista Latina de Comunicación Social*(71), 2-25.
- Marín, M. &. (2010). Recuperado el Viernes de Diciembre de 2016, de
http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/757/0139_Gomez.pdfsequence=3
- Melo, T. O. (30 de Diciembre de 2013). Tecnología del desarrollo de las herramientas tecnológicas. *Tecciencia*, 1-8.
- Michelotti Bettoni, E. (2012). Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos. *oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos*, 21, págs. 2-14. Obtenido de
<http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N02/v21n2a02.pdf>
- Montiel, N. D. (2008). *Tecnologías De Información Y Comunicación Para Las Organizaciones*. (1, Ed.) Recuperado el 6 de Diciembre de Lunes, de
<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/545/1317>
- Naranjo, M. V. (2016). *Analisis del impacto socioeconomico del turismo y las politicas*. Quito. Obtenido de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11531/AN%C3%81LISIS%20DEL%20IMPACTO%20SOCIOECON%C3%93MICO%20DEL%20TURISMO%20Y%20LAS%20POL%C3%8DTICAS%20Y%20ESTRATEGIAS%20GUBERNAMENTALES%20EN%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Palacios, C. G. (2016). *SciELO - Scientific Electronic Library Online*, On-line ISSN 1851-1732. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000400011

Pavón, J. (2012). *Aplicaciones Web/Sistemas Web*. Universidad Complutense Madrid, Madrid. Obtenido de <https://www.fdi.ucm.es/profesor/jpavon/web/24-JavaScript.pdf>

Pérez, F. (5 de 9 de 2011). Transformaciones de las tendencias tursiticas y su influencia en el medio ambiente. https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf. Recuperado el 2 de AGOSTO de 2016, de https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf

Picazo Peral, S. M. (28 de febrero de 2013). Difusion de la investigacion cientifica Iberoamericana en el turismo. *SciELO- Scientific Electronic Library Online*, 22.

Quintanilla, G. (9 de Junio de 2016). *El desarrollo tecnológico, y una perspectiva socialy humanista*. Recuperado el Sabado de Noviembre de 2016, de www.oei.es/historico/memoriasctsi/mesa1/m01p02.pdf

Redondo, R. d. (1997). Impacto de las nuevas tecnologías. 1-16.

Rueda Barrionuevo, D. P. (20 de 6 de 2013). *Informacion Tecnologica Didactica y su aporte al desarrollo del turismo històrico cultural*. Obtenido de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5156/1/Tth_2013_111.pdf

Russel, Lane. (1994). *Publicidad elemental* . Recuperado el 13 de diciembre de 2016, de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/estrada_m_ea/capitulo2.pdf

Sánchez, J. (19 de Diciembre de 2016). Tecnología en el turismo. *Dialnet*, 5, 1-15. Obtenido de http://www.pasosonline.org/Publicados/9411/PS0411_01.pdf

Socatelli P, M. (2013). Desarrollo y Mercado Turístico. En U. E. Rica, *Mercadeo Aplicado al Turismo* (págs. 1-4). Recuperado el jueves de 22 de 2016, de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>

Turismo. (6 de Mayo de 2008). Ley de Turismo. 1-12. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Turística, E. P. (2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

Yañez, M. (2005). *Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) social*. Santiago de Chile, Chile: 92-1-3226853. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=V6UyiDKjaOoC&printsec=frontcover&dq=TICS&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjZ1JOopuvTAhWJz4MKHUWiA7QQ6AEIOTAD#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario estructurado.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN



CARRERA DE DOCENCIA EN INFORMÁTICA

**“ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA PASA DEL
CANTON AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.**

Fecha.....

Objetivo: Recabar la información pertinente y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación **“Herramienta tecnológica en línea y su relación con la promoción turística de la Parroquia Pasa, del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.”**

Instrucción: Señale con una **x** lo que usted crea conveniente según corresponda.

1. ¿Conoce usted que las Autoridades de la Parroquia Pasa están fomentando el turismo utilizando algún recurso tecnológico?
Siempre A veces Nunca
2. ¿Conoce usted que en la Parroquia Pasa se ha utilizado ciertas herramientas informativas que ayude a la difusión del turismo?
Siempre A veces Nunca
3. ¿Cree usted que la ejecución de una herramienta tecnológica dentro de la Parroquia Pasa mejorara la calidad de vida de los pobladores?
Siempre A veces Nunca
4. ¿Considera usted que es necesario la implementación de una herramienta tecnológica para difundir información turística de la Parroquia Pasa?
Siempre A veces Nunca
5. ¿Conoce usted que la promoción y difusión del turismo actual sobre la Parroquia Pasa, es adecuada?

Siempre A veces Nunca

6. ¿Ha visto usted algún tipo de servicios publicitario que ayude a promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?

Siempre A veces Nunca

7. ¿Considera usted que la Parroquia Pasa tendría un mayor impulso económico al iniciar algún tipo de campaña publicitario turística a nivel local, regional, nacional o internacional?

Siempre A veces Nunca

8. ¿La promoción de atractivos turísticos, es responsabilidad de las autoridades locales de la Parroquia Pasa?

Siempre A veces Nunca

9. ¿Considera usted que el Gad Parroquial debe disponer de equipos informáticos y una herramienta tecnológica para promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?

Siempre A veces Nunca

10. ¿Considera que en la actualidad es necesario la utilización de sitios web para promocionar a nivel local, nacional e internacional la difusión del turismo de la Parroquia Pasa?

Siempre A veces Nunca

! ¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

ANEXO N° 2: Artículo científico

Herramienta tecnológica para la Promoción Turística

Melida Cecilia Quilligana -Alulema. mely10sonrisa@gmail.com

Ing. David Castillo. @gmail.com

Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Universidad Técnica de Ambato

País Ecuador

Resumen.

En el actual resumen técnico se muestra todos los resultados obtenidos en la investigación realizada sobre la herramienta tecnológica en línea y su relación con el turismo en la Parroquia Pasa; Por ende en este proyecto se realizó con una reflexión sobre la situación que existía en la Parroquia para lo cual se aplicó una encuesta a los pobladores y visitantes del lugar conociendo su realidad del lugar, lo mismo que en la investigación logramos establecer una herramienta tecnológica lo cual nos ayudara a fomentar el turismo por ende a invitar a personas a nivel nacional e internacional que necesitan de una diversión sana y natural a demás mediante esta difusión adecuada se fomentaría una calidad de vida a los habitante mediante fuentes de empleo proporcionando artesanía cultura y tradición para lograr los objetivos se realizó un análisis con diferentes enfoque en el ámbito turístico.

Finalmente, esta investigación permitió conocer más afondo el proceso de difusión del turismo en la actualidad con diferentes medios tecnológicos en línea lo cual ayudara a difundir de manera eficaz.

Palabras claves:

Tecnología e información en la Difusión turismo, tradición, cultura patrimonio.

ABSTRACT.

TOPIC: The current technical summary shows all the results obtained in the research carried out on the online technology tool and its relationship with tourism in Pasa Parish; Therefore in this project was realized with a reflection on the situation that existed in the Parish which was applied a survey to the settlers and visitors of the place which we knew the reality of the place as in the research we were able to establish a technological tool it Which will help us to promote tourism in order to invite people at national and international level who need a healthy and natural fun to others through this adequate dissemination would promote a quality of life to the inhabitants through sources of employment providing crafts culture and tradition To achieve the objectives, an analysis was carried out with different approaches in the tourism field.

Finally, this research allowed us to know more in depth the process of diffusion of tourism in the present time with different technological means in line which will help to spread in an effective way.

KEY WORD: Technology and information in the Diffusion tourism, tradition, heritage culture

Introducción

Según Vargas, L. (2015) Las tecnologías de la información y las comunicaciones constituyen un campo muy activo para ofrecer un valor añadido a las visitas a un destino de un grupo de turistas. Los destinos deben proporcionar herramientas tecnológicas capaces de ofrecer información personalizada, interactiva, etc. Actualmente es muy interesante el uso de herramientas como guías o páginas web que cubren las necesidades básicas de los turistas, pero, se trata de recursos escasos en lugares alejados, pues la evolución de herramientas tecnológicas ha provocado un cambio en la forma en que los turistas interactúan y obtienen información.

Por lo cual a partir de esta necesidad surgen los medios de recomendación de crear y satisfacer necesidades que el usuario necesita conocer mediante la comunicación e información relevante, que mostrando interés a los usuarios por tanto esta técnica añade valoraciones que tiene nuestros entornos naturales mediante herramientas tecnológicas o diferentes medios online que ofrece en la actualidad.

Según Molina, M. (2012) El turismo es la actividad asociada a relajaciones, entretenimiento, y exploración de nuevos lugares diferentes a un lugar habitual. Se fundamenta en un sistema de relaciones entre el sujeto (turista) y el objeto turístico (localidad, empresa u organización turística). El sujeto es quien recibe los servicios producidos por el objeto turístico.

Por lo cual se argumenta que en el turismo debe mantenerse un habitual equilibrio entre el objeto turístico, otorgando facilidades de incremento a las diferentes ofertas turísticas básicas y complementarias con diferentes concurrencias de satisfacer necesidades del entorno natural mediante estrategias que conduzca positivamente en el estímulo y emociones reales a lo fenomenal, recreativo e innovador aplicando nuevas formas tecnológicas que hoy en la actualidad ofrece por ende dando como resultado de evolución sociocultural y al desarrollo tecnológico como medio publicitario despertando interés a los usuarios por conocer físicamente el lugar o sitio turísticos que ofrece : ecoturismo, turismo de tradición y cultural, turismo comunitario, flora y fauna, deportes y aventuras, cruceros (lagunas, ríos) o agroturismo.

También podemos mencionar que mediante este proceso del turismo mejoramos la calidad de vida de los pobladores que residen en la Parroquia, generando fuentes de empleo en diferentes instancias enfocando a la información y comunicación, así como la utilización de medios o herramientas tecnológicas que ayude en la promoción de los entornos naturales que ofrece los sitios turísticos.

Según Albacete, C. (2012) Quizá en un futuro con el uso de las nuevas tecnologías se puedan proponer viajes virtuales por el patrimonio cultural del mediterráneo como preámbulo y estímulo de posibles viajes reales después de recolectar y analizar los datos, es posible afirmar que dichas comunidades están siendo utilizadas de forma significativa en la promoción turística, proporcionando un contenido capaz de promocionar por medios online que necesita estar siempre adaptada y adecuada a los constantes cambios y avances tecnológicos para que las diversas ventajas existentes en los recursos de la tecnología puedan ser aprovechadas en su totalidad.

Se muestra que con el pasar del tiempo el uso de las tecnologías que hoy en la actualidad van evolucionando se podría realizar viajes virtuales y reales recolectando y proporcionando contenidos de interés con una información capaz de satisfacer las necesidades que el usuario necesita conocer acerca de la promoción de patrimonios culturales por medios online.

Según Guilarte, Y. (2015) Al respecto que las prácticas que promueven un turismo eficiente, fortalecen una conciencia bioética y sustentable en beneficio de la preservación y valoración del patrimonio nacional y mundial.

Se puede manifestar que una promoción eficiente surgiría diversidad de beneficios económicos, generación de empleos directos e indirectos, fomentar la economía en áreas de menos crecimiento o expansión que aporta diferentes bienes y servicios e impulsa el desarrollo de otras actividades económicas para atender las necesidades de los turistas de igual manera, el turismo tiene otro fianza que enaltece su importancia desde el aspecto sociocultural, por cuanto el ser humano, a través del turismo, es que puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos.

Según Guadarrama, E. (2015) La comunicación turística ha evolucionado de una comunicación de masas controlada, destinada a la promoción asimétrica y unidireccional de los destinos turísticos reconocidos, a una nueva era de la información multimediática en la red. Esta investigación evalúa lo que conceptuamos como comunicación turística colaborativa 2.0 en los sitios web de promoción turística de los 22 organismos gubernamentales de Iberoamérica.

A demás La demanda de servicios turísticos de calidad se incrementará en las próximas décadas para ello, las organizaciones del sector deben poner en práctica acciones encaminadas a reconocer el valor que le aportan sus clientes, y trazar las estrategias comerciales encaminadas a pasar de un marketing de masas a una atención personalizada que conduzca a la satisfacción de los clientes que más valor les aportan. Al respecto de esta información refiere que en el ámbito de la comunicación turística se ha ido evolucionando de manera cualitativa y cuantitativa mediante sitios web accesibles utilizando recursos tecnológicos siendo esta herramienta con espacios interactivos sustancial que proporcione información de manera correcta para el usuario que está deseoso de conocer los espacios o entornos turísticos que ofrece.

Materiales y Método

Sujeto

La parroquia Pasa está constituida por más de 7890 personas entre ancianos, adultos, adolescentes y niños; de los cuales se realizó un muestreo. Según por conglomerados, estipulando una totalidad de 114 individuos entre hombres y mujeres en un rango de edad entre de 25 a 60 años, sujetos de estudio que participaron en la investigación y ayudaron generando la información respectiva acerca de las variables del estudio.

Materiales

En el siguiente trabajo de investigación se utilizó diferentes materiales como son:

- Computadora
- Cámara
- Phone

- Internet

Según relata Mikkel, A. (2004). Las cámaras digitales se han convertido en uno de los productos tecnológicos de moda, dando un importante impulso a la industria fotográfica. Estas cámaras transforman la luz en impulsos eléctricos con una precisión y brillantez nunca antes alcanzada por la película fotográfica.

Por ende, el secreto y el éxito está en las fotografías utilizando esta herramienta por lo cual es muy importante para alcanzar el propósito determinado en el procedimiento recolectando información interesante.

Sánchez, J. (2016) Menciona que estos avances tecnológicos han propiciado nuevas formas de realizar turismo, de tal manera que produzca en los individuos sensaciones iguales o similares a la realidad, es decir, generar experiencias únicas sin importar si éstas provienen de la realidad o la imaginación, de lo cual surge el concepto de post-turismo o también llamado turismo virtual. Su característica principal es generar en las personas experiencias turísticas sin necesidad de un desplazamiento físico a los lugares visitados.

De tal manera que el turismo también de lo puede realizar virtualmente el cual describe que el usuario podrá generar experiencias electrónicas de viajes simulados como sustituto de una experiencia física de turismo mediante el uso de las herramientas turísticas.

Características

Cámara digital Sony

Sony 7,2 megapíxeles

La Cyber-shot DSC-W70 de Sony es una digna representante de la serie W. Equipada de un sensor CCD Super HAD de más de 7 millones de píxeles efectivos, un objetivo Carl Zeiss Vario-Tessar con zoom óptico de 3x, la Cybershot DSCW-70 integra además

el sistema "Clear RAW NR", con una reducción de ruido y una optimización de los colores, para unos resultados visuales irreprochables.

Software Sublime Text este programa está bajo una licencia universal pero también con código abierto por ende este programa de computador ayuda a realizar una multiplataforma que se puede utilizarse desde Windows GNU/Linux o Mac OS X (10.7+) las cuales nos ayudó para solucionar el problema observado en la difusión del turismo.

Instrumentos

La encuesta está constituida por 10 preguntas las cuales se aplicó a las personas de la población y algunos turistas quienes visitaban la parroquia y por ende bajo este parámetro se evaluó la necesidad de publicar y promocionar información de lugares atractivos por medio de una herramienta tecnológica dando como resultado una mejor difusión en el ámbito turístico.

Resultados

Población y muestra

El Trabajo de investigación se efectuó con los turistas, habitantes de la Parroquia Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua con una población totalidad de 150 personas distribuidos de la siguiente manera.

Cuadro N° 1: Población de la Parroquia Pasa

PERSONAL	POBLACIÓN
Turistas	30
Pobladores	120
Total	150

Elaborado por: Melida Quilligana

Para la presente investigación se cogió un total de la población de la comunidad de la parroquia Pasa.

$$n = \frac{E^2 (n-1) + 1}{N}$$

n= Tamaño de la muestra
 N= Población
 E= Error de muestreo

$$n = \frac{0,0025(159) + 1}{159}$$

$$n = \frac{0,39 + 1}{1,39}$$

$$n = 114$$

Una vez realizado el cálculo del chi cuadrado escogemos tres preguntas que nos ayudara para observar los resultados.

Pregunta N° 1: ¿Conoce usted que las Autoridades de la Parroquia Pasa están fomentando el turismo utilizando algún recurso tecnológico?

Cuadro N° 2: Recurso tecnológico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	4%
A Veces	87	76%
Nunca	23	20%
TOTAL	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuestada

Análisis e Interpretación

Al realizar la tabulación correspondiente se deduce que de dicha encuesta se ha observado que las autoridades de la Parroquia Pasa conocen de algún medio de publicidad como por ejemplo radio, prensa, pero desconocen de una herramienta tecnológica que ayude a promocionar el turismo.

Pregunta N° 2: ¿Conoce usted que en la Parroquia Pasa se ha utilizado ciertas herramientas informativas que ayude a la difusión del turismo?

Cuadro N° 3: Herramientas informativas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	12%
A Veces	34	30%
Nunca	66	58%
TOTAL	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuestada

Análisis e Interpretación

Se puede comprobar que la gran mayoría de los pobladores no conocen sobre la herramienta tecnológica y pocas personas que en menor grado conocen de un medio publicitario que es radio y prensa imágenes dejando en evidencia que es escasas el uso de la tecnología ya que en la actualidad se ha observado que lo más visitado es a través de páginas web o algún medio online.

Pregunta N° 3: ¿Cree usted que la ejecución de una herramienta tecnológica dentro de la Parroquia Pasa mejorara la calidad de vida de los pobladores?

Cuadro N° 4: Ejecución de la Herramienta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	46	40%
A veces	58	51%
Nunca	10	9%
Total	114	100%

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación

Una vez interpretado los datos se pudo observar que mediante el manejo y uso de esta herramienta tecnológica mejoraría la calidad de los pobladores mediante fuentes de

empleo a demás tendría una gran importancia que turistas de diferentes partes del mundo puedan visitar las riquezas que tiene este hermoso rincón de la Parroquia Pasa. De acuerdo al estudio realizado se analizó la hipótesis basada en las preguntas representadas lo cual se obtuvo el resultado que se muestra a continuación.

Cuadro N°5: Frecuencias Observadas

#	Preguntas N°	Siempre	A veces	Nunca	
1	¿Ha visto usted algún tipo de servicios publicitario que ayude a promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?	10	54	50	114
2	¿Considera usted que el Gad Parroquial debe disponer de equipos informáticos y una herramienta tecnológica para promocionar el turismo en la Parroquia Pasa?	90	10	14	114
3	¿Considera que en la actualidad es necesario la utilización de sitios web para promocionar a nivel local, nacional e internacional la difusión del turismo de la Parroquia Pasa?	89	16	9	114
TOTAL		189	80	73	342

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuesta

Con los valores del Cuadro N° 5 se procedió a realizar el cálculo de la frecuencia observada del mismo modo la frecuencia esperada para encontrar el valor del Chi Cuadrado tanto en tablas y en cálculo matemático.

La tabla del Chi cuadrado se muestra y se representa en un nivel significación del 0,95% (& = 0.05) con 18 grados de libertad 28,87.

Como $X^2_t = 28,87$ es menor que $X^2_c = 73,90$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa es decir la Herramienta tecnológica en línea si incide en la difusión de los atractivos turísticos en la Parroquia San Antonio de Pasa.

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(fe - fo)^2}{fe} \right]$$

Cuadro N° 17: Chi cuadrado calculado

Opciones	Fre. Obs.	Fre. Esp.	$(fo-fe)^2/fe$
1	10	63	44,59
2	90	63	11,57
3	89	63	10,73
4	54	26,67	28,01
5	10	26,67	10,42
6	16	26,67	4,27
7	50	24,33	27,08
8	14	24,33	4,39
9	9	24,33	9,66
Total			150,71

Elaborado por: Melida Quilligana

Fuente: Encuestada

DONDE:

150.71 Chi cuadrado calculado

9.49 Chi cuadrado tabular

Si Chi cuadrado calculado > Chi cuadrado Tabular

Si Chi cuadrado calculado < Chi cuadrado Tabular

H₀ = Hipótesis Nula

H₁ = Hipótesis Alterna

H₀= La herramienta tecnológica NO incide para la promoción turística de la Parroquia San Antonio de Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua

H₁= La herramienta tecnológica SI incide para la promoción turística de la Parroquia San Antonio de Pasa Cantón Ambato Provincia de Tungurahua

Chi cuadrado calculado

Chi cuadrado tabular

150.71

>

9.49

Como Chi cuadrado calculado es mayor que Chi cuadrado tabular, se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁).

Discusión

En esta investigación se evidencio efectos directos mediante la aplicación de la encuesta estructurada aplicadas a los pobladores para determinar que este medio es muy importante para la difusión por ende un mayor porcentaje de usuarios apoyaron que necesario una promoción adecuada del turismo en la parroquia Pasa, con una

implementación de medios tecnológicos que hoy en la actualidad ofrece y que ayudara a promover los lugares turísticos basando en las necesidades que requiere y pensando en los usuarios, por ende conocerían las diferentes culturas que ofrece nuestro país que por la falta de alternativa de soluciones, diferentes lugares son desconocidas por ende no conocen lo maravillo que tiene como entorno natural y que por medio de este medio mejoraríamos calidad de vida, ingresos económicos.

Hernandez, A. (2015). La promoción de los lugares turísticos es necesario actualmente tenemos la necesidad de proporcionar los lugares escondidos que tiene nuestros pueblos rurales y que con la ayuda de diferentes entidades será factible realizar y promover los lugares turísticos, ancestrales culturales.

Es decir que en la actualidad tenemos diferentes formas de promocionar la naturaleza y cultura que son encubiertos pudiendo disfrutar de un ambiente agradable y tranquilo rodeado de la naturaleza y su clima fresco con sus altas montañas que existe en el lugar este es un sitio ideal para las personas que les encanta realizar turismo de aventura, turismo ecológico y sobre todo para las personas que desean tomarse un descanso fuera de la ciudad.

Según Ruiz, J. (2016) El proyecto presentado reflexiona sobre la búsqueda de nuevas estrategias que incrementen el interés por el patrimonio cultural de las ciudades históricas, en este caso Sevilla, a través de una mejor comprensión de sus bienes. Con tal fin se ha recurrido al uso de las infraestructuras de datos espaciales, herramientas concebidas para gestionar y publicar la información a diferentes escalas y niveles de complejidad. De este modo, se presenta el diseño de una aplicación Smartphone que integra mapas de carácter interactivo y apuesta por el uso de nuevos formatos divulgativos relacionados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El turista por lo general siempre desea explorar y conocer algo nuevo, como dato curioso esto se encuentra rodeado de rocas y naturalezas inmensas que hacen de un lugar único alrededor de este atractivo.

Fernández, A. (2000) Manifiesta que hablar de turismo cultural es como constata Claude Origet de Cluzeau, una reiteración hasta bien entrado el siglo XX, y lo continua siendo para una gran parte de viajes en el que se desarrolla un itinerario. Una definición de turismo cultural podría ser aquella en la que se da un desplazamiento y en la que la motivación principal de este desplazamiento es ensanchar los horizontes personales, profesionales, emocionales y de relaciones a través de la búsqueda del patrimonio y de su territorio.

El objeto del turismo cultural es esencialmente el patrimonio, tanto el material o tangible como el inmaterial o intangible:

- Patrimonio material de los lugares consagrados a la cultura, realizaciones hechas por el hombre, museos, monumentos, pueblos y ciudades artísticas, patrimonio arqueológico y parques prehistóricos, jardines, edificios religiosos, militares, etc.
- Patrimonio inmaterial como fiestas y festivales, encuentros, tradiciones y maneras de hacer donde el pasado y el presente se hacen presentes.

El turismo cultural pues es el turismo que visita, estudia y vive el patrimonio fundamentalmente monumental y artístico, Que a partir de aquí, nuestro objetivo es encontrar un medio de promoción y distribución que facilite el acceso global a este turismo cultural. Para ello vamos a ver con que puede influir la reciente aparición de Internet.

Cruz, G. (2011) Indica que la promoción turística online necesita estar siempre adaptada y adecuada a los constantes cambios y avances tecnológicos para que las diversas ventajas existentes en los recursos de la tecnología puedan ser aprovechadas en su totalidad y las personas hoy en día pasan diariamente más tiempo conectado online que offline. Esto refleja la tendencia de que cada vez más usuarios y empresas utilizan internet para obtener información o comprar y vender productos y servicios turísticos en diversos países.

De esta forma, las herramientas tecnológicas se establecen como un factor clave en este proceso provocando cambios significativos en la forma en que las personas se

relacionan y comunican, como también en la producción y prestación de productos y servicios en diversos sectores de la actividad turística.

Importancia

Es esencial comprender que los gestores turísticos deben crear promociones diferenciadas mediante la innovación de las herramientas, las estrategias y las metodologías para que las acciones promocionales se destaquen en el mercado masificado. Una de las posibilidades de innovación es el uso de los medios sociales y las comunidades virtuales son una excelente oportunidad para innovar en interacción, participación, compromiso y afinidad.

Se comprobó en este estudio que el Ministerio de Turismo utiliza de forma provechosa los recursos disponibles en Twitter generando contenidos para sus seguidores, requisito básico para tener éxito en esta comunidad virtual. Al generar contenido el ministerio está constantemente en comunicación con sus seguidores, quienes comienzan a valorizar la institución como proveedora de información.

Conclusiones

- Se determinó que la situación actual de la promoción y difusión turística de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.
- Se estableció que la herramienta tecnológica existente nos servirá para difundir y promocionar el turismo de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.
- Mediante el estudio que se realizó se elaboró una aplicación informática como alternativa de solución al problema planteado.

2 Bibliografía

- Albacete, C. A. (17 de Julio de 2012). La investigación española en turismo con impacto internacional. 9-12.
- Cruz, G. (3 de Mayo de 2011). E INNOVACIÓN EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA ONLINE. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20.
- Fernández, M. (6 de Julio de 2000). Patrimonio cultural y turismo: nuevos modelos de promoción vía Internet. 5.
- Guadarrama, E. (3 de Abril de 2015). The client's value model proposal from the marketing-rentability perspective to apply into touristic companies. *Dialnet*, 9, 2-15.
- Guilarte, Y. P. (15 de Junio de 2015). Tradicion y Actualidad. *Cuadernos de Turismo*,(1-18), España.
- Molina, M. G. (8 de Diciembre de 2012). Estrategias de gestión del valor de marca en los destinos enoturísticos. 1-11.
- Ruiz, J. (Octubre de 2016). Patrimonio Mundial: guía cultural interactiva para dispositivos móviles. *HP proyectos, actuaciones y experiencias*, 1-17. Obtenido de URL de la contribución <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/3778>
- Sánchez, J. (14 de Septiembre de 2016). 3C Tecnología. (3, Ed.) 5. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno.2016.v5n3e19.53-67>
- Vargas, L. (7 de Febrero de 2015). Prototipo de sistema de recomendación grupal en un destino turístico. *Dialnet*, 9(62), 1-18.
- Guadarrama, E. (3 de Abril de 2015). The client's value model proposal from the marketing-rentability perspective to apply into touristic companies. *Dialnet*, 9, 2-15.
- Guilarte, Y. (15 de Junio de 2015). Tradicion y Actualidad. *Cuadernos de Turismo*,(1-18), España.

- Ruiz, J. (Octubre de 2016). Patrimonio Mundial: guía cultural interactiva para dispositivos móviles. *HP proyectos, actuaciones y experiencias*, 1-17. Obtenido de URL de la contribución <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/3778>
- Molina, M. (8 de Diciembre de 2012). Estrategias de gestión del valor de marca en los destinos enoturísticos. 1-11.
- Mikkel, A. (2004). Cámara digital. En M. Aaland, *Cámara digital* (Vol. 507, pág. 312). 8441516359, 9788441516359. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ItmaPAAACAAJ&dq=camara+digital&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj7oayOxcnSAhUD4SYKHWIUCOQQ6AEILjAF>
- Hernandez, A. (2015). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1257106>
- Vargas, L. (7 de Febrero de 2015). Prototipo de sistema de recomendación grupal en un destino turístico. *Dialnet*, 9(62), 1-18.
- Guadarrama, E. (3 de Abril de 2015). The client's value model proposal from the marketing-rentability perspective to apply into touristic companies. *Dialnet*, 9, 2-15.
- Cruz, G. (3 de Mayo de 2011). E INNOVACIÓN EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA ONLINE. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20.
- Marín, M. &. (2010). Recuperado el Viernes de Diciembre de 2016, de http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/757/0139_Gomez.pdf?sequence=3

Anexo 2. AUTORIZACIÓN DEL GAD PARROQUIAL DE SAN ANTONIO DE PASA.



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL
SAN ANTONIO DE PASA

PASA
TELÉFONO: 032-486187

AMBATO

TUNGURAHUA
gadpasa@gmail.com

Pas 10 de Diciembre 2016

Ing. Verónica Olovacha

PRESIDEN DEL GAD PARROQUIAL DE SAN ANTONIO DE PASA

Presente

El motivo de la presente es para informar la aceptación a la Srta. Melida Quilligana Alulema con CI. 1804511820 alumna de la Universidad Técnica de Ambato el proyecto de investigación en la Parroquia San Antonio de Pasa lo cual cuenta con nuestra aprobación para el uso de los entornos naturales que ofrece nuestra Parroquia.

En constancia y aceptación me despido con un agradecimiento de antemano.

Atentamente:


Ing. Verónica Olovacha
PRESIDENTA GAD PASA


Sr. Carlos Diaz
VOCAL GAD PASA


Sra. Sandra Lantti
VOCAL GAD PASA




Sr. Abelardo Zumbana
VICEPRESIDENTE GAD PASA


Ing. Fátima Sánchez
VOCAL GAD PASA

Anexo 4. Fotografía de aplicación de encuesta



Anexo 5: Reporte Urkund

URKUND	
Documento	Tesis-Melida Quilligana.docx (D26828180)
Presentado	2017-03-28 14:40 (-05:00)
Presentado por	mely10sonrisa@gmail.com
Recibido	javiers.uta@analysis.orkund.com
Mensaje	saludos Mostrar el mensaje completo 8% de esta aprox. 41 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 26 fuentes.

Anexo 6: Manual de Usuario

MANUAL DE SITIO WEB PARA LA PROMOCION DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA.

Autor: Melida Cecilia Quilligana Alulema

Fecha: Ambato 2016

TITULO

“Página web para promover los lugares turísticos, artesanales, tradiciones de la Parroquia Pasa del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.”

BENEFICIARIOS

La Comunidad de Pasa

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las fuentes más apreciables en la parroquia Pasa y que debido al avance tecnológico ayuda a fomentar y difundir con una gran perfección de poder utilizar y ofrecer a los visitantes de los espacios turísticos de la parroquia mostrando información eficaz con un alto grado de candidez y de estabilidad por ende mediante este medio proveemos, para que el usuario pueda interactuar e informarse de manera practico y adecuado.

El presente manual tiene como objetivo dar a conocer los principales sitios turísticos que ofrece la Parroquia Pasa de manera interactiva ofertando información de calidad dentro y fuera del país.

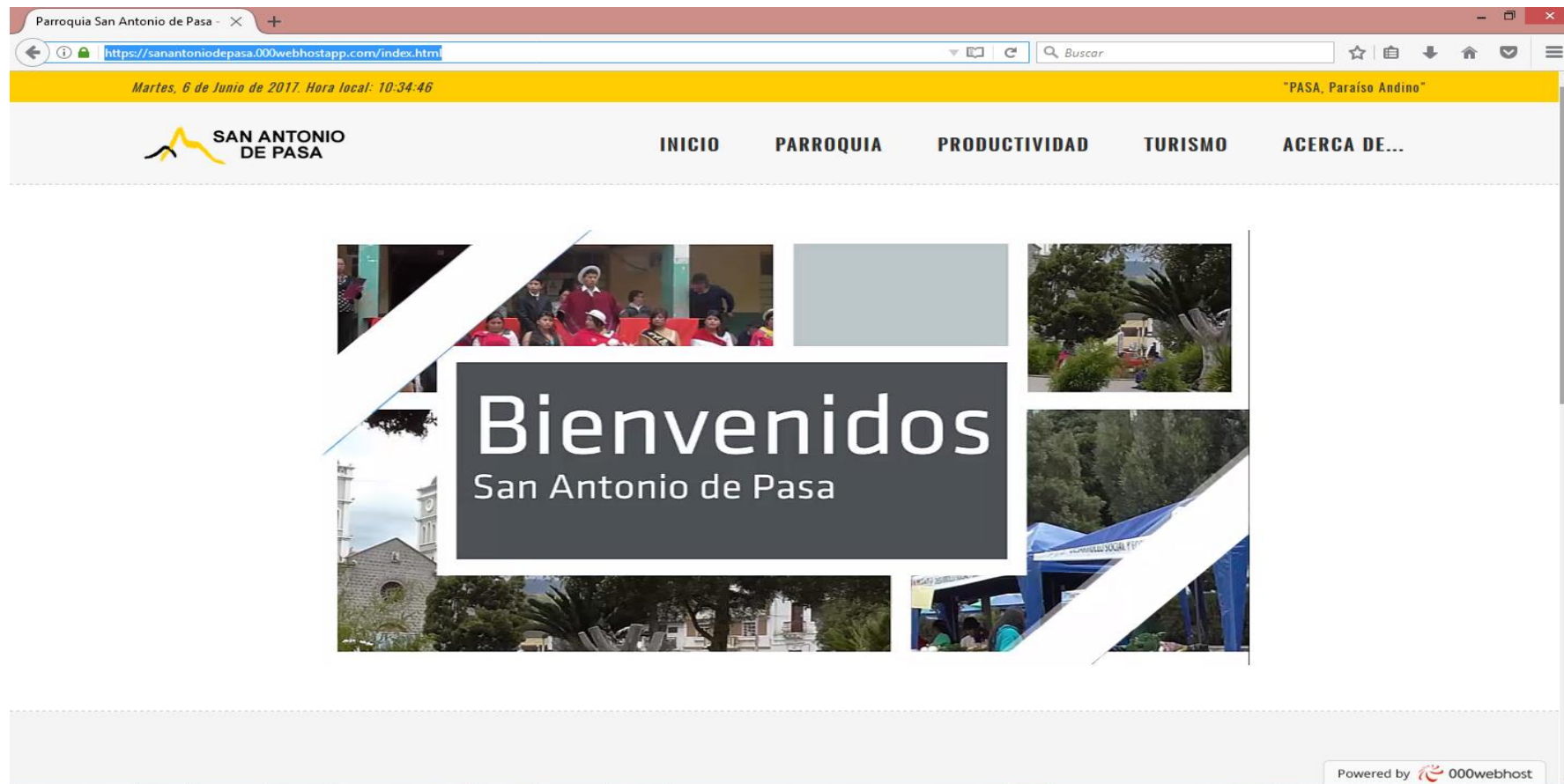
Dirección del sitio web

1.- ingresamos la dirección: <https://sanantionidepasa.000webhostapp.com/index.html>

Presionamos enter.



- Pantalla Principal



PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA
PRESENTA ENCANTO BELLESA Y TURISMO



Elaborado por: Adriana Ulloa

El presente manual lo ayudara a gestionar de manera rápida y sencilla nuestra página web siguiendo paso a paso para y obtener la utilización más apropiada.

1. DISEÑO DEL SITIO WEB PUBLICITARIA

Creación de la página web: mediante la realización de la página web con la finalidad de ofrecer únicamente a los turistas toda la información indispensable en cuanto al turismo se requiere la url: <https://sanantoniodepasa.000webhostapp.com/index.html> de la página la cual deberá tener partes relevantes como son:

- La historia
- Autoridades
- Cultura y tradición
- Productividad
- Turismo

En esta página principal podrás encontrar información e imágenes de los lugares muy importantes en cada uno de los botones en la que se divide por secciones.



Elaborado por: Melida Quilligana

La parroquia pasa pone a disposición un servicio donde los visitantes puedan conocer desde cualquier parte del mundo los lugares y los más destacados productos artesanales que ofrece.

Camisas de Calidad



Elaborado por: Melida Quilligana

2. DEMOSTRACION DEL MENU DEL SITIO WEB

Por ejemplo, aquí se observará una vez que presiones el botón se desplegará de la siguiente manera.

PARROQUIA: Historia- Misión, Visión, Autoridades.

Encontraríamos de la siguiente manera los principales entornos de cada ítem y se mostrara los entornos naturales que ofrece.



Elaborado por: Melida Quilligana

Al momento de presionar un botón de la barra de menú se desplegará diferentes campos y en cada una disfruta de una imagen de originalidad Pasaña y la reseña histórica de la parroquia San Antonio de Pasa.

Iglesia San Antonio
de *PASA*

Historia de la Parroquia Pasa



En los años de 1987, nueve cabildos de Pasa, se organizan y conforman la Unidad de Comunidades Agrícolas de Pasa, con la ayuda del Ministerio de Agricultura y Ganadería, el propósito fundamental fue la conformación de una Junta que permita la lucha unificada en reclamo de los intereses de los pobladores vecinos de la Parroquia de San Fernando, quienes sin un verdadero argumento histórico pretendieron arrebatar los páramos de las Comunidades indígenas de Pasa.

Galeria



Elaborado por: Melida Quilligana

CULTURA Y TRADICIÓN

También damos a conocer a la mujer indígena Paseña que muestra la cultura que desde los años ancestros la tradición se ha mantenido en diferentes comunidades de la Parroquia Pasa por ende hemos visto lo importante de dar a conocer la tradición de las mujeres virtuosas de Pasa con una frase que hace reconocibles y encantadores con su vestimenta.



Elaborado por: Melida Quilligana

“Mujer indígena, hija de la tierra y el sol, pertenece a una raza con una cultura milenaria que hoy conserva como un tesoro convive con lo que rodea, con la lluvia, el viento, la montaña, el cielo.”

ARTESANÍA

A demás de cultura y tradición también en la parroquia San Antonio de Pasa existe emprendedores en el ámbito gastronómico, artesanos, agricultores por ende he considera dar a conocer mediante este sitio web los lugares más novedosos.



Confección de Camisas

Son más de 60 talleres entre grandes y pequeños que funcionan en el centro de la parroquia Pasa, una de la más antiguas de Ambato, Tungurahua. Aquí la historia de la confección de la camisa se remonta hace un siglo, pero en los últimos años que su potencial se da a conocer más en el mercado nacional.

Galeria

ARTESANIA

Elaborado por: Melida Quilligana

COMIDA TRADICIONAL

En el ámbito gastronómico como podemos de gustar el delicioso Papas con cuy es un plato típico que desde nuestros antepasados se va realizando como costumbre en fechas memorables y tradicionales.



Elaborado por: Melida Quilligana

PARAMOS TURISMO

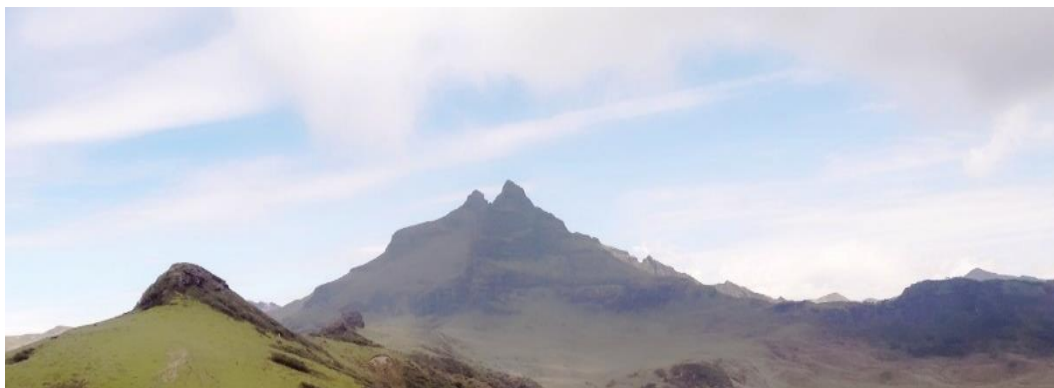
En este sitio web encontramos las principales fuentes hidroeléctricas más conocidas como “Mula Corral” o “Chiquiurco” de la parroquia Pasa del Cantón Ambato.



Elaborado por: Melida Quilligana

Por lo tanto, también en los mismos despliegues del menú encontraremos el Páramo de San Antonio de Pasa donde se mostrará la realidad de nuestro rincón andino y un entorno natural relevante para quienes deseen ir a visitar estos lugares.

“CASAHUALA EL REY DE LOS CERROS ENCANTADOS Y CREACION DE LA NATURALEZA.”



Elaborado por: Melida Quilligana



Elaborado por: Melida Quilligana

En cada uno de los menús se despliegan tendremos una galería de imágenes que resplandece todo la flora y fauna como principales vistas las lagunas de Pato Cocha. Siquibulo, que ofrece este rincón andino.

LAGUNA: PATO-COCHA



Elaborado por: Melida Quilligana

LAGUNA: Siquibulo.



Elaborado por: Melida Quilligana

LAGUNA: Arcapamba



Elaborado por: Melida Quilligana

3.- DISEÑO DE LA UBICACIÓN DE LA PARROQUIA.


En este sitio web también tenemos un menú donde damos a conocer la ubicación de la Parroquia San Antonio de Pasa mediante imágenes Esféricas realizadas diseñadas.

<https://www.google.com.ec/maps/place/Iglesia+de+Pasa/@-1.269289,-78.736353,16z/data=!4m13!1m7!3m6!1s0x91d3794953562ceb:0xef0cadef05cedc3e!2sPasa!3b1!8m2!3d-1.2701665!4d-78.732033!3m4!1s0x0:0x17c7f13b01934e2e!8m2!3d-1.2689915!4d-78.7315196>


UBICACIÓN DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA



Website header for San Antonio de Pasa with navigation menu: INICIO, PARROQUIA, TURISMO, ACERCA DE...



MAPA DEL SITIO



INFORMACIÓN

PARROQUIA RURAL SAN ANTONIO DE PASA
Situada a 17 Km al occidente de Ambato. El asentamiento poblado está a una altura de 3100 msnm. Sus límites son al norte la parroquia Desamparada, al sur San Fernando, al este las parroquias Juan Benigno Vela y Santa Rosa, al oeste San Fernando y Quisacocha. Su población es de 6.489 habitantes. Tiene una extensión territorial de 47,0 km² que corresponde al 4,72 % del área cantonal, con un clima templado y frío y temperatura promedio de 13° C.

Copyright. 2017 - Melida Quilligana - San Antonio de Pasa.

Elaborado por: Melida Quilligana

Anexo8: Rubrica de evaluación de la herramienta tecnológica en línea y su relación en el turismo.



Rubrica de evaluación

Fecha:.....

Objetivo

Evaluar la herramienta tecnológica para determinar sus características, manejo, rendimientos y su potencialidad

Criterios	Valorización				
	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Malo	Regular
Diseño Estructura	5	4	3	2	1
Cuenta con una aplicación práctica y sencilla y fácil de usar.					
Utiliza imágenes sonidos para complementar la presentación					
Existe manejo de información adecuada					
Cuenta con una multimedia de acuerdo al requerimiento de la información.					

Elaborado por: Melida Quilligana