



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD PRESENCIAL

Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato.

TEMA:

RECURSOS DIGITALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INFORMACIÓN TURÍSTICA A LOS VISITANTES DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

AUTOR: Montero Proaño Milton Santiago

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

Ambato – Ecuador

2016

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA

Yo, Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos con C. I. 180301736-7 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“RECURSOS DIGITALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INFORMACIÓN TURÍSTICA A LOS VISITANTES DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”** desarrollado por el egresado Milton Santiago Montero Proaño estudiante en Licenciatura en Ciencias Humanas y de la Educación, Menciono que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



Milton Santiago Montero Proaño

C.I. 1804892220

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo final de grado o titulación sobre el tema: **"RECURSOS DIGITALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INFORMACIÓN TURÍSTICA A LOS VISITANTES DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA."**, autorizo su reproducción 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 utilice con fines de lucro.



Milton Santiago Montero Proaño

C.I. 1804892220

AUTOR

AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

La Comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema: **“RECURSOS DIGITALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INFORMACIÓN TURÍSTICA A LOS VISITANTES DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”**, presentado por el Sr. Milton Santiago Montero Proaño egresado de la Carrera de **TURISMO Y HOTELERÍA**, promoción Abril- Septiembre 2016, una vez revisada y calificada la Investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.



Leda. Mg. Noemy Gaviño Ortiz

C.I. 171243441-2

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Ing. Mg. María Cristina Páez

C.I.180309142-8

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a las personas que han sido un pilar fundamental en mi vida quienes han influido plenamente en mi formación personal y profesional.

Ha quién ha sido mi ejemplo a seguir, quién no está presente en este mundo, a mi padre que desde el cielo me iluminó cada momento.

Ha mi madre que día a día me apoyó para ser un profesional, motivándome a seguir y luchar día a día.

Santiago Montero

AGRADECIMIENTOS

Inmensa gratitud a Dios por permitirme abrir mis ojos día a día para luchar por mis sueños y alcanzar mis metas.

Al ser maravilloso que me dio la vida, a mi Madre que lucha día a día por brindarme la oportunidad de educarme y ser un profesional, a mi hermana por ser un pilar fundamental para cumplir esta etapa, por apoyarme en todo, a mi familia, mis tías por enseñarme que la humildad es un factor primordial en la formación como seres humanos, a mis primos que me han sido como hermanos, me han enseñado a ser un hombre trabajador.

A la Universidad Técnica de Ambato, por enriquecerme día a día con nuevos conocimientos, a mis maestros por la paciencia al momento de impartir su cátedra.

A mis Amigos que han sido parte de este logro.

A mi compañera de vida, mi amiga, mi confidente, que juntos de la mano caminamos peldaño tras peldaño para conseguir este objetivo, gracias por formar parte de mi vida. Fernanda Gavilánez

Gracias.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	II
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	IV
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Tema de Investigación	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. Preguntas Directrices	9
1.2.6. Delimitación del Problema	9
1.3. Justificación	9
1.4. Objetivos	10
1.4.1 Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos Específicos	10
MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes investigativos	11
2.2. Fundamentación filosófica	13
2.3. Fundamentación legal	13
2.4. Categorías Fundamentales	17
2.4.1 Constelación de Ideas (Variable Independiente)	18
2.4.2 Constelación de ideas (Variable dependiente)	19
2.4.3 Fundamentación teórica de la súper ordenación conceptual de la variable independiente	20

2.4.4 Fundamentación teórica de la súper ordenación conceptual de la variable dependiente.....	22
2.5 Hipótesis.....	26
2.6 Señalamiento de Variables.....	26
CAPÍTULO III.....	27
METODOLOGÍA.....	27
3.1 Enfoque.....	27
3.2 Modalidad básica de la investigación.....	27
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	28
3.4.1 Población.....	28
3.4.2 Muestra.....	29
3.5 Operacionalización de variables.....	30
3.6 Plan de recolección de información.....	34
3.7 Procesamiento y análisis.....	34
CAPITULO IV.....	35
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	35
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	35
4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	45
4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis.....	45
4.2.2 Selección del Nivel de Significación.....	45
4.2.3 Descripción de la Población.....	45
4.2.4 Especificación de lo Estadístico.....	45
4.2.5 Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo.....	46
4.2.6 Recolección de Datos y Cálculo de la Estadística.....	47
CAPÍTULO V.....	49
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
5.1 CONCLUSIONES.....	49
CAPÍTULO VI.....	51
LA PROPUESTA.....	51
6.1. Datos Informativos:.....	51
6.1.1. Título:.....	51
6.1.2. Ubicación de la Intervención:.....	51
6.1.3. Entidades ejecutoras.....	51
6.1.4. Equipo técnico responsable.....	51
6.1.5. Beneficiarios.....	52

6.2. Antecedentes de la propuesta	52
6.3. Justificación	53
6.4 Objetivos de la propuesta	53
6.4.1 Objetivo General	53
6.4.2 Objetivos específicos	53
6.5 Análisis de factibilidad	53
6.5.1 Factibilidad Operativa	54
6.5.2 Factibilidad Económica	54
6.6 Desarrollo del sitio web	54
6.6.4 Diseño del Sistema	57
6.6.6 Verificación y Validación	75
6.6.7 Mantenimiento	78
6.6.8 Manejo de Manuales	79
6.6.9 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	87
6.6.10 PLAN DE ACCIÓN	87
6.7 Modelo Operativo	88
Bibliografía	89
ANEXOS	92
Anexo 1: Solicitud dirigida a la Cámara de Turismo	92
Anexo 2: Encuesta	93
<i>ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PRESTADORES DE SERVICIO</i>	93
ARTÍCULO ACADÉMICO	95
Referencias Bibliográficas	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: : Países desarrollados tecnológicamente	4
Tabla 2: Países tecnológicos en Sudamérica.....	5
Tabla 3: Lugares encuestados	29
Tabla 4: Operacionalización de la variable independiente	30
Tabla 5: Operacionalización de la variable dependiente.....	32
Tabla 6: Plan de recolección de información.....	34
Tabla 7: Promoción de atractivos mediante la tecnología	35
Tabla 8: Clase de turistas	36

Tabla 9: Influencia del turismo en la calidad de vida	37
Tabla 10: Información fidedigna de los atractivos.....	38
Tabla 11: Creación de una plataforma virtual.....	39
Tabla 12: Nivel de satisfacción de la promoción turística	40
Tabla 13: Información turística emitida en otros idiomas	41
Tabla 14: Creación de aplicación para dispositivos móviles	42
Tabla 15: Manejo de tecnología.....	43
Tabla 16: Capacidades para cubrir la demanda turística.....	44
Tabla 17: Población para la verificación de la hipótesis.....	45
Tabla 18: Especificación de lo estadístico (Frecuencias observadas).....	46
Tabla 19: Especificación de lo estadístico (Frecuencias esperadas).....	46
Tabla 20: Grados de libertad.....	46
Tabla 21: Recolección de datos (Chi cuadrado)	48
Tabla 22: Información de la Provincia.....	51
Tabla 23: Presupuesto para la creación de una plataforma virtual.....	54
Tabla 24: Modelo Operativo	88
Tabla 25: Hotel Ambato.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26: Hotel Emperador.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 27: Hostería Quinta Loren.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 28: La Kápital Hotel.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 29: Hotel Imperial	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 30: Hotel Gran Napoleón	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 31: Llapingachos “Mami Tere”.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 32: Panadería Cigueña	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 33: Salon Los Cuyes	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 34: Helados Chinito	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 35: Chinchulines al paso	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 36: Empanadas de Morocho.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 37: Quinta de Juan León Mera.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 38: Casa Museo de Juan Montalvo	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 39: Parque de la Familia.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 40 Principales atractivos turísticos del cantón Ambato	105

Tabla 41 Principales establecimientos de alojamiento del cantón Ambato	106
Tabla 42 Principales establecimientos de alimentación del cantón Ambato	106
Tabla 43 Servicio de transporte del cantón Ambato	107
Tabla 44: Atractivos encuestados.....	108
Tabla 45 Principales actores turísticos del cantón Ambato	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Porcentaje que tienen acceso a internet por provincia.....	6
Gráfico N° 2: Árbol de Problemas	7
Gráfico N° 3: Súper ordenación conceptual	17
Gráfico N° 4: Subordinación conceptual (Variable Independiente)	18
Gráfico N° 5: Subordinación conceptual (Variable Dependiente)	19
Gráfico N° 6: Representación Pregunta N° 1	35
Gráfico N° 7: Representación gráfica. Pregunta N° 2.....	36
Gráfico N° 8: Representación gráfica Pregunta N° 3.....	37
Gráfico N° 9: Representación gráfica. Pregunta N° 4.....	38
Gráfico N° 10: Representación gráfica. Pregunta N° 5.....	39
Gráfico N° 11: Representación gráfica. Pregunta N° 6.....	40
Gráfico N° 12: Representación gráfica. Pregunta N° 7.....	41
Gráfico N° 13: Representación gráfica. Pregunta N° 8.....	42
Gráfico N° 14: Representación gráfica. Pregunta N° 9.....	43
Gráfico N° 15: Representación gráfica. Pregunta N° 10.....	44
Gráfico N° 16: Representación gráfica de aceptación y rechazo	47
Gráfico N° 17: Diseño página de inicio.....	58
Gráfico N° 18: Diseño página de inicio.....	58
Gráfico N° 19: Diseño página de inicio.....	58
Gráfico N° 20: Diseño página de inicio.....	59
Gráfico N° 21: Diseño página de inicio.....	59
Gráfico N° 22: Diseño página de inicio.....	59
Gráfico N° 23: Diseño página de inicio.....	60
Gráfico N° 24: Diseño página de inicio.....	60
Gráfico N° 25: Diseño página de inicio.....	60
Gráfico N° 26: Diseño página de inicio.....	61
Gráfico N° 27 Diseño página de inicio	61
Gráfico N° 28: Diseño página de inicio.....	61
Gráfico N° 29: Diseño página de inicio.....	62
Gráfico N° 30: Diseño página de inicio.....	62
Gráfico N° 31: Diseño página de inicio.....	62
Gráfico N° 32: Diseño página de inicio.....	63
Gráfico N° 33: Diseño página de inicio.....	63
Gráfico N° 34: Diseño página de inicio.....	63
Gráfico N° 35: Diseño página de inicio.....	64

Gráfico Nº 36: Diseño página de inicio.....	65
Gráfico Nº 37: Diseño página de inicio.....	65
Gráfico Nº 38: Diseño página de inicio.....	66
Gráfico Nº 39: Diseño página de inicio.....	66
Gráfico Nº 40: Diseño página de inicio.....	67
Gráfico Nº 41: Diseño página de inicio.....	67
Gráfico Nº 42: Diseño página de inicio.....	68
Gráfico Nº 43: Diseño página de inicio.....	68
Gráfico Nº 44: Diseño página de inicio.....	69
Gráfico Nº 45: Diseño página de inicio.....	69
Gráfico Nº 46: Diseño página de inicio.....	70
Gráfico Nº 47: Diseño página de inicio.....	70
Gráfico Nº 48: Diseño página de inicio.....	71
Gráfico Nº 49: Diseño página de inicio.....	71
Gráfico Nº 50: Diseño página de inicio.....	72
Gráfico Nº 51: Diseño página de inicio.....	72
Gráfico Nº 52: Diseño página de inicio.....	73
Gráfico Nº 53: Diseño página de inicio.....	73
Gráfico Nº 54: Diseño página de inicio.....	74
Gráfico Nº 55: Diseño página de inicio.....	74

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD DE ESTUDIO: PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “Recursos digitales y su contribución en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.”

AUTOR: Milton Santiago Montero Proaño

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

RESUMEN:

La actividad turística hoy en día se desarrolla en base a los avances tecnológicos, mediante los distintos recursos digitales, los cuales sirven como mediadores para proyectar los servicios que brindan los diferentes actores turísticos de una manera interactiva al momento de navegar en la web, es importante que los visitantes obtengan la información necesaria al momento previo que desean optar por algún lugar turístico alrededor del mundo, es un factor primordial emitir la información detallada de cada uno de los atractivos en los sitios web, brindando diferentes alternativas de reservas y principalmente facilidades de pago para comodidad del turista, de esta manera llegar a un porcentaje alto de satisfacción hacia el posible visitante, tomando como una importante iniciativa la innovación de la oferta, para contribuir al desarrollo turístico de la ciudad.

Palabras claves: Actividad turística, avances tecnológicos, recursos digitales, actores turísticos, interactiva, visitantes, sitios web, desarrollo turístico.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se investigó la contribución de los recursos digitales en la información turística a los visitantes de la ciudad de Ambato.

El trabajo de investigación consta de seis capítulos:

CAPÍTULO I

En esta sección se identifica el problema, objeto de estudio en la investigación, se establece la realidad a investigar, explica y analiza aspectos como la contextualización desde un enfoque macro, meso y micro; el análisis crítico consiste en determinar las causas del problema; la prognosis constituye una visión hipotética de los efectos que puede originar la problemática detectada; la delimitación del objeto que se determina los límites de contenido, espacio y tiempo; la formulación del problema, donde se relacionan las variables; las preguntas directrices que derivan el problema, que permiten desarrollar los objetivos específicos; la justificación que detalla las razones y motivos para llevar a cabo la investigación y finalmente el objetivo general y objetivos específicos que expresan los propósitos a alcanzador con la presente investigación.

CAPÍTULO II

Se desarrolla el marco teórico que es el sustento teórico-científico que permite interpretar el problema u objeto de estudio. Los antecedentes investigativos que son previas investigaciones que sustentan la investigación, la fundamentación filosófica determina el paradigma a utilizar; la fundamentación legal, son normas y leyes que respaldan la investigación; las categorías fundamentales que enlazan y relacionan las variables, finalmente la hipótesis es la respuesta tentativa y provisional al problema; las variables como ejes para la investigación.

CAPÍTULO III

Se refiere a la metodología, se detalla dónde y con qué se desarrolló la investigación, abarca temas como enfoque y la modalidad de la investigación. Se da a conocer la población y la muestra, a quienes se investigará, la operacionalización de variables, para pasar de lo abstracto a lo concreto,

recolección de información, mediante técnicas e instrumentos que permitan analizar e interpretar el problema u objeto de estudio, el plan de procesamiento y análisis de información para la interpretación de resultados.

CAPÍTULO IV

Se realiza el análisis e interpretación de los resultados de las técnicas e instrumentos de investigación utilizados, que sustenta la verificación de la hipótesis planteada.

CAPÍTULO V

Se establecen las conclusiones y recomendaciones después de los resultados obtenidos de la investigación.

CAPÍTULO VI

Finalmente se plantea la solución al problema de investigación mediante la realización de la propuesta, que debe ser justificada y fundamentada.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema de Investigación

“RECURSOS DIGITALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INFORMACIÓN TURÍSTICA A LOS VISITANTES DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

Los recursos digitales a lo largo de la historia han desempeñado un papel crucial influyendo en el desarrollo de la sociedad y de sus individuos. La llegada de la era digital, ha generado un crecimiento tecnológico que no sólo ha favorecido una mejora en la calidad de los servicios, sino un aumento en la diversidad de los mismos. Así, la implementación de estas nuevas tecnologías se manifiesta sobre lo que se ha llamado sociedad industrial, dando lugar a lo que actualmente conocemos como sociedad de la información o del conocimiento, que marcará los procesos productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, denominada revolución digital.

Según (Prudenziati, 2014) La evolución tecnológica corresponde implicaciones económicas y sociales, mediante nuevos instrumentos tecnológicos que busca la sociedad cada día revolucionar para mejorarlo y adaptarlo para facilitar las necesidades humanas.

Según (Mora, 2015) los nuevos conocimientos han permitido crear nuevas cosas y, recíprocamente, se han podido realizar nuevos descubrimientos científicos gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, que han extendido las posibilidades de experimentación y adquisición del conocimiento.

Tabla 1: Países desarrollados tecnológicamente

PAÍSES	RANKING
Japón	1
Estados Unidos	2
Corea del Sur	3
Alemania	4
China	5
España	6
Canada	7
Suiza	8
Reino Unido	9
Rusia	10
Tailandia	11
Israel	12
Italia	13
Corea del Norte	14
Taiwan	15
Francia	16
Emiratos Arabes Unidos	17
Quatar	18
Turkia	19
Arabia Saudita	20

Elaborado por: Montero, Santiago (2016)

En el transcurso del tiempo el desarrollo de los recursos digitales en Sudamérica ha crecido conforme a las necesidades continuas que presentan los individuos, dando paso a industrias que crean software o ensamblan equipos tecnológicos para cubrir la demanda en Sudamérica, actualmente el consumo de la tecnología se ha convertido en un factor primordial para la vida cotidiana de los individuos, siendo un factor importante para el desarrollo turístico de la región, mediante la proyección de información digital, para cubrir las necesidades de los visitantes, debido que hoy en día el principal medio de promoción es la web.

Dentro del desarrollo tecnológico a nivel mundial los países de Sudamérica toman su lugar visualizados en la siguiente tabla.

Tabla 2: Países tecnológicos en Sudamérica

PAÍS	RANKING A NIVEL MUNDIAL	% DE DESARROLLO EN LA EMISIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DIGITAL
CHILE	39	55%
URUGUAY	45	50%
BRASIL	56	44%
COLOMBIA	58	40%
ARGENTINA	96	30%
ECUADOR	108	28%
VENEZUELA	119	25%
PARAGUAY	127	20%
BOLIVIA	135	15%

Elaborado por: Montero, Santiago (2016)

Tomando en cuenta ciertos factores preocupantes que influyen en el desarrollo tecnológico como la sobrerregulación de los mercados, marcos políticos ineficientes, mala educación y sistemas de investigación deficientes, poca penetración de tecnologías por altos precios que las hacen inaccesibles, además de la baja prioridad que se le da a la tecnología en las agendas de gobierno.

Según (Álvarez, 2012) Las tecnologías de la información y la comunicación se han desarrollado a través de la informática y nos entregan una herramienta que nos permite interactuar a través del Internet, ya sea para comunicarnos, transferir información, busca información.

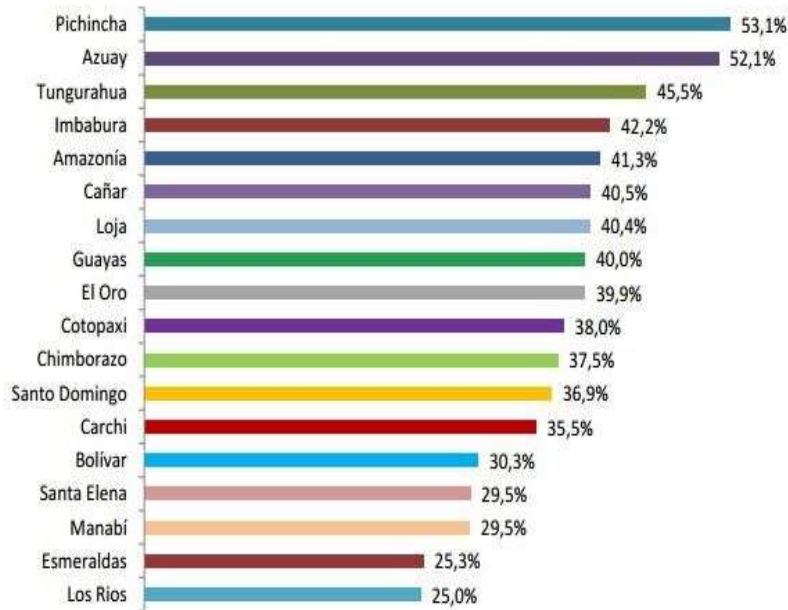
En Ecuador el consumo de recursos digitales ha sufrido ciertas barreras debido al costo que poseen los mismos, por ser elaborados en países industrializados, como las políticas de estado, las cuales impiden el ingreso de estos recursos y por ende los precios para la adquisición son elevados.

Según (Haskard, 2014) En la actualidad basta con tener acceso a internet para recopilar todos los datos que se necesite, ya que entrega apoyo visual y sonoro, de manera más dinámica donde capte mayor la atención y el involucramiento del individuo.

En el Ecuador el acceso a internet pasó del 3% al 40% en 10 años, donde la provincia con mayor acceso a internet en el año 2013 es Pichincha con el 53,1%, mientras que Los Ríos con el 25,0% es la provincia con menor acceso.

Gráfico N° 1: Porcentaje que tienen acceso a internet por provincia

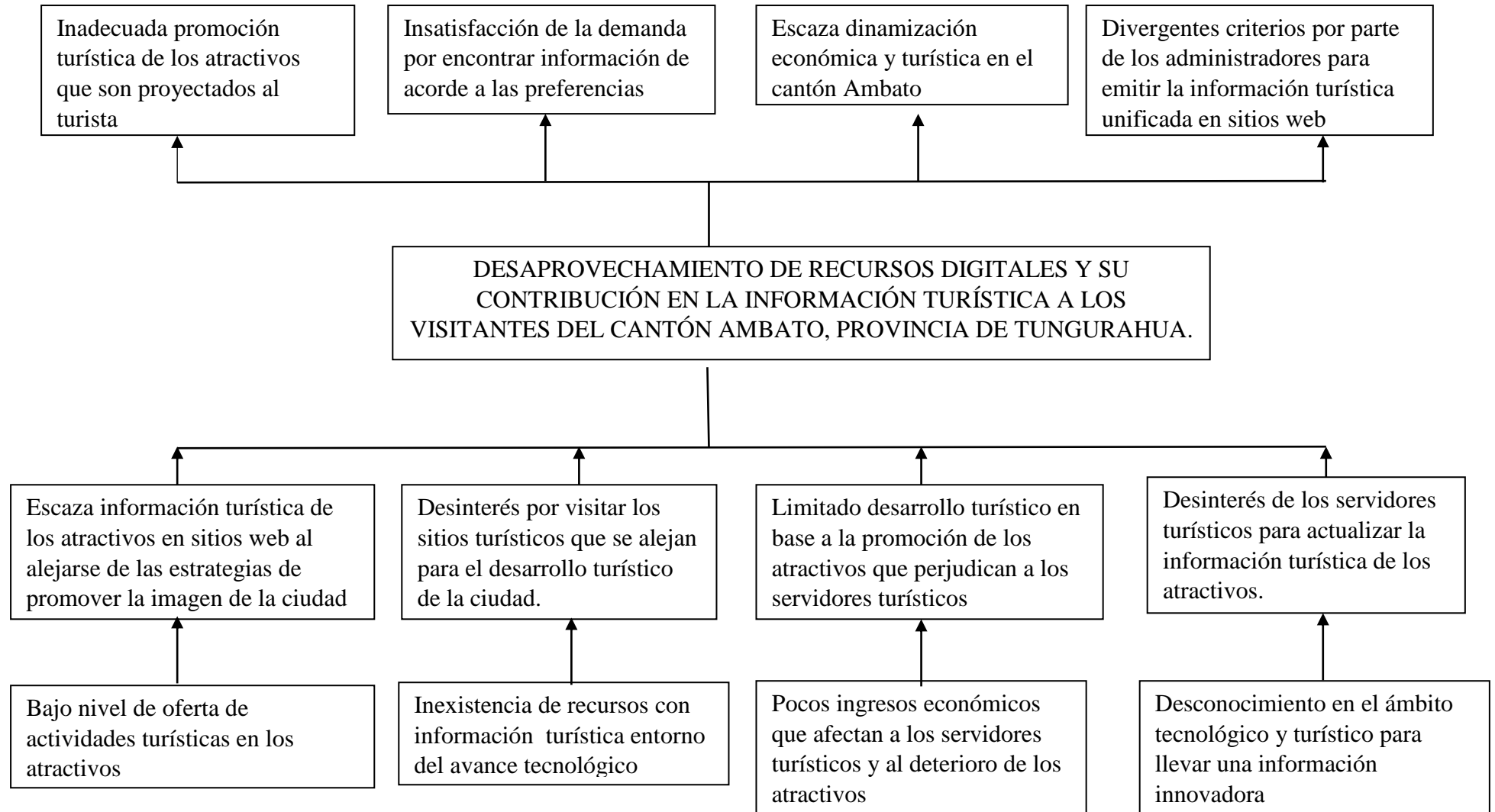
Porcentaje de personas que tienen acceso al Internet por provincia en el 2013



Elaborado por: INEC (2013)

1.2.2. Análisis Crítico

Gráfico N° 2: Árbol de Problemas



Elaborado por: Montero, Santiago (2016)

Análisis Crítico

Para el desarrollo de la investigación, se ha tomado en cuenta sobre la importancia del uso de la tecnología en el ámbito turístico en el cantón Ambato, mediante la identificación de una incipiente actualización en base a los recursos digitales en la información turística, relacionada con los atractivos naturales y culturales que posee el cantón, que se ven afectados por medio de la inadecuada promoción turística de los mismos puestos a disposición de los turistas ocasionando así la escasa información de los atractivos en sitios web, al alejarse de estrategias que podrían beneficiar la promoción de la ciudad, a la vez crean un bajo nivel de oferta de las actividades a realizar en los diferentes atractivos. Por esta razón es pertinente crear espacios para las preferencias de los turistas, evitando así la insatisfacción de buscar información precisa y sustentable que genera el desinterés por visitar dichos lugares en el que incluye una inexistencia de recursos con la información turística vinculada con la tecnología que puedan perjudicar el desarrollo del turismo de la ciudad.

Precisamente un factor negativo sería la escasa dinamización económica en la ciudad por medio de limitadas actividades turísticas que no se enfocan en la promoción de atractivos, perjudicando así el sector turístico por donde a los servidores turísticos a donde los ingresos económicos no serían susceptibles al no beneficiar la calidad de vida de los mismos y se verá afectado el deterioro de los atractivos.

Sin embargo es necesario que los actores turísticos puedan consolidar el uso de la tecnología en la información turística, evitando divergentes criterios para llegar a un acuerdo mutuo del manejo de sitios web cuyo desinterés sea en base al desconocimiento de actualización y uso debido de la tecnología en el ámbito turístico, creando así espacios que pueda captar la atención de los visitantes mediante la innovación tomando como eje para mejorar el aspecto técnico de los sitios web.

1.2.3. Prognosis

De no investigarse el problema del desconocimiento de recursos digitales y su contribución en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, el desarrollo turístico de Ambato, y sus atractivos se verán afectados

considerablemente debido a que no se dará a conocer la información digital necesaria de los diferentes atractivos para que el turista nacional e internacional elija como opción visitar el cantón Ambato, y por ende la demanda turística del cantón tendría un porcentaje reducido en las visitas, dejando de lado al turismo como una actividad económica.

1.2.4. Formulación del Problema

¿De qué manera los recursos digitales contribuyen en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua?

1.2.5. Preguntas Directrices

¿Cómo contribuyen los recursos digitales para la difusión de la información turística que brindan los prestadores de servicios turísticos del cantón Ambato, provincia de Tungurahua?

¿En qué medida aportarían los recursos digitales a la afluencia de los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua?

¿Cómo influye la información turística, de los distintos atractivos que posee la ciudad de Ambato hacia los visitantes?

1.2.6. Delimitación del Problema

Campo: Turismo

Aspecto: Desarrollo Turístico / Oferta turística

Delimitación Espacial: La presente investigación se realizó en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

Latitud: 01°14'57"S

Longitud: 78°37'00"W

Delimitación Temporal: El presente trabajo investigativo se lo realizó en el periodo comprendido entre los meses de abril 2016-agosto 2016.

1.3. Justificación

Mediante el presente trabajo de investigación se establecerán diversas **estrategias** de promoción turística digital que permitirá **difundir** los servicios que brinda cada uno de los actores que están inmersos en la actividad turística, por ende generar un **aporte** al desarrollo en la ciudad de Ambato, y dar solución a la problemática que

se ha presentado constantemente

La idea de esta investigación es **original** debido a que no se ha realizado un estudio previo y no existe un registro de la misma en la ciudad de Ambato.

El proyecto de investigación es **factible**, mismo que aprovechará la información emitida por cada uno de los actores turísticos inmersos en la actividad en la ciudad de Ambato, y fortalecer la promoción de los atractivos para el desarrollo turístico del cantón.

El **impacto** positivo que genera la presente investigación es alta, debido que servirá para **fortalecer** la difusión de los servicios que brindan cada uno de los atractivos del Cantón, el cual servirá también como productor de beneficios socioeconómicos y generación de divisas para la colectividad y personas que se dediquen al ámbito turístico en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Investigar la importancia de los recursos digitales, mediante la información turística en base a los atractivos dirigidos hacia visitantes del cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Seleccionar espacios con información turística relevante, para el uso de los recursos digitales disponibles en sitios web para ser puestos a disposición de los turistas.
- Identificar alternativas de información turística, acorde a las preferencias de los visitantes en relación a los sitios turísticos de gran relevancia en la ciudad de Ambato.
- Plantear herramientas que contribuyan al uso de los recursos digitales para la difusión de información de una forma versátil.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

La presente investigación se ha fundamentado con datos previos establecidos por distintos autores, los cuales poseen relación con el tema de Recursos Digitales con lo cual hemos podido obtener una recolección de datos que serán de gran apoyo para el correcto desempeño del proyecto.

En el trabajo realizado por: (Játiva, 2011). *Estudio, diseño y propuesta para la creación de un instituto de investigaciones en tecnologías de la información y comunicación (tic) para el ministerio de telecomunicaciones.* (Trabajo de graduación o titulación de Ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones, Escuela Politécnica Nacional.) Quito.

Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/3972/1/CD-3725.pdf> es necesario tomar referencia acerca de:

Conclusiones:

- Las TIC son una poderosa herramienta para el desarrollo de personas, comunidades, países, regiones, etc., si son usadas adecuadamente, por lo cual la implementación e investigación de éstas es de suma importancia para cualquier país. La globalización de las TIC permiten un acceso en cualquier momento, desde cualquier punto, a casi cualquier tipo de datos o información, pero se necesitan políticas públicas que organicen y desarrollen estos procesos.
- Las empresas y entidades públicas que utilizan las TIC como un nuevo canal de difusión de sus productos y servicios han aportado a sus usuarios una mayor facilidad de acceso a éstos.

- El internet ha agilizado el contacto entre personas e instituciones tanto públicas como privadas, gracias a esto no hace falta moverse para cerrar negocios en diferentes ciudades del mundo o para realizar transacciones en cualquier lugar lo único necesario es poseer un medio para acceder a la red.

De acuerdo a las conclusiones citadas con anterioridad, dentro de la brecha digital existen varios factores que impiden el acceso a la información en la web a diferentes clases sociales, los cuáles no gozan con la tecnología adecuada para informarse dentro de la web, como también los altos costos que poseen los diferentes recursos tecnológicos que impiden la adquisición de los mismos.

En el trabajo realizado por: (Borja, 2010). Diseño e implementación del centro multimedia virtual en la escuela de comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra. (Trabajo de Graduación o titulación de Licenciada en Comunicación Social.). Ibarra.

Recuperado de <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/147/1/T72360.pdf> es necesario tomar referencia acerca de:

Conclusiones:

- La comunicación es importante entre los seres humanos; por ello es esencial este medio alternativo de información, tanto para los estudiantes y el público en general.
- El uso de la multimedia ha tomado fuerza en cuanto a herramientas alternativas de aprendizaje y entrenamiento, permitiendo integrar múltiples experiencias de conocimiento que facilitan la educación.
- El centro multimedia virtual ayudará a que los estudiantes difundan sus trabajos en los tres diferentes medios, como son: radio tv y periódico.

Actualmente la principal barrera que posee el turismo en el país es la falta de información digital de cada uno de los atractivos que poseen las diferentes regiones, causando desinformación de los posibles visitantes, los cuales no pueden visualizar ni reservar en la web los servicios que poseen los atractivos, causando efecto tanto en la oferta como en la demanda.

2.2. Fundamentación filosófica

La presente investigación tiene una fundamentación filosófica crítico – propositivo que busca analizar el aporte de los recursos digitales en la orientación de los visitantes en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, como también promover el desarrollo de información digital para brindar facilidades a los visitantes, para lograr incrementar la demanda y así posicionarse como principal destino turístico.

2.3. Fundamentación legal

El desarrollo de las investigaciones se fundamenta y se rige a las leyes, de acuerdo al siguiente detalle del Reglamento General a la Ley de Turismo, en virtud de la originalidad para la realización de la investigación que se menciona a continuación:

Reglamento General a la Ley de Turismo (2008, Enero, 09). Título Primero del Régimen Institucional, Capítulo I del Ministerio de Turismo, **Art. 6.-** De la planificación.- Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referenciales para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales.

Reglamento General a la Ley de Turismo (2008, Enero, 09). Capítulo III de la Descentralización de Atribuciones en Materia Turística, **Art. 24.-** Funciones y atribuciones de las instituciones del régimen seccional autónomo.- En virtud de las disposiciones constitucionales relacionadas con descentralización del Estado y lo que disponen los artículos 9 y 10 de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, en materia turística procede la transferencia de funciones, atribuciones y recursos relacionados con la planificación, coordinación, ejecutar y evaluar en el respectivo cantón las actividades relacionadas con el turismo. Las potestades de realizar el registro de turismo, la regulación y expedición de normas técnicas a nivel nacional, la concesión de permisos temporales de funcionamiento

son privativas del Ministerio de Turismo quien ejercerá esas competencias a nivel nacional con exclusividad.

Reglamento General a la Ley de Turismo (2008, Enero, 09). Título Cuarto, El Fondo de Promoción Turística, **Art. 76.-** De la promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico. La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc. La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizará con estricta sujeción al Plan Estratégico de Desarrollo Sectorial, políticas sectoriales, Plan de Competitividad Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de Inteligencia de Mercados.

El desarrollo de las investigaciones se fundamenta y se rige a las leyes, de acuerdo al siguiente detalle de la Constitución de la República del Ecuador, en virtud de la originalidad para la realización de la investigación que se menciona a continuación:

Constitución de la República del Ecuador. (2008, Octubre, 20). La Ley Orgánica de Comunicación y en la Ley del Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos, **Art 384** de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana.

Constitución de la República del Ecuador. (2008, Octubre, 20). Título I Disposiciones preliminares y definiciones, **Art. 4.-** Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Constitución de la República del Ecuador. (2008, Octubre, 20). Título I Disposiciones preliminares y definiciones, **Art. 7.-** Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Constitución de la República del Ecuador. (2008, Octubre, 20). Título I Disposiciones preliminares y definiciones, **Art. 8.-** Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Constitución de la República del Ecuador. (2008, Octubre, 20). Título I Disposiciones preliminares y definiciones, Título II Principios y derechos Capítulo II Derechos a la comunicación Sección I Derechos de libertad, **Art. 22.-** Derecho a recibir información de relevancia pública veraz.- Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible

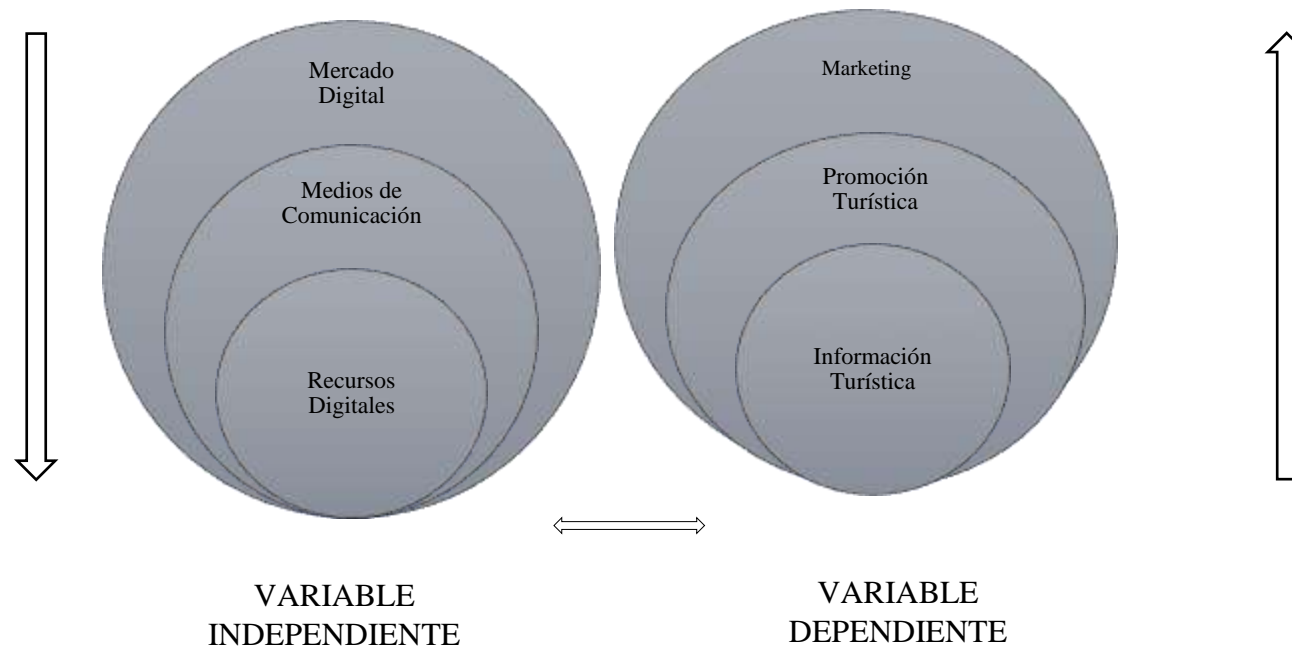
verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

Constitución de la República del Ecuador. (2008, Octubre, 20). Título I Disposiciones preliminares y definiciones, Título II Principios y derechos Capítulo II Derechos a la comunicación, Sección II Derechos de igualdad e interculturalidad, **Art. 35.-** Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.- Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianos y montubios, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

2.4. Categorías Fundamentales

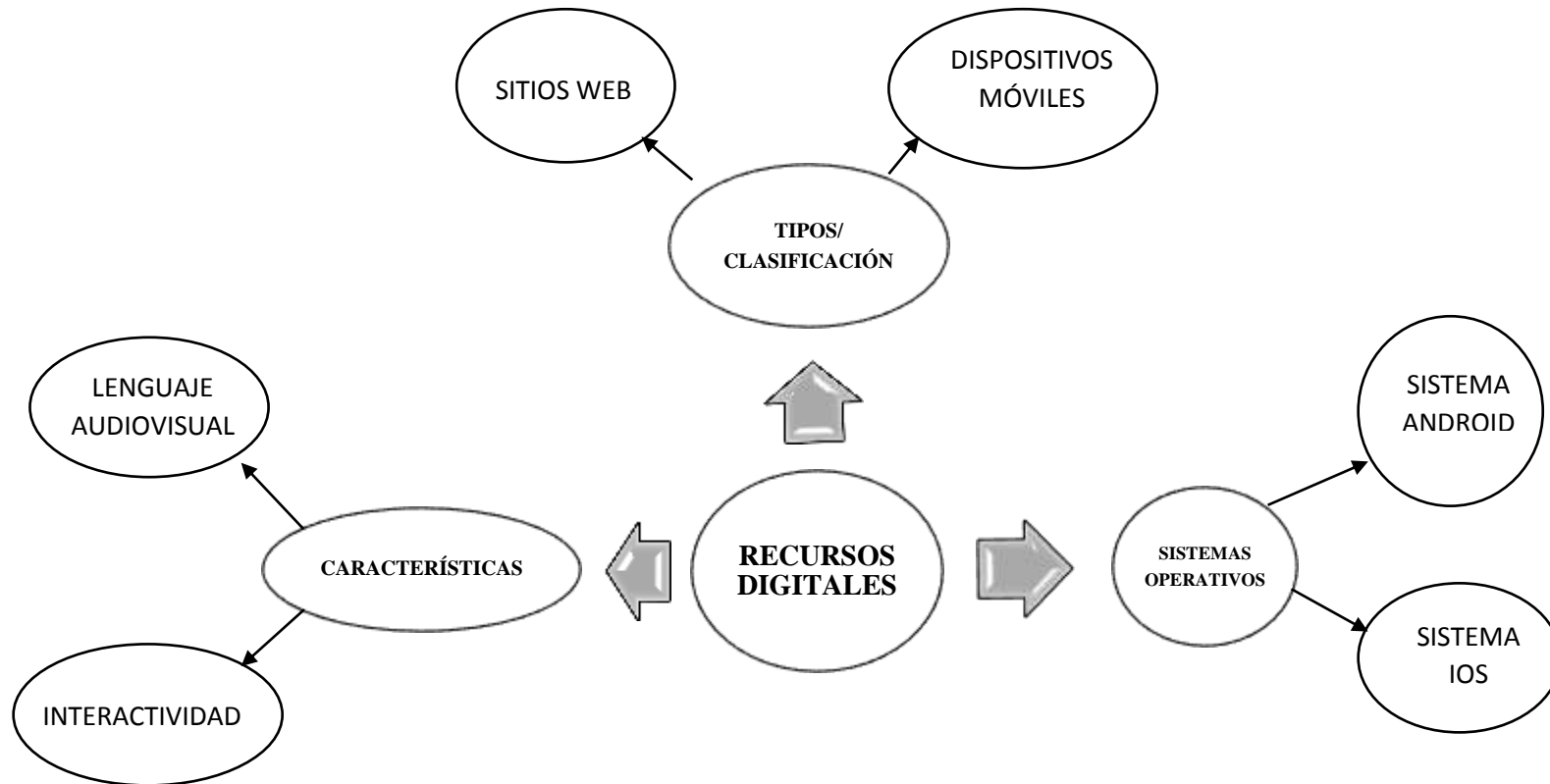
Gráfico N° 3: Súper ordenación conceptual



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

2.4.1 Constelación de Ideas (Variable Independiente)

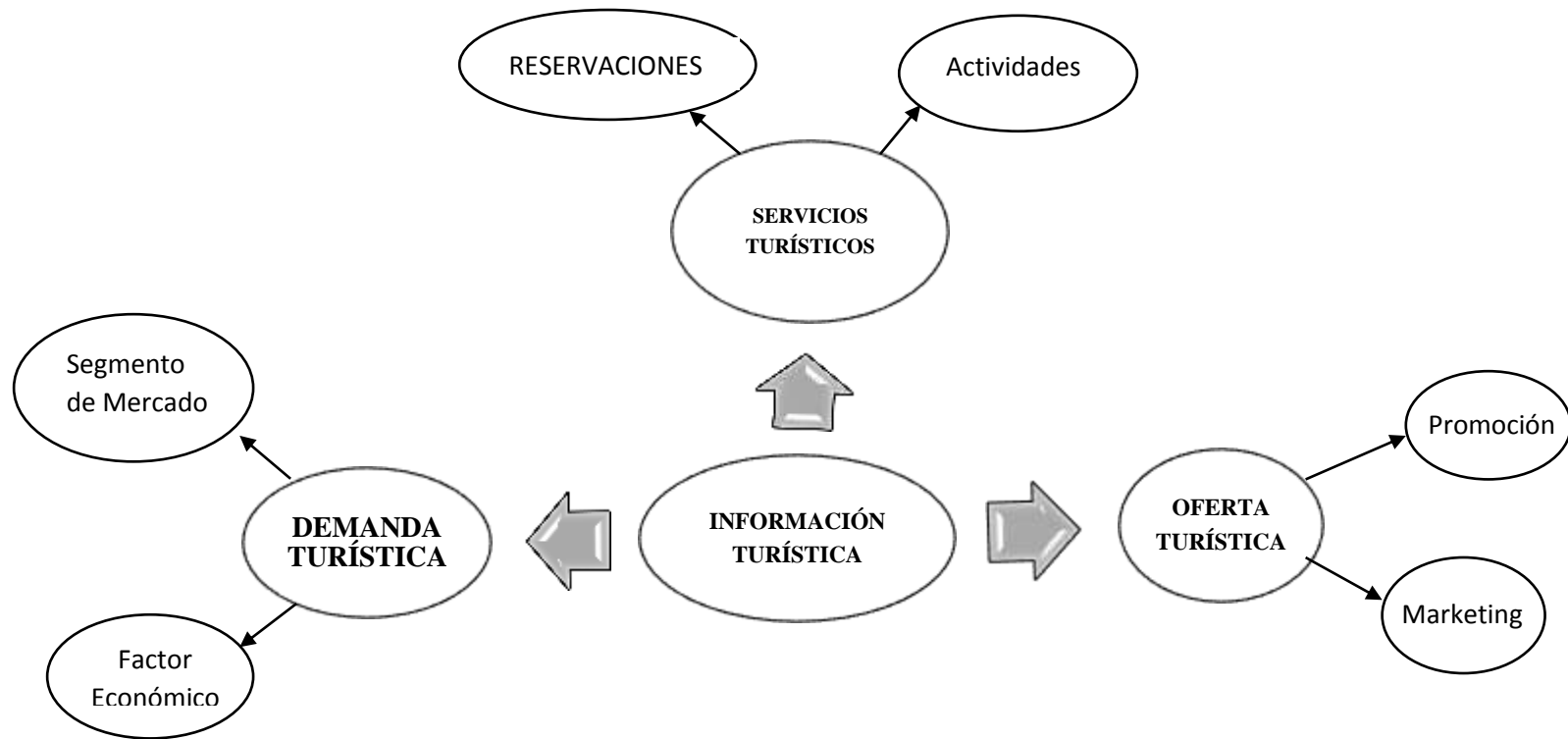
Gráfico N° 4: Subordinación conceptual (Variable Independiente)



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

2.4.2 Constelación de ideas (Variable dependiente)

Gráfico N° 5: Subordinación conceptual (Variable Dependiente)



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

2.4.3 Fundamentación teórica de la súper ordenación conceptual de la variable independiente

Mercado Digital

Según (Los Álbares, 2010, pág. 5) menciona que: “Un marketplace o mercado digital es un punto de encuentro entre empresas compradoras y vendedoras de productos o servicios que se caracterizan por la combinación y utilización de estrategias de comercialización en medios digitales.”

De acuerdo con (Kotler, 2013, pág. 20) plantea que: “Esta nueva economía (también llamada economía digital) está basada en la revolución digital y en la gestión de las industrias de la información, esta información tiene ciertos atributos, puede ser infinitamente diferenciada, adaptada y personalizada.”

Criterio personal

El mercado digital se ha convertido en el principal medio para comercializar productos en el ámbito, industrial, educativo, técnico, medicinal que contribuyen al desarrollo de la creación de productos que están vinculados con las necesidades de las personas, aportando así a la solución de problemas mediante el avance de la tecnología.

Medios de comunicación

(Rojas, 2009, pág. 9) sostiene que: “Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual.”

“Los medios de comunicación se denominan todos aquellos instrumentos, canales o formas de trasmisión de la información de que se valen los seres humanos para realizar el proceso comunicativo.” (Rey, 2011, pág. 134)

(Barbier, 2011, pág. 65) plantea lo siguiente: “Un medio de comunicación es el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación.”

Criterio Personal

La comunicación es un elemento primordial, que se transmite de diversas formas, donde la humanidad intercambia ideas, criterios, necesidades mediante un lenguaje, que puede persuadir varios temas que se tratan para llegar a un mutuo acuerdo.

Recursos Digitales

“Los medios digitales hacen referencia al contenido de audio, vídeo e imágenes que se ha codificado o comprimido digitalmente.” (Rodríguez, 1999, pág.17)

Según (Rabajolí, 2012, pág.13) plantea lo siguiente: “Es todo material codificado para ser manipulado por una computadora y consultado de manera directa o por acceso electrónico que contiene la información en formato digital.”

Criterio personal

Según el criterio establecido por los dos autores, sobre los recursos digitales abarcan varios sistemas operativos que representan una herramienta importante, para el desarrollo de diferentes aplicaciones las cuales ayudan a proyectar la información digital necesaria para el uso versátil de los usuarios, de acorde a las necesidades sobre las principales actividades que se ven relacionadas con el turismo a través del uso de dichos recursos.

Fundamentación teórica de la subordinación conceptual de la variable independiente

Sitios web

(Diseño de materiales multimedia, 2010, pág. 105) describe lo siguiente:

Es un conjunto de páginas HTML relacionadas entre sí por hiperenlaces, gestionados por una única entidad o personas accesibles, desde internet a partir de una dirección URL de su índice (índex) y con una unidad de contenido y de estilo gráfico. Incluye textos, imágenes, archivos de audio, videos y enlaces a otros sitios web.

Criterio personal

Los sitios web, son herramientas necesarias para la búsqueda de información, o el uso de contenidos relacionados con productos o servicios que aportan mediante imágenes, videos, audios, etc. Para proyectar a los usuarios, una búsqueda confiable y versátil.

Lenguaje Audiovisual

De acuerdo con (Lomonosov, 2006, párr.1) plantea que: “El lenguaje audiovisual es el que se trasmite mediante los sentidos del oído y de la vista.”

Criterio Personal

Es importante emitir una información clara y precisa a través del uso de medios digitales, que favorecen a la búsqueda de información por parte de los usuarios, para conocer cómo se desarrollan las actividades turísticas por medio de los dispositivos, para acceder a una fácil comunicación.

Interactividad

(Pérez & Merino, 2012 párr.1) hacen referencia de: “Sociedad describe a un grupo de individuos marcados por una cultura en común, un cierto folclore y criterios compartidos que condicionan sus costumbres y estilo de vida y que se relacionan entre sí en el marco de una comunidad”.

Criterio personal

La sociedad es el eje principal, en la que los seres humanos se agrupan para intercambiar criterios, ideas, costumbres, cultura, y que va a la par con el desarrollo de actividades inmersas con la cotidianidad en relación al estilo de vida de un determinado lugar.

2.4.4 Fundamentación teórica de la súper ordenación conceptual de la variable dependiente

Marketing

Es la que permite conocer y alcanzar al mercado, para llegar a adquirir una oferta verdaderamente atractiva, competitiva, capaz de

conseguir clientes dispuestos a consumir el producto o servicio y a dichos clientes. Involucra igualmente a estar al tanto de la competencia para conseguir mejor posicionamiento en el mercado, incrementar o mantener su cuota y aprender de los mejores servicios. (Coutin, 2010, pág. 132)

Según (Kotler, 2008) “Es una actividad humana especialmente para satisfacer las necesidades y los deseos, mediante los procesos de intercambio.”

Criterio Personal

Dentro del marketing es importante conocer las verdaderas necesidades que tiene el consumidor, para crear estrategias de publicidad que influyan en la decisión del consumidor en adquirir los productos y servicios.

Promoción Turística

En la definición de Kotler, citado por (Acerenza, 2003, pág. 29) menciona: “La promoción comprende todos los instrumentos de la combinación del marketing, cuya función principal es la comunicación persuasiva”.

(Acerenza, 1996) sostiene que:

Es la actividad destinada hacia la información y al cliente en donde se incluye lo que es la publicidad, promoción de ventas y otros medios, también lo que respecta a las relaciones publicas cuando éstas se encuentran integradas en el marketing.

(Moreno, 1996, pág. 64) menciona lo siguiente:

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

Comentario personal

Para promocionar un producto, es necesario ofertar servicios que cumplan las normas de calidad establecidas por los diferentes servidores turísticos, que ponen a selección de los turistas cuyo enfoque se basa en buscar estrategias relacionadas con el marketing para poder persuadir o convencer a los turistas que desean comprar un producto.

Información Turística

La definición de Acaraz, et al. (2006) citado por (Morocho, 2012, pág 16) afirma que:

Es el conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías intérprete, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemática, como Internet o la telefonía móvil.

Para (Rodríguez , 2009, pág. 54) plantea que: “Es la acción de informar sobre el desplazamiento de personas con una duración de más de 24 horas y que impliquen pernoctación a un destino distinto a su lugar de origen, con fines de ocio, negocios u otros motivos”

Criterio Personal

Dentro de la actividad turística es importante, dar a conocer sobre la información turística proyectada en folletos, agencias de viaje, hoteles, sitios web, puestos a disposición de los visitantes, para abarca como principal objetivo, cubrir las expectativas y necesidades para la posterior adquisición un producto o servicio turístico.

Fundamentación teórica de la subordinación conceptual de la variable dependiente

Servicios Turísticos

“Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.” (Martinez, 2009, párr. 1)

Criterio Personal

Dentro del marketing turístico es importante, vincular los servicios turísticos para conocer previamente las necesidades que tienen los turistas, en la que se pueda ofertar un servicio de calidad, cumpliendo con un importante porcentaje de las expectativas y necesidades del turista.

Oferta Turística

(Cabarcos, 2010, pág. 8) afirma que:

Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

La oferta turística, por lo tanto, debería reflejar el capital directamente computable a los efectos turísticos (hostelería, comunicaciones, transporte, etc.).

Existen dos tipos de oferta turística: la oferta turística básica, y la oferta turística complementaria.

La oferta turística básica está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turístico (agencias de viajes, alojamientos, transportes, etc.).

La oferta turística complementaria está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, comercio, etc.).

Criterio personal

La oferta turística, representa el conjunto de bienes y servicios para ser puestos a disposición de los servidores turísticos, para dar a conocer las diferentes actividades que ofrecen en base de un producto turístico que desea, adquirir un turista para la posterior venta d los mismos, en el sentido de satisfacer las necesidades de las personas.

Demanda turística

(Panosso & Lohmann, 2012, pág. 149) plantean lo siguiente:

La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegada o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentran el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores.

Criterio personal

La demanda turística, representa un grupo de consumidores de bienes y servicios que posteriormente van a consumir durante un viaje o estadía, con el fin de generar ingresos en el ámbito turístico. Además, representa el factor económico para el desarrollo turístico de un determinado sector.

2.5 Hipótesis

Contribuirán los recursos digitales en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

2.6 Señalamiento de Variables

Variable Independiente: Recursos Digitales

Variable Dependiente: Información Turística

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

El enfoque de la investigación es de carácter cuali-cuantitativo, donde lo cualitativo permite analizar los resultados direccionados a la investigación mediante la importancia que tendrá el aportar con información turística para ser emitida de forma digital, y fomentar el turismo interno, lo que implica mejorar la economía local y por ende la calidad de vida de los habitantes.

En el enfoque cuantitativo mediante la obtención de datos numéricos que se ha tomado como objeto de estudio, los prestadores de servicios del cantón Ambato, en base a las necesidades de los visitantes cuyos resultados serán evidenciados de manera estadística, para que sean interpretados y analizados posteriormente, lo que permitirá la comprobación de la hipótesis.

3.2 Modalidad básica de la investigación

De campo

La investigación es realizada, mediante un estudio de campo es decir en el lugar donde se producen los hechos para poder evidenciar la contribución de los recursos digitales en la emisión de la información turística.

Bibliográfica y documental

Esta investigación es documental bibliográfica porque se basa en documentos, tesis, revistas, libros, sitios web que aportan con información confiable y verdadera.

Fuentes Primarias

Para el desarrollo de la investigación se ha recurrido a la selección básica de la información original mediante libros, revistas científicas, periódicos, documentos oficiales de instituciones públicas, PDF, sitios web, que aportaron con criterios para su posterior análisis y comprensión

Fuentes secundarias

Se utilizaron a través de información concreta y organizada en relación a las antes mencionadas, para ello se contó con informes y trabajos de investigaciones similares al tema planteado.

3.3 Nivel o tipo de Investigación

Nivel Exploratorio

La investigación tiene como finalidad seguir este tipo de estudio, el mismo que permite analizar y contextualizar de manera global los distintos problemas que se podrá encontrar en la presente investigación a través de la búsqueda de soluciones planteadas.

Nivel Descriptivo

A través del nivel descriptivo permitirá comparar, como contribuyen los recursos digitales en la emisión de la información turística en base al proceso de la investigación se podrá ir detallando los sucesos que generan el interés por parte de los actores turísticos.

Asociación de las variables

Los recursos digitales están relacionados con la información turística, mediante el cual se proyecta la información de forma digital en las diferentes plataformas, para contribuir al desarrollo turístico del cantón Ambato.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

En esta investigación se aplica una encuesta dirigida a los principales prestadores de servicio que están ligados con el desarrollo turístico del cantón Ambato, donde se recolectará la información necesaria para la proyección en los diferentes medios digitales.

3.4.2 Muestra

Tabla 3: Lugares encuestados

Sitios	Cantidad	Número de Personas
Jardin botánico atocha la liria	1	3
Museo I.T.Superior Bolivar	1	3
Parque de la Familia	1	3
Mausoleo Juan Montalvo	1	3
Quinta de Juan Leon Mera	1	3
Quinta de Juan Montalvo	1	3
Casa del Portal	1	3
Artesanías Parroquia Quisapincha	1	4
Quinta Loren	1	3
Hotel Emperador	1	4
Hotel Ambato	1	4
Hotel Boutique Mary Carmen	1	4
Roka Plaza Hotel Boutique	1	4
Ficoa Real Suites	1	4
Pizzería la Fornace	1	3
Choko Cafeteria	1	3
Creme Brulee Chocolaterie	1	3
Las Gallinas de Pinllo AbAkÁ	1	3
Cuatemoc Tex Mex	1	3
Ali's Parilladas & Pizzeria	1	3
Palama Vista Real	1	3
El Palacio del Cangrejo	1	3
RUTA 86	1	3
Chilaquile	1	3
El Porton de Tilulum	1	3
Delicias del Mar	1	3
El Chagra	1	3
Heladería Oasis	1	3
Total	28	90 Personas

3.5 Operacionalización de variables
Variable Independiente: Recursos Digitales

Tabla 4: Operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems o Preguntas	Técnicas	Herramientas o Instrumentos
Son dispositivos analógicos diseñados para manipular, almacenar, procesar y transmitir información representada en números, letras, sonidos e imágenes de manera digital.	Dispositivos analógicos	Computadoras Celulares Tabletas	¿Cree usted que la tecnología ayuda a la promoción de los atractivos turísticos? SI () NO ()	Encuesta	Cuestionario
	Almacenar	Kilobyte Megabyte Gigabyte Terabyte	¿Cree usted que ayudaría a mejorar la afluencia de visitantes mediante la creación de una plataforma virtual donde se detallen cada uno de los atractivos?	Encuesta	
	Transmitir	Visual Sonoro	¿Cree usted que la información de los atractivos emitida en sitios o páginas web	Encuesta	
	Información		SI () NO ()		

	satisface las necesidades de los visitantes? SI () NO ()
	¿Está de acuerdo que se de la creación de una aplicación para dispositivos móviles con la información de los atractivos del cantón Ambato? SI () NO ()
Multimedia	¿Está usted capacitado en el manejo de la tecnología para proyectar la información del atractivo? SI () NO ()

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Variable Dependiente: Información Turística

Tabla 5: Operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems o Preguntas	Técnicas	Herramientas Instrumentos	o
Son datos turísticos personalizados para el visitante tales como números de teléfono, direcciones, precios y actividades que le otorga confianza, seguridad y ante todo calidez para el desarrollo de la actividad turística. Glosario de Turismo (2010).	Datos Turísticos	Información	¿Está usted de acuerdo en aportar con información del atractivo para proyectar y promocionar mediante la web? SI () NO ()	Encuesta	Cuestionario	
	Visitante	Conocimientos del perfil del visitante	¿Qué clase de turista frecuente constantemente los atractivos? Norteamericano () Europeo () Asiático () Nacional ()	Encuesta		
	Actividades turísticas	Desarrollo turístico	¿Cree usted que gracias a la actividad turística ha mejorado la calidad de vida de los habitantes? SI () NO ()			

	¿Está usted de acuerdo que la información turística debe ser emitida en otros idiomas? SI () NO ()
	¿Cree que el cantón Ambato posee las capacidades necesarias para cubrir a cabalidad la demanda de visitantes? SI () NO ()

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

3.6 Plan de recolección de información

Tabla 6: Plan de recolección de información

Preguntas Básicas	Explicación
1.- ¿Para qué?	Para saber y tener en claro la realidad que se vive actualmente en el cantón Ambato, y analizar el aporte de la información turística en el desarrollo turístico del cantón.
2.- ¿A qué personas?	A los actores principales que brindan servicios turísticos.
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Información turística, tecnología, gestión turística, actores económicamente activos.
4.- ¿Quién o Quiénes?	El investigador y la Dirección provincial de turismo.
5.- ¿Cuándo?	Abril 2016- Octubre 2016.
6.- ¿Dónde?	En cada uno de los atractivos turísticos en el Cantón Ambato.
7.- ¿Con qué técnica de recolección?	Encuesta, entrevista.
8.- ¿Con qué instrumento?	Cuestionario estructurado
9.- ¿Cuántas veces?	1 sola vez.
10.- ¿A quienes?	A cada uno de los actores encargados o propietarios de cada uno de los atractivos.

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

3.7 Procesamiento y análisis

Con la información obtenida mediante la respectiva encuesta, se realiza en siguiente trabajo.

1. Revisión crítica de la información requerida, es decir limpieza de la información contradictoria, incompleta o no pertinente.
2. Clasificación, filtración y depuración de la información
3. Ordenamiento. Organización y sistematización de la información
4. Tabulación, análisis y revisión
5. Verificación de la hipótesis
6. Diseño y presentación gráfica de los resultados
7. Análisis e interpretación de resultados.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta aplicada a los principales actores turísticos del cantón Ambato.

1: ¿Cree usted que la tecnología ayuda a la promoción de los atractivos turísticos?

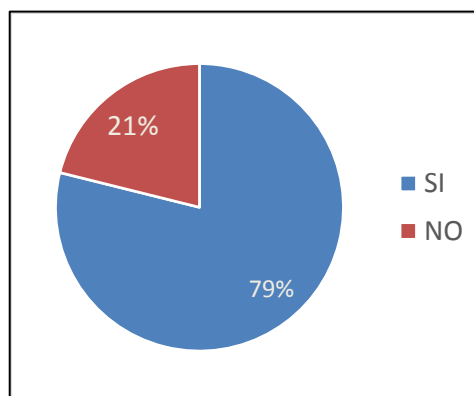
Tabla 7: Promoción de atractivos mediante la tecnología

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	71	79%
NO	19	21%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 6: Representación Pregunta N° 1



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: De las 90 personas encuestadas, manifiestan que la promoción de los atractivos turísticos utilizada por medio de la tecnología correspondiente a la opción SI en un 79%, mientras que el 21% representa el NO.

Interpretación: Según los datos obtenidos, se puede evidenciar la importancia de difundir los distintos atractivos turísticos, por medio de la promoción mediante la tecnología, considerando como una alternativa positiva de los criterios inmersos en el ámbito turístico, por lo consiguiente aporta a la investigación a través del interés e innovación de los actores turísticos involucrados.

2: ¿Qué tipo de turista frecuenta constantemente los atractivos?

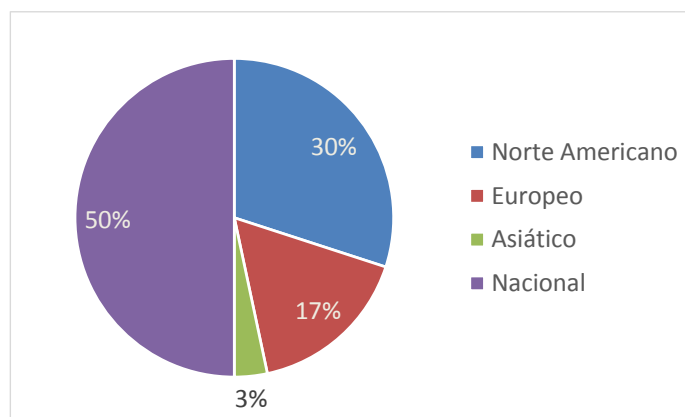
Tabla 8: Clase de turistas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Norte Americano	27	30%
Europeo	15	17%
Asiático	3	3%
Nacional	45	50%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 7: Representación gráfica. Pregunta N° 2



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: Entre el 100% de las personas encuestadas que visitan los atractivos relacionado con un 30% a Norteamericanos, el 17% a Europeos, mientras que el 3% son asiáticos, posteriormente el 50% corresponde a turistas nacionales.

Interpretación: Los turistas que visitan los atractivos turísticos, frecuentemente son nacionales lo que conlleva a fomentar el turismo interno para la posterior

promoción generar el interés de los mismos cuyo enfoque es satisfacer las expectativas con la ayuda de la tecnología y a la vez crea beneficios en el ámbito turístico.

3: ¿Cree usted que gracias a la actividad turística ha mejorado la calidad de vida de los habitantes?

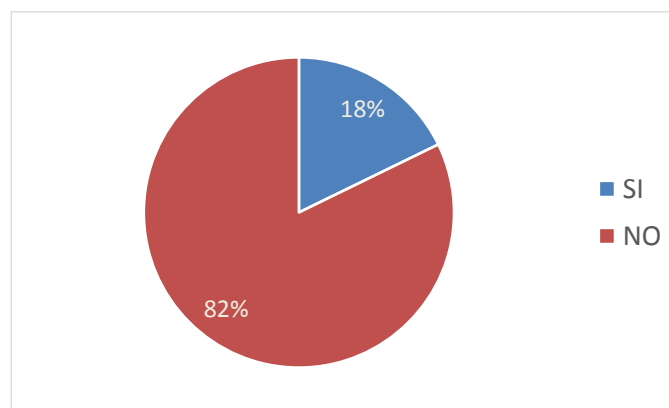
Tabla 9: Influencia del turismo en la calidad de vida

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	18%
NO	74	82%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 8: Representación gráfica Pregunta N° 3



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: De 90 personas encuestadas, el 18% consideran a la actividad turística como parte esencial para el mejoramiento de la calidad de vida, entre tanto el 82% piensa que no aporta al sustento de los mismos

Interpretación: Se puede notar que la actividad turística según las opiniones de los encuestados expresan un aspecto negativo en el sector turístico, relacionado en el desarrollo socioeconómico, el mismo que no contribuye a mejorar la calidad de las personas.

4: ¿Está usted de acuerdo en aportar con información del atractivo para proyectar y promocionar mediante la web?

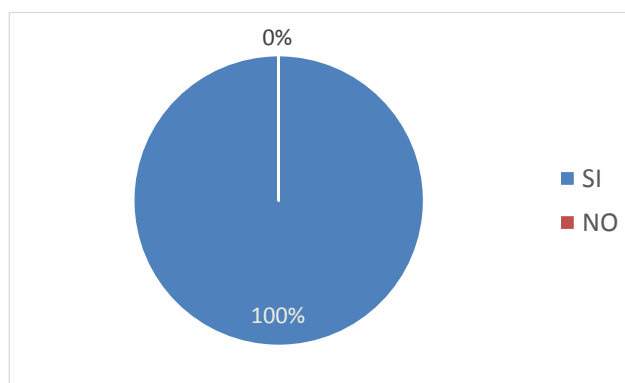
Tabla 10: Información fidedigna de los atractivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	90	100%
NO	0	0%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 9: Representación gráfica. Pregunta N° 4



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: Considerando a las 90 personas encuestadas, manifiestan que el 100% relacionada con la alternativa SI aportaría con la información necesaria, el 0% deserta la opción NO.

Interpretación: Para promocionar los atractivos turísticos por medio de sitios web, es necesario difundir información real para generar el interés de los turistas, por lo consiguiente contribuye a la investigación a través de incentivar y motivar a los turistas cumpliendo así las expectativas previstas.

5: ¿Cree usted que ayudaría a mejorar la afluencia de visitantes mediante la creación de una plataforma virtual donde se detallen cada uno de los atractivos de Ambato?

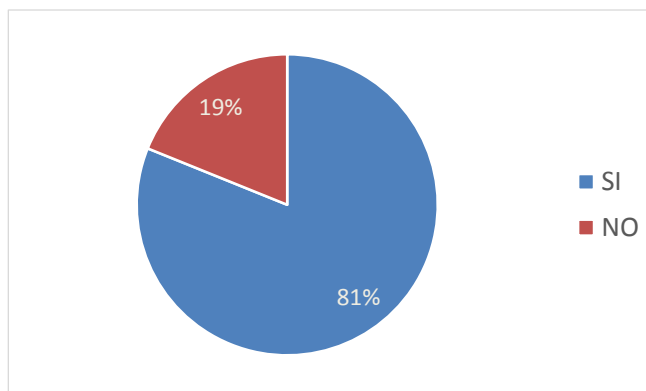
Tabla 11: Creación de una plataforma virtual

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	73	81%
NO	17	19%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 10: Representación gráfica. Pregunta N° 5



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: De un total de 90 personas encuestadas, el 81% cree que es necesario la creación de una plataforma virtual con la información de los atractivos para atraer a los visitantes en relación a la opción SI, mientras que el 19% piensa que NO.

Interpretación: Para el efecto de la creación de la plataforma virtual que contenga información puntual sobre los atractivos, la mayoría de encuestados concibe como una estrategia de promoción para cautivar el interés de los turistas, cuyo enfoque de la investigación es difundir el valor cultural y natural de los lugares turísticos a través del uso de recursos digitales puestos a disposición de los visitantes.

6: ¿Cree usted que la información de los atractivos turísticos del cantón Ambato emitida en la web satisface las necesidades de los posibles visitantes?

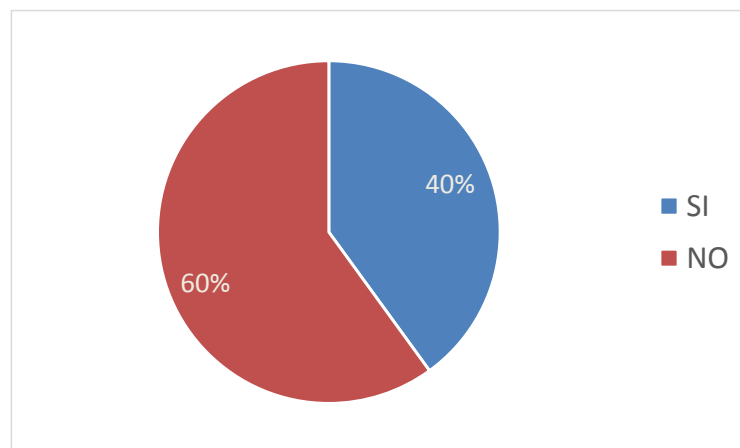
Tabla 12: Nivel de satisfacción de la promoción turística

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	36	40%
NO	54	60%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 11: Representación gráfica. Pregunta N° 6



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas el 40% cree que mediante la información prevista en sitios web satisface las necesidades de los visitantes en relación a la opción SI, entre tanto el 60% manifiesta que no satisface.

Interpretación: Es muy claro evidenciar el resultado de las personas encuestadas identifican que la emisión de información de atractivos turísticos por medio de sitios web, no se consolida para satisfacer las necesidades, denotando así el desinterés de los mismos.

7: ¿Está usted de acuerdo que la información turística debe ser emitida en otros idiomas?

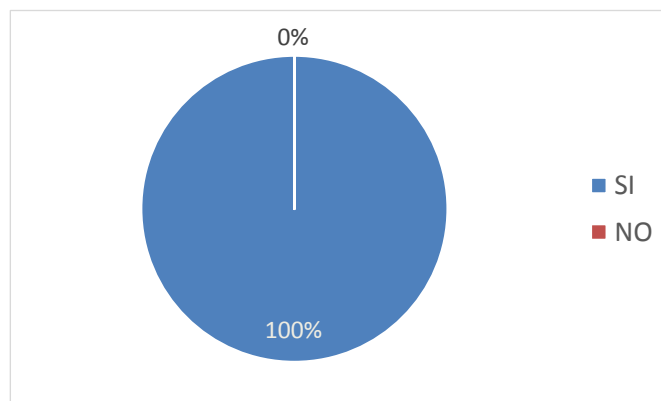
Tabla 13: Información turística emitida en otros idiomas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 12: Representación gráfica. Pregunta N° 7



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: De un total de 90 personas encuestadas, el 100% piensa que se debe emitir información turística en algunos idiomas, correspondientes a la opción SI, mientras que el 0% anula la alternativo NO.

Interpretación: Es importante difundir información turística en otros idiomas para tener una mejor aceptación por parte de los turistas para un mejor entendimiento de la información emitida.

8: ¿Está usted de acuerdo que se dé la creación de una aplicación para dispositivos móviles con la información de todos los atractivos turísticos del cantón Ambato?

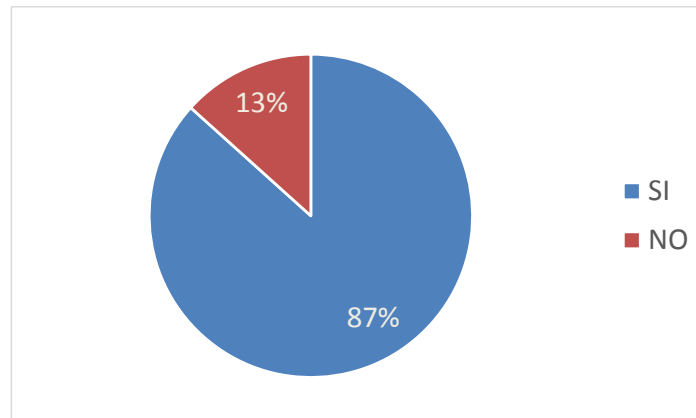
Tabla 14: Creación de aplicación para dispositivos móviles

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	78	87%
NO	12	13%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 13: Representación gráfica. Pregunta N° 8



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: En un total de 90 encuestados, el 87% está de acuerdo que se dé la creación de una aplicación para dispositivos portátiles para difundir la información turística, y el 13% piensa que no se debe crear la aplicación.

Interpretación: Es importante crear aplicaciones donde se pueda proyectar la información turística de cada uno de los atractivos, para que los turistas puedan visualizar con mayor facilidad los servicios que ofrecen los atractivos, y por ende optar por visitar dichos lugares.

9: ¿Está usted capacitado en el manejo de la tecnología para proyectar la información del atractivo?

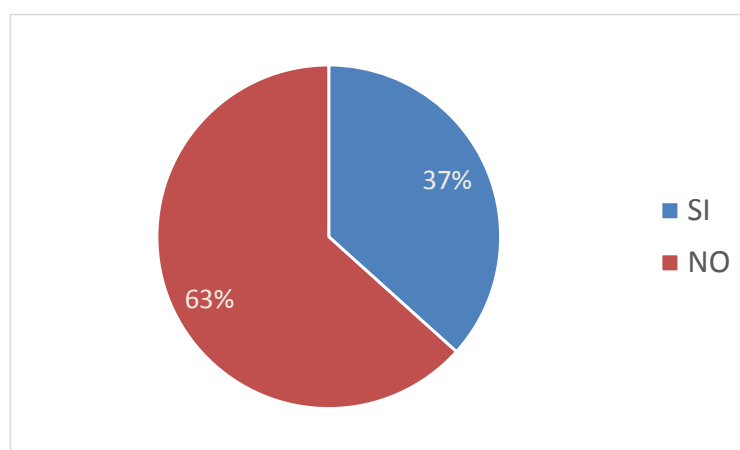
Tabla 15: Manejo de tecnología

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	37%
NO	57	63%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 14: Representación gráfica. Pregunta N° 9



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: De 90 personas encuestadas, el 63% que corresponde a la opción SI está capacitado en la utilización de la tecnología para la difusión de la información, y el 37% dicen que NO están capacitados tecnológicamente.

Interpretación: Actualmente es de suma importancia tener los conocimientos para la utilización de la tecnología, debido que existe una constante innovación en los diferentes productos que existen en el mercado, por lo que un importante porcentaje de los actores turísticos están en las capacidades de manipular la tecnología.

10: ¿Cree usted que el cantón Ambato posee las capacidades necesarias para cubrir a cabalidad la demanda de visitantes?

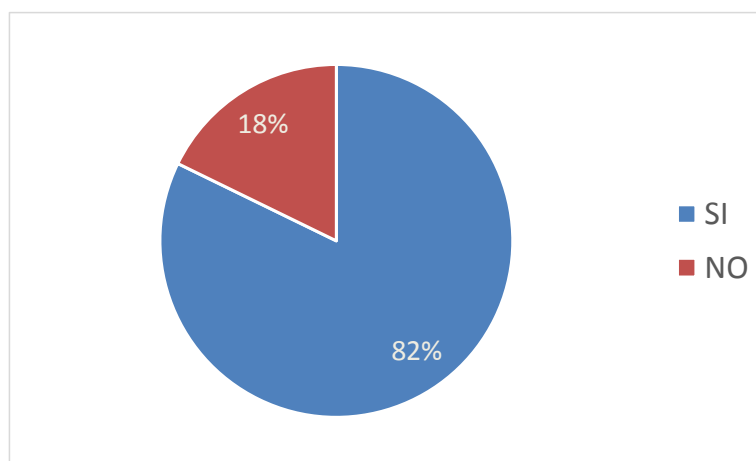
Tabla 16: Capacidades para cubrir la demanda turística

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	74	82%
NO	16	18%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Gráfico N° 15: Representación gráfica. Pregunta N° 10



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Fuente: Encuesta aplicada a los diferentes actores turísticos

Análisis: De un total de 90 encuestados, el 82% que optaron por la opción SI, dicen que Ambato posee las capacidades necesarias para cubrir a cabalidad la demanda turística, y con un 18% optaron por la opción NO.

Interpretación: Actualmente el cantón Ambato de acuerdo a los actores turísticos posee las capacidades necesarias para cubrir la demanda de turistas tanto en el ámbito hotelero como en lo gastronómico.

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la comprobación de la hipótesis de la presente investigación se utilizó el método estadístico conocido como Chi cuadrado (χ^2).

4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis

HO: Hipótesis nula.

Los recursos digitales **NO** contribuirán en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

H1: Hipótesis alternativa

Los recursos digitales **SI** contribuirán en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

4.2.2 Selección del Nivel de Significación

Para comprobación de la hipótesis se manejará el nivel de $\alpha=0,05$

4.2.3 Descripción de la Población

Se ha tomado como referencia para la presente investigación de campo, el total del universo de la investigación.

Tabla 17: Población para la verificación de la hipótesis

POBLACIÓN	PERSONAS	PORCENTAJE
Actores turísticos	90	100%
Total	90	100%

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

4.2.4 Especificación de lo Estadístico

Para lo cual se formula un cuadro de 4 filas y 2 columnas con lo cual se establece las respectivas frecuencias observadas.

Tabla 18: Especificación de lo estadístico (Frecuencias observadas)

PREGUNTAS	OPCIÓN N° 1	OPCIÓN N° 2	SUBTOTAL
1	71	19	90
4	90	0	90
5	73	17	90
6	36	54	90
Total	270	90	360

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Luego de haber establecido las frecuencias observadas, y mediante los resultados logrados, se procede a establecer las frecuencias esperadas.

Tabla 19: Especificación de lo estadístico (Frecuencias esperadas)

FRECUENCIAS ESPERADAS	
67,50	22,50
67,50	22,50
67,50	22,50
67,50	22,50

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

4.2.5 Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo

Se procede a comprobar los grados de libertad tomando en cuenta que el cuadro consta de 4 filas y 2 columnas.

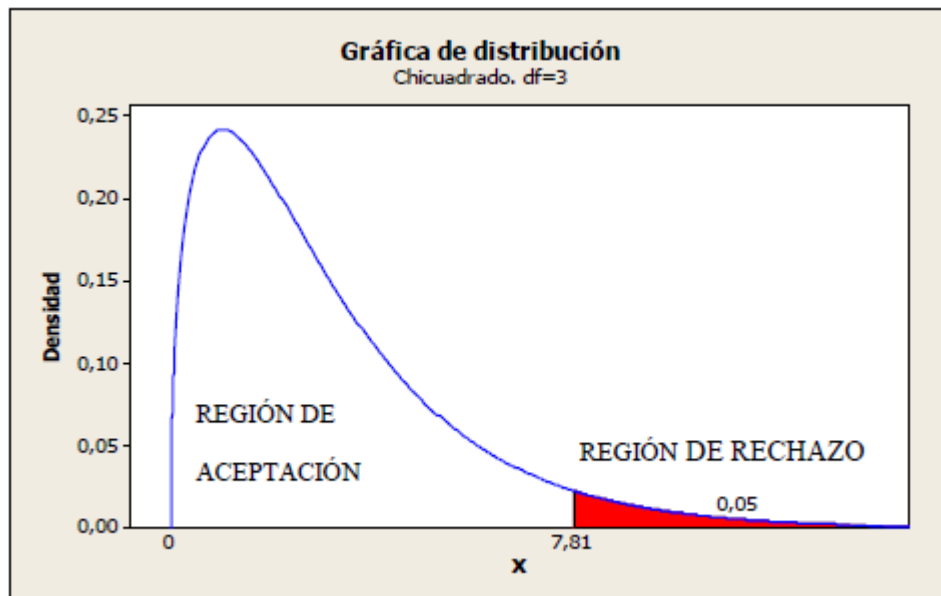
Tabla 20: Grados de libertad

GRADO DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	4-1	2-1
gl=	3	1
gl=	(3*1)	
gl=	3	X²T = 7,81

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

De acuerdo con la presente tabla con 3° de libertad y en un nivel de significación de 0,05 el valor de X^2_T es 7,81 por lo tanto si X^2_C es \leq que X^2_T se acepta la hipótesis nula (H_0), caso contrario se rechazara aceptando la hipótesis alternativa (H_1).

Gráfico N° 16: Representación gráfica de aceptación y rechazo



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

4.2.6 Recolección de Datos y Cálculo de la Estadística

Para tal resultado se utilizará la siguiente formula

$$x^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

X^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

O= Frecuencia observada

E= Frecuencia esperada

Tabla 21: Recolección de datos (Chi cuadrado)

O	E	O-E	O - E²	(O - E)²/E
71	67,50	3,50	12,25	0,18
90	67,50	22,50	506,25	7,50
73	67,50	5,50	30,25	0,45
36	67,50	-31,50	992,25	14,70
19	22,50	-3,50	12,25	0,54
0	22,50	-22,50	506,25	22,50
17	22,50	-5,50	30,25	1,34
54	22,50	31,50	992,25	44,10
360	360			91,31
				X²C (91,31)

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Una vez obtenido el resultado de **X²C (91,31)** y resulta mayor al **X²T= 7,81**; por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa **H1**: Los recursos digitales **SI** contribuirán en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- A través de la información turística, puesta a disposición hacia los turistas permitirá dar a conocer los diferentes servicios y actividades que se ofrecen, en relación a los atractivos turísticos de la ciudad de Ambato, de esta manera permitirá el uso en medios digitales como aporte sector turístico.
- En base al estudio de campo se concluye que, la ciudad de Ambato cuenta con lugares turísticos que permite captar el interés de los visitantes, por medio de la información expuesta en recursos digitales para una fácil accesibilidad de los servicios , creando así espacios de interacción por conocer los atractivos mediante el uso de la red.
- Por medio de los resultados obtenidos en la investigación, se pondrá a disposición el diseño de una página web, la misma que contara con la información necesaria de los sitios turísticos del cantón Ambato, cuyo enfoque es la facilidad y accesibilidad de ofertar los servicios de los atractivos dirigidos a los visitantes satisfaciendo así las necesidades.
- El aporte de los actores turísticos, como factor primordial es brindar la información turística requerida para el visitante, por medio del uso de páginas web que motive conocer los lugares expuestos siendo innovador en el sector turístico.

5.2 RECOMENDACIONES

Una vez obtenidos los resultados en la presente investigación se realizan las siguientes recomendaciones:

- Es importante proyectar la información turística, para ser visualizada por el turista a través del uso de medios digitales, sobre los diferentes atractivos que cuenta la ciudad de Ambato, relacionado con la oferta de los servicios para garantizar el progreso turístico en el sector.
- Para vincular la información requerida por visitante es necesario incluir de manera interactiva algunas opciones, relacionadas con imágenes, sonidos y videos, e información en diferentes idiomas para captar el interés de los mismos y motive a visitar los lugares expuestos en la web.
- El uso de los recursos digitales, en el turismo es de suma importancia porque permite crear espacios de interacción y comunicación de mayor flexibilidad para los turistas, que desean satisfacer las necesidades a través de la oferta de servicios turísticos como; hospedaje, precios, gastronomía, actividades a realizar y confort, puestos a consideración es un sitio web.
- Por lo tanto es primordial que los actores turísticos, que están inmersos en el ámbito turístico mantengan una constante capacitación en la utilización de la tecnología, para manipular información digital en medios digitales como: páginas, sitios web, blogs, a través de una constante actualización de la información.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1. Datos Informativos:

6.1.1. Título:

Diseñar una página web con la oferta turística para la orientación de los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

6.1.2. Ubicación de la Intervención:

Tabla 22: Información de la Provincia

AMBATO	
POBLACIÓN	329.856 habitantes
SUPERFICIE	46.5 km ²
ALTITUD	2.577 msnm.
LATITUD EN GRADOS, MINUTOS Y SEGUNDOS	11° 15' 00" S
LONGITUD EN GRADOS, MINUTOS Y SEGUNDOS	78° 30' 00" W
CLIMA	Máxima: 26 grados centígrados. Mínima: 16 grados centígrados
TEMPERATURA	Promedio entre 18 grados centígrados

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

6.1.3. Entidades ejecutoras

- Universidad Técnica de Ambato.

6.1.4. Equipo técnico responsable

- Ing. Mg. Diego Melo Fiallos. Tutor del Proyecto de Investigación.
- Sr. Milton Santiago Montero Proaño Autor del Proyecto de Investigación.

6.1.5. Beneficiarios

Actores que están inmersos en la actividad turística del cantón.

Población: La actividad turística es un dinamizador de la economía, donde los habitantes se benefician de esta actividad debido a la corriente turística y a las necesidades por adquirir servicios.

Turistas: Mediante una correcta emisión de la información turística, puede influir altamente en la decisión del turista para visitar diversos lugares, por esta razón es importante proyectar en los diferentes medios digitales de una manera clara, para llenar las expectativas del turista.

Prestadores de servicios: Con la demanda de turistas es importante poseer una adecuada planta turística, para brindar un buen servicio, es importante crear promociones para una mejor atracción al visitante, con una excelente oferta, una mayor demanda y por ende la economía se dinamiza en la localidad.

6.2. Antecedentes de la propuesta

Durante el proceso de investigación y luego de haber realizado las encuestas, en base a los resultados obtenidos se puede determinar que la proyección digital de la oferta turística en medios digitales si fortalecerá a dinamizar la actividad turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

En la actualidad el cantón Ambato impulsa el turismo cultural, tomando en cuenta que posee patrimonios de gran importancia como; iglesias, museos, casas, etc. Incluyendo la deliciosa, tradicional y diversa gastronomía.

Una vez realizadas las encuestas a los principales actores turísticos se genera la necesidad de proyectar la oferta turística mediante medios digitales para promocionar a nivel mundial las actividades que se pueden realizar en el cantón Ambato.

Para establecer una página web es importante indagar información que sea altamente confiable de cada uno de los lugares a proyectar, para promocionar de una manera específica, generando alto interés de los internautas.

6.3. Justificación

Actualmente la Organización Mundial del Turismo **impulsa** la idea de considerar al turismo como derecho humano, tras la publicación del Código de Ética el 21 de diciembre del 2001, la OMT garantiza que todos/as las personas sin importar su condición aprovechen su tiempo libre dedicado al ocio y a la recreación

La ejecución de la presente propuesta **beneficiará** a los habitantes del cantón Ambato, a los prestadores de servicios turísticos en las categorías de alimentos y bebidas, alojamiento, y recreación.

Es **innovadora** debido a que se dará creación a una página web interactiva donde los visitantes podrán visualizar los servicios turísticos del cantón.

La propuesta planteada es un **impacto** positivo para el desarrollo turístico, debido a que la tecnología actualmente juega un papel importante dentro del desenvolvimiento de las actividades diarias del ser humano.

La **factibilidad** para desarrollar la propuesta es alta, porque se cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo, tales como: fuentes directas de información, se cuenta con la colaboración de autoridades y actores turísticos.

6.4 Objetivos de la propuesta

6.4.1 Objetivo General

- Diseñar una página web con la oferta turística para la orientación de los visitantes del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

6.4.2 Objetivos específicos

- Recopilar la información de los atractivos turísticos para ser puestos a disposición en el sitio web.
- Organizar cada uno de los atractivos y los servicios que ofrecen al visitante en la página web.
- Explicar de una manera interactiva los servicios que puede realizar el visitante.

6.5 Análisis de factibilidad

La presente propuesta es factible debido que al establecer una página web se ha considerado los siguientes parámetros:

6.5.1 Factibilidad Operativa

La presente propuesta sobre el establecimiento de una página web con la oferta turística para la orientación de los visitantes es factible ya que se la puede aplicar porque existe la colaboración de los principales actores turísticos y autoridades y será un gran aporte para el desarrollo turístico; esta propuesta debe ser elaborada de forma práctica, organizada y sistematizada; de tal manera que permita la comprensión de cualquier persona y así pueda ser ejecutada, debido que se cuenta con los recursos necesarios.

6.5.2 Factibilidad Económica

Para la elaboración de la presente propuesta se tomará en cuenta la siguiente matriz:

Tabla 23: Presupuesto para la creación de una plataforma virtual

Indicadores	Financiamiento	Costo
Transporte	Autor	\$ 30,00
Cámara fotográfica de alta calidad	Autor	\$1000,00
Recopilación de información	Autor	\$ 40,00
Creación de página web	Autor	\$ 500,00
Total		\$1570,00

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

6.6 Desarrollo del sitio web

Para el desarrollo del sitio web, se tomaron en cuenta metodologías de desarrollo como es el Modelo de Cascada, el cual permite cumplir como requerimientos previos para la validación y difusión de este portal.

6.6.1 Modelo Cascada

También llamado Lineal secuencial, es el enfoque metodológico que ordena rigurosamente las etapas del proceso para el desarrollo de software, de tal forma que el inicio de cada etapa debe esperar a la finalización de la etapa anterior.

6.6.2 Fases del Modelo

6.6.3 Análisis de requerimientos

En los países desarrollados, está demostrado que la intensidad en la aplicación de nuevas tecnologías y la incorporación de un Sitio Web, está cor-relacionado con el incremento de las ventas, la productividad y el valor de mercado de las empresas. (Oak, 2010)

Existen muchas redes sociales en las que se puede anunciar de forma gratuita o pagada, tener un Sitio Web eleva el prestigio propio de la empresa y permite incrementar el nivel de confianza de los clientes hacia tu producto o servicio. (Gigatecno, 2013)

a. Finalidad

a.1 Prestigio y calidad de la empresa

El consumidor no solamente compra por necesidad, sino por preferencia, por impulso o por atracción a un determinado producto o servicio. Y al momento de tomar su decisión, la calidad y el prestigio casi siempre influyen. El prestigio y la calidad se demuestran con una correcta emisión del producto o servicio mediante una página web de primer nivel. (Milenium, 2017)

a.2 Tarjeta de presentación de la empresa

En la actualidad la mayoría de las personas buscan referencias a través del mayor motor de búsqueda en el mundo Google. El poder aparecer en Google y en los demás motores de búsqueda con una página web presentable, alojada en un buen servidor y de buena calidad le da al cliente una inmensa confianza al relacionar tu empresa con un desembolso de su dinero. (Bioxnet, 2013)

a.3 Ventaja competitiva

Tener un buen sitio web puede ser la ventaja que diferencie de la competencia. El facilitarle a los clientes un sitio en Internet que los acerque al negocio para que estén al tanto de las noticias, ofertas e información de una forma sencilla y atractiva va a mantenerlos interesados del resto de los competidores. (Eumed, 2013)

a.4 Excelente relación costo-beneficio

Una página web tiene un costo bajo comparado a otros medios de publicidad, que además de ser temporales, no siempre alcanzan todo el mercado que se propone. El Internet, sin duda es una de las herramientas más utilizadas hoy en día por personas de toda edad y los precios para mantener una página web son bastante favorables si se toma en cuenta los miles de beneficios que otorga. (Milenium, 2017)

a.5 Impacto

El turismo es uno de los principales motores del comercio y de la prosperidad en el mundo. Enfocar el poder de creación de riqueza del turismo hacia las personas más necesitadas es una tarea inmensa y una extraordinaria oportunidad. (Infomed, 2017)

a.6 El tamaño y el crecimiento del sector

En muchos países, el turismo actúa como creador de empleo directo e indirecto. El turismo aporta el 5% del PIB mundial y representa el 6% de las exportaciones de servicios mundiales. Es además el cuarto sector exportador, después del petróleo, los productos químicos y la automoción. El turismo representa 235 millones de empleos, o sea uno de cada doce empleos en el mundo. (OMT, 2017)

a.7 El turismo es un gran generador de fuentes de empleo

La OMT asegura que 1 de cada 11 trabajadores colaboran en los sectores relacionados a él, como es el caso de los hoteles, los restaurantes, los turoperadores, los transportes, entre otros. Pero no solo eso, hay otras industrias que de manera indirecta también se benefician; el ejemplo más claro es el de todos los proveedores de los servicios mencionados anteriormente, como los alimentos, las gasolineras, etc. (OMT, 2017)

a.8 Un gran promotor de la marca país

Marca país se refiere a aquella estrategia de marketing y comunicación que se implementa con la finalidad de mejorar la reputación y el posicionamiento de algún país en específico, promoviendo sus principales fortalezas como la cultura, los deportes, las empresas, los destinos históricos, etc. (MINTUR, 2017)

(Eumed, 2013) Los efectos que manifiestan entonces sobre las personas, que a la práctica se transforman en turistas, son las siguientes

1 Mejora de la calidad de vida tanto física como mental. El descanso y esparcimiento renueva las energías, enriquece el espíritu y proporciona higiene mental.

2 Permite romper la barrera cultural al conocer otras sociedades, sus formas de vida y sus costumbres lo que enriquece el nivel de conocimiento del individuo.

3 Mejora las relaciones con los demás miembros de la familia, mejora el contacto social entre otros círculos como amigos o colegas de trabajo lo que eleva la autoestima del individuo.

4 Crea hábitos de consumo, es decir que cada familia o individuo destine parte de su ingreso para la actividad turística como parte fundamental de su desarrollo personal.

5 Produce aculturación, lo cual está a la vista con el proceso de globalización.

6 En algunos casos puede producir cambio en los valores existentes, a la vista de un pensamiento más abierto a ciertas conductas tales como moda, forma de hablar o de entretenimiento.

7 Permite el encuentro entre el ser espiritual y la mente

6.6.4 Diseño del Sistema

Se descompone y organiza el sistema en elementos que puedan elaborarse por separado, aprovechando las ventajas del desarrollo en equipo. Como resultado surge el SDD (Documento de Diseño del Software), que contiene la descripción de la estructura relacional global del sistema y la especificación de lo que debe hacer cada una de sus partes, así como la manera en que se combinan unas con otras. (Emprendices, 2017)

Es conveniente distinguir entre diseño de alto nivel o arquitectónico. Tiene como objetivo definir la estructura de la solución (una vez que la fase de análisis ha descrito el problema) identificando grandes módulos (conjuntos de funciones que van a estar asociadas) y sus relaciones. Con ello se define la arquitectura de la solución elegida. (Emprendices, 2017)

Diseño de la Página de Inicio

Gráfico N° 17: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de inicio se visualiza un video del cantón Ambato, con imágenes con los principales productos que ofrecen los diferentes prestadores de servicios.

Diseño de la Página de Atractivos (Quinta de Juan León Mera)

Gráfico N° 18: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño de la Página de Atractivos (Mausoleo de Juan Montalvo)

Gráfico N° 19: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño de la Página de Atractivos (Parque de la Familia)

Gráfico N° 20: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño de la Página de Atractivos (Museo Colegio Bolívar)

Gráfico N° 21: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño de la Página de Atractivos (Artesanías Quisapincha)

Gráfico N° 22: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño de la Página de Gastronomía (Llapingachos)

Gráfico N° 23: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño de la Página de Gastronomía (Gallinas de Pinllo)

Gráfico N° 24: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño de la Página de Gastronomía (Colada Morada)

Gráfico N° 25: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño de la Página de Gastronomía (Cuy Asado)

Gráfico N° 26: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño de la Página de Gastronomía (Helados)

Gráfico N° 27 Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño de la Página de Alojamiento (Hotel Emperador)

Gráfico N° 28: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño de la Página de Alojamiento (Hotel Napoleón)

Gráfico N° 29: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño de la Página de Alojamiento (Hotel Imperial)

Gráfico N° 30: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño de la Página de Alojamiento (La Kapital Hotel)

Gráfico N° 31: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño de la Página de Alojamiento (Hotel Paris)

Gráfico N° 32: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño de la Página de Transporte (Publico)

Gráfico N° 33: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de transporte se proyecta las diferentes cooperativas y sus recorridos que laboran en la ciudad de Ambato.

Diseño de la Página de Transporte (Privado)

Gráfico N° 34: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de transporte se proyecta los diferentes números de contacto de servicio de transporte privado.

Diseño de la Página de Historia

Gráfico N° 35: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de historia se detallan los acontecimientos más relevantes del cantón Ambato y el resurgimiento después del terremoto.

Diseño arquitectónico

Es importante saber cómo estará estructurada la página, cómo será cada una de las opciones, el detalle de cada una de las secciones, como se accederá a ellas, etc.

Gráfico N° 36: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de inicio se visualiza un video del cantón Ambato, con imágenes con los principales productos que ofrecen los diferentes prestadores de servicios.

Diseño arquitectónico de la Página de Atractivos (Quinta De Juan León Mera)

Gráfico N° 37: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño arquitectónico de la Página de Atractivos (Casa de Montalvo)

Gráfico N° 38: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención,

Diseño arquitectónico de la Página de Atractivos (Parque de la Familia)

Gráfico N° 39: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño arquitectónico de la Página de Atractivos (Museo Colegio Bolivar)

Gráfico N° 40: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño arquitectónico de la Página de Atractivos (Artesanías Quisapincha)

Gráfico N° 41: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de atractivos se detalla los servicios que posee cada uno de los lugares mencionados, horarios de atención, costo de ingreso y las imágenes del lugar.

Diseño arquitectónico de la Página de Gastronomía (Llapingachos)

Gráfico N° 42: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño arquitectónico de la Página de Gastronomía (Gallinas de Pinllo)

Gráfico N° 43: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño arquitectónico de la Página de Gastronomía (Colada Morada)

Gráfico N° 44: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño arquitectónico de la Página de Gastronomía (Cuy Asado)

Gráfico N° 45: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño arquitectónico de la Página de Gastronomía (Helados)

Gráfico N° 46: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de gastronomía, se detallan las características de los principales platos típicos que identifican a la ciudad de Ambato como; ingredientes, valor nutricional, etc.

Diseño arquitectónico de la Página de Alojamiento (Hotel Emperador)

Gráfico N° 47: Diseño página de inicio

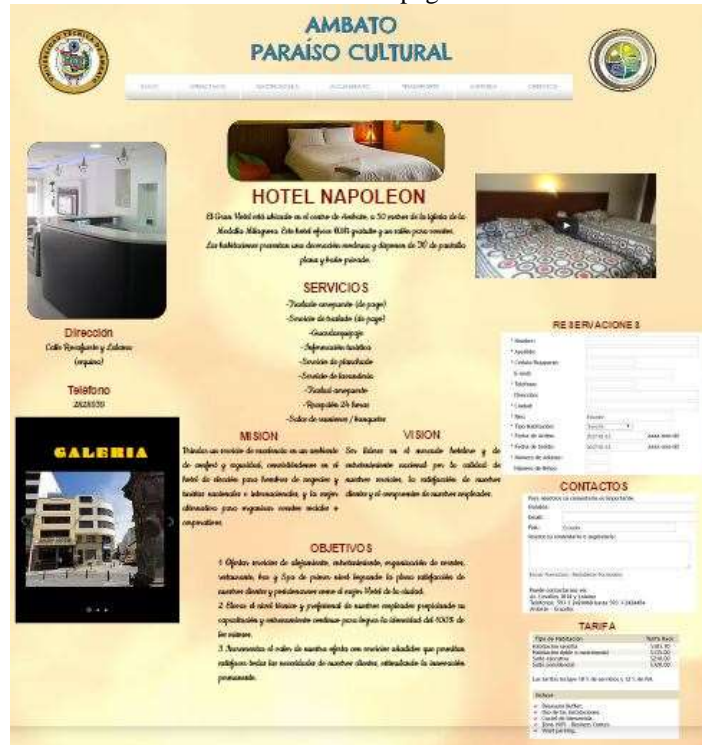


Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño arquitectónico de la Página de Alojamiento (Hotel Gran Napoleón)

Gráfico N° 48: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño arquitectónico de la Página de Alojamiento (Hotel Imperial)

Gráfico N° 49: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño arquitectónico de la Página de Alojamiento (La Kapital Hotel)

Gráfico N° 50: Diseño página de inicio

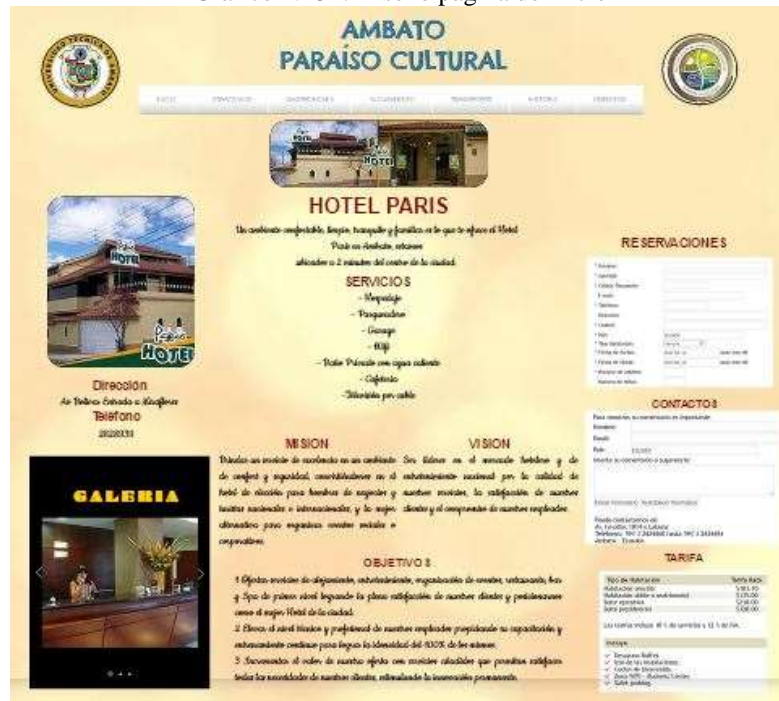


Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño arquitectónico de la Página de Alojamiento (Hotel Paris)

Gráfico N° 51: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de alojamiento se detalla los diferentes servicios que brindan cada uno de los establecimientos ubicados en la ciudad de Ambato.

Diseño arquitectónico de la Página de Transporte (Público)

Gráfico N° 52: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de transporte se proyecta las diferentes cooperativas y sus recorridos que laboran en la ciudad de Ambato.

Diseño arquitectónico de la Página de Transporte (Privado)

Gráfico N° 53: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de transporte se proyecta los diferentes números de contacto de servicio de transporte privado.

Diseño arquitectónico de la Página de Historia

Gráfico N° 54: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

En la página de historia se detallan los acontecimientos más relevantes del cantón Ambato y el resurgimiento después del terremoto.

Diseño arquitectónico de la Página de Créditos

Gráfico N° 55: Diseño página de inicio



Elaborado por: MONTERO, Santiago (2017)

6.6.6 Verificación y Validación

(BID, 2009) Fase donde el usuario final ejecuta el sistema, para ello el o los programadores ya realizaron exhaustivas pruebas para comprobar que el sistema no falle.

Este Plan de Verificación para el proyecto soporta los siguientes objetivos:

- Identificar los componentes de software y documentación que deben ser sometidos al proceso de verificación y validación.
- Enumerar los requerimientos que son recomendados para verificar, teniendo en cuenta las prioridades del cliente en cada fase.
- Describir las estrategias de verificación que serán utilizadas para cada tipo de verificación, esto es, verificación unitaria, de integración, funcional y de sistema.
- Identificar los recursos humanos y roles que serán necesarios en el proceso de verificación y validación.

Estrategia de Verificación

Esta sección presenta el enfoque recomendado para la verificación. Describe como se verificarán los elementos. Se indicarán las técnicas usadas y el criterio para saber cuándo una prueba se completó (criterio de aceptación).

Tipos de pruebas

1 Prueba de Funcionalidad

La prueba de funcionalidad se enfoca en requerimientos para verificar que se corresponden directamente a casos de usos o funciones y reglas del negocio. Los objetivos de estas pruebas son verificar la aceptación de los datos, el proceso, la recuperación y la implementación correcta de las reglas del negocio. (BID, 2009)

2 Prueba de Interfaz de Usuario

Esta prueba verifica que la interfaz de usuario proporcione al usuario el acceso y navegación a través de las funciones apropiadas. Además asegura que los objetos presentes en la interfaz de usuario se muestren como se espera y conforme a los estándares establecidos por la empresa o de la industria. (BID, 2009)

3 Prueba de Performance

En esta prueba se miden y evalúan los tiempos de respuesta, los tiempos de transacción y otros requerimientos sensitivos al tiempo. El objetivo de la prueba es verificar que se logren los requerimientos de performance. La prueba de performance es implementada y ejecutada para poner a punto los destinos de pruebas de performance como función de condiciones de trabajo o configuraciones de hardware. Para este sistema, las pruebas de performance son respecto a los tiempos de carga para las páginas. (BID, 2009)

4 Prueba de Fallas y Recuperación

Las Pruebas de Fallas y Recuperación aseguran que el software puede recuperarse de fallas de hardware, software o mal funcionamiento de la red sin pérdida de datos o de integridad de los datos. (BID, 2009)

5 Roles

En la tabla a continuación se muestra la composición de personal para el proyecto Cloud News en el área Verificación del Software. (BID, 2009)

Rol	Cantidad mínima de recursos recomendada	Responsabilidades
Responsable de verificación	1	Identifica, prioriza e implementa los casos de prueba. Genera el Plan de Verificación. Genera el Modelo de Prueba. Evalúa el esfuerzo necesario para verificar. Proporciona la dirección técnica. Adquiere los recursos apropiados. Proporciona informes sobre la verificación.
Asistente de verificación	4	Ejecuta las pruebas Registra los resultados de las pruebas. Documenta los pedidos de cambio.

Implementador	Equipo de implementación completo	Ejecuta las pruebas unitarias Diseña las pruebas de integración planificadas Ejecuta las pruebas de integración
---------------	-----------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6 Informes de Verificación

Documento	Se genera un documento Informe de Verificación Unitaria por cada prueba unitaria que se realice al sistema.
Creado por	Las personas que ejecutan las pruebas.
Para quien	Es el retorno para los implementadores de la tarea de verificación, que detalla los errores encontrados para que puedan ser corregidos.
Fecha de liberación	Será liberado luego de cada verificación unitaria.

7 Evaluación de la verificación

Documento	Se genera un documento Evaluación de la verificación por cada prueba que se realice al sistema. Este documento contiene las fallas encontradas en el sistema, la cobertura de la verificación realizada y el estado del sistema.
Creado por	El Responsable de verificación, que toma como fuente de su trabajo los Informes de verificación.
Para quien	Es el resumen de la tarea de verificación y es el retorno para todo el equipo de trabajo del estado del sistema.
Fecha de liberación	Será liberado luego de cada verificación, unitaria, de integración y de sistema.

8 Informe final de verificación

Documento	El documento Informe final de verificación es el resumen de la verificación final del sistema antes de que sea liberado al entorno del usuario.
Creado por	El Responsable de verificación, que toma como fuente de su trabajo los Informes de verificación.
Para quien	Indica el estado del sistema.
Fecha de liberación	Será liberado luego de la verificación final del sistema.

6.6.7 Mantenimiento

Una de las etapas más críticas, se destina un 75% de los recursos en el mantenimiento del Software ya que puede ser que no cumpla con todas nuestras expectativas.

Prioridades de Mantenimiento

El mantenimiento de un sitio Web es un proceso constante que se inicia después de su lanzamiento y termina cuando este es dado de baja.

1. Mantenimiento de Enlaces.

Como los documentos HTML y sus componentes gráficos relacionados están enlazados de una manera específica, cualquier cambio o adicción que haga a documentos o directorios existentes, puede afectar la relación entre ellos. El resultado más común es que los enlaces se rompan, las imágenes se mezclen, o las páginas no se carguen adecuadamente. (BID, 2009)

2. Mantenimiento del Contenido.

Actualizar el sitio involucra cambiar el contenido. Esto puede ser tan fácil como controlar los enlaces a otros sitios para asegurarse de que sean válidos, o tan complejo como agregar nuevas funciones a los formatos. Los recursos y los costos para mantener un sitio moderno y en buen estado, dependen del tamaño y complejidad del sitio y qué tan seguido tiene que ser actualizado. (BID, 2009)

3. Mantenimiento del Software.

Es importante revisar los sistemas y aplicaciones basados en la Web periódicamente con respecto al manejo de información, riesgos potenciales a la seguridad, la actuación del sistema, y los modelos de uso (analizando Web logs), y tomar las medidas convenientes para arreglar el shortcom-ings y debilidades, cualquiera. (BID, 2009)

4. Mantenimiento del Diseño

Generalmente una imagen empresarial debe realizar un cambio cada dos años, dependiendo del tipo de empresa. Es lógico imaginar que el sitio Web debe contener elementos obtenidos de la imagen corporativa de la empresa como el logotipo,

colores corporativos, etc. Sin embargo el diseño en si puede cambiarse por otro más innovador o llamativo. (BID, 2009)

Dentro del protocolo de mantenimiento de la página web, que se establecerá cada 6 meses, tomando en cuenta las necesidades de la empresa.

FECHA DE MANTENIMIENTO	OBJETIVO
Junio-2017	Actualizar contenido Actualizar enlaces Actualizar software
Diciembre-2017	Actualizar Diseño
Junio-2018	Actualizar contenido Actualizar enlaces Actualizar software
Diciembre-2017	Actualizar Diseño

6.6.8 Manejo de Manuales

Manual de Usuario

Requisitos tecnológicos para el usuario

Para visualizar correctamente la página, el usuario deberá tener en su equipo, los siguientes componentes instalados:

Mínimo Internet Explorer 6, Mozilla Firefox 2.0, o Safari v5 (cualquier versión superior funciona)

Ingreso

Opción 1

-En su navegador de internet escriba en la barra de direcciones el siguiente link:

<http://santy-16sj.wixsite.com/ambato-paradise>

-A continuación aparecerá la ventana principal o la página de inicio



Dentro del contenido se puede observar varios videos del cantón Ambato con sus diferentes atractivos, también se puede escuchar música distintiva de la ciudad, contiene imágenes relevantes que caracterizan a Ambato.

En la parte superior derecha existen enlaces a las diferentes redes sociales como Facebook, instagram, twitter, snapchat y el respaldo de trip advisor.

Menú de la página



Se podrá elegir una de las opciones, dándole click para ingresar y observar la información

Página de Atractivos



ATRATIVIVOS
- Quinta de Juan Leon Mera
- Casa de Montalvo
- Parque de la Familia
- Museo Colegio Bolivar
- Artesanías Quisapincha

Dentro de cada uno de los atractivos se puede observar las principales características de los sitios, horario de atención, altitud, costo de ingreso dirección, teléfono, el lugar situado desde google maps, y una galería fotográfica.

Página de Gastronomía



GASTRONOMÍA
- Llapingachos
- Gallinas de Pinlo
- Colada Morada
- Cuy Asado
- Helados

En las diferentes páginas de gastronomía se observa las principales características de cada plato, el origen, valor nutricional, ingredientes, horario de atención, lugares donde se puede encontrar y google maps para una mejor localización.

Página de Alojamiento



ALOJAMIENTO
- Hotel Emperador
- Hotel Gran Napoleón
- Hotel Imperial
- La Kapital hotel
- Hotel Paris

En la página de alojamiento se brinda información acerca de cada hotel como los servicios que ofrecen, dirección, teléfono y una galería de imágenes.

También existe la opción de reservar de manera online para facilidad del cliente, información de contacto, y la tarifa de cada una de las habitaciones.

Página de Transporte



TRANSPORTE
- Público
- Privado

En esta página se proyecta las diferentes líneas de transporte urbano y sus respectivos recorridos.

Se observa una amplia información del transporte privado como contactos para facilidad del cliente.

Página de Historia



Dentro de la página de historia se observa los acontecimientos relevantes de San Juan Bautista de Ambato y el surgimiento después del terremoto de 1949.

Manual de Administrador

Navegación por la administración

El menú de Navegación por la administración está disponible en todas las páginas.



Enlace del administrador

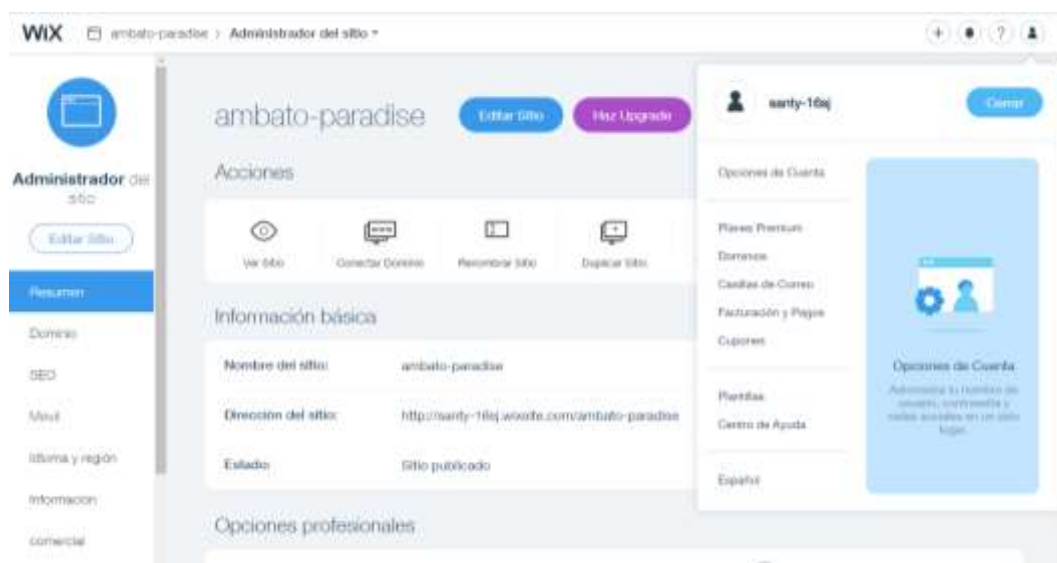
Dar clic en el nombre de administrador para abrir la página con las opciones de usuario para el administrador.



Enlace de cerrar sesión

Dar clic en cerrar sesión para salir del área de administración, al cerrar la sesión se asegura que se ha cerrado de forma correcta y segura su conexión al sistema, y que

ningún usuario no autorizado puede acceder al área de administración de su sitio. Después de cerrar sesión, volverá a aparecer la página de identificación.



Cargar imágenes

Las imágenes se cargan mediante el cuadro de diálogo abrir archivo. Además, hay un botón o un símbolo de Cargar archivo en los lugares correspondientes.

Insertar y editar imágenes

Inserte imágenes con el administrador de archivos

1. En la barra multifunción, haga clic en el símbolo de Imagen.
2. Haga clic en Seleccionar archivo.
3. Seleccione la imagen en el Administrador de archivos.
4. En el Administrador de archivos, haga clic en Aplicar.
5. Ahora puede ver una vista previa de la imagen.
6. Si es necesario, edite las propiedades de la imagen.
7. Para insertar una imagen, haga clic en Aceptar. Para editar las propiedades de una imagen.



Insertar enlace / Quitar enlace

Para añadir un enlace

1. Seleccione el texto para el enlace.
2. Haga clic en el botón para añadir un enlace.
3. Introduzca una dirección de Internet o seleccione una página.
4. Seleccione la casilla de verificación correspondiente si la página enlazada debe abrirse en su propia ventana.
5. Haga clic en Aplicar para añadir el elemento al campo de texto.



Pruebas

Antes de publicar la dirección del sitio web en internet, se debe probar como visitante, así se puede comprobar si sus opciones y cambios (del logotipo, el diseño, los productos, etc.) se han aplicado correctamente y se visualizan según lo previsto.



Guardar

Botón activo "Guardar" en la aplicación, guardar es un botón activo, esto significa que el botón sólo se puede utilizar si se ha modificado un valor en la página actual y es necesario guardar.



6.6.9 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Una vez establecido el marco general, se recopiló, analizó y evaluó los datos básicos para la correcta elaboración del plan tanto a nivel interno como externo de la Empresa.

6.6.10 PLAN DE ACCIÓN

Cualquier objetivo se puede alcanzar desde la aplicación de distintos supuestos estratégicos que exigen la aplicación de una serie de tácticas. Estas tácticas definen las acciones concretas que se deben poner en práctica para poder conseguir los efectos de la estrategia. Ello implica necesariamente el disponer de los recursos humanos, técnicos y económicos, capaces de llevar a buen término las estrategias promocionales. Se puede afirmar que el objetivo del marketing es el punto de llegada, la estrategia o estrategias seleccionadas son el camino a seguir para poder alcanzar el objetivo establecido, y las tácticas son los pasos que hay que dar para recorrer el camino. Las diferentes tácticas que se utilicen en el mencionado plan estarán englobadas dentro del marketing mix, ya que se propondrán distintas estrategias específicas combinando de forma adecuada las variables del marketing (Cabarcos, 2010).

6.7 Modelo Operativo

Tabla 22: Modelo Operativo

FASES	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTO	RESPONSABLES	TIEMPO
Levantar información	Levantar información y seleccionar los lugares gastronómicos, hoteleros y turísticos reconocidos en el la ciudad	Estructurar la ficha de información Visitar cada uno de los establecimientos	Internet Computadora Impresora	\$30	Autor de la propuesta	3 mes
Estructurar	Estructurar una página web en base a la información recopilada	Ejecutar la propuesta de acuerdo a lo establecido	Internet Computadora Material recopilado	\$500	Autor de la propuesta	1 mes
Incluir	Incluir sitios que poseen gran valor de la cultural	Clasificar el patrimonio cultural en su nivel de importancia e historia	Fichas de clasificación Computadora	\$20	Autor de la propuesta	3 días
Proyectar	Proyectar la página web con la información turística recopilada	Convocar a los diferentes actores turísticos Presentar la propuesta establecida	Sala de proyección Material digital	\$50	Autor de la propuesta	2 días
Socializar	Socializar con la unidad de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Ambato.	Realizar una reunión con los técnicos de la Unidad de turismo del GADMA Entregar la página web a la Unidad de turismo del GADMA	Material digital	\$20	Autor de la propuesta Autoridades de la unidad de turismo de GADMA	1 día

Elaborado por: MONTERO, Santiago (2016)

Bibliografía

- Acerenza, M. (2003). *Promoción Turística un enfoque metodológico* (Séptima ed.). México: Trillas.
- Álvarez. (2012). *Tecnología microelectrónica*. Madrid: Ed. Ciencia 3. S.A. Madrid 2012.
- Cabarcos, N. (2010). *Promoción y ventas de servicios turísticos, Comercialización de Servicios Turísticos* (Primera ed.). Vigo, España: Ideaspropias S.I.
- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Díaz de Santos.
- Diseño de materiales multimedia. (2010). (PDF) *Sitio Web: estructura y navegación - Inicio*. Obtenido de (PDF) *Sitio Web: estructura y navegación - Inicio*: <http://www.biblioises.com.ar/Contenido/800/869/Manual%20HTML%20Estructuras.pdf>
- Farlex. (1 de Enero de 2016). *Thefreedictionary*. Obtenido de *Thefreedictionary*: <http://es.thefreedictionary.com/establecer>
- García, J. (1 de Enero de 2006). *Blogspot*. Obtenido de *Blogspot*: <http://jesuseddygarcia.blogspot.com/2010/05/la-comunicacion-leyes-y-axiomas.html>
- Haskard. (2014). *Thick fiim Yechnology and applications*. Electrochemical Publications.
- I.E.S Los Álbares. (Septiembre de 2010). (PDF) *libro de tecnología 3º eso*. Obtenido de (PDF) *libro de tecnología 3º eso*: davidlopezmorte.files.wordpress.com/2013/06/tecnologic3ada-3c2ba-eso-2010-11finalword-97.pdf
- Lomonosov, B. (2016). *Concepto de la Comunicación (Diferentes Autores) - Scribd*. Obtenido de *Concepto de la Comunicación (Diferentes Autores) - Scribd*:

<https://www.scribd.com/doc/78815273/Conceptos-de-La-Comunicacion-Diferentes-Autores>

López, E. (13 de Mayo de 2012). *Medios Digitales*. Obtenido de Medios Digitales: <http://mediosdigitales-mediosdigitales.blogspot.com/2012/05/caracteristicas-de-los-medios-digitales.html>

Martinez, R. (18 de Agosto de 2009). *Blogspot*. Obtenido de Blogspot: <http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/08/el-servicio-turistico-es-el-conjunto-de.html>

Microsoft. (1 de Enero de 2016). *Microsoft Technet*. Obtenido de Microsoft Technet: [https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2\(v=ws.11\).aspx](https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2(v=ws.11).aspx)

Mora. (2015). *Una introducción histórica*. Obtenido de Una introducción histórica: <https://ladimensionculturaldelatecnologia.wordpress.com/>

Morocho, Z. (2012). *Implementación de un libro digital de los atractivos culturales más importantes del Cantón de Cuenca para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca*. Quito. Obtenido de <http://www.poraqui.net/glosario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+yhosteler%3%ADa.informaci%3%B3n+tur%3%ADstica.xhtml>

Muñoz, J. (13 de Junio de 2016). *Poraquinet*. Obtenido de Poraquinet: <http://www.poraqui.net/glosario/informaci%3%B3n+tur%3%ADstica>

Paz, L. (1 de Enero de 2016). *En clave de TIC*. Obtenido de En clave de TIC: <https://tice.wikispaces.com/Nuevas+Tecnolog%3%ADas>

Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definición de sociedad-Qué es, significado y Concepto*. Obtenido de Definición de sociedad-Qué es, significado y concepto: <http://definicion.de/sociedad/>

Prudenziati. (2014). *Thick film sensors*. Holland: Elsevier, Amsterdam.

- Rabajolí, G. (Enero de 2012). (PDF)*Recursos digitales para el aprendizaje - Webinar 2012*. Obtenido de (PDF)Recursos digitales para el aprendizaje - Webinar 2012: www.webinar.org.ar/sites/default/files/.../Graciela%20rabajoli%20Webinar2012.pdf
- Rodríguez, A. (2009). *Periodismo turístico Análisis del turismo a través de las portadas* (Primera Edición ed.). Barcelona: UOC.
- Rodríguez, S. (1 de Enero de 1999). *masadelante*. Obtenido de masadelante: <http://www.masadelante.com/faqs/sistema-operativo>
- Rojas, J. (27 de Agosto de 2009). *Teoría y conceptos sobre las Nuevas tecnologías de la información*. Obtenido de Teoría y conceptos sobre las Nuevas Tecnologías de la información: <http://es.slideshare.net/tequilastudio/teora-y-conceptos-sobre-las-nuevas-tecnologas-de-la-informacin-y-comunicacin>
- Significados. (1 de Enero de 2013). *Significados*. Obtenido de Significados: <http://www.significados.com/idioma/>
- Tardáguila, C. (Enero de 2009). *Dispositivos móviles y multimedia*. Obtenido de Dispositivos móviles y multimedia: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9164/1/dispositivos_moviles_y_multimedia.pdf
- Wordpress. (1 de Enero de 2008). *Definición*. Obtenido de Definición: <http://definicion.de/reserva/>

ANEXOS

Anexo 1: Solicitud dirigida a la Cámara de Turismo



Ambato, 19 de Enero de 2017
Of. 0102-CPTT-2017

Licenciado Mg.
Oscar Abril
COORDINADOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
Presente.-

De mi consideración:

En atención a su solicitud referente al tema de investigación, "RECURSOS DIGITALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INFORMACIÓN TURÍSTICA A LOS VISITANTES CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA", realizado por la señor **Milton Santiago Montero Proaño**, portador de la Cédula de Ciudadanía No. 1804892220, nos permitimos expresar su beneplácito en aceptar esta petición, a la vez comprometerse a facilitar la información que la Cámara disponga para este propósito, y sobre todo, pueda servir esta investigación para los fines propuestos.

Hago propicia la ocasión para saludarle y reiterarle el sentimiento de nuestra consideración.

Atentamente,

Eduardo Calvache
DIRECTOR EJECUTIVO



Anexo 2: Encuesta



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



CARRERA DE TURISMO Y HOTELEÍA

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PRESTADORES DE SERVICIO

Objetivo: Recopilar información que permita sustentar el desarrollo de la investigación titulada: Recursos digitales y su contribución en la información turística a los visitantes del cantón Ambato, Provincia de Tungurahua, como requisito previo para la obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato.

1: ¿Cree usted que la tecnología ayuda a la promoción de los atractivos turísticos?

a.- SI

b.- NO

2: ¿Qué tipo de turista frecuenta constantemente los atractivos?

a.,- Norte Americano

b.- Europeo

c.- Asiático

d.- Nacional

3: ¿Cree usted que gracias a la actividad turística ha mejorado la calidad de vida de los habitantes?

a.- SI

b.- NO

4: ¿Está usted de acuerdo en aportar con información del atractivo para proyectar y promocionar mediante la web?

a.- SI

b.- NO

5: ¿Cree usted que ayudaría a mejorar la afluencia de visitantes mediante la creación de una plataforma virtual donde se detallen cada uno de los atractivos de Ambato?

a.- SI

b.- NO

6: ¿Cree usted que la información de los atractivos turísticos del cantón Ambato emitida en la web satisface las necesidades de los posibles visitantes?

a.- SI

b.- NO

7: ¿Está usted de acuerdo que la información turística debe ser emitida en otros idiomas?

a.- SI

b.- NO

8: ¿Está usted de acuerdo que se dé la creación de una aplicación para dispositivos móviles con la información de todos los atractivos turísticos del cantón Ambato?

a.- SI

b.- NO

9: ¿Está usted capacitado en el manejo de la tecnología para proyectar la información del atractivo?

a.- SI

b.- NO

10: ¿Cree usted que el cantón Ambato posee las capacidades necesarias para cubrir a cabalidad la demanda de visitantes?

a.- SI

b.- NO

ARTÍCULO ACADÉMICO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

La información turística en el proceso de la comunicación tecnológica en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua

Technological information in the process of the communication in the tourism industry in Ambato city, Province of Tungurahua

Montero Proaño Milton Santiago

Melo Fiallos Diego Fernando

santy_16sj@hotmail.com

Resumen

El artículo, da a conocer como el desarrollo de la tecnología ha contribuido en los últimos tiempos al turismo, mediante la información de los servicios y productos turísticos puestos a disposición de los usuarios, a través de los espacios en sitios web, cuyo beneficio es optimizar el tiempo mediante búsquedas versátiles de los productos turísticos en cuanto a las necesidades de los turistas, con el fin de exponer la oferta de los atractivos, para mejorar la calidad en los servicios con un método eficiente en la búsqueda de dicha información y su posterior adquisición en sitios web, donde el turista pueda apreciar las alternativas a ofrecer por parte de los servidores turísticos. Cabe recalcar, que dicha información puede ser utilizada en dispositivos móviles como:

- Celulares: dispositivo inalámbrico electrónico que está preparado para tener acceso a la telefonía celular.
- Tabletas: es un dispositivo electrónico que tiene un tamaño intermedio entre el ordenador y el móvil.
- Relojes inteligentes: es un reloj pulsera que incorpora un conjunto de componentes electrónicos junto con un microprocesador capaz de ejecutar aplicaciones informáticas gracias a las cuales el propietario puede acceder a

internet, consultar su correo electrónico, realizar y recibir llamadas, monitorizar y cuantificar su actividad diaria, ejecutar determinadas aplicaciones.

- Computadoras: es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información conveniente y útil.

De esta manera se logra dar confort al usuario que desea adquirir o conocer las principales características del atractivo o destino turístico, por medio del uso del internet como herramienta proyectada en la innovación. Por esta razón, es importante realizar una excelente promoción en base del marketing para proyectar la visualización en lo que quiere el usuario en relación a costos, temporalidad, de los servicios. Además es importante mencionar que el material promocional turístico del cantón Ambato se ha logrado difundir mediante:

- Trípticos
- Flayers,

Pero la razón de dicho artículo, se basa en que la información sea digital de manera fidedigna con la correspondiente actualización para que el turista que desea buscar información de los principales atractivos tenga la accesibilidad con la ayuda del dispositivo móvil para la posterior aceptación, lo que permitirá el desarrollo del turismo mediante el uso de la tecnología.

Palabras claves: Información tecnológica, usuarios, sitios web, turismo, marketing.

Abstract

The article discloses the development of technology has contributed in recent times to tourism through information services and tourism products made available to users through the spaces on websites, whose benefit is to optimize time by versatile search of tourist products as to the needs of tourists, to expose the details of the attractions to improve the quality of services concerning the efficiency of the search for further acquisition or information on websites in that tourists can appreciate the alternatives to offer by tourist servers. It should be noted that such information can be used on mobile devices as:

- Cell phones: electronic wireless device that is ready to access mobile telephony.
- Tablets: is an electronic device having an intermediate size between the computer and mobile.
- Smart watch: it is a wristwatch that incorporates a set of electronic components with a microprocessor capable of running applications through which the owner can access the Internet, check emails, make and receive calls, monitor and measure their daily activity, perform certain applications.
- Computers: it is an electronic machine that receives and processes data into convenient and useful information.

In this way manages to give comfort to the user that want to purchase or know the main features of the attraction or destination, through the use of the internet as a tool projected on innovation. For this reason, it is important to make an excellent marketing promotion based visualization to project what the user wants in relation to costs, timing, and services. It is also important to mention that the tourism promotional material Ambato Canton has managed to spread through:

- Leaflets
- Flayers

But the reason for this article, is based on digital information with the corresponding update for the tourists who want to find information of the main attractions have accessibility with the help of the mobile device for subsequent acceptance, allowing the development of tourism through the use of technology.

Keywords: Technological information, users, websites, tourism, marketing.

Introducción

La industria turística desde finales del siglo XIX, la investigación de naturaleza económica sobre el tráfico se centró en el estudio empírico del negocio hotelero y se desarrolló más tarde hasta alcanzar cotas de excelencia en los países de habla alemana, sobre todo en Suiza, Austria y Alemania (Norval, 2010)

Según (Cotrina, 2015) La industria turística es el sector económico de servicios básicos, de alojamiento y alimentación relacionados con agencias de viajes y de transporte de pasajeros; complementados por otros de recreación y ventas de productos típicos y apoyados en un conjunto, por una serie de actividades productoras de bienes y servicios.

Industria turística

Para (Cobo, 2013) plantea lo siguiente:

La industria turística posee varios actores que en conjunto forman la Superestructura, encargada de alinear las diferentes estrategias de desarrollo para el Sector. Sus actores son, el Estado, la empresa Privada y la demanda.

➤ **Estado**

Encargado de generar las normas, reglas y procedimientos para generar la actividad dentro del Territorio Nacional.

Es su responsabilidad generar las facilidades de comunicación para enlazar a la demanda con la oferta de la mejor manera, a través de la creación de: puertos, aeropuertos, estaciones, carreteras, puentes y demás obras que faciliten la conectividad.

➤ **Oferta**

Encargado de desarrollar las diferentes empresas prestadoras de servicio que ayudarán al destino natural o social a crecer de una manera adecuada.

Encargado de construir hoteles, hostales, restaurantes, cafeterías, agencias de viaje, empresas de transporte y demás servicios, dentro de los lineamientos establecidos por el Estado y de acuerdo a las exigencias de la Demanda.

Entregar un servicio de calidad a través de sus productos, sus instalaciones y sus trabajadores para asegurar los niveles de fidelización y el incremento de visitas.

➤ **Demanda**

La tendencia mundial es la de seleccionar los destinos con mayor responsabilidad financiera, ambiental y social. Aquellos que demuestren ser capaces de generar riqueza mientras protegen la zona de intervención.

Imagen 1: Industria turística



Elaborado por: Montero, S. (2016)

La industria turística representa el conjunto de bienes y servicios que son puestos a disposición de los turistas, mediante el apoyo de leyes y de organismos que ayudan al desarrollo turístico ejercido por los servidores turísticos de un determinado lugar.

La industria turística hoy en día, se ve sometida a los cambios tecnológicos, a través de la aplicación de nuevas alternativas turísticas, expuestas a los usuarios o visitantes en páginas web que favorecen al desarrollo del turismo de un determinado atractivo o destino, que evidencian los productos y servicios a ofertar de manera fácil, oportuna, cómoda. Hoy en día representa una tendencia porque se enfoca en los requerimientos de las demandas, y ofrecer búsquedas más flexibles, personalizadas de acorde con las necesidades de los turistas que usan aplicaciones con la información prevista en la red.

Por esta razón es pertinente que las empresas turísticas lleven un modelo de gestión en el campo tecnológico puesto a consideración del turista sobre la información y contenido necesarios para la prestación del servicio. En relación a lo que desean conocer considerando algunos aspectos entre ellos:

1. La estancia
2. El precio,
3. La temporalidad

Expuestas en los productos que se detallan en páginas de internet o redes sociales, para la correcta promoción de dichas actividades.

Es evidente que el desarrollo del turismo a través del uso de herramientas tecnológicas, como sitios web representa una ventaja para la fidelización por parte de la demanda, con información valiosa destinada a ofrecer calidad en el servicio por parte de otras alternativas promocionales que tradicionalmente son realizadas por los servidores turísticos frente a la innovación y el progreso tecnológico, en aspectos personalizados que pueden ser usados por los turistas en los dispositivos móviles como ayuda para optimizar el tiempo en relación a la comunicación turística.

La provincia de Tungurahua, cuenta con nuevo material de promoción turística para potencializar así la industria turística para el disfrute del visitante, mediante el apoyo de material impreso en:

1. Flayers,
2. Afiches
3. Fotografías

En sitios de visita representativos de los cantones, en base a la cultura y gastronomía así como los servicios que ofrecen los atractivos turísticos. Sin embargo, este material promocional físico se debe digitalizar, actualizar y ser proyectados en sitios web como herramienta necesaria para el desarrollo del turismo.

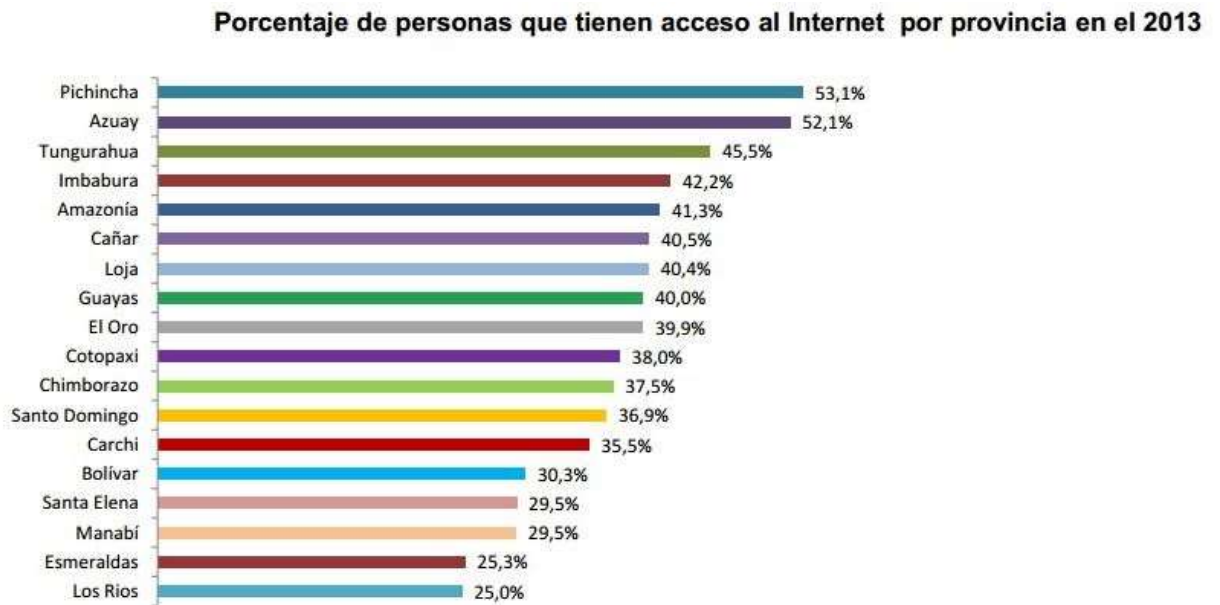
Por esta razón, el objetivo general del artículo se enfoca en la utilización de sitios web a través, de la información de los atractivos turísticos para que sean potencializados y

puestos a disposición de los usuarios o visitantes y por medio del uso de la tecnología emplear alternativas turísticas acorde con los gustos y preferencias de los mismos, mediante la innovación en el ámbito turístico como modelo a utilizar por parte de la industria turística en la Provincia de Tungurahua.

Información Tecnológica

Es considerado como un instrumento básico y necesario para la realización de las actividades, con el enfoque de obtener un intercambio de los servicios puestos en la web, para la correcta difusión. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005) concibe como “Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) constituyen un conjunto de instrumentos cada vez más eficaces para crear y difundir el conocimiento, así como para aprovecharlo en común”.

Imagen 2 : Porcentaje que tienen acceso a internet por provincia



Elaborado por: INEC (2013)

Dentro de la información turística se relacionan varios factores primordiales como;

- Conocimientos Ancestrales.-Son un patrimonio cuyo valor no se circunscribe únicamente a las comunidades originarias, sino que dichos saberes constituyen un importante recurso para toda la humanidad

- Conocimiento Científico.-Es aquella verdad descubierta a través del proceso de investigación, basado en todas aquellas evidencias que nos llevan a indagar en la realidad para obtener una verdad con certeza.
- Conocimientos Culturales.- Incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad

La necesidad de que los países latinoamericanos impulsen actividades turísticas sostenibles, con el fin de transformar sus estructuras productivas. Latinoamérica es vendedora de productos primarios, esta estructura involucra que cada vez tengamos que hacer mayores esfuerzos para mantener las industrias, creándonos dependencia y vulnerabilidad.

Asimismo certificar la sostenibilidad turística como un ingrediente fundamental en el desarrollo económico y social del Ecuador.

Alcanzar el buen vivir es perfectamente compatible con el mejorar las condiciones de vida de la población, elementos como la estandarización o la certificación son importantes porque permiten caracterizar de mejor manera una oferta de servicios que tiene que empatarse con un ideario de transformación en nuestro país”.

Herramientas tecnológicas

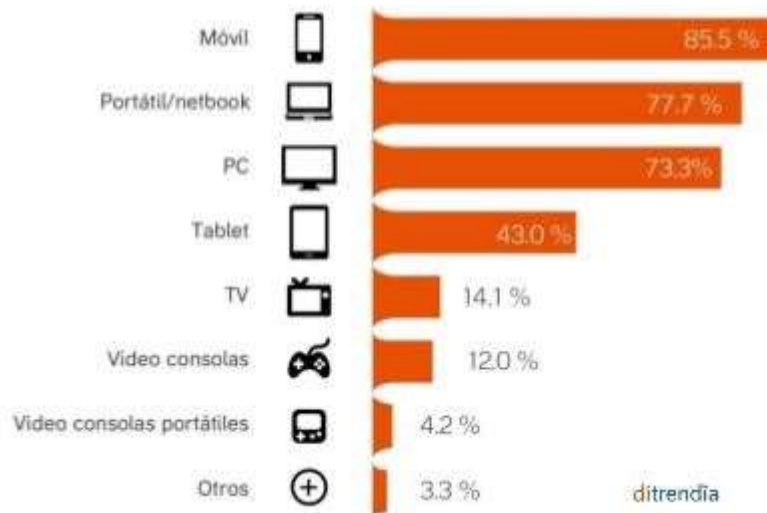
Las herramientas tecnológicas, son consideradas como las facilidades para acceder a la información de un determinado lugar o actividad, además representa un conjunto de alternativas para ser puestas a disposición de los usuarios, lo cual permite facilitar el trabajo mediante la optimización del tiempo, en relación de las preferencias y gustos por parte de las personas que desean conocer sobre los servicios que son proporcionados mediante los dispositivos.

Según (Franco, 2010) menciona:

Las Herramientas tecnológicas, son programas y aplicaciones (software) que pueden ser utilizadas en diversas funciones fácilmente y sin pagar un solo peso en su funcionamiento... Están diseñadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean aplicados

eficientemente intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las organizaciones.

Imagen 3 : Dispositivos más utilizados



Elaborado por: Ditrendia (2013)

La web y el turismo

Es importante recalcar, que la generación de información fidedigna hacia los usuarios es imprescindible porque a la vez, permite dar a conocer los detalles de los lugares turísticos para que las personas puedan interactuar y compartir la información a través de otros medios en este caso redes sociales, que la mayoría benefician al desarrollo del turismo mediante la publicación de las actividades turísticas, que se realice en un determinado lugar en cuanto a los atractivos turísticos, que pueden ser puestos a disposición de los turistas y en el caso de los servidores turísticos. Para (García, 2007) considera:

La Web 2.0, concepto que se puso en circulación en octubre de 2004 en una conferencia de Dale Dougherty de O'Reilly Media. No se trata de algo distinto a lo anterior, sino que es una nueva forma de obtener, generar, compartir y distribuir la información. Los contenidos son creados por los propios usuarios, pudiendo interactuar entre ellos y pudiendo formar redes sociales. La web evolucionó hacia un modelo donde el usuario se convirtió en productor y receptor de la información

con un control total sobre la misma; así, la web se transformó en un espacio de encuentro entre productores y receptores y de éstos entre sí.

... Web 2.0 ha revolucionado la comunicación turística; las opciones en lo relacionado con el turismo (viajes, productos, servicios, etc.) se optimizan según la información que se comparte o se recibe dentro de los diferentes nodos que forman la inmensa red de contenidos y comunidades online. Los emisores de esta información turística consiguen ser influyentes para un determinado grupo de personas, formando así muchos más emisores que contribuyen con información turística relevante. El que sea innecesario compartir el mismo espacio y tiempo está ayudando a impulsar las proyecciones virtuales y atemporales transformando y fomentando que los actores turísticos tengan que estar en constante evolución y tengan que integrarse en las redes y comunidades sociales, para no quedar aislados y poder interactuar con el resto de emisores y receptores.

Con el avance de la tecnología , se puede evidenciar el desarrollo de nuevas opciones en la red , para búsquedas acorde con los interés de los usuarios , en este caso los turistas que buscan organizar los viajes, en base reservas, boletos aéreos, e información de servicios y productos turísticos de un determinado destino.

Según (Marteli, 2010) expresa:

La Web semántica intenta que los sistemas sean capaces, no sólo de mostrar la información que contienen las webs, sino también de comprender la peticiones y necesidades informativas del usuario; por lo tanto, es necesario crear un sistema de búsqueda para que la web pueda entender lo que se le está solicitando, realizando deducciones lógicas, a fin de ofrecer al usuario una respuesta precisa acorde a sus intereses.

Todo esto aplicado al turismo supone beneficios para el usuario y para las PYMES relacionadas con el sector. Con mayor facilidad, y de forma más concreta, los usuarios encuentran lo que están buscando. Si, hoy en

día, para organizar un viaje se necesitan muchas páginas web, en el futuro todas estas páginas se integrarán, simultáneamente, en un portal semántico donde aparecerán las distintas fuentes de datos, de esta manera el usuario no tiene que ir página por página hasta encontrar aquello que precisa.

Marketing en destinos turísticos

(Biz, 2009) Explica que uno de los principales problemas de las organizaciones no es sólo el acceso a la información sino la habilidad en procesarla para darle un uso operativo y estratégico.

Tabla 23 Principales atractivos turísticos del cantón Ambato

Atractivos	#
Parque de la Familia	1
Artesanías Parroquia Quisapincha	2
Quinta de Juan León Mera	3
Mausoleo Juan Montalvo	4
Quinta de Juan Montalvo	5
Jardín botánico atocha la liria	6
Museo I. T. Superior Bolívar	7
Casa del Portal	8

Elaborado por: Montero, S. (2016)

Tabla 24 Principales establecimientos de alojamiento del cantón Ambato

Alojamiento	#
Hotel Ambato	1
Hotel Emperador	2
Hotel Boutique Mary Carmen	3
Hotel Miraflores	4
Hotel de las Flores	5
Ficoa Real Suites	6
Quinta Loren	7
Roka Plaza Hotel Boutique	8

Elaborado por: Montero, S. (2016)













Tabla 25 Principales establecimientos de alimentación del cantón Ambato

Alimentación	#
Ali's Parrilladas & Pizzería	1
Pizzería la Fornace	2
Choko Cafetería	3
Las Gallinas de Pinllo AbAkÁ	4
El Palacio del Cangrejo	5
Delicias del Mar	6
Heladería Oasis	7
Cuatemoc Tex Mex	8
RUTA 86	9
Chilaquile	10
El Portón de Tilulum	11
El Chagra	12
Palama Vista Real	13
Creme Brulee Chocolaterie	14

Elaborado por: Montero, S. (2016)

El turismo implica desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, pero en algunas ocasiones se puede considerar como una atracción en sí misma, ya que la etapa “en ruta” forma parte de la experiencia turística.

Tabla 26 Servicio de transporte del cantón Ambato

Transporte Público	Rutas		
Jerpazsol S.A.	 LÍNEA 21 • Manzana de Oro • Hualqui Grande • Puerto Activo		
Los Libertadores	 LÍNEA 1 • Tanco Puyo • Macabá, Atacama • Añashuay	 LÍNEA 2 • La Florida • 4 Clavillos • Cacaobamba	 LÍNEA 3 • La Península • Centro • Las Orquídeas
Tungurahua	 LÍNEA 6 • Baños de • Baños de	 LÍNEA 7 • Jumbún • Baños • La Virgen	 LÍNEA 8 • Miraflores • El Valle
Unión Ambateña	 LÍNEA 14 • Plaza • Tejerías • Baños	 LÍNEA 15 • La Jirón • El Páramo • Parque Industrial	 LÍNEA 16 • Plaza • Centro • Plaza Arboleda
Vía Flores	 LÍNEA 19 • San Pablo • Santa Rosa • Plaza Pachano	 LÍNEA 20 • Juan Benigno Vela • La Concepción • Ex redondel de Izuamba	

Elaborado por: GADMA. (2016)

Método

Para el efecto de la investigación se tomó un enfoque cualitativo y cuantitativo, en relación a lo cualitativo se tomó como objeto de estudio a los actores turísticos de los principales atractivos del cantón Ambato que se dedican a realizar actividades turísticas, mediante la información concisa puesta a disposición de los turistas.

A través del enfoque cuantitativo, se obtuvieron resultados numéricos en base a la aplicación de encuestas que presentan 10 preguntas de interés sobre la

información proyectada en el ámbito turístico por parte de los actores turísticos en el cantón Ambato.

De esta manera se ha tomado como referencia el siguiente listado de servidores turísticos, cuyo número es de 90, siendo menor al tamaño de la muestra, por lo consiguiente no se aplicó la fórmula, pero se presenta a continuación los actores que están involucrados.

Tabla 27: Atractivos encuestados

Sitios	Cantidad	Número de Personas
Jardin botánico atocha la liria	1	3
Museo I.T.Superior Bolivar	1	3
Parque de la Familia	1	3
Mausoleo Juan Montalvo	1	3
Quinta de Juan Leon Mera	1	3
Quinta de Juan Montalvo	1	3
Casa del Portal	1	3
Artesanías Parroquia Quisapincha	1	4
Quinta Loren	1	3
Hotel Emperador	1	4
Hotel Ambato	1	4
Hotel Boutique Mary Carmen	1	4
Roka Plaza Hotel Boutique	1	4
Ficoa Real Suites	1	4
Pizzería la Fornace	1	3
Choko Cafeteria	1	3
Creme Brulee Chocolaterie	1	3
Las Gallinas de Pinllo AbAkÁ	1	3
Cuatemoc Tex Mex	1	3
Ali's Parilladas & Pizzeria	1	3
Palama Vista Real	1	3
El Palacio del Cangrejo	1	3
RUTA 86	1	3
Chilaquile	1	3
El Porton de Tilulum	1	3
Delicias del Mar	1	3
El Chagra	1	3
Heladería Oasis	1	3
Total	28	90 Personas

Resultados

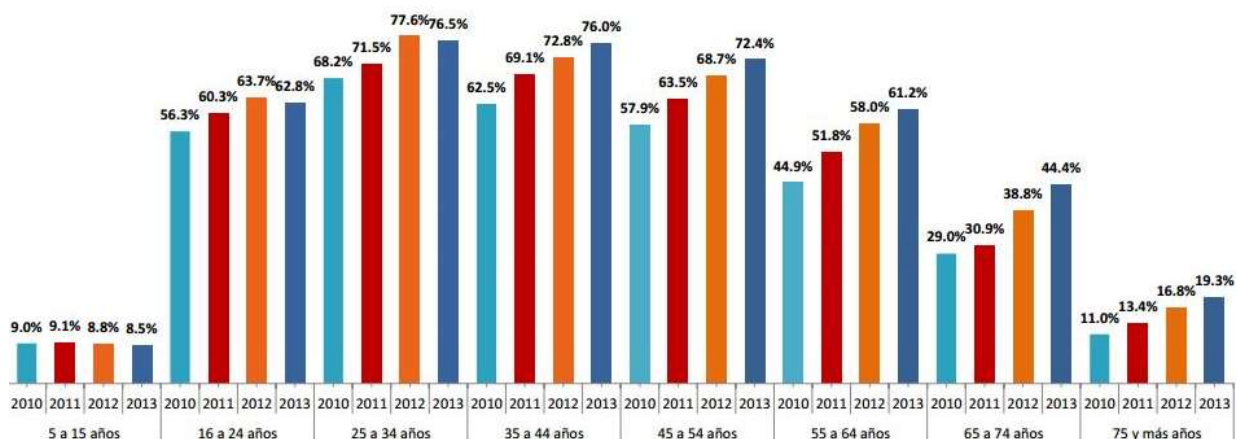
Los resultados obtenidos, mediante el estudio de campo permiten proyectar la utilización de herramientas tecnológicas, en base a la información turística de un determinado lugar detallado a continuación.

Tabla 28 Principales actores turísticos del cantón Ambato

PREGUNTAS	RESULTADOS	
¿Está usted de acuerdo en aportar con información del atractivo para proyectar y promocionar mediante la web?	SI 90 = 100%	NO 0 = 0%
¿Cree usted que la información de los atractivos turísticos del cantón Ambato emitida en la web satisface las necesidades de los posibles visitantes?	SI 36 = 40%	NO 54 = 60%
¿Está usted de acuerdo que se dé la creación de una aplicación para dispositivos móviles con la información de todos los atractivos turísticos del cantón Ambato?	SI 78 = 87%	NO 12 = 13%

El grupo etario con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 25 y 34 años con el 76,5%, seguido de los de 35 a 44 años con el 76,0%

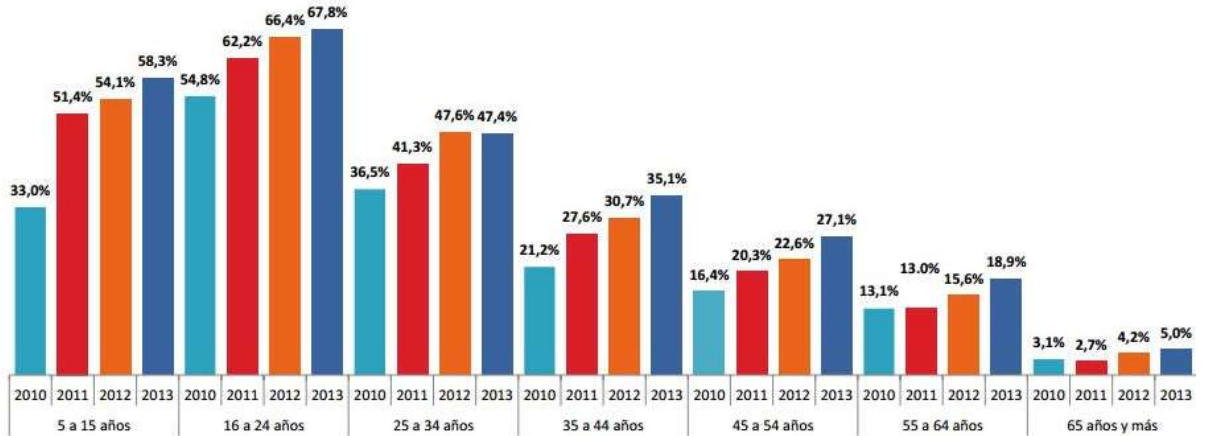
Imagen 4 Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado por grupos de edad



Elaborado por: INEC (2015)

El grupo etario con mayor número de personas que utilizaron computadora es el que está entre 16 a 24 67,8%, seguidos de 5 a 15 años con el 58.3%.

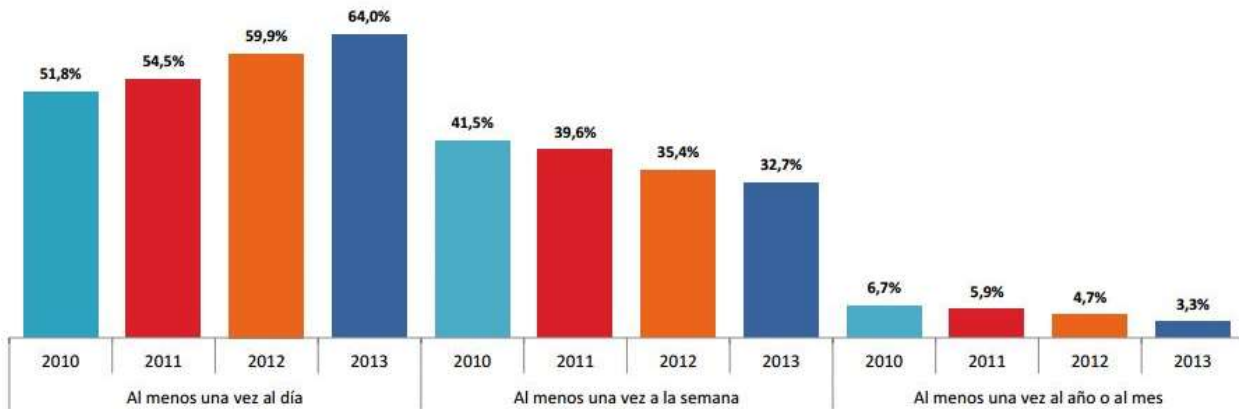
Imagen 5 Porcentaje de personas que utilizan computadora por edad



Elaborado por: INEC (2015)

El 64,0% de las personas que usa internet lo hacen por lo menos una vez al día, seguidos de los que por lo menos lo utilizan una vez a la semana con el 32,7%.

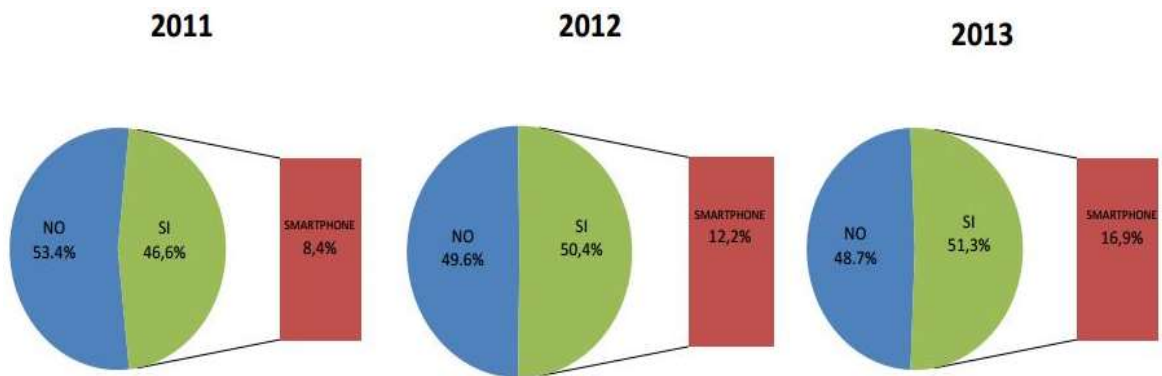
Imagen 6 Frecuencia de uso de internet a nivel nacional



Elaborado por: INEC (2015)

El 16,9% de las personas que posee un celular tiene un teléfono inteligente (SMARTPHONE), frente al 8,4% del 2011, es decir 8,5 puntos más.

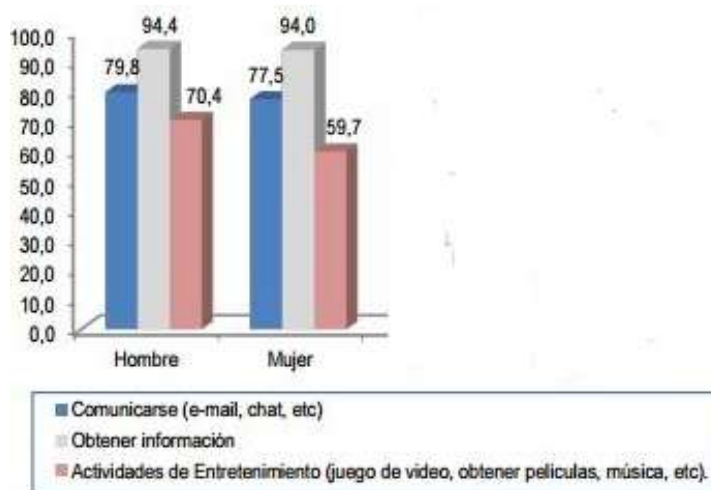
Imagen 7 Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente



Elaborado por: INEC (2015)

El porcentaje de la utilización de la tecnología de ambos sexos.

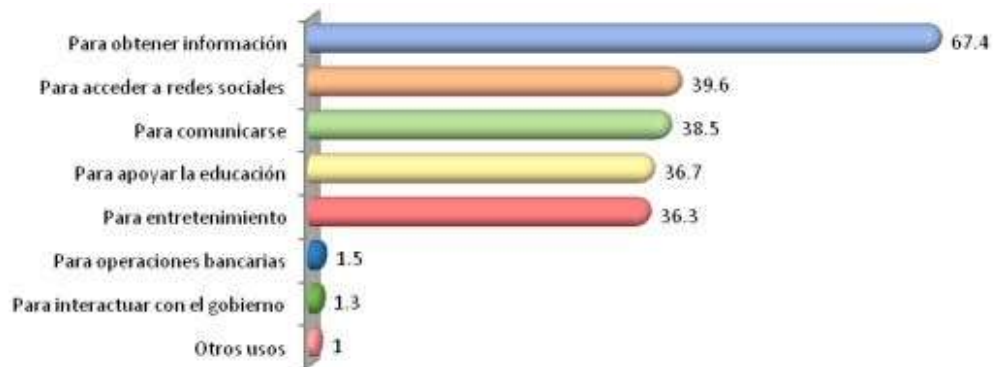
Imagen 8 Porcentaje de utilización de tecnología de ambos sexos



Elaborado por: INEC (2015)

Porcentaje de razones por las cuales se utiliza la tecnología

Imagen 9 Porcentaje de motivos en el uso de la tecnología



Elaborado por: INEC (2015)

Discusión

En el artículo técnico citado por (Fernández, 2010) opina que la información tecnológica estimula, al ámbito turístico en ventajas para abastecer detalles sobre los servicios turísticos mediante la red, para obtener lo requerido de acorde con las necesidades y satisfacción en la adquisición de un producto turístico en la web, para ello menciona:

Los continuos y vertiginosos cambios en las nuevas tecnologías de la información provocan, en un sector como el turístico, considerables ventajas para informar y comunicarse con sus potenciales públicos, pero también implican la necesidad de una adaptación continua. Asimismo, las elevadas cifras sobre los servicios turísticos que los usuarios precisan en Internet —búsqueda de información sobre bienes y servicios, de los que una gran parte corresponde a viajes y alojamientos—, respecto a otros usos, revelan la importancia de este medio como herramienta de comunicación.

Según el criterio de (Medina & Guevara, 2015) consideran que:

El desarrollo de Internet a finales de 1990, han transformado las prácticas de negocio en la industria de manera espectacular, generando

un cambio de paradigma en la industria turística en el que se han redefinido el papel y la competitividad de las empresas y los destinos.

Por esta razón, la discusión planteada por los anteriores autores interpretan que el uso de la tecnología en los últimos años ha sido un factor positivo, para el cambio de modelos o paradigmas que benefician al sector turístico, en los cuales aumenta la productividad y la versatilidad, que se relaciona en la búsquedas de sistemas con información fidedigna, que ofrece la industria turística entre ellas las agencias de viaje, hoteles para transformar procesos de comercialización y gestión de los productos turísticos.

Otro punto de vista, relevante es el auge de las tecnologías móviles y las aplicaciones como un componente esencial en el desarrollo del turismo, y a la comunicación eficaz que recibe el visitante, para la posterior adquisición de un producto o servicio. Según (Ferreira & Abbad, 2013) discurren que. “Los modelos de consumo y comportamiento turístico, permiten a los turistas comprar y comunicarse en cualquier etapa del proceso de consumo turístico y desde cualquier punto físico y tecnologías móviles”. Sin duda para (Castells, 2011) opina que: “El cúmulo de conocimiento acerca del desarrollo tecnológico se aplicó a la creación de dispositivos para procesar información y dio paso a la revolución tecnológica”. Lo que representa el desarrollo de aplicaciones en dispositivos móviles cuyo objetivo, es proveer una información versátil y fácil para que el consumidor pueda beneficiarse de manera eficaz, sobre los diferentes destinos y los servicios a ofertar.

Según (Freire & Gutierrez, 2010) establecen que: “La información no ha dejado de crearse desde el nacimiento de las tecnologías digitales; sobre todo, la generada a través de las redes sociales. El turista busca información de los usuarios sobre sus experiencias en los destinos que desea visitar”. Por lo consiguiente la opinión, de los anteriores autores argumentan que el impacto de las TICs en la industria turística, se basa en la cantidad de información que consume y produce el turista de acorde a la expectativa de visitar el lugar previsto, referente al detalle de los bienes y servicios que se da a conocer en los diferentes aplicaciones móviles como en los servidores turísticos.

Entre otras formas de promocionar los destinos a través de páginas web, de fácil acceso para los turistas en dispositivos móviles en la oferta de servicios en medios digitales, representa un método eficaz para la búsqueda deseada de acorde con la información prevista. Según los criterios de (Santillán, et. al, 2015) consideran que:

Los destinos deben apuntar a la creación del portal Web interactivo del destino que ofrezca y de cuenta de la oferta existente, así como aplicaciones de muestren lugares de visita, al ofrecimiento de museos y sitios digitales en Internet, cartelera de eventos, mapas, realidad aumentada, códigos QR para ampliar la información sobre algunos sitios y monumentos.

Según (RED & AECE, 2005) consideran que “El mercado turístico representa el fuerte incremento en el número de usuarios que utilizan Internet para efectuar la compra de algún producto o servicio turístico como, por ejemplo, billetes de avión o servicios de alojamiento”. Para ello se menciona que el uso del internet, representa herramienta necesaria en el ámbito tecnológico para adquirir bienes y servicios de un destino turístico, cuyo producto se enfoca en la oferta de las actividades a realizar, a través de la satisfacción de los turistas.

En el artículo de (Mendez, Biz, & Gandara, 2013) consideran sobre la importancia de la satisfacción del viajero hacia un sitio, a través de la búsqueda de información turística emitida en la web.

El mercado turístico demanda una gran cantidad de información, principalmente considerando a los viajeros independientes. Para sentirse seguras las personas interesadas en viajar requieren información previa sobre los destinos, productos y servicios turísticos ofrecidos en la localidad a ser visitada. Todos los que viajan necesitan un mínimo de información acerca del lugar a ser visitado para poder planear y elegir, sobre todo considerando la tendencia a hacer viajes más independientes.

Según (Buhalis, 2003) considera la industria turística en base a la información como una necesidad que conlleve a la promoción de un producto en la que “A partir de esta infraestructura tecnológica, la empresa turística está en condiciones de reorganizar sus procesos de gestión para adaptarlos al trabajo con la red Internet y configurar así lo que hoy se conoce como turismo electrónico o e-Turismo”.

Referencias Bibliográficas

- Biz, A. (2009). *Avaliação dos Portais Turísticos Governamentais Quanto ao Suporte à Gestão do Conhecimento*. Florianópolis .
- Buhalis, D. (2003). *E-Tourism information technology for strategic tourism management*. Financial Times.
- Castells, M. (2011). La sociedad y redes. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=1500068&pid=S1851-1732201600030000400006&lng=es
- Cobo, J. (2013). (PDF) *La industria Turística*. Obtenido de <http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha11040.html>
- Cotrina, T. (23 de Septiembre de 2015). *El turismo como actividad, definición, la industria turística*. Obtenido de El turismo como actividad, definición, la industria turística: <https://prezi.com/gbvpprt9xrwe/el-turismo-como-actividad-definicion-la-industria-turistic/>
- Fernández, M. (5 de Octubre de 2010). La Web 3.0 y la comunicación turística. *Libros Nuevos Medios, Nueva Comunicación*, 1. Obtenido de <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/049.pdf>
- Ferreira, R., & Abbad, G. (2013). Training needs assessment: where we are and where we should go. *Brazilian Administration*, 77-99.
- Franco, A. (Sábado de Marzo de 2010). *Herramientas tecnológicas*. Obtenido de Herramientas Tecnológicas: <http://herramientastecnologicasjafp10.blogspot.com/2010/03/definicion-herramientas-tecnologicas.html>
- Freire, J., & Gutierrez, R. (2010). *Tendencias de cambio*. Obtenido de Tendencias de cambio: <http://www.gutierrez-rubi.es/32-tendencias-de-cambio-2010-20120/>
- García, A. (2007). *Web 2.0 vs Web 1.0*. Obtenido de Web 2.0 vs Web 1.0: ddd.uab.cat/pub/dim/16993748n10a4.pdf.
- INEC. (2015). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2015*: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2015/Presentacion_TIC_2015.pdf
- Marteli, S. (22 de Mayo de 2010). *La Web semántica: el futuro de Internet*. Obtenido de La Web semántica: el futuro de Internet: santimartelli.wordpress.com/2010/05/22/la-Web-semantica-el-futuro-deInternet/

- Medina, A., & Guevara, A. (2015). Necesidades formativas tecnológicas en turismo. Estudio de caso de Andalucía. *Pasos*, 917. Obtenido de file:///D:/Documentos/Downloads/PS0415_12.pdf
- Mendez, G., Biz, A., & Gandara, J. (Febrero de 2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Scielo*, 2. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000100006
- Norval, A. (2010). *La Industria Turística*. Londres: Isaac Pitman and Sons. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=O-FyLh3pwo0C&pg=PA3&dq=que+es+industria+turistica&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjXvPWkkc_QAhWE8CYKHSnCDgYQ6AEIJjAB#v=onepage&q=que%20es%20industria%20turistica&f=false
- RED, & AECE. (2005). *Estudio sobre comercio electrónico B2C*.
- Santillán, M., Valverde, M., & Obombo, K. (2015). Tecnologías de información comunicación al servicio del turismo en México. *Redalyc*, 5-6. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181537107003.pdf>
- UNESCO. (2005). *Las tecnologías de la información*. Obtenido de Las tecnologías de la información: http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi15_informationtechno_es.pdf