

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE DOCENCIA EN INFORMÁTICA
MODALIDAD PRESENCIAL**

**Informe Final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención
del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación Mención Informática y
Computación**

Tema:

**USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA
PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA FERIA DE MUEBLES DE LA
PARROQUIA HUAMBALÓ**

Autor: Holguer Vinicio Paredes Villegas

Tutor: Ing. Mg. Javier Sánchez Guerrero

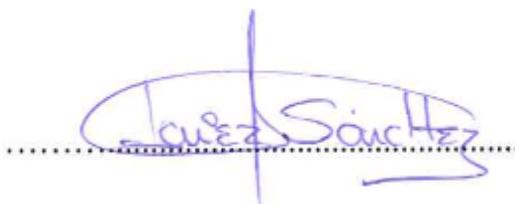
Ambato – Ecuador

2019

APROBACIÓN POR EL TUTOR

CERTIFICA:

Yo, Ing. Mg. Javier Sánchez Guerrero con CI. 1803114345 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema **“USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA FERIA DE MUEBLES DE LA PARROQUIA HUAMBALÓ”** desarrollado por el Sr. Holguer Vinicio Paredes Villegas, egresado de Licenciatura en Ciencias Humanas y de la Educación, mención Informática y Computación, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para ser sometido a la evaluación de la comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



Ing. Mg. Javier Sánchez Guerrero

CI. 1803114345

AUTORÍA DE LA TESIS

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación **“USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA FERIA DE MUEBLES DE LA PARROQUIA HUAMBALÓ”**, los contenidos, las ideas, los análisis, las conclusiones y la propuesta son de exclusiva responsabilidad del autor de este trabajo de grado.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'H. Vinicio Paredes Villegas', enclosed within a large, loopy blue oval.

Holguer Vinicio Paredes Villegas

CI. 1804302543

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

La comisión de Estudio y Calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el Tema:

USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA FERIA DE MUEBLES DE LA PARROQUIA HUAMBALÓ”

Presentado por el Sr. Holguer Vinicio Paredes Villegas, egresado de la carrera de Docencia en Informática, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA debido a que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

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

LA COMISIÓN

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Aprobación por el tutor	2
Autoría de la tesis.....	3
Aprobación del tribunal de grado.....	4
Índice general de contenidos.....	5
Índice de cuadros.....	8
Índice de gráficos	9
Resumen ejecutivo	10
Introducción	12
CAPITULO I.....	13
EL PROBLEMA	13
1.1. Tema.....	13
1.2. Planteamiento del problema.....	13
1.2.1. Contextualización	13
1.2.2. Análisis crítico	16
1.2.3. Prognosis.....	17
1.2.4. Formulación del problema.....	18
1.2.5. Interrogantes	18
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	18
1.3. Justificación.....	19
1.4. Objetivos	20
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos	20
CAPITULO II	21
MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Antecedentes investigativos	21
2.2. Fundamentación filosófica.....	22
2.3. Fundamentación legal	22
2.4. Categorías fundamentales	24

2.4.1	Constelación de ideas de la variable independiente.....	25
2.4.2	Constelación de ideas de la variable dependiente:	26
2.5.	Hipótesis.....	42
2.6.	Señalamiento de variables.....	42
CAPITULO III.....		43
METODOLOGÍA		43
3.1.	Modalidad básica de la investigación	43
3.2.	Nivel o tipo de investigación.....	43
3.3.	Población y muestra	44
3.4.	Operacionalización de variables	45
3.5.	Plan de recolección de información	47
3.6.	Plan de procesamiento de la información	48
CAPITULO IV.....		49
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		49
4.1.	Análisis e interpretación de resultados.....	49
4.2.	Verificación de hipótesis.....	57
CAPITULO V		60
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		60
5.1.	Conclusiones	60
5.2.	Recomendaciones.....	61
CAPITULO VI.....		62
PROPUESTA.....		62
6.1.	Datos informativos	62
6.2.	Antecedentes de la propuesta	62
6.3.	Justificación.....	64
6.4.	Objetivos	64
6.5.	Análisis de factibilidad.....	65
6.6.	Fundamentación	65
6.7.	Modelo Operativo	74
6.8.	Administración.....	74
6.9.	Previsión de la evaluación.....	75
MATERIALES DE REFERENCIA		76

1. BIBLIOGRAFÍA	76
2. ANEXOS	82
Anexo #1: Encuesta aplicada a los turistas.....	82
Anexo #2: Reporte Urkund	83
Anexo #3: Evidencias Modelo Operativo	84
Anexo #4: Tabla de distribución del chi cuadrado.....	86
Anexo #5: Manual de usuario.....	866

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1.- Operacionalización de la variable independiente	45
Cuadro N°2.- Operacionalización de la variable dependiente	46
Cuadro N°3.- Plan de recolección de información	47
Cuadro N°4.- Tecnologías de la información en la sociedad.....	49
Cuadro N°5.- Tecnologías de la información en actividades cotidianas	50
Cuadro N°6.- Uso de dispositivos tecnológicos.....	51
Cuadro N°7.- Uso de aplicaciones tecnológicas	52
Cuadro N°8.- Difusión beneficia el turismo	53
Cuadro N°9.- Difusión y promoción promueven el sector turístico	54
Cuadro N°10.- Promoción turística y el crecimiento económico	55
Cuadro N°11.- Tecnología aporta a la promoción turística	56
Cuadro N°12.- Frecuencias observadas	58
Cuadro N°13.- Frecuencias esperadas	58
Cuadro N°14.- Valor del Chi-Cuadrado	59
Cuadro N°15.- Modelo operativo.....	74
Cuadro N°16.- Recursos utilizados	75
Cuadro N°17.- Previsión de la evaluación	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Árbol de problemas	16
Gráfico N°2: Categorías fundamentales	24
Gráfico N°4.- Tecnologías de la información en la sociedad	49
Gráfico N°5.- Tecnologías de la información en actividades cotidianas	50
Gráfico N°6.- Uso de dispositivos tecnológicos	51
Gráfico N°7.- Uso de aplicaciones tecnológicas.....	52
Gráfico N°8.- Difusión beneficia el turismo	53
Gráfico N°9.- Difusión y promoción promueven el sector turístico	54
Gráfico N°10.- Promoción turística y el crecimiento económico	55
Gráfico N°11.- Tecnología aporta a la promoción turística.....	56
Gráfico N°12.- Distribución del Chi-cuadrado	59

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE DOCENCIA EN INFORMÁTICA

TEMA:

**USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA
PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA FERIA DE MUEBLES DE LA
PARROQUIA HUAMBALÓ**

Autor: Holguer Vinicio Paredes Villegas

Tutor: Ing. Mg. Javier Sánchez Guerrero

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio sobre uso de las tecnologías de la información y la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, permitió detectar diferentes causas que generan la ausencia de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, de la misma forma, mediante la aplicación de las encuestas a los turistas que frecuentan la localidad se logró determinar que se utilizan con frecuencia los diversos dispositivos tecnológicos como smartphone, Tablet y laptop para realizar sus diversas actividades tanto laborales, turísticas, educativas, sociales y comunicativas.

La investigación se sustenta bajo un estudio bibliográfico realizado por medio de revistas científicas, bibliotecas y repositorios digitales como soporte teórico científico. Además, se realizó un análisis cuantitativo de los datos recopilados en la encuesta, con lo cual se pudo comprobar la hipótesis planteada a través del respectivo cálculo del Chi cuadrado. Con las conclusiones establecidas se determinó realizar una propuesta con el objetivo de brindar una posible solución al problema detectado.

Palabras clave: aplicaciones informáticas, dispositivos tecnológicos, feria de muebles, herramientas tecnológicas, promoción turística, publicidad, tecnologías de la información, turismo.

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

TOPIC:

**USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES AND THE PROMOTION OF
TOURISM IN THE FURNITURE FAIR, THE HUAMBALÓ PARISH**

Author: Holguer Vinicio Paredes Villegas

Tutor: Ing. Mg. Javier Sánchez Guerrero

EXECUTIVE SUMMARY

The present study on use of information technologies and the promotion of tourism in the Furniture Fair, The Huambaló parish, made it possible to detect different causes that generate the absence of information technologies in the tourist promotion of the furniture fair of the Huambaló parish, in the same way, through the application of surveys to tourists that frequent the town it was determined that are frequently used the various technological devices such as smartphone, tablet and laptop to perform its various activities both labor, tourist, educational, social and communication skills.

The research is based on a bibliographical study conducted by means of scientific journals, libraries and digital repositories as theoretical support scientist. In addition, we performed a quantitative analysis of the data collected in the survey, which was unable to verify the hypothesis through the respective calculation of the Chi-square test. With the conclusions drawn was determined to make a proposal with the aim of providing a possible solution to the problem detected.

Keywords: computer applications, technological devices, furniture, tools, technology, tourism promotion, advertising, information technologies, tourism.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio investigativo titulado “Uso de las tecnologías de la información y la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló” contiene seis capítulos, los cuales se han organizado de la siguiente forma:

Capítulo I. El problema. – responde a la interrogante ¿Qué se quiere investigar? Contiene el tema, el planteamiento del problema, la contextualización, el árbol de problemas, el análisis crítico, pronosis, delimitación del problema, los objetivos tanto general como específico, y la justificación.

Capítulo II. Marco teórico. –en este capítulo se consolida aspectos científicos, filosóficos y legales de la investigación, además, consta de la hipótesis que se encuentra sujeta a una verificación y se toma en cuenta las variables de estudio.

Capítulo III. Metodología. –consta de la modalidad básica, tipos de investigación, población y muestra, técnicas de investigación, operacionalización de variables, el plan de recolección de la información y el plan de procesamiento de la información.

Capítulo IV. Análisis e interpretación de resultados. –se presenta un análisis minucioso de los resultados obtenidos a través de la encuesta a los turistas de la zona, además, de la comprobación de la hipótesis planteada en este estudio.

Capítulo V. Conclusiones. –presenta las conclusiones y las recomendaciones a las que se llegó mediante la aplicación de todo el estudio, más aún del análisis estadístico realizado de los datos de la encuesta.

Capítulo VI. Propuesta. –el capítulo consta de la propuesta metodológica, la cual contempla aspectos como objetivos, cronograma, recursos, presupuesto, evaluación y monitoreo.

Así también se considera los materiales de referencia, la bibliografía y los anexos que permiten evidenciar todo el trabajo investigativo realizado para el presente estudio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1.Tema

“Uso de las tecnologías de la información y la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua”

1.2.Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

A nivel mundial, la tecnología día a día va tomando un papel protagónico en cada actividad se realizó, sea está a nivel educativo, económico, social, cultural y empresarial. La tecnología llegó para facilitar muchos procesos, su evolución es constante, aparecen nuevas tecnologías, recursos y dispositivos inteligentes que están al alcance de todas las personas.

Así mismo, el sector turístico ha sido uno de los contextos más explotados en el mundo entero, y las tecnologías de la información también se han inmiscuido en él, en la actualidad, varios lugares, ciudades y países se han dado a conocer debido a su difusión por medio del internet, redes sociales, páginas web, aplicaciones, entre otros.

Según Lacramioara (2012) el desarrollo turístico en el mundo se ha disparado como consecuencia de la creciente globalización, cambios en la demanda, flexibilidad en los trámites de fronteras, aumento de la competencia, aceleración del desarrollo y difusión de nuevas tecnologías de información.

Caro, Luque, & Zayas (2015) manifiestan que las Tecnologías de la Información se han convertido en un instrumento importante para la promoción turística ya que, han experimentado un proceso de transformación y han desarrollado diversas herramientas de la web 2.0; así también, la tecnología móvil, adecua el empleo de servicios de geolocalización y el acceso a potentes bases de datos del sector turístico.

En el Ecuador, durante los últimos años el sector turístico ha recibido el apoyo del estado, a través de campañas que impulsen y promuevan los diversos lugares y atractivos turísticos con los que cuenta nuestro país, a fin de generar mayor cantidad de visitantes, mejores ingresos económicos e incrementar el desarrollo turístico. Para ello, se ha valido de diversas herramientas tecnológicas, sin embargo, existen ciertos lugares del país que no tienen el apoyo necesario para generar mejoras.

Muñoz (2016) indica que con la aparición del Internet y las nuevas tecnologías la industria turística ha evolucionado, las empresas deben adaptarse a las nuevas formas de difusión de productos y servicios que ofertan, para consolidarse en el mercado. Por ello, las redes sociales se han establecido como el medio para que las empresas promocionen sus productos y además los vendan a través de la web.

A través del portal del Ministerio de Turismo (2014) se manifestó que el sector turístico y la Asociación Ecuatoriana de Software crearán nuevas aplicaciones tecnológicas a fin de fortalecer el turismo e innovar los servicios a los visitantes nacionales y extranjeros. Todo ello, sabiendo que el turismo es una de las principales actividades económicas del país, generando ingresos por aproximadamente 1500 millones de dólares.

En la parroquia Huambaló, uno de los atractivos turísticos que oferta esta localidad es la feria de muebles, dicha feria muestra las hermosas creaciones en madera de los fabricantes de la zona. Dichos muebles son muy conocidos a nivel nacional por su calidad, sus acabados, la variedad de muebles que se puede encontrar y sobre

todo sus precios. Sin embargo, en los últimos años ha reducido significativamente la visita de turistas a la localidad, lo cual ha perjudicado a fabricantes, dueños de locales comerciales y habitantes a nivel económico y social.

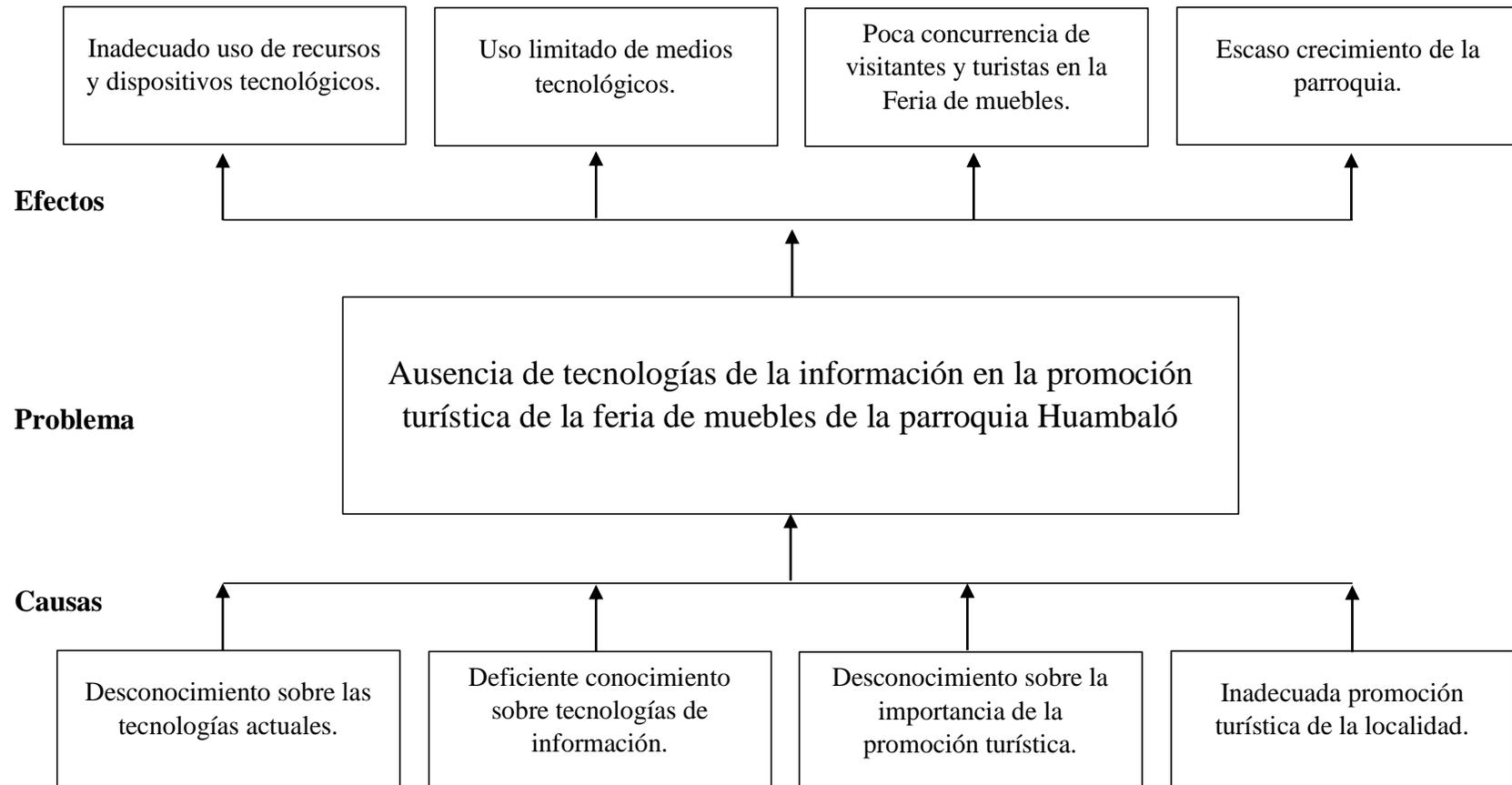
Túñez, Altamirano & Valarezo (2016) señalan que las Tecnologías de la Información en el campo turístico permite que pequeños y desconocidos lugares, ciudades y sitios se posicionen en mercados nacionales e internacionales y mejoren su oferta para atraer al público.

Según Caro, Luque & Zayas (2014) el uso de las Tecnologías de la Información por parte del turista, han revolucionado la forma de difundir un destino turístico ya que, debe ser competitivo y actualizar permanentemente toda información que pueda ser de interés para el visitante.

Por consiguiente, es necesario que las autoridades, habitantes, fabricantes y dueños de locales comerciales de la feria de muebles de la parroquia Huambaló busquen y establezcan estrategias que les permitan mejorar la promoción turística de la zona a través del uso de tecnologías de la información, y así atraer más turistas y generar mejores ingresos económicos.

1.2.2. Análisis crítico

Gráfico N°1: Árbol de problemas



Elaborado por: Paredes, 2019

En la parroquia Huambaló, cantón Pelileo después de haber realizado un estudio preliminar se han detectado diversas causas y efectos de la problemática planteada, donde se ha verificado que, el desconocimiento sobre las tecnologías actuales conlleva a que se dé un inadecuado uso de recursos y dispositivos tecnológicos por parte de las personas de la localidad, dejando de lado las bondades que estos incluyen.

Por otro lado, el deficiente conocimiento sobre tecnologías de la información que mantienen las autoridades locales, los fabricantes de muebles y los dueños de locales comerciales ocasiona que se dé uso limitado a los medios tecnológicos y se desaproveche los beneficios y ventajas que estos brindan al sector turístico.

Así también, el desconocimiento sobre la importancia de la promoción turística por parte de los pobladores y fabricantes de la localidad ha traído como consecuencia la poca concurrencia de visitantes y turistas en la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

La inadecuada promoción turística en la localidad ha ocasionado un escaso crecimiento de la parroquia a nivel social, comercial, turístico y económico, dejando a los fabricantes de muebles sin la distribución de sus productos a nivel nacional y a la parroquia sin la visita de turistas.

1.2.3. Prognosis

La promoción turística es una estrategia comercial para difundir y dar a conocer sitios y lugares, atractivos naturales y culturales, entre otros, dentro de este contexto, los visitantes desempeñan un factor clave generan ingresos económicos para la localidad y permiten su desarrollo.

Por consiguiente, las tecnologías de la información son herramientas que permiten mejorar la difusión turística a través del desarrollo de aplicaciones y haciendo uso de diversos dispositivos móviles que se encuentran a la mano de los usuarios.

En la problemática planteada sobre la ausencia de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, de no darse solución a tiempo se estima que una alta reducción de visitas a la feria, debido a la inadecuada promoción turística que se existe en la localidad y al limitado uso de tecnologías de la información. Por ello, es necesario que se proponga una alternativa de solución para evitar que esta problemática continúe.

1.2.4. Formulación del problema

¿De qué manera el uso de las tecnologías de la información influye en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló?

1.2.5. Interrogantes

- ¿Por qué son importantes las tecnologías de la información en el sector turístico?
- ¿Cómo se realiza la promoción turística en la feria de muebles de la parroquia Huambaló?
- ¿Existe alguna alternativa de solución a la ausencia de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

- **Área:** Tecnología
- **Campo:** Turismo
- **Aspecto:** Promoción turística
- **Espacial:** Parroquia Huambaló
- **Temporal:** septiembre 2017

1.3.Justificación

El uso de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, es de gran importancia ya que permite que se dé a conocer y se difunda el cantón, la parroquia, la feria y los diversos muebles que se fabrican en el lugar.

La investigación es de interés, ya que involucra a las tecnologías de la información y a la promoción turística, lo que conlleva un estudio novedoso donde los productores y los turistas utilizan la tecnología.

El tema de estudio tiene originalidad, debido a que se emplea las tecnologías de la información en la difusión turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, además, de sustentarse como una investigación innovadora.

Los beneficiarios de este estudio son los habitantes de la parroquia Huambaló, fabricantes de muebles, dueños de locales, visitantes y turistas nacionales y extranjeros que acuden al sitio en busca de muebles de calidad y con precios accesibles.

La investigación planteada es factible, debido a que el investigador dispone de los recursos económicos para llevar a cabo el estudio preliminar, el levantamiento de la información, la movilización y la respectiva documentación. Además, se cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para dar tratamiento a la información y la adecuada recopilación de datos.

El uso de tecnologías de información en el sector turístico tiene un gran impacto social y económico, ya que permite a la población y a la parroquia darse a conocer a nivel nacional e internacional a través de una plataforma tecnología moderna e innovadora y con ello, se logra obtener mejores ingresos económicos por la visita y compra de los productos y muebles que en la localidad se ofertan.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo General

- Determinar la influencia del uso de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar las tecnologías de la información aplicables en el sector turístico.
- Demostrar la forma de promoción turística que actualmente se emplea en la feria de muebles de la parroquia Huambaló.
- Proponer una alternativa de solución a la ausencia de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

En el desarrollo del presente estudio se tomaron los siguientes antecedentes investigativos, mismos que fueron recopilados a través de una revisión bibliográfica del repositorio de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, así también de revistas digitales y bibliotecas virtuales de diversas instituciones educativas.

Masaquiza (2016) en su trabajo de investigación titulado “Dispositivos inteligentes para la promoción de los atractivos turísticos de la zona central del cantón Cevallos provincia Tungurahua” concluye que la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos son un factor clave para el desarrollo turístico y del resto de actividades inherentes de orden comercial del cantón.

Castro (2016) en su investigación realizada sobre “Ambientes 3D (Tres Dimensiones) para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua” determina que la utilización de recursos tecnológicos mejora la forma de promocionar los atractivos turísticos del cantón Cevallos, ayudando a potencializar el interés de los turistas a través de visitas virtuales.

Masaquiza, J. (2015) en su proyecto de investigación con el tema “Aplicaciones móviles para la promoción turística de la parroquia Salasaka, cantón San Pedro de Pelileo provincia de Tungurahua” concluye que los turistas y los pobladores requieren del uso de aplicaciones móviles que promueva el turismo en la parroquia, promocionando la cultura, gastronomía, tradiciones, festividades y lugares de permanencia.

Cerezo & Guevara (2015) en su artículo científico sobre “El papel estratégico de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el turismo” concluyen que el fuerte nexo entre TIC y turismo se puede distinguir a través del volumen de comercio, uso de tecnologías móviles y la implantación de las TIC en las empresas turísticas.

Vilaseca, Torrent, Lladós, & Garay (2011) en su artículo científico acerca de “Tecnologías de la información y la comunicación, innovación y actividad turística: Hacia la empresa en Red” determinan que las TIC permiten reducir obstáculos e incorporar la innovación como un valor en la actividad empresarial. Así, los procesos son más sofisticados y su uso reporta una considerable ventaja competitiva.

Charne (2012) en su artículo científico titulado “Turismo y nuevas tecnologías: el desafío de las instituciones educativas” concluye que las nuevas tecnologías y los prestadores de servicios deben adaptarse y entender ese nuevo mundo, para lograr una comunicación fluida y eficaz entre la oferta y la demanda del sector turístico.

2.2. Fundamentación filosófica

En el presente estudio se ha considerado plantear el enfoque del paradigma crítico – propositivo; Crítico, porque permitirá analizar e interpretar la realidad de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, a su vez, permite cuestionar los esquemas tradicionales de investigación acerca de las tecnologías de la información y la promoción turística; Propositivo, debido a que se propondrá una alternativa de solución al problema planteado a fin de mejorar la promoción turística de la zona.

2.3. Fundamentación legal

Ministerio de Turismo (2008) de acuerdo con la Ley de Turismo, No. 97, Generalidades,

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

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

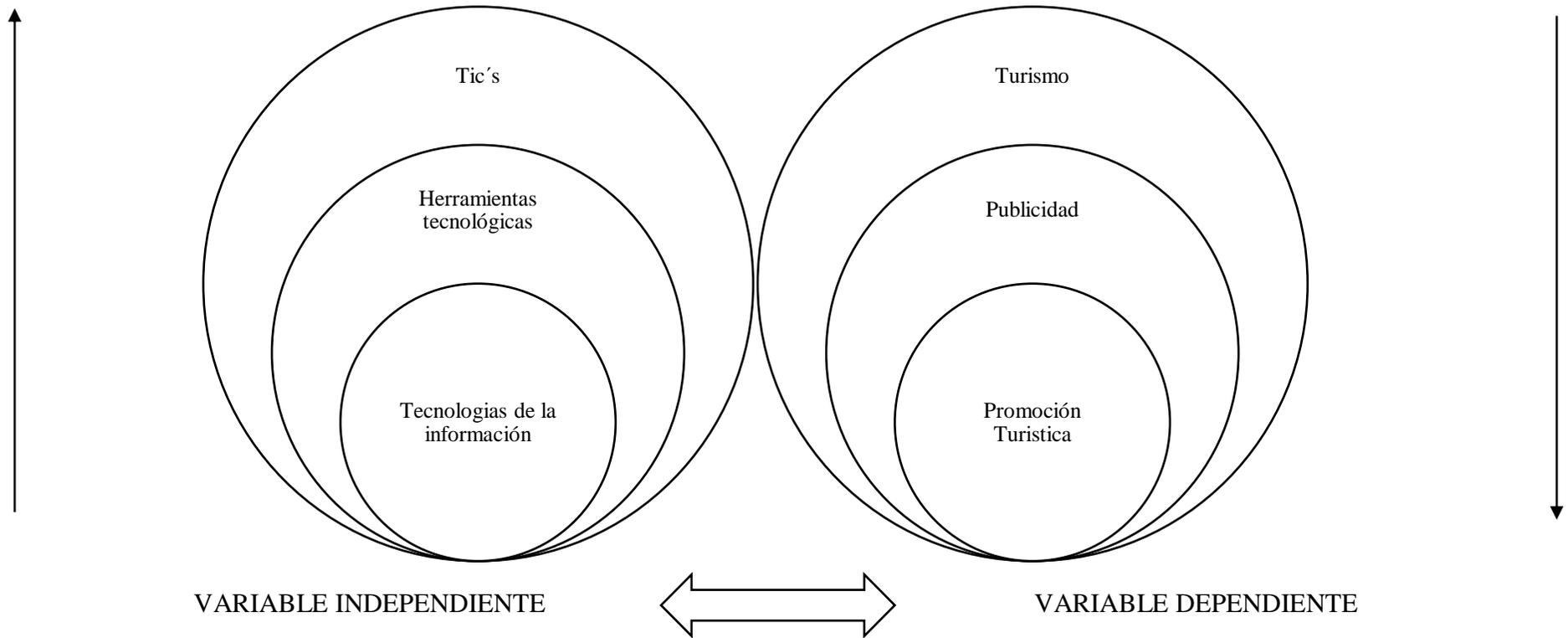
Art. 4.- La política gubernamental con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

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

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

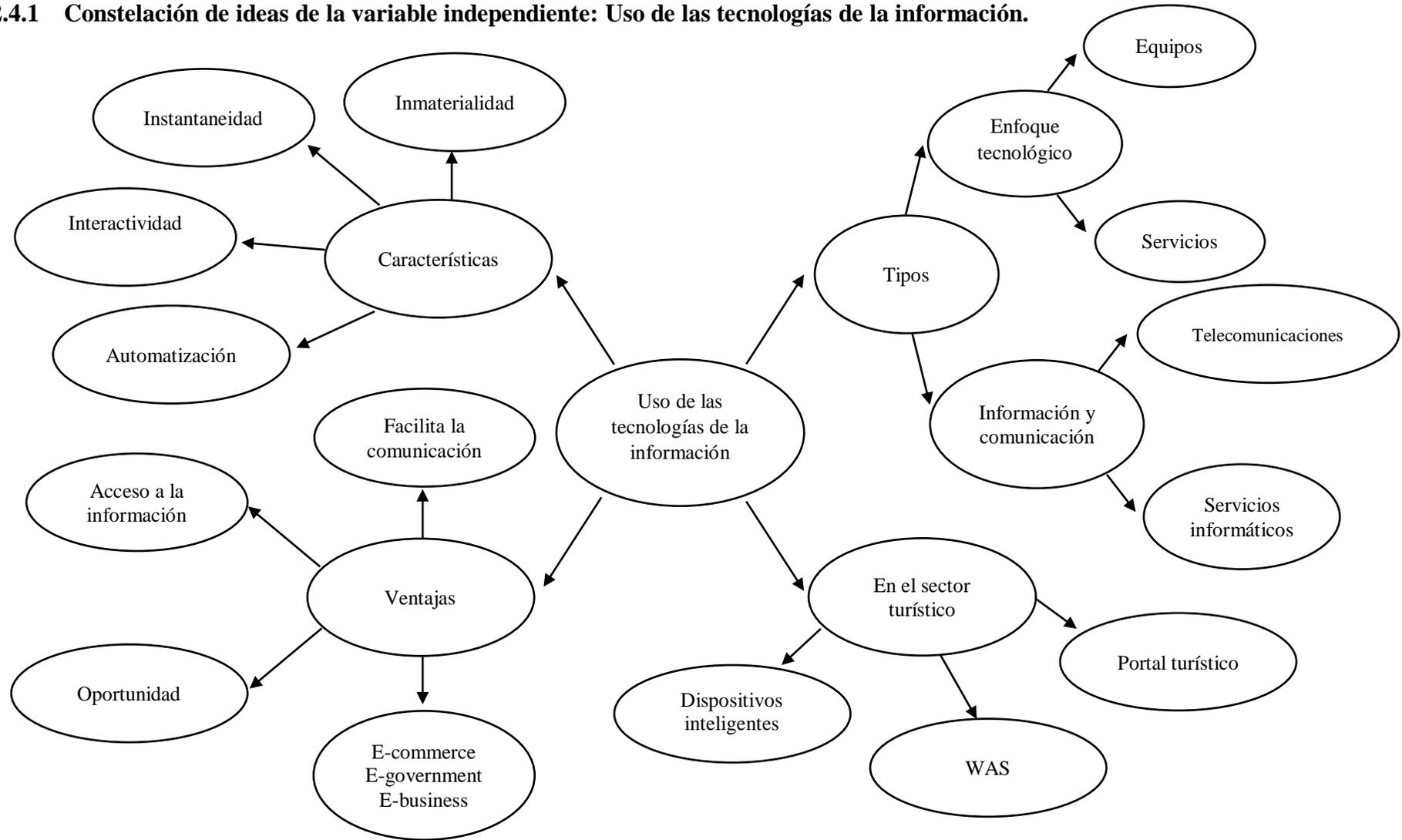
2.4. Categorías fundamentales

Gráfico N°2: Categorías fundamentales



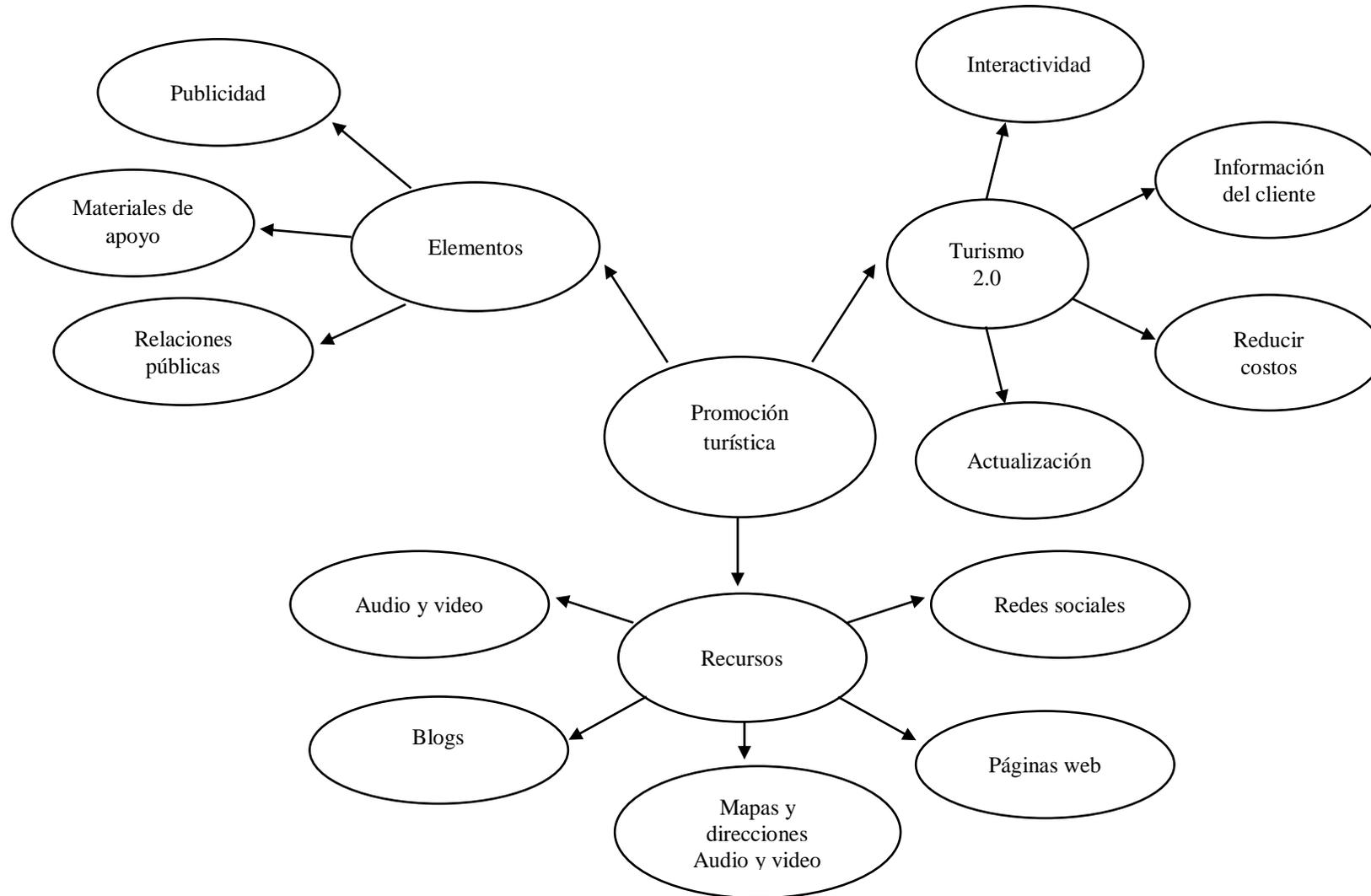
Elaborado por: Paredes, 2019

2.4.1 Constelación de ideas de la variable independiente: Uso de las tecnologías de la información.



Elaborado por: Paredes, 2019

2.4.2 Constelación de ideas de la variable dependiente: Promoción turística.



Elaborado por: Paredes, 2019

Fundamentación teórica

2.4.3.1. Tecnología

Según Carrera (2014) la tecnología es conceptualizada como el conjunto de herramientas que hacen rápido y fácil el acceso e intercambio de la información a través de la utilización de Laptop, Tablet, Smartphone, entre otros dispositivos a fin de realizar una acción.

Las tecnologías han agilizado, optimizado y perfeccionado diversas tareas y actividades que las personas realizan de manera cotidiana, una de ellas, es la comunicación, que a través del internet permite transmitir mensajes, emails, imágenes, videos, documentos y diferentes tipos de archivos a cualquier parte del mundo y a cualquier hora. (Rivero, 2013).

En la actualidad, la sociedad vive una revolución tecnológica debido al apareamiento de herramientas tecnológicas que facilitan situaciones, por ejemplo, en la educación promueven aprendizajes, en el trabajo automatizan procesos, en la comunicación dispone de diversa información y en la investigación el conocimiento se encuentra al alcance de todos.

Tagua, Garcia & Marianetti (2016) las tendencias tecnológicas se relacionan con la innovación social a través de redes sociales más sofisticadas, plataformas de comunicación móvil más potentes, crecimiento en el uso de la nube, contenidos digitales interactivos, internet de las cosas orientadas a varias actividades humanas.

La tecnología brinda diversas ventajas y beneficios como por ejemplo: Fácil acceso a la información, disponer de todo tipo de información a cualquier hora y en cualquier lugar; Fomenta la innovación y la creatividad, permite a personas y empresas implementarlas en sus labores para darse a conocer en diversos sitios; Mejora la comunicación, transmisión de contenido digital por medio de herramientas informáticas para difundir y compartir información; Eficiencia y

productividad, implementación de herramientas tecnológicas al trabajo para aumentar la productividad; En la educación, permite mejorar el proceso de enseñanza a través de material interactivo.

Algunas características que presenta las tecnologías son la especialización, que permite ir mejorando las herramientas tecnológicas buscando su perfección; integración, promover a la sociedad un avance e integrar a sus actividades la tecnología; cambio, permite una revolución social en la optimización de procesos, tareas y actividades. (Saberia.com, 2015).

Según Rodríguez (2017) con el apareamiento de la tecnología también surgió el termino Internet ofthings, el mismo que se asocia a una red de dispositivos inteligentes o smart que pueden conectarse a internet a fin de optimizar y automatizar diversas maquinas normales como, por ejemplo, la televisión, convirtiéndose en smartTV.

El internet cumple un papel importante en dentro de la revolución tecnológica, ya que se plantea como un canal de distribución de medios masivos y un espacio de expresión, permitiendo desarrollar estrategias que abran canales de comunicación a través de diversas herramientas tecnológicas online(Crovi Druetta, 2016).

Por consiguiente, la tecnología ha sembrado un cambio interesante en la sociedad, ya que desde su apareamiento ha aportado significativamente al progresos y desarrollo de las personas y de los países, todo esto, a la implementación de dispositivos y herramientas tecnológicas a diferentes ámbitos de la vida cotidiana, donde los procesos manuales se han podido llegar a sistematizar, optimizar y automatizar la agilizar y mejorar actividades y tareas que con normalidad las personas realizaban.

2.4.3.2. Herramientas tecnológicas

Antoni Gutiérrez (2014) señala que las herramientas tecnológicas son entendidas como todo hardware y software que permiten automatizar y optimizar procesos, tareas, trabajos y actividades en cualquier ámbito, a fin de alcanzar los resultados esperados, ahorrando tiempo y recursos.

Las herramientas tecnológicas son elementos de suma importancia para las personas y para las empresas, ya que permiten conocer la condición real de las cosas y permiten realizar la gestión de las actividades que máquinas y seres humanos realizan.(Zapata, Arango, & Jaimes, 2012).

Según Torrecilla (2016) algunos ámbitos que se han beneficiado del apareamiento de las herramientas tecnológicas son: Recursos humanos, permite efectuar un análisis más efectivo para economizar costos, tiempo y esfuerzo que beneficien a una organización; Administración, permite procesar información de forma más rápida y a tiempo, de esa forma los documentos se reciben y se organizan de acuerdo a las políticas empresariales; Educación, permite mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje, volviéndose más interactivo y productivo para docentes y estudiantes a fin de contribuir a su conocimiento.

Otro de los sectores que se ha beneficiado de las herramientas tecnológicas ha sido el turismo, el mismo que ha conseguido cambios significativos e importantes para su desarrollo social y económico, debido a que los viajeros se encuentran más informados y conocen diferentes destinos y sus dinámicas. Con ello, la industria turística será más competitiva y sostenible. (Geosdigital.com, 2012)

Camuñas (2012) menciona que las herramientas tecnológicas brindan diversos beneficios, algunos de ellos son: Comodidad, al tener la posibilidad de reservar alojamiento, ticket a espectáculos y varios lugares de entretenimiento; Competitividad, posibilidad de generar nuevos productos y servicios y desarrollo de nuevos mercados; Marketing, posibilidad de encontrar beneficios estratégicos

que incrementen la satisfacción del cliente; Interactividad, a través de la tecnología 3G ha evolucionado el uso móvil que permite experimentar nuevas sensaciones en los destinos turísticos; Innovación, permite adoptar nuevas funciones para el uso del turista en sus viajes o en su tiempo de ocio; Geolocalización, servicio al turista que ofrece localización, seguimiento y distribución de información en rutas turísticas.

Existen varias clases de herramientas tecnológicas que se dividen en procesadores de texto, presentaciones multimedia, redes sociales, diseño y fotografía, aplicaciones móviles, entre otras, que son recursos muy útiles y potentes en la creación, diseño y difusión de archivos multimedia a través de netbook, smartphone y Tablet. (Baldominos Gomez, 2015).

Los dispositivos móviles son unas de las herramientas tecnológicas con gran auge en la actualidad, debido a que la mayoría de las personas hacen uso de estos para realizar diversas tareas y actividades, además que son unas de las principales tecnologías que permiten la difusión de información y la gestión de comunicación. Las redes sociales es otra de las herramientas tecnológicas más empleadas actualmente, son a través de ellas que se envía y recibe información a tiempo y sin barreras de distancia, además, permiten la gestión de comercio electrónico al promocionar y difundir bienes y servicios hacia los usuarios y posibles clientes.

Por consiguiente, las diferentes herramientas tecnológicas son de gran ayuda para la promoción turista y la difusión de información, debido a las grandes ventajas y beneficios que aportan a la industria turística, clientes, empresarios, negocios, ciudades y hasta países.

2.4.3.3. Tecnologías de la información

Según el portal de Universidad Nacional Autónoma de México (2014) las tecnologías de la información son conocidas como el conjunto de procesos relacionados con el almacenamiento, procesamiento, protección, monitoreo,

recuperación y transmisión de la información. Además, se encargan de estudiar, diseñar, desarrollar, implementar y administrar los sistemas de información utilizados para el manejo de datos e información de toda organización, a su vez software y hardware.

Las tecnologías de la información han sido creadas con la finalidad de hacer más fácil la vida de las personas, optimizando procesos la vida cotidiana para emplear menos tiempo, menos esfuerzo y menos recursos. Así, los computadores y dispositivos se han ido innovando para ayudar al ser humano a mejorar la realización de sus actividades, del mismo modo, se han generado oportunidades para potencializar el desarrollo económico y social. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2017)

Características de las Tic's

Según Mela (2013) las tecnologías de la información brindan fácil acceso a la información de forma fácil, inmediata y rápida, por ello, mantienen diversas utilidades y características relevantes, entre ellas se encuentran:

Inmaterialidad. – permite disponer de amplia gama de información digitalizada, ubicadas en grandes soportes o servidores localizados alrededor del mundo, para utilizarlas desde cualquier parte del mundo y a cualquier hora.

Instantaneidad. – permite acceder a diferente información de forma rápida e inmediata, sin ser necesario encontrarse en el lugar de destino de la información sino solo a través de la red de internet.

Interactividad. –permiten la comunicación bidireccional entre personas alrededor mundo, a través del internet y sus recursos, como redes sociales, chats, email, videoconferencia, video llamada, entre otros.

Automatización. – permiten realizar tareas y actividades de manera automática por medio de computadores y dispositivos móviles con total seguridad y efectividad.

Las tecnologías de la información sostienen algunas características como las mencionadas anteriormente, que permiten su implementación en actividades y trabajos que las personas realizan con normalidad en su cotidianidad.

Tipos de Tic's

Tello (2014) señala que las tecnologías de la información pueden ser clasificadas a partir de dos enfoques, el enfoque tecnológico y el otro haciendo enfoque de bienes y servicios de la información y la comunicación, estos son:

Clasificación según el enfoque tecnológico

Equipos. – dispositivos electrónicos que pueden almacenar y transmitir información permitiendo en tal virtud, la comunicación.

Servicios. – aquellas aplicaciones o software informáticos que permiten procesar y gestionar información a través de internet y sus redes.

Clasificación según bienes y servicios de la información y la comunicación

Telecomunicaciones. – hace referencia a los servicios de telecomunicaciones como es la telefonía móvil y fija, televisión, radio, TV cable, etcétera.

Servicios informáticos. -hace referencia a los dispositivos y servicios tecnológicos y móviles a través de los cuales se puede dar comunicación, por ejemplo, el computador, internet y los servicios de mensajería.

Ventajas de las Tic's

Soler (2015) manifiesta que existen muchas ventajas y beneficios que nos brindan las tecnologías de la información en varias áreas y sectores, en tal virtud, plantea algunas de ellas:

Facilita la comunicación. – permite el acceso a la comunicación sin barreras, donde todas las personas pueden interactuar una con otra a través de diversos medios y recursos tecnológicos de forma instantánea.

Acceso a la información. – posibilidad de disponer todo tipo de información proveniente de diferentes fuentes, desde cualquier parte del mundo y a cualquier hora.

Oportunidad. - a través del uso del internet y sus recursos tecnológicos se ha logrado que varios ámbitos y sectores mejoren y optimicen sus procesos, algunos de ellos son:

E-commerce. - ha permitido que el comercio se lo realice de forma electrónica a través de los servicios de internet, a fin de llegar a lugar cercanos y lejanos.

E-government. – conocido también como gobierno electrónico por medio del cual, los gobiernos autónomos de cada ciudad o estado permiten que las personas u habitantes ejecuten procesos online sin necesidad de trasladarse de un lugar a otro.

E-business. – plataforma que ha permitido que el desarrollo del negocio electrónico a través del cual las empresas logren hacer negocios con diferentes personas y empresas alrededor del mundo, consiguiendo proveedores, clientes, usuarios, etcétera.

Las Tic's en el sector turístico

Según Hernández (2014) a través de la implementación de las tecnologías de la información en el sector turístico se ha logrado importantes y significativos aportes, como: conocer las necesidades de los turistas, ofrecer mejores servicios, obtener mayor cantidad de clientes, mejor trabajo conjunto con hoteles, restaurantes, bares, agencias de viaje, aerolíneas, estaciones de servicios, entre otros.

Lacramioara (2015) indica que dentro de las tecnologías de la información existen algunos recursos muy útiles para el turismo, algunos de ellos los detalla a continuación:

Portal turístico. – es una plataforma en red que almacena, organiza y gestiona recursos informativos relacionados al turismo, ofreciendo la posibilidad de reservar y comprar productos y servicios.

WAS. - también llamado Wireless ApplicationSystem, conjunto de dispositivos inalámbricos y aplicaciones para desplegar contenidos, con la posibilidad que el turista pueda acceder a información de su destino turístico a cualquier momento.

Dispositivos inteligentes. - equipos de cómputo de diversos tamaños con alta capacidad de procesamiento de información.

2.4.3.4. Turismo

El turismo se lo concibe como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia por motivos personales o laborales, a estas personas se lo conocen como visitantes o turistas, quienes generan actividad y por ende ingresos en los lugares visitados debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Al turismo se lo puede señalar como una actividad económica que genera empleo, obra de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte terrestre, aérea o marítima en todos los países y regiones a fin de contribuir a su desarrollo.

Escobedo (2016) expresa que existen diversos tipos de turismo, considerando en el lugar que se da, la finalidad del viaje, el tipo de personas, entre otros aspectos. A continuación, se presentan algunos de ellos:

Agroturismo. –modalidad de turismo en el sector agropecuario, es decir, permite un mejor contacto con la naturaleza.

Ciclo turismo. – forma de turismo que se lo realiza a bordo de una bicicleta visitando diversos lugares.

Ecoturismo. –turismo ecológico el cual permite visitar lugares naturales como bosques, parques nacionales, etcétera.

Turismo comunitario. – turismo que se encuentra a cargo de comunidades locales que presta servicios turísticos.

Turismo cultural. – modo de turismo que destaca aspectos culturales de un determinado destino turístico.

Turismo deportivo. – permite disfrutar de la práctica de deportes y actividades físicas en zonas verdes cercanas a la naturaleza.

Turismo de salud. – conocido como turismo médico que consiste en viajar a otro ciudad o país para recibir algún tratamiento.

Turismo gastronómico. - permite degustar comida local y nuevos sabores a través de visitas a restaurantes y ferias.

Turismo de negocios. – desplazamiento a otra ciudad o país a fin de visitar un destino turístico para cumplir con actividades laborales para llevar a cabo un negocio.

Según Núñez (2012) el turismo implica variedad de ventajas que la posicionan como una actividad no solo económica sino también como una actividad cultural y social, estas pueden ser:

Explotación de recursos naturales. – crece y brinda nuevas oportunidades y destinos a los turistas.

Conservación de lugares históricos. – mejora y conserva la historia de la comunidad a través de su difusión a los turistas.

Desarrollo de nuevas tecnologías. – implementación de nuevas herramientas tecnológicas para la promoción turística.

Genera cambios sociales, culturales y religiosos. – interactúa con otras personas dando a conocer conocimientos propios de la localidad.

2.4.3.5. Publicidad

La publicidad se entiende como una forma de comunicación impersonal y herramienta de mercadotecnia para dar a conocer productos y servicios a través de un determinado mensaje a un público objetivo, todo ello, mediante medios impresos, televisión, radio e internet. (Thompson, 2013)

Según Milich Escanellas (2015) la publicidad presenta tres características importantes que la hacen tan valiosa, estas son:

Lenguaje. – el mensaje a ser transmitido debe poseer proximidad, ser confiables y comprendidos. Para ello, las ideas deben caracterizarse por llamar la atención contextualizarse sobre el tema, hacer reconocer tú necesidad, persuadir al público para elegir tú producto.

Logística. –organizar rutas, medios, espacios y recursos para crear el mejor punto de contacto con el receptor, por ello, mientras más efectivo sea más oportunidad de persuasión tendrá tu producto o servicio.

Universalidad. – su objetivo principal es llegar a todo el público objetivo a través de estrategias consolidadas en la publicidad, por ello, debe ser diseñada corrigiendo todos los errores posibles para que no existan bajas.

Cartagena (2012) menciona que la publicidad ofrece grandes beneficios y ventajas a empresas, organizaciones, lugares, entre otros, algunos de ellos son: Mantiene informada a la población, proporciona una imagen mental al receptor, interés del cliente y venta del producto, buena comunicación entre la empresa y sus clientes e incrementa y expande las ventas.

Además, la publicidad por medio de internet también brinda algunas ventajas, como, por ejemplo, acceder a una audiencia mundial, incrementa el branding, apunta a nuevos mercados, difunde productos y servicios a través de redes sociales, descubrir nuevas oportunidades de negocio y conseguir nuevos clientes. (Cartagena, 2012).

Según Simian (2013) existen diversas formas de hacer publicidad, entre ellas tenemos siete tipos de publicidades, las cuales se detallan a continuación:

Publicidad de marca. – se basa en el desarrollo de una identidad e imagen de marca a nivel local, nacional e internacional. Por ejemplo, Microsoft.

Publicidad local. – publicidad que se enfoca en anunciar sus productos que se encuentran disponibles en tiendas cercanas.

Publicidad de respuesta directa. – forma de ofertar productos por medio de teléfono o correo y estos se entregan por correo u otro medido rápido.

Publicidad negocio a negocio. – mensaje o publicidad dirigida a empresa o profesionales que distribuyen y consumen productos.

Publicidad institucional. – mensaje que establece una identidad corporativa para ganarse clientes y público.

Publicidad sin fines de lucro. – instituciones benéficas, fundaciones, hospitales, instituciones religiosas anuncian clientes, miembros y voluntarios para recibir ayudas como donaciones.

Publicidad de servicio público. – comunican un mensaje de concientización para la población, como, por ejemplo, no conducir en estado de ebriedad o prevenir el abuso infantil.

2.4.3.6. Promoción turística

Según Escobedo (2016) la promoción turística se entiende como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer el seguimiento y desarrollo del turismo, así como el crecimiento y mejora de la industria con fines de explotación económica.

En la actualidad, multitud de establecimientos del sector turístico han optado por elegir una nueva forma de promoción y estrategias de marketing innovadoras que permitan a los negocios brindar mejores servicios y productos.

Acerenza (2014) indica que las nuevas tendencias en el comportamiento de los turistas tienen claras repercusiones en los campos del marketing y la promoción turística, replanteándose la relación calidad-precio, producto-mercado y las estrategias competitivas. Donde, la relación calidad-precio, hace referencia a que un producto o servicio debe reflejar en su precio la calidad; relación producto-mercado, considerando que el producto debe darse a conocer y ser competitivo en el mercado a fin de tener las ventas deseadas; estrategias competitivas, buscando mejorar su promoción turística y una ventaja competitiva que le permita posicionarse en el mercado.

La búsqueda de una estrategia competitividad recae en la innovación que tenga su promoción turística, considerando que, en la actualidad, las tecnologías de la información presentan gran variedad de herramientas y medios tecnológicos que permiten realizar publicidad de productos y servicios de forma efectiva e inmediata no solo de forma manual y tradicional sino por medio de plataformas como internet, redes sociales, etcétera.

Para Matos (2013) el proceso de planeación de una promoción turística debe enfocarse en los siguientes aspectos: establecer objetivos específicos y definidos sobre lo que se pretende conseguir, considerar los posibles consumidores del producto o servicio ofertado, medios publicitarios a emplear, presupuesto económico con el que se cuenta para la promoción turística y finalmente los resultados obtenidos a través de la publicidad realizada.

Elementos de la promoción turística

Según Escobedo (2016) cita los siguientes elementos que integran una adecuada y correcta promoción turística, todo esto direccionando a tener el mayor éxito con la publicidad y difusión del producto o servicio ofertados.

Publicidad. – forma en como difundir el mensaje sobre el producto o servicio que la empresa quiere dar a conocer en el mercado nacional e internacional. Por

ejemplo: Anuncios en medios impresos como periódicos y revistas, artículos, reportajes, noticias, libros o guías, radio, televisión, redes sociales, videos, entre otros.

Materiales de apoyo. – recursos que permitirán difundir el mensaje o brinda la promoción a través de materiales manuales, multimedia y digitales. Por ejemplo: carteles, folletos, literatura de servicios, lugares y eventos, diapositivas, displays, posters, afiches, trípticos, anuncios en internet y redes sociales.

Relaciones públicas. – forma como llegar con el mensaje al público objetivo, por ejemplo, viajes familiares, ferias y exposiciones turísticas, presentaciones en diversas ciudades y países, agencias de turismo, asociaciones empresariales, convenciones y visitantes, hoteles, restaurantes, entre otros.

A través de la promoción turística se debe considerar brindar la más completa y amplia información al turista a fin de que conozca el lugar que visitara, sitios de interés, cultura y costumbre de sus habitantes, gastronomía, horarios, etcétera, para que no mantenga una concepción falsa del lugar.

Turismo 2.0 para la promoción turística

Sánchez (2012) señala que cada vez se incrementa el interés de empresas por promocionarse y anunciarse en el internet, sabiendo que la red es el medio más empleado por el público para conocer sobre productos y servicios, en tal virtud, las empresas han invertido en este tipo de herramientas publicitarias para posicionarse en el mercado.

La promoción turística a través de la web 2.0 conlleva varios beneficios entre ellos tenemos los siguientes:

Interactividad. – internet permite conectarse con diversos clientes en cualquier hora y a cualquier distancia, brindando atención oportuna y eficaz al usuario.

Información del cliente. – datos que nos permiten mantener contacto con el cliente de forma frecuente, y poder almacenarla en una base de datos para mantener al cliente.

Reducir costos. – por medio de esta plataforma se puede reducir cargos de la empresa y mantener una relación directa con los clientes, con ello, se ahorra recursos económicos y se fortalece la relación con el usuario.

Actualización. – las empresas a través de sus páginas web dotan de todo tipo de información a sus clientes acerca de sus productos y servicios, por ello, dicha información debe mantenerse actualizada para no brindar información errónea a los usuarios.

Recursos tecnológicos para promoción turística

Según Sánchez (2012) la promoción turística puede realizarse a través de varios medios, si se emplea los recursos tecnológicos con los que actualmente se dispone la forma de publicidad y difusión puede marcar un punto ventajoso para el turismo. Por ello, se detallan algunos de ellos:

Redes sociales. – propagan información de manera inmediata sobre personas, lugares, sitios, empresas, personajes públicos, etcétera, con la finalidad de compartir mensajes, imágenes, sonidos y videos a través de sitios como Facebook, MySpace, Instagram, entre otros.

Páginas web. - información electrónica que contiene texto, imágenes, sonidos, videos y animaciones sobre una empresa, organización, institución, etcétera, en el cual se ofertan productos y servicios. Por ejemplo, www.airbnb.com.ec.

Mapas y direcciones. – paginas que a través de mapas presenta al usuario variedad de destinos turísticos, por ejemplo, encontramos dos softwares online como Google Maps y Google Earth.

Audio y video. – páginas que, por medio de Podcast, archivos multimedia, audio y video, el usuario puede visualizarlo en cualquier momento y presentan diversos lugares turísticos.

Blogs. – sitio web que realiza publicaciones periódicas sobre una temática específica a fin de dar a conocer información de interés, como, por ejemplo, sobre turismo, un sitio que realiza este tipo de gestión es Blogturistico.com.

2.5. Hipótesis

El uso de las tecnologías de la información ayudaría a la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.

2.6. Señalamiento de variables

Variable Independiente: Uso de las tecnologías de la información

Variable Dependiente: Promoción turística

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Modalidad básica de la investigación

Investigación de campo: el estudio del problema establecido se va a desarrollar en la feria del mueble de la parroquia Huambaló con los fabricantes de muebles y los clientes que frecuentan en el lugar, a fin de conocer sus ideas, criterios y opiniones que ayuden y aporten a la investigación.

Investigación bibliográfica – documental: se fundamenta en la recopilación de información acerca de las variables de estudio se ha recurrido a diversas fuentes bibliográficas como revistas, artículos científicos, libros, proyectos de investigación, documentos de sitios web, entre otros, con el objetivo de adquirir datos e información de calidad que beneficien a la investigación.

3.2. Nivel o tipo de investigación

Nivel de investigación exploratorio: el presente proyecto de investigación se sustenta bajo el nivel exploratorio debido a que se realiza un sondeo general de diversas causas y efectos que caracterizan al problema planteado como es la ausencia de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

Nivel de investigación descriptiva: para esta investigación se ha considerado el nivel descriptivo tomando en cuenta que nos permite determinar las diferentes características del problema planteado, además, describir las variables de estudio, tras una observación de la situación actual por la que a traviesa la feria de muebles de la parroquia Huambaló ante la falta de promoción turística.

Nivel de investigación explicativa: en este estudio ha sido necesario emplear el nivel investigativo explicativo debido a que es necesario aclarar y profundizar diversos contenidos que tienen relación con las variables de estudio, es decir, sobre el uso de las tecnologías de la información y la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

3.3. Población y muestra

La investigación se realizó de acuerdo con la población turística que frecuentemente visita la feria de muebles de la parroquia Huambaló del cantón Pelileo.

A través del departamento de cultura del GAD de Pelileo quienes llevan un control de un aproximado de visitantes, mencionan que los fines de semana llegan alrededor de 100 turistas, los cuales, visitan la feria de ropa en el barrio el Tambo, acuden al complejo turístico La Moya y visitan la feria de muebles en la parroquia Huambaló.

Por consiguiente, para el presente estudio contamos con una población de 100 turistas, y por ser una población reducida se trabajará con dicho valor, sin ser necesario aplicar la fórmula de la muestra.

3.4. Operacionalización de variables

Variable independiente: Uso de las tecnologías de la información.

Cuadro N°1.- Operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
Uso de un conjunto de procesos que se encargan de desarrollar, implementar y administrar los sistemas de información utilizados para el manejo de información de toda organización, a su vez software y hardware.	Uso Procesos Hardware Software	Tecnologías de la información Actividades Tipos Tipos	¿Considera que las tecnologías de la información son muy importantes en la sociedad? ¿Emplea en sus actividades cotidianas las tecnologías de la información? ¿Utiliza con frecuencia los diferentes dispositivos tecnológicos? Ejemplo: Smartphone, Tablet. ¿Visita o usa con frecuencia las diversas aplicaciones tecnológicas? Ejemplo: Redes sociales.	• Encuesta	• Cuestionario

Elaborado por: Paredes, 2019

Variable dependiente: Promoción turística.

Cuadro N°2.- Operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
Actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer el seguimiento y desarrollo del turismo, así como el crecimiento y mejora de la industria con fines de explotación económica.	Conjunto de acciones	Difusión	¿Considera que la difusión a través de prensa, televisión y radio beneficia a la industria turística?	• Encuesta	• Cuestionario
	Instrumentos	Tecnológicos	¿Cree Ud. que el empleo de la tecnología aportaría significativamente a la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló?		
	Función	Desarrollo	¿Considera que la forma de promoción, promueven al desarrollo del sector turístico?		
	Crecimiento	Económico	¿Cree ud. que por medio de la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló, se apertura un crecimiento económico en la zona?		

Elaborado por: Paredes, 2019

3.5. Plan de recolección de información

Cuadro N°3.- Plan de recolección de información

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Determinar la influencia del uso de tecnologías de la información en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.
¿A qué personas u objetos?	A los turistas de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.
¿Sobre qué aspectos?	Uso de las tecnologías de la información y la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.
¿Quién?	Holguer Vinicio Paredes Villegas.
Lugar de recolección de la información	Feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.
¿Cuántas veces?	Por una sola vez.
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta.
¿Con qué?	Cuestionario.
¿En qué situación?	En un entorno amigable y colaborativo por parte de los fabricantes de muebles y los turistas de la zona.

Elaborado por: Paredes, 2019

3.6. Plan de procesamiento de la información

Para el adecuado procesamiento de la información fue necesario emplear un plan el cual enfoca los siguientes pasos determinantes:

- Identificación de la población inmersa en la problemática, como los turistas que concurren la zona.
- Selección de la técnica e instrumento a emplear para la recopilación de la información, como la encuesta a través de un cuestionario.
- Aplicación de la encuesta, a los turistas que concurren en la localidad.
- Tabulación de la encuesta por medio del empleo del programa de cálculo Excel, tratando de realizar una limpieza de datos para evitar inconsistencias.
- Realización de cuadros y gráficos estadísticos de las diferentes preguntas de la encuesta planteada.
- Elaboración del respectivo análisis e interpretación de resultados de la encuesta y de realización de las pertinentes conclusiones y recomendaciones del estudio.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Con la información recopilada a través de la encuesta aplicada a los turistas que recurren a la feria de muebles de la parroquia Huambaló, se establecen los siguientes resultados con sus respectivos análisis e interpretación.

Encuesta a turistas

Pregunta #1.- ¿Considera que las tecnologías de la información son muy importantes en la sociedad?

Cuadro N°4.- Tecnologías de la información en la sociedad

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	25	25%
A veces	65	65%
Nunca	10	10%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°4.- Tecnologías de la información en la sociedad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

A través de la encuesta aplicada a los turistas que frecuentan en la zona, se pudo obtener los siguientes datos: el 25% considera que siempre es importante las tecnologías de la información en la sociedad, el 65% considera que a veces y el 10% menciona que nunca son importantes en la sociedad.

Las tecnologías de la información en la actualidad son muy importantes en la sociedad, por ello, la mayor parte de la población encuestada concuerda con ese criterio, de la misma forma, una población minoritaria de los encuestados sostiene que las tecnologías no son importantes en la sociedad, sin embargo pueden adaptarse a soluciones informáticas de este tipo.

Pregunta #2.- ¿Emplea en sus actividades cotidianas las tecnologías de la información?

Cuadro N°5.- Tecnologías de la información en actividades cotidianas

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	73	73%
A veces	15	15%
Nunca	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°5.- Tecnologías de la información en actividades cotidianas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

De la población encuestada el 73% manifiesta que siempre emplean tecnologías de la información en sus actividades cotidianas, el 15% menciona que solo a veces utilizan tecnologías de la información en sus procesos y el 12% en cambio señala que nunca usan tecnologías de la información en sus actividades.

La mayor parte de la población encuestada sostiene que las tecnologías de la información son muy útiles en los procesos y realización de actividades cotidianas como el trabajo, la educación, el deporte, la salud, entre otros. Así mismo, una población minoritaria contempla su posición y menciona que las tecnologías de la información no son útiles y por tanto, no las utilizan en sus actividades, esto no representa un obstáculo para que se pueda presentar una propuesta innovadora y de posterior aceptación.

Pregunta #3.- ¿Utiliza con frecuencia los diferentes dispositivos tecnológicos?

Cuadro N°6.- Uso de dispositivos tecnológicos

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	80	80%
A veces	15	15%
Nunca	5	5%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°6.- Uso de dispositivos tecnológicos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

El 80% de la población encuestada indica que siempre usan dispositivos tecnológicos, el 15% señala que solo a veces emplean dispositivos tecnológicos y el 5% manifiesta que nunca utilizan dispositivos tecnológicos.

Los dispositivos tecnológicos son muy útiles y sencillos de utilizar por las personas, actualmente conocemos smartphone, Tablet, laptop, entre otros, los mismos que son de gran ayuda y aporte en la sociedad, por ello, un porcentaje alto de personas hacen uso de estos; mientras que un pequeño porcentaje de la población encuestada indica que no emplean dispositivos tecnológicos debido a su falta de conocimiento y falta de recursos.

Pregunta #4.- ¿Visita o usa con frecuencia las diversas aplicaciones tecnológicas?

Ejemplo: Redes sociales, páginas web.

Cuadro N°7.- Uso de aplicaciones tecnológicas

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	75	75%
A veces	25	25%
Nunca	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°7.- Uso de aplicaciones tecnológicas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

Con las encuestas aplicadas, el 75% señala que siempre visita o usa con frecuencia aplicaciones tecnológicas, mientras que el 25% indica que solo a veces visita o emplea aplicaciones tecnológicas.

Las aplicaciones tecnológicas son software que permiten a las personas realizar actividades de forma rápida y eficiente a través de dispositivos inteligentes, por ello, la mayor parte de la población encuestada manifiesta que usan y visitan con frecuencia aplicaciones tecnológicas para comunicarse y realizar tareas, de la misma forma, una pequeña parte de la población menciona que no usan ni visitan aplicaciones tecnológicas porque no poseen dispositivos y porque no les son útiles.

Pregunta #5.- ¿Considera que la difusión a través de prensa, televisión y radio beneficia a la industria turística?

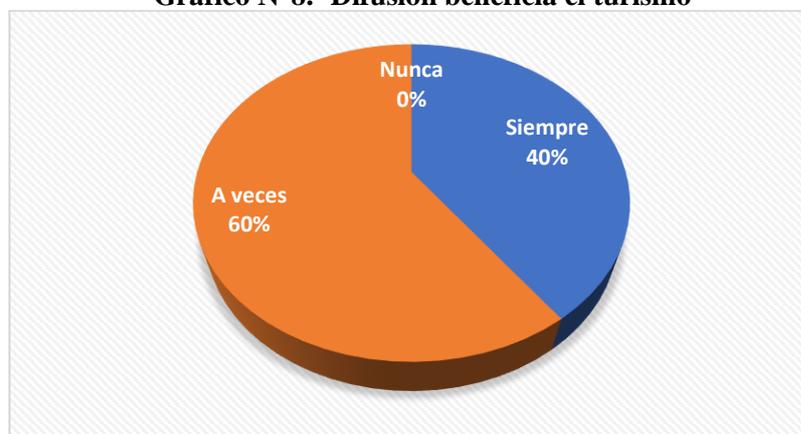
Cuadro N°8.- Difusión beneficia el turismo

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	40	40%
A veces	60	60%
Nunca	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°8.- Difusión beneficia el turismo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

A través del criterio de los encuestados, el 40% considera que la difusión a través de prensa, televisión y radio siempre beneficia a la industria turística y el 60% señala que solo a veces esta forma de difusión aporta al sector turístico.

El porcentaje mayoritario de los encuestados mencionan que los medios tradicionales de difusión a veces dan resultados positivos debido a que en la actualidad se manejan otros medios que dan mejores resultados, del mismo modo, un porcentaje minoritario hace énfasis que a través de la prensa, televisión y radio siempre se logra buenos resultados para la difusión y que el sector turístico se beneficia mucho de ello.

Pregunta #6.- ¿Considera que la forma de difusión y promoción, promueven al desarrollo del sector turístico?

Cuadro N°9.- Difusión y promoción promueven el sector turístico

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	75	75%
A veces	20	20%
Nunca	5	5%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°9.- Difusión y promoción promueven el sector turístico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

El 75% de encuestados mencionan que siempre es importante y oportuno la forma de difusión y promoción a fin de promover al desarrollo del turismo, el 20% señala que solo a veces la difusión y promoción beneficia al turismo y el 5% indica que nunca se obtienen beneficios de la difusión y promoción turística.

Un porcentaje alto de encuestados señala que la forma de difusión y promoción siempre es beneficioso para el turismo considerando, que este medio ayuda a que varios lugares y ciudades se den a conocer a nivel local, nacional e internacional, pero del mismo modo un porcentaje menor de encuestados sostiene que no se obtienen buenos resultados, debido a que muchas personas por la crisis económica no se interesan en visitar otros sitios.

Pregunta #7.- ¿Cree Ud. que por medio de la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló, se apertura un crecimiento económico en la zona?

Cuadro N°10.- Promoción turística y el crecimiento económico

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	80	80%
A veces	20	20%
Nunca	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°10.- Promoción turística y el crecimiento económico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

Con la aplicación de las encuestas se conoció que el 80% de la población estima que siempre la promoción turística apertura un crecimiento económico en la zona, mientras que el 20% a veces la promoción turística beneficia al crecimiento económico.

Los encuestados en su mayor parte sostienen que a través de la promoción turística se apertura un crecimiento a la economía local y nacional, debido que varias personas visitan las ciudades o sitios promocionados y promueven el consumo de productos y servicios de la zona, así mismo, una menor porción de los encuestados manifiesta que solo a veces la promoción turística beneficia económicamente a las ciudades y países.

Pregunta #8.- ¿Cree Ud. que el empleo de la tecnología aportaría significativamente a la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló?

Cuadro N°11.- Tecnología aporta a la promoción turística

Alternativas	Población	Porcentaje
Siempre	75	75%
A veces	25	25%
Nunca	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°11.- Tecnología aporta a la promoción turística



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Paredes, 2019

Análisis e interpretación

El 75% de personas encuestadas mencionan que el empleo de la tecnología aporta siempre a la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló y el 25% señala que solo a veces la tecnología aporta a la promoción turística.

El empleo de la tecnología aporta a la promoción turística de una zona, en esto coinciden la mayor parte de la población encuestada, ya que destacan que a través de las páginas web y redes sociales las personas pueden conocer los destinos y atractivos turísticos nacionales y promover el crecimiento económico, cultural y social, mientras que una menor parte sostiene que solo en ocasiones la tecnología aporta al desarrollo turístico.

4.2. Verificación de hipótesis

Modelo lógico. –El uso de las tecnologías de la información incide en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.

Hipótesis Nula H_0 .–El uso de las tecnologías de la información NO mejora la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.

Hipótesis Alternativa H_1 .–El uso de las tecnologías de la información SI mejora la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.

Chi cuadrado de tablas

Nivel de significación: 95% $\rightarrow \alpha = 0,05$

Grados de libertad: (filas - 1) (columnas - 1)

Grados de libertad: (3 - 1) (3 - 1)

Grados de libertad: (2) (2)

Grados de libertad: (4)

Con la utilización de un nivel de significación de 95% $\rightarrow \alpha = 0,05$ y 4 grados de libertad, el chi-cuadrado de tablas es de 9,48.

Chi cuadrado de calculado

Fórmula:

$$x^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

x^2 = Chi-cuadrado

F_o = Frecuencias observadas

F_e = Frecuencias esperadas

Cuadro N°12.- Frecuencias observadas

Preguntas	Alternativas			Subtotal
	Siempre	A veces	Nunca	
3.- ¿Utiliza con frecuencia los diferentes dispositivos tecnológicos? Ejemplo: Smartphone, Tablet.	80	15	5	100
4.- ¿Visita o usa con frecuencia las diversas aplicaciones tecnológicas? Ejemplo: Redes sociales, páginas web.	75	25	0	100
8.- ¿Cree Ud. que el empleo de la tecnología aportaría significativamente a la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló?	75	25	0	100
Subtotal	230	65	5	300

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Cuadro N°13.- Frecuencias esperadas

Preguntas	Alternativas		
	Siempre	A veces	Nunca
3.- ¿Utiliza con frecuencia los diferentes dispositivos tecnológicos? Ejemplo: Smartphone, Tablet.	76,67	21,67	1,67
4.- ¿Visita o usa con frecuencia las diversas aplicaciones tecnológicas? Ejemplo: Redes sociales, páginas web.	76,67	21,67	1,67
8.- ¿Cree Ud. que el empleo de la tecnología aportaría significativamente a la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló?	76,67	21,67	1,67

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

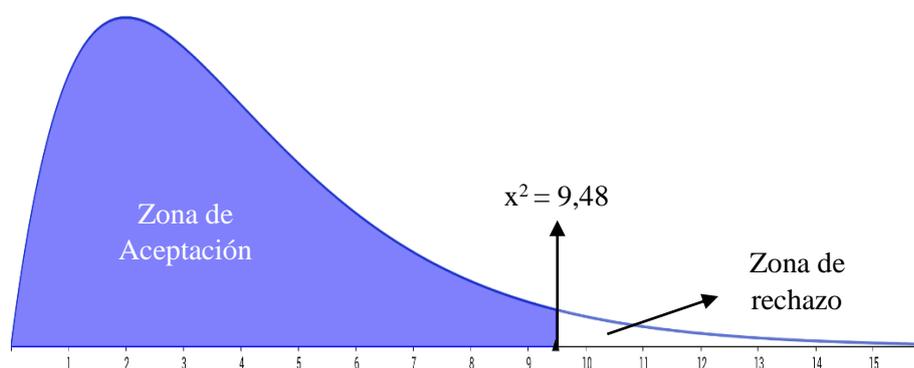
Cuadro N°14.- Valor del Chi-Cuadrado

Frecuencias Observadas (O)	Frecuencias Esperadas (E)	(O-E) ² /E
80	76,67	0,14
75	76,67	0,04
75	76,67	0,04
15	21,67	2,05
25	21,67	0,51
25	21,67	0,51
5	1,67	6,67
0	1,67	1,67
0	1,67	1,67
Chi² Calculado		13,29

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Paredes, 2019

Gráfico N°12.- Distribución del Chi-cuadrado



Elaborado por: Paredes, 2019

Regla de decisión final

Si x^2 calculado $>$ x^2 de tablas se rechaza la H_0

En el presente estudio se ha obtenido el x^2 calculado de 13,29 y el x^2 de tablas de 9,48; lo cual implica que se rechaza la hipótesis nula H_0 y se acepta la hipótesis alternativa H_1 , que menciona: El uso de las tecnologías de la información si incide en la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Los turistas que visitan la Feria de muebles de la parroquia Huambaló sostienen que las tecnologías de la información son muy importantes en la sociedad, debido a los grandes beneficios que ofrece y a su accesibilidad.
- Las personas que visitan la Feria de muebles de la parroquia Huambaló si emplean las tecnologías de la información en las diferentes actividades cotidianas que realizan, ya que son muy importantes y convenientes para sus trabajos.
- La población turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló utilizan con frecuencia los diversos dispositivos tecnológicos como smartphone, Tablet y laptop para realizar sus diversas actividades tanto laborales, turísticas, educativas, sociales y comunicativas.
- Los turistas de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló visitan y usan con frecuencia las diferentes aplicaciones móviles y tecnológicas debido a que a través de ellas conocen sitios web, mantienen comunicación con amigos y familiares y sobre todo obtienen y transmiten información.
- El sector turístico de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló
- concuerdan que a través del empleo de la tecnología se aportaría significativamente a la promoción turística de la zona, además de su crecimiento social, cultural y económico.

5.2. Recomendaciones

- Socializar a la población la importancia de las tecnologías de la información a través del gobierno local y sus autoridades a fin de obtener e incrementar la cultura tecnológica en los habitantes, comerciantes y turistas de la localidad.
- Motivar a los habitantes, comerciantes y turistas de la localidad en el uso de las tecnologías de la información ya que brindan varios beneficios a las actividades que se realizan de manera frecuente a fin de que estas sean automatizadas.
- Fomentar la utilización de los dispositivos móviles como el smartphone y las Tablet para promocionar y difundir el turismo de la localidad, considerando que son los actuales medios tecnológicos que las personas emplean de manera frecuente.
- Promover la visita y utilización de aplicaciones tecnológicas como las páginas web y las redes sociales a fin de contribuir al desarrollo y promoción turística de la zona para dar a conocer productos, servicios, destinos y atractivos turísticos.
- Desarrollo de un sitio web sobre la Feria de muebles de la parroquia Huambaló el mismo que pueda ser visto a través de dispositivos móviles y que sea accesible desde cualquier lugar del mundo, a fin de contribuir a la promoción turística y crecimiento económico de la localidad.

CAPITULO VI

PROPUESTA

Título: Sitio web para la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló del cantón Pelileo.

6.1. Datos informativos

Institución ejecutora: Gobierno Parroquial de Huambaló.

Beneficiarios: Turistas nacionales y extranjeros que visiten la parroquia.

Ubicación: parroquia Huambaló, cantón Pelileo, provincia Tungurahua.

Tiempo estimado para la ejecución:

Equipo técnico responsable: Holguer Vinicio Paredes Villegas.

Costo: \$800.

6.2. Antecedentes de la propuesta

En la realización de la presente investigación se ha tomado como antecedente estudios sobre “Las aplicaciones móviles para la promoción turística de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua”, la cual ha servido como soporte para la recolección de información de esta investigación.

A través de la información recopilada en la parroquia Huambaló del cantón Pelileo, se cuenta con varios atractivos turísticos siendo el principal la feria de muebles que enriquece y fortalece la localidad y la ciudad.

En la parroquia Huambaló no se han desarrollado portales web o aplicaciones móviles que promuevan el turismo de la zona, por lo que, la única forma y medio de promoción y difusión turística han sido los medio tradicionales como prensa,

volantes y radio, sin embargo, estos medios de comunicación poco a poco han ido perdiendo su eficacia y en la actualidad se manejan otros recursos como los tecnológicos que permitan el acceso a la información desde cualquier lugar y a cualquier hora, por ello, se plantea esta idea innovadora como es el desarrollo de un sitio web dinámico.

Según Cañar, W.(2017) el ministerio de turismo se ha visto en la obligación de encontrar nuevos y efectivos métodos que permitan la difusión del turismo de la zona, teniendo como bases de esta idea la firma de convenios institucionales que generen beneficios a todos sus actores.

Los turistas que visitan la Feria de muebles de la parroquia Huambaló sostienen que las tecnologías de la información son muy importantes en la sociedad, debido a los grandes beneficios que ofrece y a su accesibilidad.

La población turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló utilizan con frecuencia los diversos dispositivos tecnológicos como smartphone, Tablet y laptop para realizar sus diversas actividades tanto laborales, turísticas, educativas, sociales y comunicativas.

Los turistas de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló visitan y usan con frecuencia las diferentes aplicaciones móviles y tecnológicas debido a que a través de ellas conocen sitios web, mantienen comunicación con amigos y familiares y sobre todo obtienen y transmiten información.

El sector turístico de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló concuerdan que a través del empleo de la tecnología se aportaría significativamente a la promoción turística de la zona, además de su crecimiento social, cultural y económico.

Por consiguiente, siendo la parroquia Huambaló conocida a nivel nacional como la vitrina de mobiliario más grande del Ecuador es pertinente y necesario que esta mantenga un sitio web a través el cual pueda darse a conocer y por lo tanto, los

turistas y comerciantes la visiten a fin de incrementar y mejorar su productividad y economía.

6.3. Justificación

Los destinos y atractivos turísticos de a poco han ido implementando a su labor comercial y turística, medios y recursos tecnológicos a fin de promover el desarrollo y el crecimiento turísticos de las diferentes localidades y zonas a nivel nacional y mundial, a partir del cual los turistas y habitantes conocen ciertos lugares y ciudades por medio de una vista rápida en internet y por lo que quedan fascinados y deciden visitar dichos sitios, con ello, se aporta al crecimiento no solo económico sino también cultural y social.

Con las ventajas y beneficios que promueve el sitio web de la feria de muebles de la parroquia Huambaló se espera la visita masiva de turistas cada semana, a fin de contribuir al desarrollo turística no solo de la localidad sino también del cantón, sus alrededores y de la provincia, de tal modo, convertirnos en uno de los destinos turísticos más concurridos en la región.

Por lo tanto, el sitio web se direcciona en ser la tecnología de la información más ocupada y utilizada por los habitantes y comerciantes de la feria de muebles de la parroquia Huambaló con el solo objetivo de atraer a varios turistas del país.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General

- Desarrollar un sitio web para la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló del cantón Pelileo.

6.4.2. Objetivos Específicos

- Recopilar información sobre la feria de muebles de la parroquia Huambaló que permitan desarrollar el sitio web.
- Seleccionar una plataforma de programación sobre la cual se desarrollará el sitio web para la feria de muebles de la parroquia Huambaló.
- Socializar el sitio web de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

6.5. Análisis de factibilidad

Factibilidad económica. –para el desarrollo de la presente propuesta se dispone de los recursos económicos que influye en la elaboración, diseño e implementación de la página web de la feria de muebles de la parroquia Huambaló. Siendo estos gastos hosting y dominio para publicar el sitio web y la mano de obra del programador.

Factibilidad tecnológica. –en la elaboración y diseño del sitio web se cuenta con los recursos tecnológicos como computador, software de diseño y de programación, internet y dispositivos inteligentes, los mismos que permitirán el desarrollo del sitio web.

Factibilidad social. –la presente propuesta consta de factibilidad social debido a que promoverá el desarrollo turístico de la feria de muebles de la parroquia Huambaló, a través de la implementación de un sitio web que ayudará a la promoción turística de la localidad, por consiguiente, se brindará por medio de esta propuesta un desarrollo social y económico a la zona.

6.6. Fundamentación

Sitio web

Según (Pairuna, 2017) un sitio web es el conjunto de diversas páginas web desarrolladas bajo código HTML también conocido como (HyperTextMarkupLanguage), la cual se publica en un dominio en internet para que lo puedan visualizar diferentes personas alrededor del mundo, todo ello, mediante el World Wide Web – WWW a través de un navegador web como los

utilizados Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Edge, Safari, Opera, entre otros.

Cada una de las páginas web que conforman el sitio están estructuradas mediante un logo, encabezado, menú principal, contenido que puede ser texto, imágenes, video, animaciones, base de datos, documentos, además, de un pie de página y contacto.

(Pairuna, 2017) señala que los sitios web se clasifican en dos tipos, los sitios web estáticos y los sitios web dinámicos; siendo un sitio web estático, aquel que no cuenta o no dispone con una base de datos que permita el intercambio de información entre usuario y administrador, es decir, solo permite proporcionar información a los usuarios, pero sin intercambio de datos. Así también tenemos los sitios web dinámicos que son aquellos que a través de una base de datos se da una interacción entre los usuarios y el administrador del sitio, es decir, para obtener información y ejecutar algún servicio, como, por ejemplo, un sitio web para la venta de productos.

HTML5

(Román, 2016) manifiesta que HTML es un lenguaje de marcado utilizado para definir la estructura y contenido de una página o documento web, es decir, referenciar imágenes, videos, audios y archivos. HTML5 es la última versión de desarrollo web incluyendo nuevos elementos, atributos y componentes, además de una colección de tecnologías que permiten que los sitios y aplicaciones web tengan gran alcance.

Gráfico N°13.- HTML5



Fuente: <http://www.manejandodatos.es/2013/07/recopilacion-de-tutoriales-de-html5-javascript-y-css3/>

Según (Molina & Ruiz, 2017) la tecnología HTML5 ha implementado varios recursos según su función, como: Semántica, describe su contenido con mayor precisión; conectividad, nuevas e innovadoras formas de comunicación con el servidor; sin conexión y almacenamiento, almacena datos localmente en el cliente y poder operar sin conexión de forma eficiente; multimedia, excelente soporte para audio y video; graficos y efectos 2D/3D, amplia gama de nuevas características como canvas 2D, WebGL, SVG, entre otros; rendimiento e integración, optimización de la velocidad y uso del hardware; acceso al dispositivo, proporciona APIs de entrada y salida del dispositivo.

Así también, con la nueva versión de HTML se han creado nuevas etiquetas, como: article, define un comentario de usuario o publicación independiente dentro del sitio web; header&footer, etiquetas individuales para encabezados y pie de página; nav, navegación insertada directamente en el markup; section, define todo tipo de secciones dentro del documento; audio y video, permiten l acceso inmediato a contenido multimedia; embed, marca contenido interactivo; canvas, introduce un lienzo dentro del documento.

CSS3

Según (Román, Lenguaje CSS, 2016) la tecnología CSS es un lenguaje que se utiliza para definir el aspecto visual de un documento HTML o sitio web. El lenguaje CSS se considera una página de documentación y herramientas dedicadas al desarrollo web.

Gráfico N°14.- CSS3



Fuente: <http://www.juanmapd.com/charlas/css/>

(Mora, 2016) menciona que esta versión es la última del lenguaje de las Hojas de Etilos en Cascada y que trae componentes innovadores como sombras, gradientes, transiciones, animaciones, layouts, cajas flexibles y maquetas.

Bootstrap

Según el sitio web (PuntoAbierto, 2016) la tecnología Bootstrap es un framework desarrollado para facilitar el diseño web, es decir, sitios adaptables que se ajusten a cualquier dispositivo y tamaño de pantalla, no tiene restricciones ya que su desarrollo es de código abierto y se lo puede usar de manera gratuita.

Gráfico N°15.- Bootstrap



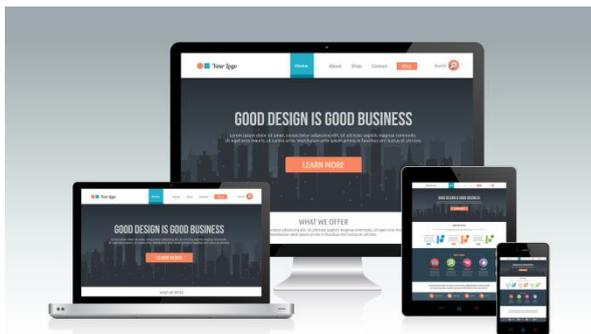
Fuente: <http://evolve-enterprise.com/bootstrap/>

(PuntoAbierto, 2016) presenta varias ventajas que incorpora Bootstrap en el desarrollo web como: web bien organizada visualmente, elementos web innovadores, diseño adaptable no importa el dispositivo, sistema grid maquetación por columnas, integración con javascript.

Responsive Web Design

Para (Roman, 2016) el diseño responsive o adaptativo es una técnica de diseño web que permite la correcta visualización de una misma pagina en diversos dispositivos como laptops, Tablet y smartphones. Cuando hablamos de este tipo de diseño quiere decir que se redimensiona y coloca elementos de la web que se adapten al ancho del dispositivo y se brinde una correcta visualización de contenidos y una mejor experiencia para el usuario.

Gráfico N°16.- Responsive Web Design



Fuente: <http://epicmediainc.com/8-reasons-responsive-web-design-will-increase-profit-business/>

El responsivedesign permite reducir tiempo en el desarrollo web y evitar contenidos duplicados, por ello, (Roman, 2016)plantea las siguientes características que se enfocan en: layouts adaptables a cada pantalla, reducción del tiempo de desarrollo y aumento de la viralidad de los contenidos.

Brackets

Según (Pasten Garcia, 2016) brackets es un editor de código que soporta diversos lenguajes, dispone dentro de su interfaz diferentes colores que van marcando el código según su lenguaje, además su interfaz es muy sencilla de manipular y permite agregar extensiones a la aplicación.

Gráfico N°17.- Brackets



Fuente: http://programacion.net/articulo/12_extensiones_de_brackets_que_te_haran_la_vida_mas_facil_1439

Brackets es un editor de código HTML, CSS y JavaScript desarrollado por Adobe, ofrece herramientas para agilizar el proceso de creación de páginas y mejorar la conversión entre el editor gráfico y el entorno del lenguaje; es una herramienta de Open Source con una interfaz directa que detecta automáticamente el código, permite organizar los componentes por medio de un área de trabajo.(Pasten Garcia, 2016).

Fases de desarrollo del sitio web

Todo tipo de software y sitios web presentan un modelo de desarrollo donde a través de la ejecución de etapas o fases se va creando el software, siendo cada una de estas fases pasos metodológicos que permiten que se lo elaboren correctamente hasta llegar a la implementación. Por consiguiente, presentamos el modelo ADDIE y sus fases, que son:

Fase #1: Análisis. –durante esta primera etapa se procede a clarificar el problema turístico y tecnológico, además, posibles soluciones que se pueden brindar, en este caso la elaboración y diseño de un sitio web para la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

Aspectos que considerar:

- Localidad
- Asociaciones
- Tecnología
- Tiempo
- Recursos

Factores	Detalles
Área:	• Turismo
Tecnología:	• Sitio web
Numero socios:	• 14 socios
Localidad:	• Feria de muebles • Huambaló • Cantón Pelileo

Elaborado por: Paredes, 2019

Fase #2: Diseño. –se considera los recursos y herramientas a emplear en el diseño de las páginas web, además, la estructura correcta que deberá tener el sitio web para cumplir con su objetivo.

Aspectos que considerar:

- Software de desarrollo web.
- Software de imágenes y video.
- Componentes web.
- Estructura del sitio web.
- Diseño, colores, entre otros.

Software	Detalles
Brackets:	• Editor de código HTML y CSS.
Macromedia Fireworks 8	• Creación y edición de imágenes a través de herramientas muy sofisticadas.
Paint:	• Edición de fotografías.
Cooltext:	• Edición de textos y fuentes.

Elaborado por: Paredes, 2019

Fase #3: Desarrollo. –constituye la etapa de elaboración de cada una de las páginas que conforman el sitio web, para ello, se procede a la programación de código HTML y CSS de las paginas las cuales deberán ir contemplando un mismo formato, diseño y estructura, a fin de mantener el estilo del sitio web.

Aspectos que considerar:

- Código HTML
- Lenguaje CSS
- Menú
- Imágenes
- Videos
- Footer

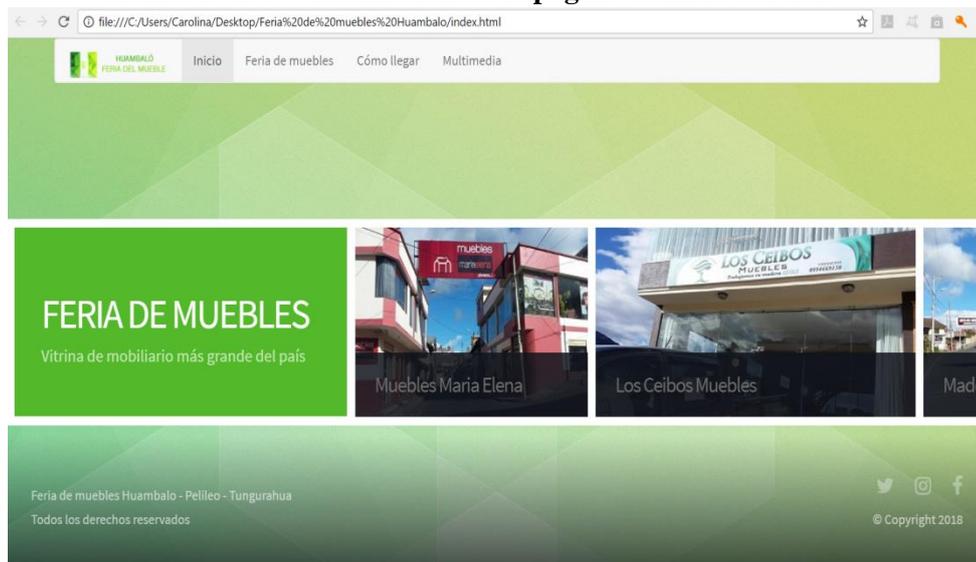
Gráfico N°18.- Pantalla Brackets, programación del sitio web

```

20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
<div class="container">
  <nav class="navbar navbar-default" role="navigation">
    <div class="container-fluid">
      <div class="navbar-header">
        <button type="button" class="navbar-toggle" data-toggle="collapse"
          data-target=".navbar-ex1-collapse">
          <span class="bar-only"/></span>
          <span class="icon-bar"/></span>
          <span class="icon-bar"/></span>
        </button>
        <a class="navbar-brand"></a>
      </div>
      <div class="collapse navbar-collapse navbar-ex1-collapse">
        <ul class="nav navbar-nav">
          <li class="active"><a href="index.html">Inicio/</a></li>
          <li><a href="feriademuebles.html">Feria de muebles/</a></li>
          <li><a href="comollegar.html">Cómo llegar/</a></li>
          <li><a href="multimedia.html">Multimedia/</a></li>
        </ul>
      </div>
    </div>
  </nav>
</div>
<div id="wrapper">
  <div id="main">
    <div id="reel">
      <!-- Header Item -->
      <div id="header" class="item" data-width="400">
        <div class="inner">
          <h1>FERIA DE MUEBLES</h1>
          <p>Vitrina de mobiliario más grande del país</p>
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>
</div>

```

Gráfico N°19.- Visualización de la página de inicio del sitio web



Fase #4: Implantación. –se procede a publicar el sitio web en un dominio de internet donde las personas de cualquier parte del mundo puedan visualizar la página web. Para ello, es necesario adquirir un hosting y un dominio, lugares donde reposará el sitio web, y podrá ser visto desde cualquier dispositivo tecnológico como ordenadores, Tablet y smartphone.

Aspectos que considerar:

- Hosting
- Dominio

Gráfico N°20.- Visualización del sitio web



6.7. Modelo Operativo

Cuadro N°15.- Modelo operativo

Fases	Metas	Actividad	Recursos	Responsable	Tiempo
Socialización	Socializar el sitio web con autoridades, habitantes y comerciantes de la parroquia.	Reunión con autoridades, habitantes y comerciantes de la parroquia. (Anexo #3)	Computador Internet Proyector	Investigador	1 día
Capacitación	Capacitar a comerciantes sobre el uso del sitio web.	Instrucción sobre el manejo de la plataforma web. (Anexo #3)	Computador Internet Proyector Manual	Investigador	1 día
Ejecución	Ejecutar el sitio web de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.	Entrega del link donde se encuentra el sitio web de la feria de muebles. (Anexo #3)	Computador Internet	Investigador	1 día

Elaborado por: Paredes, 2019

6.8. Administración

Con el fin de salvaguardar los derechos de autor y administrar correctamente el sitio web se establece que los miembros del GAD Parroquial se harán cargo del sitio web y de su promoción a fin de que la ciudadanía conozca de esta aplicación web y lo visite.

Cuadro N°16.- Recursos utilizados

Recursos institucionales	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Parroquial de Huambaló
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades • Comerciantes • Habitantes • Investigador
Recursos materiales - tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Computador • Internet • Sitio web • Manual

Elaborado por: Paredes, 2019

6.9. Previsión de la evaluación

Cuadro N°17.- Previsión de la evaluación

Preguntas básicas	Detalle
¿Qué evaluar?	Funcionamiento adecuado y oportuno del sitio web.
¿Por qué evaluar?	Determinar las deficiencias que puede presentar el sitio web al momento de ejecutarlo.
¿Para qué evaluar?	Corregir y mejorar el sitio web a fin de realizar una versión actualizada del mismo.
¿Con qué criterios?	Estándares y lineamientos de calidad en base al desarrollo de sitios y páginas web.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño ✓ Estructura ✓ Navegabilidad
¿Quién evalúa?	Holguer Vinicio Paredes Villegas.
¿Cuándo evaluar?	Evaluar el sitio web cada cinco meses a fin de evidenciar como va su funcionamiento.

Fuentes de información	Autoridades, comerciantes y habitantes de la parroquia Huambaló.
¿Con qué evaluar?	Informe que emitirán las autoridades de acuerdo con el funcionamiento del sitio web.

Elaborado por: Paredes, 2019

MATERIALES DE REFERENCIA

1. BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. (2014). El enfoque competitivo de la promoción turística. *Facultad de Turismo de la Universidad Americana de Acapulco, México*, 67-76.

Antoni Gutiérrez, R. (2014). *Tecnopolítica: El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción política colectivas*. España: Bebookness.

Baldominos Gomez, A. (2015). *Herramientas tecnológicas para la empresa digital*. Madrid: Garcia Moroto.

Camuñas Fernández, M. (2012). 15 Beneficios de las nuevas tecnologías en el turismo. *Max Camuñas*, 10-15.

Cañar, W. (2017). Las aplicaciones móviles para la promoción turística de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. *Universidad Tecnica de Ambato*, 1-126.

Caro, J., Luque, A., & Zayas, B. (2014). Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales. *XVI Congreso Nacional de*

Tecnologías de la Información Geográfica 25, 26 y 27 de Junio de 2014. Alicante., 936-946.

Caro, J., Luque, A., & Zayas, B. (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. *Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 931-945.

Carrera, L. (2014). *La tecnología en la actualidad*. Obtenido de Grupo de Investigación Stellae: <http://stellae.usc.es/red/blog/view/146085/la-tecnologia-en-la-actualidad>

Cartagena, P. (2012). Beneficios de la publicidad. *WinRed.com*, 34-37.

Castro, S. (2016). Ambientes 3D (Tres Dimensiones) para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua. *Universidad Tecnica de Ambato*, 1-105.

Cerezo Medina, A., & Guevara Plaza, A. (2015). El papel estratégico de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el turismo. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, Vol. 2, Num. 2, 52-69.

Charne, U. (2012). Turismo y nuevas tecnologías: el desafío de las instituciones educativas. *Facultad de Comunicación y Diseño, Universidad Argentina*, 1-23.

Crovi Druetta, D. (2016). Es el internet un medio de comunicación. *Revista Digital Universitaria*, 2-9.

Escobedo Hernández, C. (2016). Tipos de turismo. *Entorno Turístico*, 1-7.

Geosdigital.com. (24 de Septiembre de 2012). *La importancia de las nuevas tecnologías en el sector turístico*. Obtenido de Revista Turismo y Tecnología:
<http://www.turismoytecnologia.com/component/k2/item/1968-la->

importancia-de-las-nuevas-tecnolog%C3%ADas-en-el-sector-tur%C3%ADstico

Hernández, M. (2014). Tecnologías de información en la industria del turismo. *Geopolis*, 83-88.

Lacramioara Chirila, L. (2012). Las Nuevas Tecnologías en el Turismo. *Turismo y Desarrollo y Simposio "Desarrollo Local y Turismo"*, 1-9.

Lacramioara, L. (2015). Las nuevas tecnologías en el turismo. *Turismo y Desarrollo - Universidad de Málaga*, 1-6.

Masaquiza, A. (2016). Dispositivos inteligentes para la promoción de los atractivos turísticos de la zona central del cantón Cevallos provincia Tungurahua. *Universidad Tecnica de Ambato*, 1-107.

Masaquiza, J. (2015). Aplicaciones móviles para la promoción turística de la parroquia Salasaka, cantón San Pedro de Pelileo provincia de Tungurahua. *Universidad Tecnica de Ambato*, 1-110.

Matos Beltré, R. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. *EMBATOUR*, 89-92.

Mela, M. (13 de Abril de 2013). *¿Qué son las TIC y para que sirven?* Obtenido de Iberestudios.com: <http://noticias.iberestudios.com/%C2%BFque-son-las-tic-y-para-que-sirven/>

Milich Escanellas, G. (2015). Publicidad y sus características. *Marketing de contenidos*, 5-8.

Ministerio de Telecomunicaciones. (15 de Febrero de 2017). *¿Por qué saber usar las Tecnologías de la Información y de la Comunicación?* Obtenido de Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la información - Republica del Ecuador: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/por-que-saber-usar-las-tecnologias-de-la-informacion-y-de-la-comunicacion/>

- Ministerio de Turismo. (2008). *Ley del turismo*. Quito: Asamblea Nacional.
- Ministerio de Turismo. (24 de Abril de 2014). *Ministerio de Turismo - Republica del Ecuador*. Obtenido de Aplicaciones tecnológicas se implementarán en el turismo ecuatoriano: <http://www.turismo.gob.ec/aplicaciones-tecnologicas-se-implementaran-en-el-turismo-ecuadoriano/>
- Molina, J., & Ruiz, J. (2017). *HTML5*. Obtenido de developer.mozilla.org: <https://developer.mozilla.org/es/docs/HTML/HTML5>
- Mora, J. (2016). *CSS3*. Obtenido de developer.mozilla.org: <https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/CSS/CSS3>
- Muñoz Rosado, M. V. (2016). Promoción de los servicios y productos turísticos en las redes sociales, para el mejoramiento de la demanda de pasajeros en la agencia de viajes Ecuador Expeditions. *Universidad de Guayaquil*, 1-131.
- Núñez, L. (2012). Turismo - Ventajas y Desventajas. *Turismo Global*, 50-57.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). Entender el turismo: Glosario Básico. *Organismo especializado de las Naciones Unidas - Organización Mundial del Turismo OMT*, 1-5.
- Pairuna, L. (05 de Noviembre de 2017). *¿Qué es y para que sirve un sitio web?* Obtenido de Code Dimension Web Site: <http://www.codedimension.com.ar/noticias-sobre-tecnologia/noticias/-que-es-y-para-que-sirve-un-sitio-web-/1>
- Pasten Garcia, A. J. (03 de Agosto de 2016). *Brackets, un editor de código de carácter gratuito y software libre*. Obtenido de rootear.com: <https://rootear.com/windows/brackets-editor-codigo-gratuito>
- PuntoAbierto. (2016). *puntoabierto.net*. Obtenido de <https://puntoabierto.net/blog/que-es-bootstrap-y-cuales-son-sus-ventajas>

- Rivero, R. (2013). *Universidad de Salamanca*. Obtenido de La tecnología actual en nuestra sociedad: <https://www.tribunasalamanca.com/noticias/rivero-nuevo-rector-de-la-universidad-de-salamanca-por-la-minima/1512067026>
- Rodríguez, E. (2017). ¿Qué es el internet de las cosas? *UrbanTecno*, 45-52.
- Roman, J. (2016). *¿Qué es el diseño responsive?* Obtenido de 40deFiebre: <https://www.40defiebre.com/que-es/disenio-responsive/>
- Román, J. (2016). *Lenguaje CSS*. Obtenido de lenguajecss.com: <https://lenguajecss.com/>
- Román, J. (2016). *Lenguaje HTML*. Obtenido de lenguajehtml.com: <https://lenguajehtml.com/>
- Saberia.com. (2015). ¿Cuáles son las características de la tecnología? *Saberia.com*, 10-17.
- Sánchez Amboage, E. (2012). El turismo 2.0. Un nuevo modelo de promoción turística. *REDMARKA UIMA-Universidad de A Coruña - CIECID*, 33-57.
- Simian, H. (2013). 7 Tipos de publicidad. *La Rueding*, 45-50.
- Soler Pérez, V. (2015). Ventajas de las TI. *UNIVERSIA*, 45-52.
- Tagua, M., Garcia, C., & Marianetti, O. (2016). Las TIC, su importancia en la actualidad y el mercado laboral. *Universidad Nacional de Cuyo*, 23-30.
- Tello Leal, E. (2014). Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento - Universitat Oberta de Catalunya*, 1-8.
- Thompson, I. (2013). Publicidad. *Promonegocios*, 1-4.
- Torrecilla, J. (2016). Importancia de las herramientas tecnológicas. *Revista Online Astraps*, 18-25.

Túñez López , M., Altamirano, V., & Valarezo, K. (2016). Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 249-271.

Universidad Nacional Autónoma de México. (2014). *Tecnologías de la Información*. México: UNAM.

Vilaseca Requena, J., Torrent Sellens, J., Lladós Masllorens, J., & Garay Tamajón, L. (2011). Tecnologías de la información y la comunicación, innovación y actividad turística: Hacia la empresa en Red. *Cuadernos de Turismo - Universidad de Murcia*, 217-240.

Zapata, J., Arango, M., & Jaimes, W. (2012). Herramientas Tecnológicas al servicio de la gestión empresarial. *Revista Avances en Sistemas e Informática*, Vol.7, No3, Medellín.

2. ANEXOS

Anexo #1: Encuesta aplicada a los turistas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE DOCENCIA EN INFORMÁTICA

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS

Objetivo: Recopilar información relevante para el estudio del uso de las tecnologías de la información y la promoción turística de la feria de muebles de la parroquia Huambaló.

Indicaciones: Lea detenidamente cada una de las preguntas estipuladas y a continuación seleccione la opción que le parezca correcta.

Cuestionario

1. ¿Considera que las tecnologías de la información son muy importantes en la sociedad?
Siempre () A veces () Nunca ()
2. ¿Emplea en sus actividades cotidianas las tecnologías de la información?
Siempre () A veces () Nunca ()
3. ¿Utiliza con frecuencia los diferentes dispositivos tecnológicos?
Siempre () A veces () Nunca ()
4. ¿Visita o usa con frecuencia las diversas aplicaciones tecnológicas?
Siempre () A veces () Nunca ()
5. ¿Considera que la difusión a través de prensa, televisión y radio beneficia a la industria turística?
Siempre () A veces () Nunca ()
6. ¿Considera que la forma de difusión y promoción, promueven al desarrollo del sector turístico?
Siempre () A veces () Nunca ()
7. ¿Cree Ud. que por medio de la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló, se apertura un crecimiento económico en la zona?
Siempre () A veces () Nunca ()
8. ¿Cree Ud. que el empleo de la tecnología aportaría significativamente a la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló?
Siempre () A veces () Nunca ()

¡Gracias por su colaboración!

Anexo #2: Reporte Urkund

The screenshot shows the Plagium Premium admin interface in Google Chrome. The browser address bar displays "premium.plagium.com/admin/es/documents". The user is logged in as "Javier Sánchez Guerrero". The left sidebar contains navigation options: "Panel de control", "Buscas", "Informes compartidos", "Comprar créditos", "Cuenta", and "Asistencia". The main content area is titled "Buscas" and shows a search results table with 1 element. The table has columns for "Informe", "Título", "Estado", "Semejanza", "Riesgo", and "Menú". The single entry is "Informe: Tesis-Paredes-Vinicio (1).d ocx" with a status of "cancelado" and a similarity of "0.0%". There are "Acción" and "Agregar" buttons at the bottom of the table.

Informe	Título	Estado	Semejanza	Riesgo	Menú
Informe	Tesis-Paredes-Vinicio (1).d ocx	cancelado	0.0%		

This screenshot is identical to the one above, showing the same Plagium Premium admin interface with the search results table. The user is now logged in as "Javier Sánchez". The table content and layout are the same, showing one search result with a similarity of 0.0% and a status of "cancelado".

Informe	Título	Estado	Semejanza	Riesgo	Menú
Informe	Tesis-Paredes-Vinicio (1).d ocx	cancelado	0.0%		

Anexo #3: Evidencias Modelo Operativo

Operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
Uso de un conjunto de procesos que se encargan de desarrollar, implementar y administrar los sistemas de información utilizados para el manejo de información de toda organización, a su vez software y hardware.	Uso	Tecnologías de la información	¿Considera que las tecnologías de la información son muy importantes en la sociedad?	• Encuesta	• Cuestionario
	Procesos	Actividades			
	Hardware	Tipos	¿Emplea en sus actividades cotidianas las tecnologías de la información?		
	Software	Tipos	¿Utiliza con frecuencia los diferentes dispositivos tecnológicos? Ejemplo: Smartphone, Tablet. ¿Visita o usa con frecuencia las diversas aplicaciones tecnológicas? Ejemplo: Redes sociales.		

Operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
Actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer el seguimiento y desarrollo del turismo, así como el crecimiento y mejora de la industria con fines de explotación económica.	<p>Conjunto de acciones</p> <p>Instrumentos</p> <p>Función</p> <p>Crecimiento</p>	<p>Difusión</p> <p>Tecnológicos</p> <p>Desarrollo</p> <p>Económico</p>	<p>¿Considera que la difusión a través de prensa, televisión y radio beneficia a la industria turística?</p> <p>¿Cree Ud. que el empleo de la tecnología aportaría significativamente a la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló?</p> <p>¿Considera que la forma de promoción, promueven al desarrollo del sector turístico?</p> <p>¿Cree ud. que por medio de la promoción turística de la Feria de muebles de la parroquia Huambaló, se apertura un crecimiento económico en la zona?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario

Anexo #4: Tabla de distribución del chi cuadrado

Tabla de distribución de Chi cuadrada							
Probabilidad							
Grados de libertad	.50	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	.455	1.042	2.706	3.841	5.412	6.635	10.827
2	1.386	3.219	4.605	5.991	7.824	9.210	13.815
3	2.366	4.642	6.251	7.815	9.837	11.345	16.268
4				9.488	11.668	13.277	18.465
5	4.351	7.289	9.236	11.070	13.388	15.086	20.517
10	9.342	13.442	15.987	18.307	21.161	23.209	29.588
15	14.339	19.311	22.307	24.996	28.259	30.578	37.697
20	19.337	25.038	28.412	31.410	35.020	37.566	43.315
25	24.337	30.675	34.382	37.652	41.566	44.314	52.620
30	29.336	36.250	40.256	43.773	47.962	50.892	59.703

Anexo #5: Manual de usuario

**MANUAL DE
USUARIO**

**SITIO WEB
FERIA DE MUEBLES DE
HUAMBALÓ**

Vinicio Paredes

2019

INTRODUCCIÓN

Sitio web de la Feria de Muebles Huambaló a través del cual se promociona y difunde la feria, con la finalidad que los turistas a nivel local, nacional e internacional visiten y generen un mejor comercio en la zona, y así la promoción turística de la localidad permitan diversos avances sociales, económicos y culturales.

CONTENIDO

“SITIO WEB FERIA DE MUEBLES HUAMBALÓ” 91

SITIO WEB EN PC 91

URL del aplicativo: <https://huambalo-feria-de-muebles.000webhostapp.com/>

91

MENÚ PRINCIPAL – FERIA DE MUEBLES 92

MENÚ PRINCIPAL – CÓMO LLEGAR 92

MENÚ PRINCIPAL – MULTIMEDIA 94

SITIO WEB EN SMARTPHONE 95

URL del aplicativo: <https://huambalo-feria-de-muebles.000webhostapp.com/>

95

MENÚ PRINCIPAL – FERIA DE MUEBLES 96

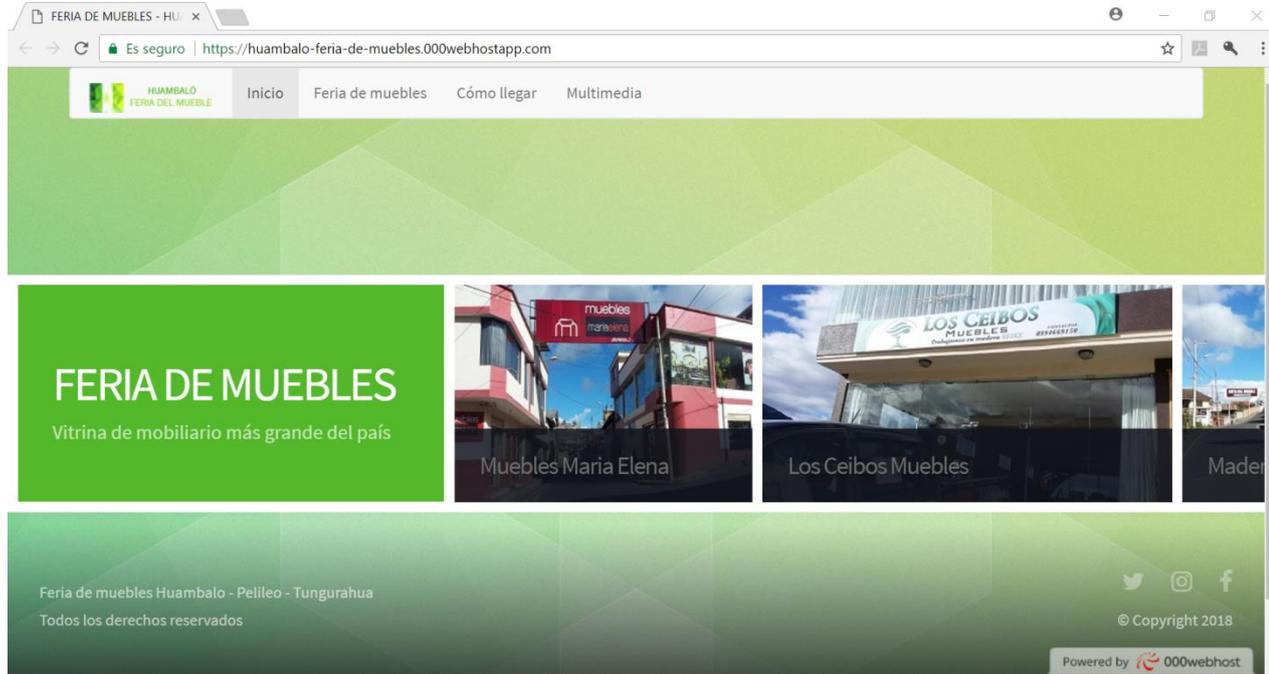
MENÚ PRINCIPAL – CÓMO LLEGAR 97

MENÚ PRINCIPAL – MULTIMEDIA 98

MANUAL DE USUARIO

“SITIO WEB FERIA DE MUEBLES HUAMBALÓ”

SITIO WEB EN PC



Pantalla #1: Interface principal

URL del aplicativo: <https://huambalo-feria-de-muebles.000webhostapp.com/>

MENÚ PRINCIPAL:

INICIO: Acceso a la página principal.

FERIA DE MUEBLES: Acceso al origen y elaboración de los muebles.

CÓMO LLEGAR: Vista de un mapa para llegar a la localidad.

MULTIMEDIA: Acceso a la galería de imágenes.

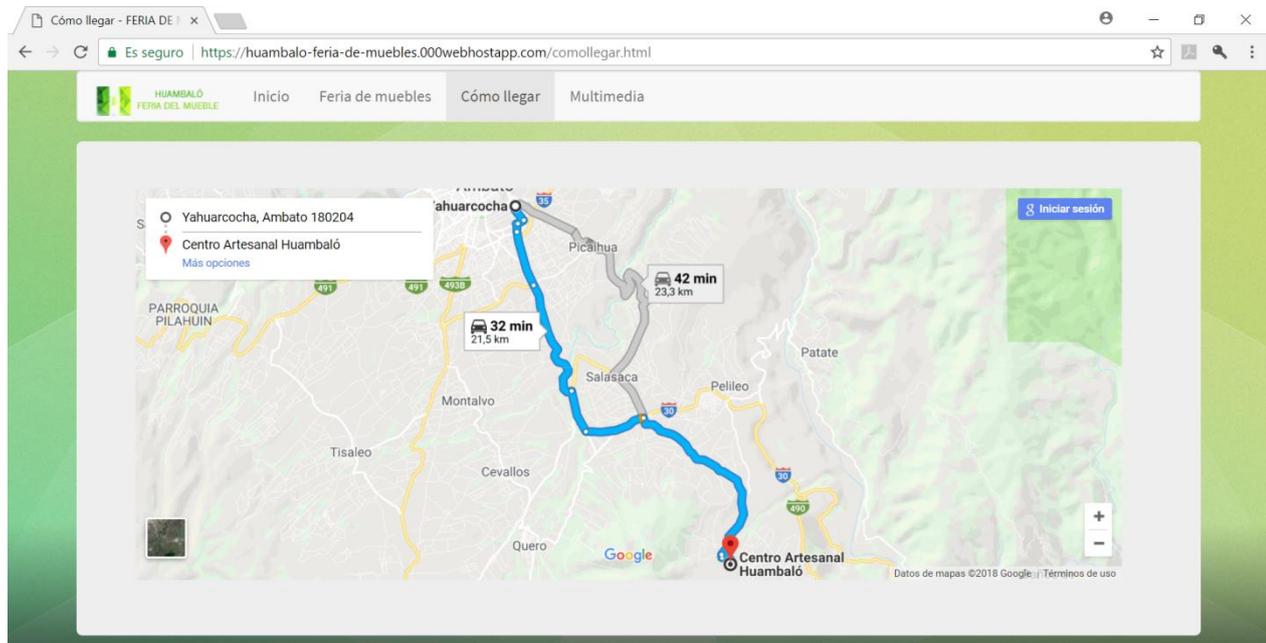
MENÚ PRINCIPAL – FERIA DE MUEBLES



Pantalla #2: Menú principal – Feria de Muebles

FERIA DE MUEBLES: La página feria de muebles, muestra el origen de la feria ¿Cómo se dio?, además de un enfoque global de la elaboración de los muebles que se realizan en la localidad.

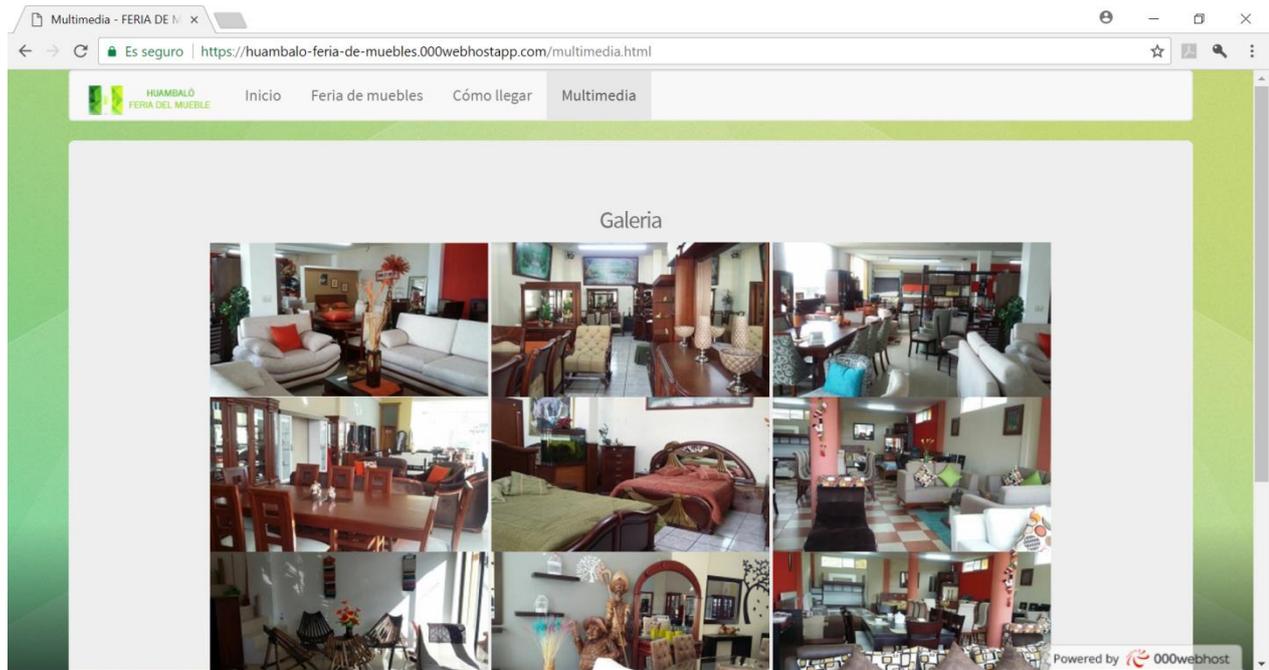
MENÚ PRINCIPAL – CÓMO LLEGAR



Pantalla #3: Menú principal – Cómo llegar

CÓMO LLEGAR: La página Como llegar, muestra un mapa insertado a través de la herramienta Google Maps, para saber cómo llegar a la feria de muebles de Huambaló.

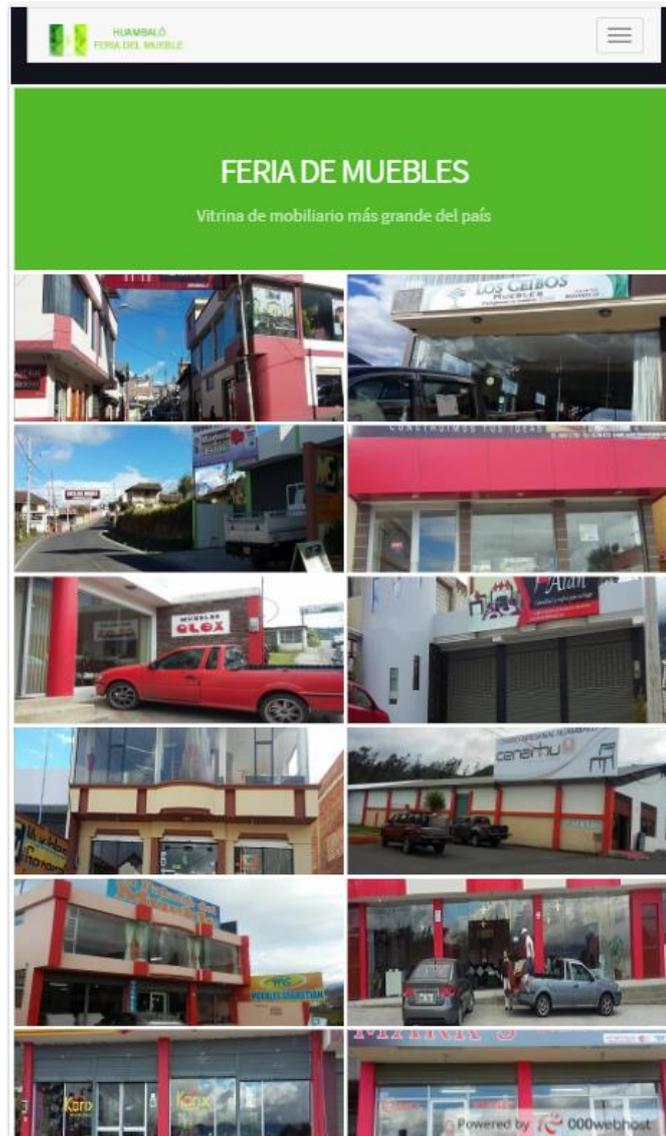
MENÚ PRINCIPAL – MULTIMEDIA



Pantalla #4: Menú principal – Multimedia

MULTIMEDIA: La página multimedia, muestra una galería de imágenes en las cuales se puede visualizar los diferentes tipos de muebles y productos que se ofertan en la feria de muebles de Huambaló.

SITIO WEB EN SMARTPHONE



Pantalla #1: Interface principal

URL del aplicativo:<https://huambalo-feria-de-muebles.000webhostapp.com/>

MENÚ PRINCIPAL:

1. INICIO: Acceso a la página principal.
2. FERIA DE MUEBLES: Acceso al origen y elaboración de los muebles.
3. CÓMO LLEGAR: Vista de un mapa para llegar a la localidad.
4. MULTIMEDIA: Acceso a la galería de imágenes.

MENÚ PRINCIPAL – FERIA DE MUEBLES

HUAMBALÓ
FERIA DEL MUEBLE

ORIGEN

En Huambaló, la fabricación de muebles es una tradición que se remonta a la década de los años 70, cuando Humberto Aguirre luego de un viaje a la ciudad de Guayaquil, decide iniciar en su natal Huambaló el negocio de la fabricación de duelas. Con el tiempo adquirió experiencia y capacitó a su personal en las habilidades de la carpintería, el negocio fue creciendo y su taller comenzó a diversificar los productos, elaborando los primeros muebles por encargo. En vista de la demanda en los pedidos de los muebles, decidió especializarse en ebanistería para poder ofrecer muebles de mejor calidad en sus acabados.

En 1986 su fábrica es reducida a escombros por un incendio, que acabó con todo; muchos años de trabajo e inversión material, lo cual no fue un impedimento para volver a empezar y esta vez a mayor escala, construyendo la primera planta de fabricación de muebles del sector. Hoy Huambaló cuenta con alrededor de 150 talleres y 70 almacenes, donde se comercializan juegos de muebles de sala, comedor, dormitorios e infinidad de productos decorativos en madera.

ELABORACIÓN



Lo más importante nos mencionaron los artesanos de Huambaló es la selección de la materia prima, la madera, debe ser curada y secada al horno, este proceso evita las torceduras ocasionadas por la humedad y sirve de protección contra las polillas.

Se procede a establecer el diseño del mueble, para luego realizar los moldes o plantillas que servirán para los cortes que se realizarán en la madera con la maquinaria adecuada. Teniendo ya las partes cortadas, se lijan rigurosamente para eliminar cualquier imperfección en su textura.

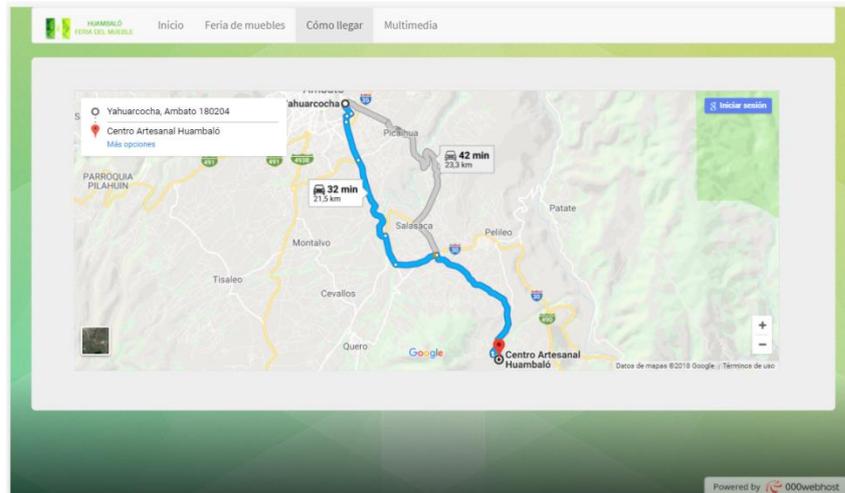
Este material pasa al departamento de emporado, en donde se vuelve a lijar, para luego aplicar la base selladora, este proceso de sellado

Powered by  000webhost

Pantalla #2: Menú principal – Feria de Muebles

FERIA DE MUEBLES: La página feria de muebles, muestra el origen de la feria ¿Cómo se dio?, además de un enfoque global de la elaboración de los muebles que se realizan en la localidad.

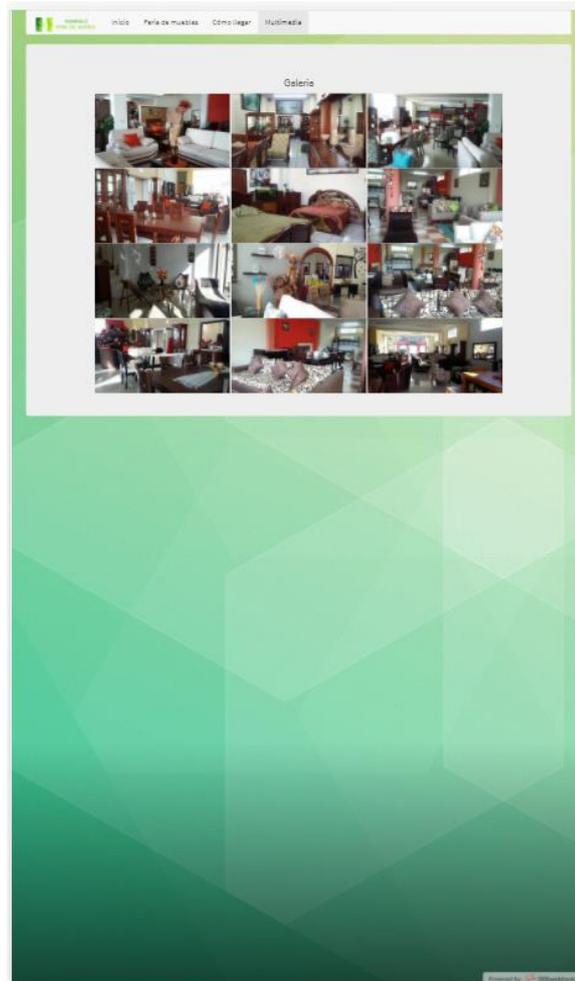
MENÚ PRINCIPAL – CÓMO LLEGAR



Pantalla #3: Menú principal – Cómo llegar

CÓMO LLEGAR: La página Como llegar, muestra un mapa insertado a través de la herramienta Google Maps, para saber cómo llegar a la feria de muebles de Huambaló.

MENÚ PRINCIPAL – MULTIMEDIA



Pantalla #4: Menú principal – Multimedia

MULTIMEDIA: La página multimedia, muestra una galería de imágenes en las cuales se puede visualizar los diferentes tipos de muebles y productos que se ofertan en la feria de muebles de Huambaló.