



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**Diseño y creación de un sitio multimedia para incentivar  
el turismo en la parroquia de Amaguaña de la provincia de Pichicha con el fin de  
dar a conocer sus atractivos turísticos.**

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el  
título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Yar Morales Edison David

Tutor: Marco Vinicio Yamba Yugsi

*Quito, 12 de septiembre de 2017*

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

Todos los documentos deberán presentar la declaración de autoría así certifiquen su trabajo, el mismo que debe constar con el tema y el autor.

---

Yar Morales Edison David

**C.C.: 1722827282**

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

**Yo, Edison David Yar Morales** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1722827282 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado ..... con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA**

\_\_\_\_\_

**NOMBRE**

Edison David Yar Morales

**CÉDULA**

1722827282

Quito, 10 de marzo de 2017

## **AGRADECIMIENTO**

La dedicación, la confianza y la paciencia es para todas las personas que estuvieron involucradas en el transcurso de toda la carrera.

El agradecimiento total a mis padres por el apoyo brindado para forjar mis metas y objetivos los cuales obtuve bastante conocimiento, además de tener un respaldo, consejos y sabiduría de ellos para seguir adelante.

Al Instituto Tecnológico Cordillera el cordial agradecimiento por dar esa mano para la vida brindando su calidad y profesionalismo hasta el final, a mis compañeros y amigos que estuvieron ahí para dar una pequeño pedacito de su apoyo y confianza dejada en mi para poder salir adelante en todo aspecto, algún momento poder encontrarnos como profesionales y no decepcionarles su confianza depositada en mi durante los años de estudio.

## **DEDICATORIA**

Mi proyecto de graduación está dedicada a mis padres Carlos Floresmilo Yar y María Rosario Morales y también a mis hermanos Vinicio Morales y Rafael Yar quienes me brindaron su apoyo para poder realizar mis metas y su confianza total para poder alcanzar este proyecto de vida.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....	1
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	1
AGRADECIMIENTO .....	1
DEDICATORIA .....	1
ÍNDICE GENERAL .....	1
ÍNDICE DE TABLAS .....	1
ÍNDICE DE FIGURAS .....	1
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	1
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
1. Antecedentes .....	2
1.01. Contexto.....	2
1.02. Justificación .....	4
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T).....	6
CAPÍTULO II.....	7
2. Análisis de Involucrados.....	7

2.01. Mapeo de los Involucrados .....	7
2.02. Matriz de Análisis de Involucración .....	8
CAPÍTULO III.....	10
3. Problemas y Objetivos .....	10
3.01. Árbol de Problemas .....	10
3.02. Árbol de Objetivos.....	11
CAPÍTULO IV .....	12
4. Análisis de Alternativas .....	12
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	12
4.01.01. Tamaño del Proyecto .....	13
4.01.02. Localización del Proyecto.....	14
4.01.03. Análisis Ambiental .....	15
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos .....	15
4.03. Diagrama de Estrategias .....	17
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico .....	18
4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores .....	18
4.04.02. Selección de Indicadores .....	22
4.04.03. Medios de Verificación.....	25
4.04.04 Supuestos .....	28
4.04.05. Matriz de Marco Lógico .....	31

CAPÍTULO V .....	34
5. Propuesta.....	34
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta .....	34
5.01.01. Marco Teórico.....	36
5.02. Descripción de la Herramienta .....	40
5.02.03. Metodología (Materiales y Métodos) .....	40
5.02.02. Resultados .....	43
5.02.03. Discusión .....	44
5.03. Formulación del Proceso de Aplicación .....	48
5.03.01. Concepción .....	49
5.03.02. Diseño .....	50
5.03.03. Producción .....	56
Ilustración. ....	56
5.03.04. Pruebas.....	68
5.03.05. Mantenimiento .....	69
5.03.06. Marketing y Difusión.....	69
CAPÍTULO VI .....	76
Aspectos Administrativos .....	76
6.01. Recursos.....	76
6.01.01. Técnicos – Tecnológico .....	76

6.01.02. Humano.....	77
6.01.03. Económico .....	77
6.02. Presupuesto .....	77
6.02.01. Gastos Operativos .....	77
6.02.02 Aplicación del Proyecto.....	79
6.03. Cronograma .....	80
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>81</b>
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>81</b>
7.01. Conclusiones.....	81
7.02. Recomendaciones .....	83
Bibliografía .....	86
Anexos .....	89
1. Nomenclatura utilizada.....	89

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las fuerzas de la parroquia de Amaguaña, 2017. ....	6
Tabla 2: Análisis de involucrados de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	8
Tabla 3: Impacto de los objetivos de la parroquia de Amaguaña", 2017. ....	16
Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores de Amaguaña, 2017.....	19
Tabla 5: Selección de indicadores de la parroquia de Amaguaña, 2017. ....	22
Tabla 6: Medios de verificación de la parroquia de Amaguaña, 2017. ....	25
Tabla 7: Supuestos de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	29
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	32
Tabla 9: Resultado de las encuestas de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	43
Tabla 10: Contenidos.....	50
Tabla 11: Gastos Operativos de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	77
Tabla 12: Cronograma de Actividades de la parroquia de Amaguaña, 2017. ....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Involucrados, parroquia de Amaguaña 2017.....	7
Figura 2: Árbol de Problemas de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	10
Figura 3: Árbol de Objetivos de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	11
Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	12
Figura 5: Calculo de muestra de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	13
Figura 6: Ubicación física y geográfica de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	14
Figura 7: Diagrama de Estrategias de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	17
Figura 8: Porcentaje de personas que usan computadora, laptop o celular de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	45
Figura 9 : Porcentaje de tipo de dispositivo de usabilidad de las personas usan de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	46
Figura 10: Preferencia nacional o internacional de viaje de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	48
Figura 11: Botones Principales.....	54
Figura 12: Diagrama UML de la parroquia de Amaguaña, 2017.....	55
Figura 13: Inicio.....	56
Figura 14: Información.....	56
Figura 15: Información.....	57
Figura 16: Viajar a Amaguaña.....	57
Figura 17: Contenido extra.....	58

Figura 18: Sitios Turísticos.....	58
Figura 19: Sitios Turísticos 2.....	59
Figura 20: Contenido extra 2 .....	59
Figura 21: Fotografías.....	60
Figura 22: Contenido extra 3 .....	60
Figura 23: Contactos.....	61
Figura 24: Mapa de la parroquia de Amaguaña.....	61
Figura 25: Pie de página. ....	62
Figura 26: Logotipo. ....	62
Figura 27: Colores Corporativos.....	63
Figura 28: Tipo de Fuente.....	63
Figura 29: Tipo de Fuente.....	64
Figura 30: Interfaz. ....	65
Figura 31: Animación 1. ....	65
Figura 32: Animación 2. ....	66
Figura 33: Programación 1. ....	66
Figura 34: Programación 2. ....	66
Figura 35: Programación 3. ....	67
Figura 36: Programación 4. ....	67
Figura 37: Programación 5. ....	68
Figura 38: Programación 6. ....	68
Figura 39: Afiche de la parroquia de Amaguaña.....	72
Figura 40: Flyer de la parroquia de Amaguaña .....	73

Figura 41: Roll Up de la parroquia de Amaguaña .....	74
Figura 42: Fan Page de la parroquia de Amaguaña .....	75

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto está encaminado para aportar de manera positiva en el aumento de afluencia turística en los sitios turísticos que posee la parroquia de Amaguaña, generando en los turistas el incentivo que necesitan en conocimientos que ayuden de manera que se interesen en conocer los sitios turísticos que son muy pocos conocidos y concurridos en la actualidad.

Existe un conocimiento bajo sobre los sitios multimedia relacionados con sitios turísticos en los turistas que normalmente no conocen por información escasa o por no llamar la atención y no saber lo que tiene cada uno de estos lugares, nuestra propuesta es el incentivar sobre estos lugares a través del sitio multimedia que es totalmente llamativo el cual utiliza maquinas tecnológicas de la actualidad que los usuarios o las personas ahora se ven muy apegados en su día cotidiano, el cual nos ayuda a obtener la atención de las personas con una propuesta llamativa y creativa para los turistas que deseen conocer más, el dar más información detallada a los turistas sobre los sitios turísticos con una información nueva, sumándole fotografías, paisajes, videos que llamaran su atención totalmente y así poco a poco desarrollar el turismo a nivel nacional.

La multimedia usa de manera variada varios medios como imágenes, video, sonido, texto para la innovación de información.

## **ABSTRACT**

The project is directed to contribute of positive manner in the increase of tourist influx in the tourist places that possess the parish of Amaguaña, generating in the tourists the incentive that need in knowledges that help in a manner that interest in knowing the tourist places that they are very few known and crowded in the actuality.

Exists a low knowledge on the multimedia site related with tourist places in the tourists that usually do not know by scarce information or by not calling the attention and not knowing what has each one of these places, our approach is the encourage on these places through the multimedia site that is interactive which uses update technological teams that the people now see very related in his daily day, helps us to obtain the attention of the people with a approach striking and creative for the tourists that wish to know more, as main result of the project can give more information to the tourists on the tourist places with a new information and detailed adding him photographies, landscapes, movies that called his attention totally and so this little by little develop the tourism to national level.

The multimedia uses of way varied several means like images, movies, sound, text for the innovation of information.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto que es el diseño y creación de un sitio multimedia para incentivar el turismo en la parroquia de Amaguaña de la provincia de Pichincha con el fin de dar a conocer sus atractivos turísticos tiene como problema base sobre el desconocimiento de las personas que tienen sobre estos distintos lugares el cual se ha ido disminuyendo para el sector turístico de Amaguaña y poco a poco a nivel nacional se irá desarrollando por lo que las personas no conocen estos lugares o no tienen los medios para hacerlo ya que no existe algún medio para tratar de buscar y tener una guía sobre estos lugares turísticos.

La gran inasistencia por falta de información a los sitios turísticos de Amaguaña en los turistas genera varias controversias a dar una solución a este problema, el cual es las personas desconocen, tienen pocos conocimientos que no son suficientes para desarrollar un área turística, lo cual también se ve afectado en el caso de la parte administrativa de cada una de los sitios turísticos que no lo ve necesario o un método para aumentar las visitas turísticas, el poco interés que este genera al no conocer lo que un sitio multimedia puede ofrecer.

El sitio multimedia contiene diferentes artes gráficos que son de mucha importancia para hacerla muy llamativa y contener información adecuada para el turista en sí, utilizando medios como lo son fotografías, audio y video que también serán tanto informativos como creativos para poder otorgar una guía y tengan conocimiento de todo lo que ofrece cada uno de los atractivos turísticos de la parroquia de Amaguaña.

Al implementar como nuevo medio de información de sitios turísticos, se dará como una de las principales soluciones a los altos índices de inasistencia a los sitios turísticos no solo de Amaguaña si no a nivel nacional.

La importancia de la propuesta de la creación del sitio multimedia es para incentivar con la información de este tipo, por ser muy actual y tecnológica, relacionándose al mundo de hoy en día es una manera que a través de esta genere un método llamativo e informativo para los turistas.

En las diferentes secciones del proyecto, desde el contexto en donde se encuentra una serie de circunstancias que rodean la situación que vive el proyecto y en base de esta se encuentra palabras claves que explica acerca del sitio multimedia y sus principales propósitos para la empresa o administración esta allegada, es decir sus actores involucrados , como siguiente se puede encontrar el problemas a partir del desarrollo del árbol de problemas, y con esta encontrar la solución a lo planteado con un árbol de objetivos del proyecto, en la siguiente sección encontraremos la identificación de la matriz del marco lógico, en donde podemos encontrar lo que en si es la planificación, diseño, ejecución y evaluación, como siguiente sección es la creación de la propuesta que escribirá en cada uno de sus puntos lo que abarca la creación de la propuesta como secciones finales de este proyecto encontramos el costo, presupuestos que llevo a tener la creación del proyecto y la bibliografía de la misma mostrando nuestras fuentes de información.

---

## CAPÍTULO I

### 1. Antecedentes

#### 1.01. Contexto

El diseño multimedia abarca diferentes formas de expresar el mismo con el simple hecho de crear texto, imagen, video, sonido, fotografías, e incluso la animación. El diseño Multimedia puede aplicarse cuando un programa de la computadora, archivo, o presentación se combinan de manera adecuada con los diferentes medios gráficos para mejorar la atención, comprensión y el aprendizaje en excelencia por lo que se acerca a lo más cotidiano en que los seres humanos se comunican. Un sitio multimedia consta de una o varias páginas que se pueden conectar entre si contienen lenguaje de marca de hipertexto es decir en inglés de HyperText Markup Language (HTML), además de contar con vínculos a otros sitios, a video, imagen, sonido, etc. (Rodríguez, 1994)

Juntamente puede interactuar con el usuario y llamar su atención, el que puede acceder mediante vía Internet o LAN por un navegador predeterminado que hacen el trabajo de hacer la transferencia de todo lo antes dicho desde un servidor hasta el computador donde se mostrará cada detalle en el monitor. Los sitios multimedia son totalmente interactivos y se puede usar cualquier tipo de objeto multimedia para así presentar la información.

La parroquia de Amaguaña se encuentra ubicada en el cantón Rumiñahui, queda ubicada en el Valle de los Chillos al sur de la Hoya de Guayllabamba, está asentada al río

San Pedro y en las faldas del vetusto Pasochoa que se encuentra a 4255 metros sobre el nivel del mar. Sus coordenadas geográficas aproximadas son: latitud  $0^{\circ}22'S$  y longitud  $78^{\circ}27'W$ . Su clima tiene una temperatura promedio entre  $17$  y  $18^{\circ} C$ . (Amaguaña, 2013). Amaguaña consta de varios sitios turísticos, estos se relacionan con el llamamiento de varios turistas que lo visitan por su valor cultural, historia, belleza, gastronomía, aventura que puede ofrecer un lugar que genera actividad económica para un sector.

Uno de estos sitios tenemos a el parque ecológico Cachaco que se encuentra junto al río San Pedro, en este sitio se puede hacer una caminata por su sendero en donde se pueden observar la variedad de flora que contiene atravesando distintos riachuelos bosques para poder disfrutar lo que son piscinas, restaurantes, área de camping, y programas de aprendizaje de cultura sobre este sitio o más conocida por la Fuente de Oro donde se cree que ahí llegaba el inca Atahualpa a curarse de sus heridas por el agua medicinal que contiene.

El refugio de vida silvestre Pasochoa es un volcán apagado, pero en la actualidad es una reserva la cual se la puede disfrutar con una caminata mientras se observan los paisajes y lo que alberga en sí que es la flora muy diversa y fauna en la que destaca el gallinazo y el cóndor a más de otros tipos de animales. Una vez en la cima en un día totalmente despejado se puede apreciar los diferentes volcanes que existen en la cordillera de los Andes tales como el Cotopaxi, Antisana, Cayambe y otros más, por eso es conocido también como la Avenida de los Volcanes.

Por último, se encuentra la iglesia de Amaguaña un santuario parroquial es de importancia histórica para los habitantes de Amaguaña ya que es una arquitectura basada

de muchos siglos atrás en la época colonial. Actualmente ésta y otras haciendas como: Las Herrerías, Chillo Jijón, Santa Isabel, el Rosario, el Chaupi, el Orbe son propiedades privadas que mantienen su arquitectura inicial que inspira paz y una tranquilidad especial. (Amaguaña, 2013)

A estas presentadas se puede agregar la presencia de los diferentes lugares que son la Hostería Carlitos, un sitio que consta de pesca deportiva, canchas deportivas, zona de relax y además de contar con la Playa San Pedro, en el cual se hace la pesca deportiva donde también es una zona gastronómica para deleitar a sus visitantes.

### **1.02. Justificación**

El problema encontrado en el turismo de la parroquia de Amaguaña, es el desconocimiento sobre los atractivos turísticos que está limitada, sobre las cuales han ocasionado en varias circunstancias la poca asistencia a estos lugares y que se reduzca el conocimiento en turistas a nivel nacional sobre dichos lugares. De esta forma con el pasar del tiempo se pierda el interés de visita y crece el índice de turistas lo cual perjudica a la parroquia de Amaguaña en su administración turística.

El proyecto tiene la importancia es crear un sitio multimedia para dar a conocer los atractivos turísticos que tiene la parroquia de Amaguaña del cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha, la cual busca posicionar un sitio multimedia interactivo que utilice todo lo relacionado al diseño multimedia para que el usuario que visita el sitio pueda interactuar y se muestre interesado por lo que pueda observar y aprender sobre lo que conseguirá con la visita a los sitios turísticos, teniendo en cuenta los conceptos

básicos de diseño gráfico y multimedia beneficiando tanto a la parroquia como a los turistas que lo visitan en actividades económicas.

El proyecto tendrá un impacto a largo plazo ya que poco a poco se difundirá cada información obtenida además pretende incrementar de manera interactiva la atención de los usuarios o turistas.

En la parroquia de Amaguaña se denota un déficit tecnológico que permita dar a conocer sus atractivos turísticos de una forma moderna, gran parte de la población de Amaguaña desconoce sobre los sitios multimedia por lo tanto el implementar el sitio multimedia del proyecto aportara de gran manera a la parroquia de Amaguaña haciendo una de estas como la más visitada del país.

La elaboración de un sitio multimedia solucionará y aportará a las administraciones de cada uno de los sitios turísticos de Amaguaña para lograr así que su desconocimiento sobre estos sitios no siga aumentando por diferentes circunstancias como son la falta de interés y conocimiento en información que ha ido disminuyendo con el pasar del tiempo afectando la visita de turistas, la falta de difusión de estas puede que incluso llegue a hacer una amenaza de desaparición y no ser un atractivo turístico.

Así mismo, el sitio multimedia es de total interacción con el usuario o turista mediante el audio, animación, fotografías e incluso videos relacionados a cada uno de los atractivos turísticos de Amaguaña, mediante la visita al sitio tendrá conocimiento y despertara gran interés sobre lo que Amaguaña ofrece en turismo que en su propio beneficio de la parroquia aumentará su índice de atracción turística a nivel nacional haciendo de esta como un lugar concurrido de visita en relación a otros años.

En base al objetivo 5 del Plan Nacional del Buen Vivir “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad” (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013), el proyecto con su amplia interactividad y modernidad que necesita Amagaña se implementara de forma rápida y oportuna dando así a conocer lo que Amagaña puede ofrecer, aprender costumbres y tradiciones, dar a conocer culturas antes no informadas, etc.

### 1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1: Análisis de las fuerzas de la parroquia de Amagaña, 2017.

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Perdidas económicas en el sector turístico.	Reducción de visitas de turistas en la parroquia de Amagaña.				Incremento del turismo en la parroquia de Amagaña continuamente
<b>Fuerza impulsadora</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>Fuerza bloqueadora</b>
Interés alto en la población de la parroquia de Amagaña por conocer los sitios multimedia.	4	5	5	4	Recursos tecnológicos insuficientes
Información detallada sobre la usabilidad del sitio multimedia.	4	5	5	4	Recolección de información reducida.
Amplia información relacionada al proyecto.	3	4	4	3	Desaprobación de las entidades del lugar.
Apoyo de las autoridades de la parroquia de Amagaña en el proyecto el cual fomenta el turismo del lugar.	3	4	4	3	Cambio de autoridades de la parroquia de Amagaña.

Recursos creativos e innovadores.	3	4	4	3	Recursos limitados.
-----------------------------------	---	---	---	---	---------------------

En la tabla que antecede encontramos las siguientes nomenclaturas: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que hayamos ejecutado el proyecto.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis de Involucrados

#### 2.01. Mapeo de los Involucrados

Encontramos los principales involucrados que van a aportar en el desarrollo del proyecto de la tesis, organizados desde el que más aporta, hasta el que aporta de menos.

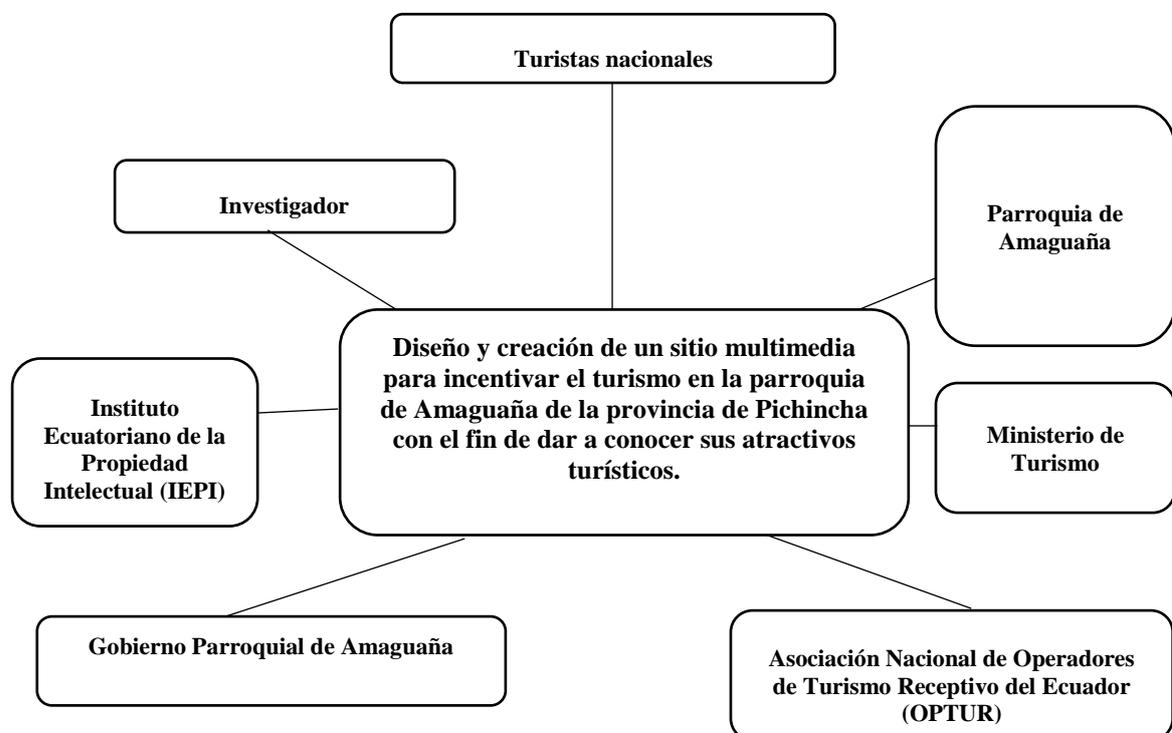


Figura 1: Mapa de Involucrados, parroquia de Amaguaña 2017

## 2.02. Matriz de Análisis de Involucración

La matriz de involucrados se considera en la identificación de las entidades del Estado así también de ciudadanos o empresas y del investigador que son directa o indirectamente involucrados o afectados por el problema descrito y sus posibles soluciones.

Tabla 2: Análisis de involucrados de la parroquia de Amaguaña, 2017.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Investigador	Recolección de información reducida.	Deficientes técnicas de atracción turística.	R. Humanos. Ideas. Creatividad. R. Administrativos. Planeación, dirección y control.	Información detallada sobre la usabilidad del sitio multimedia.	Desaprobación del proyecto.
Turistas nacionales	Recibir de manera interactiva conocimientos sobre los atractivos turísticos de Amaguaña .	Insuficiente información sobre los atractivos turísticos de Amaguaña.	R. Humanos. Ideas. Experiencias, conocimientos	Amplia información relacionada al proyecto.	Recursos limitados.
Ministerio de turismo	Facilitar la búsqueda de los atractivos turísticos.	Escasa información.	R. Tecnológicos R. Humanos R. Financieros R. Ambientales	Utilizar el sitio multimedia como herramienta informativa.	Poca acogida para la realización del proyecto.

OPTUR	Recursos limitados.	Información desactualizada	Patentes, marcas y derechos.	Recursos creativos e innovadores.	Desaprobación del proyecto.
IEPI	No fomentar el conocimiento sobre los atractivos turísticos de Amaguaña en la población nacional.	Inexistencia de archivos para la publicación de autoría del proyecto.	Patentes, marcas y derechos.	Correcto proceso de legalización del proyecto y proclamación de autoría.	Desaprobación del proyecto.
Gobierno Parroquial de Amaguaña	Recursos tecnológicos insuficientes.	Desconocimiento sobre nuevas formas de atracción turística.	Patentes. Recursos Humanos. Inserción Social.	Interés alto en la población de la parroquia de Amaguaña por conocer los sitios multimedia.	Cambio de autoridades.
Parroquia de Amaguaña	Insuficiente conocimiento sobre los atractivos turísticos de Amaguaña.	Conformidad con antiguos métodos de atracción turística.	R. Ambientales. R. Tecnológicos. R. Humanos.	Reducción de la poca actividad turística en la parroquia de Amaguaña.	Desinterés administrativo .

## CAPÍTULO III

### 3. Problemas y Objetivos

#### 3.01. Árbol de Problemas

Se presentan las causas por la cuales se genera el problema principal del proyecto, además que identifica problemas reales y presentes más que problemas aparentes, futuros o pasados, basado desde un problema central para así presentar los efectos y causas del problema.

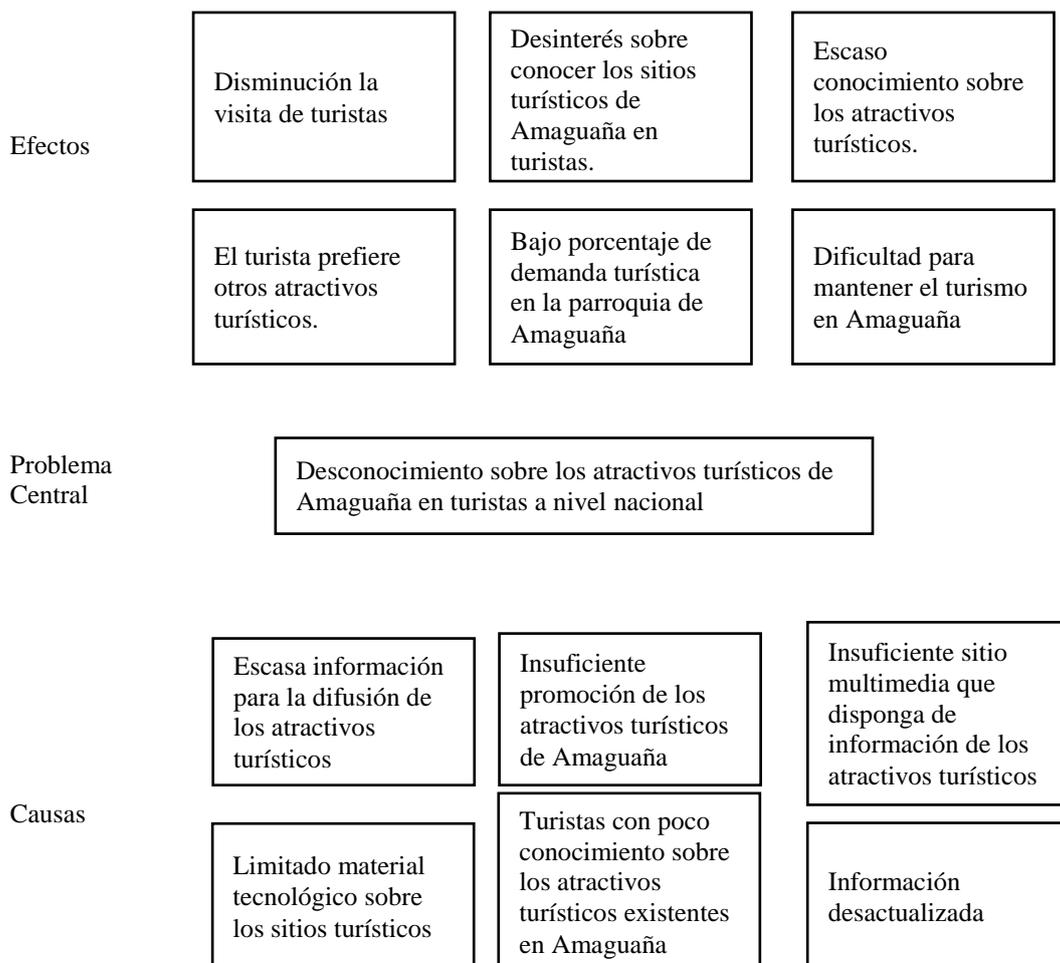


Figura 2: Árbol de Problemas de la parroquia de Amaguaña, 2017.

### 3.02. Árbol de Objetivos

Los objetivos son los mismos del Árbol de problemas, pero en positivo y con verbos en infinitivo.

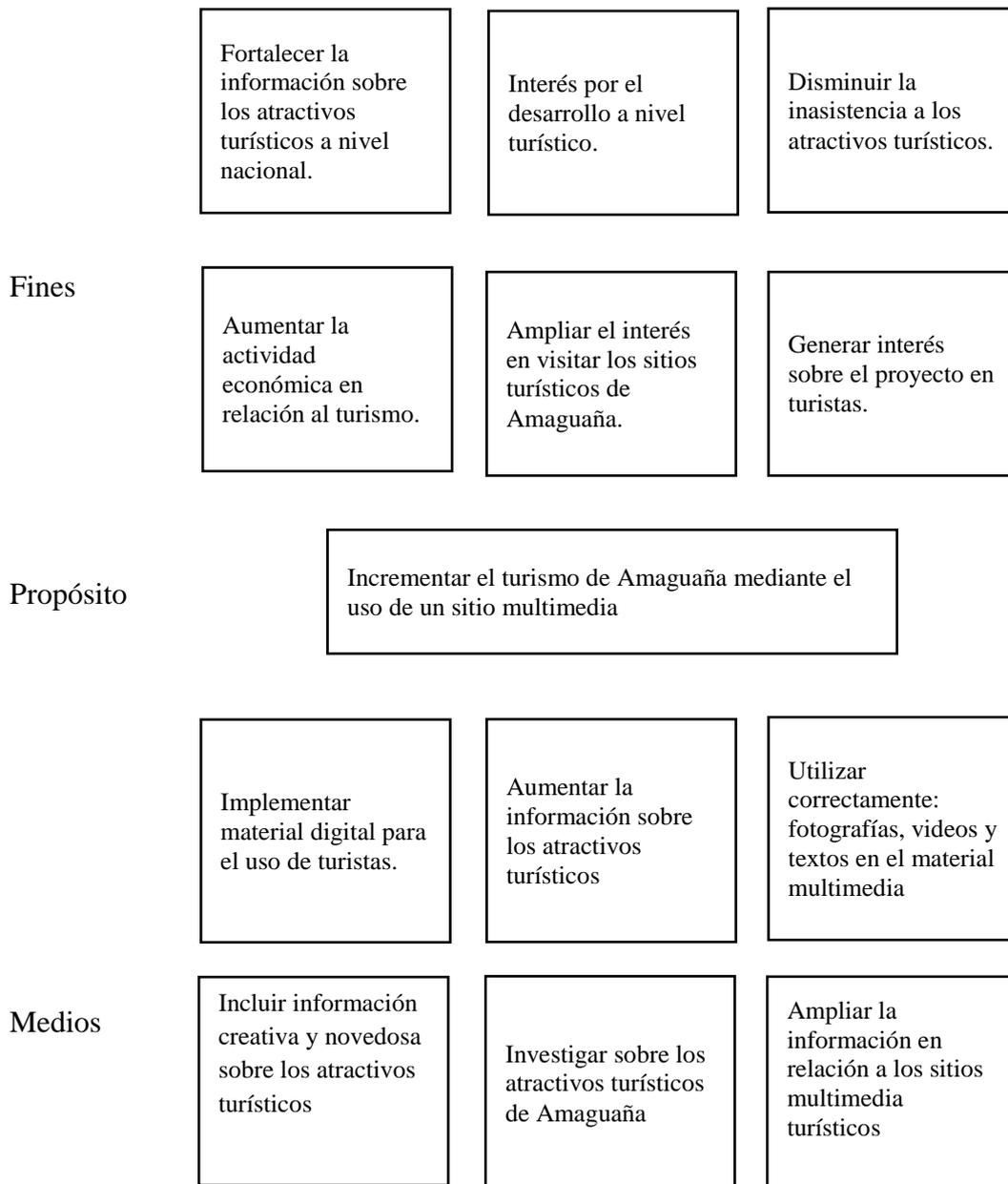


Figura 3: Árbol de Objetivos de la parroquia de Amaguaña, 2017.

## CAPÍTULO IV

### 4. Análisis de Alternativas

El análisis de alternativas hablar de las diferentes alternativas si son aplicadas realizan cambios en la situación actual. “En el Análisis de Alternativas identificamos diferentes estrategias alternativas (del Árbol de Objetivos) que, si son ejecutadas, podrían contribuir a promover el cambio de la Situación” (BID, 2004).

#### 4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

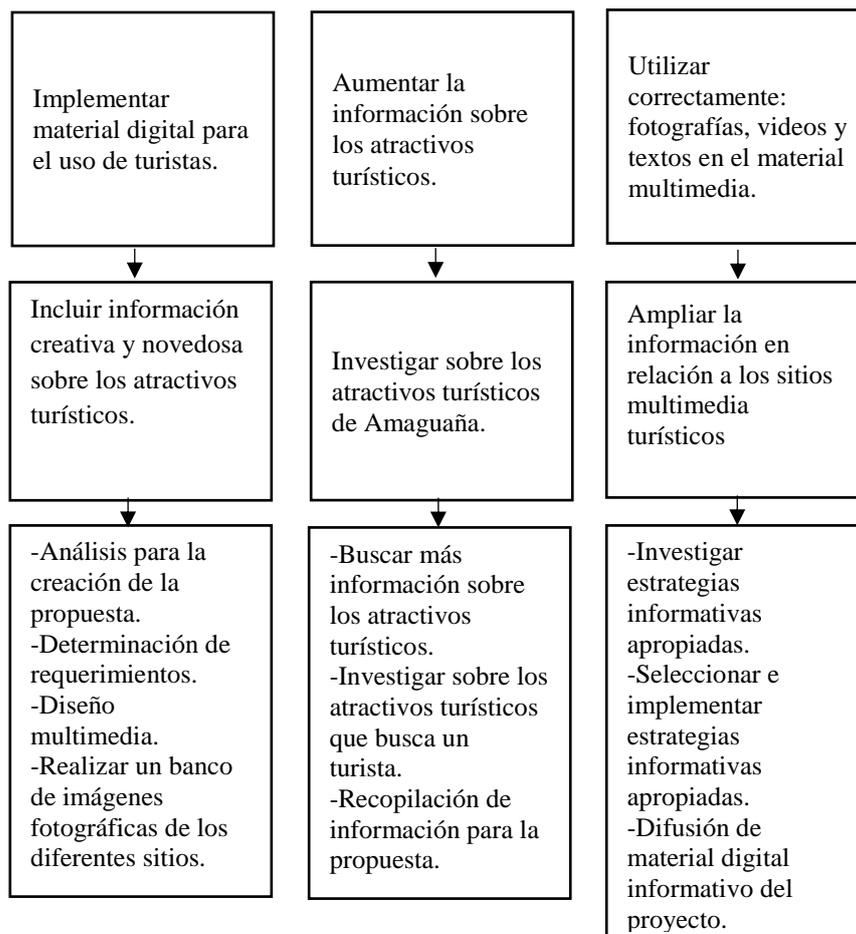


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones de la parroquia de Amaguaña, 2017.

#### 4.01.01. Tamaño del Proyecto

El presente proyecto a realizar es diseño y creación de un sitio multimedia donde se dará a conocer los diferentes atractivos turísticos de la parroquia de Amaguaña con el objetivo de incrementar las visitas de los turistas nacionales. Según datos estadísticos de las autoridades de la parroquia de Amaguaña alrededor de 1000 visitas turísticas se obtiene cada año. Como grupo objetivo se tomará a personas hombres y mujeres turistas de 18 a 60 años de edad de clase socio económica media y media alta.



Figura 5: Calculo de muestra de la parroquia de Amaguaña, 2017.

Fuente: Netquest.

El tamaño del universo es el número de personas que componen la población, en el proyecto a realizar tenemos una población a estudiar de 23,568 personas.

La Heterogeneidad habla que está compuesto por partes de distintas naturalezas el cual será de un porcentaje de 50%. El margen de error significa el porcentaje mayor de error que tendrá la muestra en un 5%. El nivel de confianza habla sobre el nivel de seguridad que requiere la muestra que es del 95% y 99%. La muestra de toda la población a estudiar es de 379, el número de personas a encuestar.

#### 4.01.02. Localización del Proyecto

El proyecto de tesis se realizará en la parroquia de Amaguaña y sus alrededores en la provincia de Pichincha en donde se encuentran ubicados los diferentes sitios turísticos del sector a 55 Km. al sur en el Valle de los Chillos. Sus límites geográficos son: al Norte está ubicada la Parroquia de Conocoto, al Sur la Parroquia de Uyumbicho, al Este está ubicado el Cantón Rumiñahui y al Oeste está ubicada la Parroquia Cutuglagua. La parroquia de Amaguaña ocupa un territorio equivalente a 76,14 Km<sup>2</sup> y su altitud es de 2609 msnm.

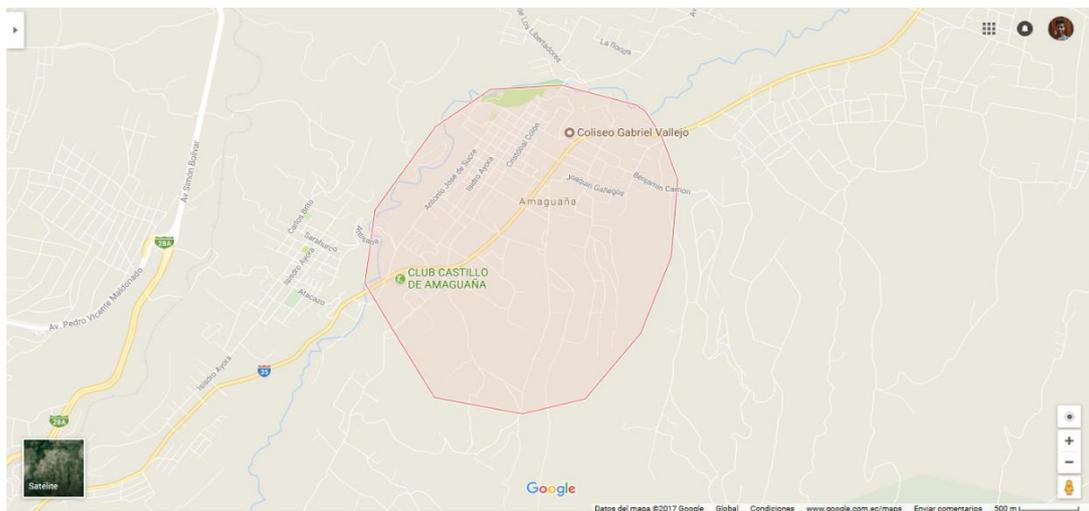


Figura 6: Ubicación física y geográfica de la parroquia de Amaguaña, 2017.

Fuente: Googlemaps.

### **4.01.03. Análisis Ambiental**

Asunto en el cual se empareja los impactos ambientales y ecológicos los cuales tendrán el desarrollo de un proyecto y minimizar el impacto al medio ambiente. “El análisis ambiental ayuda a conocer las consecuencias ambientales del proyecto en sus primeras etapas, para así poder tomar medidas que eliminen, minimizando o compensen los impactos adversos” (Ecolan, 2008).

#### ***4.01.03.01. Impacto Positivo.***

El material utilizado para la creación del sitio multimedia en su totalidad es digital el cual usa software de computadoras para el desarrollo y creación del material gráfico utilizado en el proyecto, será en si el sitio multimedia.

#### ***4.01.03.02. Impacto Negativo.***

Un impacto negativo sería ya en forma general o mundial ya que con solamente abrir una página Web, contiene algunas de tantas contaminaciones al medioambiente “al abrir una página Web supone la emisión de 20 miligramos de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>)” (Go-Gulf.com, 2012) además de que “la electricidad utilizada para transmitir los trillones de mensajes no deseados (spam) durante un año serviría para más de dos millones de hogares” (McAfee, 2012).

### **4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos**

El impacto de los objetivos habla sobre la relación de cada uno del proyecto con factores externos como lo son el ámbito político, social financiero técnico. “El Análisis de Objetivos convertimos los problemas que aparecen en el Árbol de Problemas en objetivos

o soluciones a dichos problemas como parte del paso inicial para especificar la Situación Futura “Deseada”; es decir, para identificar un proyecto” (BID, 2004).

En el cuadro identificamos como está relacionado cada objetivo de nuestro proyecto con factores externos valorando en niveles alto medio y bajo.

Se ha utilizado la siguiente nomenclatura para la tabla fact = factibilidad, t= total y cat para categoría y las ponderaciones son: 21 – 25 = alta 16 – 20 = media 15- 0 = baja.

*Tabla 3: Impacto de los objetivos de la parroquia de Amaguaña", 2017.*

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Fact. Técnica	Fact. Financiera	Fact. Social	Fact. Política	T.	Cat.
Implementar material digital para el uso de turistas.	5	4	3	5	3	21	Alta
Incluir información creativa y novedosa sobre los atractivos turísticos.	5	4	3	5	4	21	Alta
Aumentar la información sobre los atractivos turísticos.	4	4	4	4	4	20	Me dia
Investigar sobre los atractivos turísticos de Amaguaña.	4	4	4	4	4	20	Me dia
Generar estrategias informativas para llegar a los turistas.	5	5	4	4	3	21	Alta
Ampliar la información en relación a los sitios multimedia turísticos	4	4	5	4	4	21	Alta

### 4.03. Diagrama de Estrategias

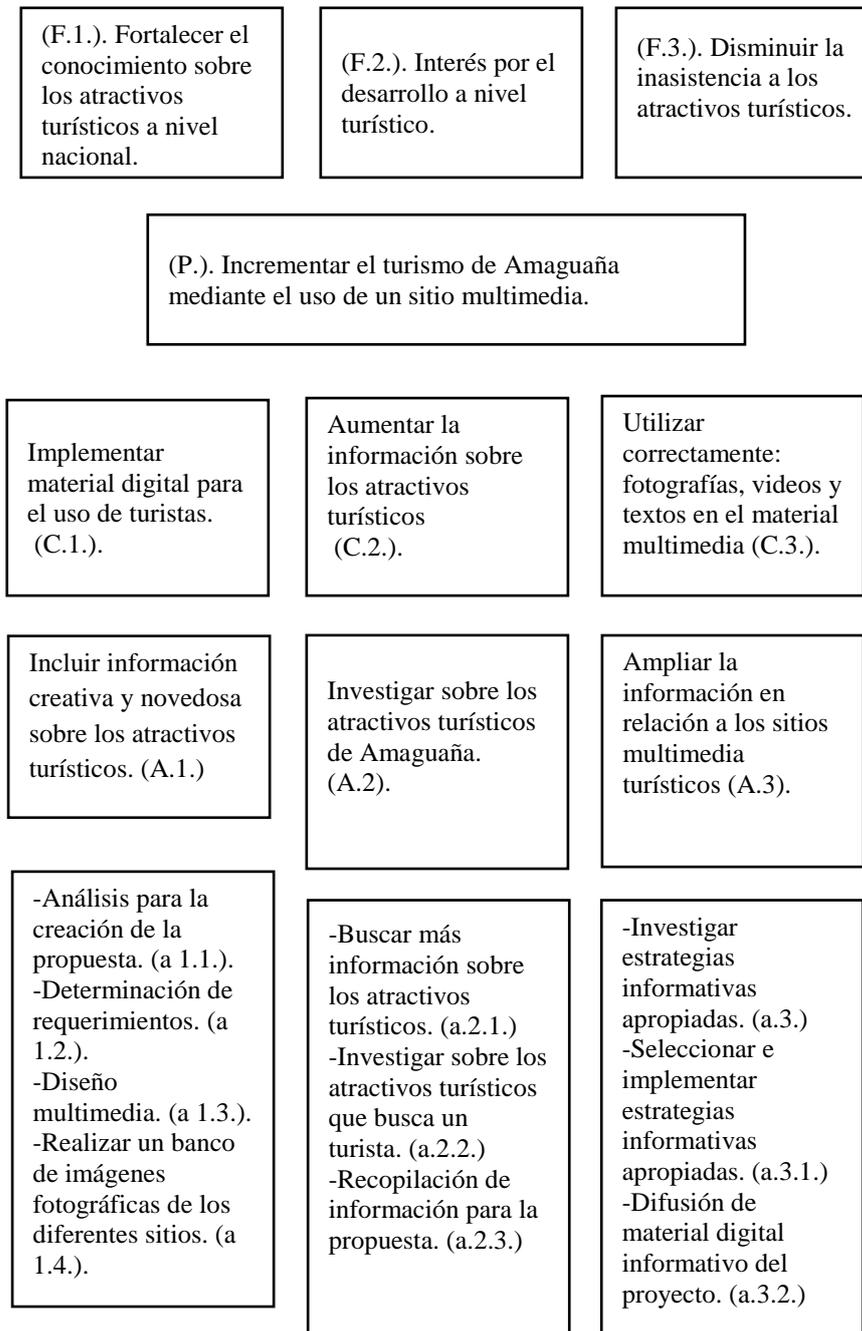


Figura 7: Diagrama de Estrategias de la parroquia de Amaguaña, 2017.

#### **4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico**

La Metodología de Marco Lógico (MML), es una herramienta elaborada para respuestas de tres problemas en los proyectos, esta es una herramienta centrada en la orientación de objetivos y facilitar la participación de las partes.” La Metodología de Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos” (Ortegón, 2005, pág. 13).

La metodología de marco lógico es una herramienta que ha venido empleado la banca multilateral, organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD) y organismos nacionales para facilitar el proceso de planificación, seguimiento y evaluación de los proyectos.

##### **4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores**

Son aquellos que presentan información del diagrama de estrategias, los indicadores son realizados en base a él resumen narrativo analizando cantidad calidad como se realizarán cada uno de los puntos. “Los indicadores definen operacionalmente lo escrito en la columna de objetivos de la MML y aparecen a cada nivel de dicha matriz” (Ortegón, 2005, pág. 83).

El resumen narrativo es cada uno de los elementos del diagrama de estrategias. Y los indicadores son las características del resumen narrativo que luego se convertirán en preguntas ya sea de encuestas, entrevistas, guía de observación o documentación.

Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores de Amaguaña, 2017.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Finalidades	(F.1.). Fortalecer el conocimiento sobre los atractivos turísticos a nivel nacional.	Incrementar el interés en un periodo de 6 meses un (75%) de turistas nacionales elegirán visitar los atractivos turísticos de Amaguaña	301	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	(F.2.). Interés por el desarrollo a nivel turístico.	Incrementará la afluencia turística la parroquia de Amaguaña en un (85%)	301	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	(F.3.). Disminuir la inasistencia a los atractivos turísticos.	Aumento de la asistencia de turistas en la parroquia de Amaguaña en un (75%)	301	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
Propósito	(P.). Incrementar el turismo de Amaguaña mediante el uso de un sitio multimedia.	En un lapso de 6 meses un 90% de los turistas recibirán más información sobre el proyecto con alto nivel de calidad según la guía PMBOK gestión de calidad de un proyecto.	301	Excelente	6 Meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
Componentes	Implementar material digital para el uso de turistas. (C.1.).	En el transcurso de 6 meses un 90% de los turistas utilizara como material el sitio con alto nivel de calidad según la guía	301	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas

**DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
		PMBOK gestión de calidad de un proyecto.					
	Aumentar la información sobre los atractivos turísticos (C.2.).	Idea clara del lugar.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Utilizar correctamente: fotografías, videos y textos en el material multimedia (C.3.).	Manejo adecuado del material digital	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
Actividades	Incluir información creativa y novedosa sobre los atractivos turísticos. (A.1.)	Mejorar la estructura visual.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Investigar sobre los atractivos turísticos de Amaguaña. (A.2).	Se recopilará información sobre los atractivos turísticos	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Ampliar la información en relación a los sitios multimedia turísticos (A.3).	Captar la atención de los turistas.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	-Análisis para la creación de la propuesta. (A 1.1.).	Se realizarán una investigación sobre el funcionamiento del material digital	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Determinación de requerimientos. (A 1.2.).	Se determinarán información fundamental sobre sitios turísticos	301	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Diseño multimedia. (A 1.3.).	Se desarrollará diseño de la	301	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas

**DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cant.	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
		estructura o interfaz					
	Realizar un banco de imágenes fotográficas de los diferentes sitios. (A.1.4.).	Estructura de la revista bien realizada.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Buscar más información sobre los atractivos turísticos. (A.2.1.)	Se realizará investigación bibliográfica y de web.	2	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Investigar sobre los atractivos turísticos que busca un turista. (A.2.2.)	Obtener información verídica.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Recopilación de información para la propuesta. (A.2.3.)	Seleccionar la información de mayor relevancia.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Investigar estrategias informativas apropiadas. (A.3.1)	Verificar el grupo objetivo.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Seleccionar e implementar estrategias informativas apropiadas. (A.3.2.)	Conocer cuáles son las situaciones que enfrentamos.	2	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas
	Difusión de material digital informativo del proyecto. (a.3.3.)	Se difundirá información a través del material digital informativo.	1	Excelente	6 meses	Parroquia de Amaguaña	Turistas

#### 4.04.02. Selección de Indicadores

Los indicadores son aquellos que llevan a cabo en el proyecto el seguimiento del desempeño y la evaluación del proyecto de manera precisa y no permite medir el objetivo a alcanzar. “Los Indicadores nos dan las bases para el seguimiento del desempeño y la evaluación” (BID, 2004).

Los indicadores nos permiten medir los objetivos del proyecto de manera precisa, cada indicador tiene una meta específica siendo un aporte al éxito del proyecto.

Tabla 5: Selección de indicadores de la parroquia de Amaguaña, 2017.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	Fortalecer el conocimiento sobre los atractivos turísticos a nivel nacional. (F1.).	Incrementar el interés en un periodo de 6 meses un (75%) de turistas nacionales elegirán visitar los atractivos turísticos de Amaguaña.	X	X		X	X	4	Alto
	(F2.). Interés por el desarrollo a nivel turístico.	Incrementará la afluencia turística la parroquia de Amaguaña en un (85%).	X	X		X	X	4	Alto
	(F3.). Disminuir la inasistencia a los atractivos turísticos.	Aumento de la asistencia de turistas en la parroquia de Amaguaña en un (75%).	X	X		X	X	4	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Propósito	(P1.). Incrementar el turismo de Amaguaña mediante el uso de un sitio multimedia.	En un lapso de 6 meses un 90% de los turistas recibirán más información sobre el proyecto con alto nivel de calidad según la guía PMBOK gestión de calidad de un proyecto.	X	X		X		3	Medio
	(C1.) Implementar material digital para el uso de turistas.	En el transcurso de 6 meses un 90% de los turistas utilizara como material el sitio con alto nivel de calidad según la guía PMBOK gestión de calidad de un proyecto.	X	X		X	X	4	Alto
		(C2.). Aumentar la información sobre los atractivos turísticos	Idea clara del lugar.	X	X			X	3
Componentes	(C3.). Utilizar correctamente: fotografías, videos y textos en el material multimedia	Manejo adecuado del material digital.	X	X		X	X	4	Alto
	(A1.). Incluir información creativa y novedosa sobre los atractivos turísticos.	Mejorar la estructura visual.	X	X		X	X	4	Alto
		(a1.1.). Análisis para la creación de la propuesta.	Se realizarán una investigación sobre el funcionamiento del material digital.	X	X		X		3
Actividades	(a1.2.). Determinación de requerimientos.	Se determinarán información fundamental sobre sitios turísticos.	X	X		X	X	4	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	(a1.3.). Diseño multimedia.	Se desarrollará diseño de la estructura o interfaz.	X	X		X	X	4	Alto
	(A.2.). Investigar sobre los atractivos turísticos de Amaguaña.	Se recopilará información sobre los atractivos turísticos.	X	X		X	X	4	Alto
	(a2.1.). Buscar más información sobre los atractivos turísticos	Se realizará investigación bibliográfica y de web.	X	X	X	X		4	Alto
	(a2.2.). Investigar sobre los atractivos turísticos que busca un turista.	Obtener información verídica.	X	X		X	X	4	Alto
	(a2.3.). Recopilación de información para la propuesta.	Seleccionar la información de mayor relevancia.	X	X		X	X	4	Alto
	(A.3.). Ampliar la información en relación a los sitios multimedia turísticos	Captar la atención de los turistas.	X			X	X	3	Medio
	(a3.1.). Investigar estrategias informativas apropiadas.	Verificar el grupo objetivo.	X	X		X		3	Medio
	(a3.2.). Seleccionar e implementar estrategias informativas apropiadas.	Conocer cuáles son las situaciones que enfrentamos.	X	X		X		3	Medio
	(a3.3.). Difusión de material digital informativo del proyecto	Se difundirá información a través del material digital informativo.	X	X		X	X	4	Alto

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

#### 4.04.03. Medios de Verificación

Los medios de verificación son aquellos datos que utilizarán para la obtención de información de los indicadores en el desarrollo del proyecto. “La columna de Medios de verificación de la MML contiene fuentes de datos sobre dónde la entidad ejecutora o el evaluador pueden obtener información sobre la situación” (BID, 2004).

A través de los medios de verificación se determinará como va desarrollarse cada indicador del proyecto, identificando información y actividades del proyecto.

Tabla 6: Medios de verificación de la parroquia de Amaguaña, 2017.

Ni ve l	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecu encia de recole cción	Res p.
Finalidades	Fortalecer el conocimiento sobre los atractivos turísticos a nivel nacional. (F1.).	Incrementar el interés en un periodo de 6 meses un (75%) de turistas nacionales elegirán visitar los atractivos turísticos de Amaguaña	Primaria	Entrevista	Cualitativo	6 meses	I.
	Interés por el desarrollo a nivel turístico. (F2.).	Incrementará la afluencia turística la parroquia de Amaguaña en un (85%)	Primaria	Entrevista	Cualitativo	6 meses	I.
	Disminuir la inasistencia a los atractivos turísticos. (F3.).	Aumento de la asistencia de turistas en la parroquia de Amaguaña en un (75%)	Primaria	Guía de Observación	Cualitativo	6 meses	I.

Nive I	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecu encia de recole cción	Res p.
Propósito	Incrementar el turismo de Amaguaña mediante el uso de un sitio multimedia. (P1.).	En un lapso de 6 meses un 90% de los turistas recibirán más información sobre el proyecto con alto nivel de calidad según la guía PMBOK gestión de calidad de un proyecto.	Primaria	Guía de Observación	Cuantitativo	6 meses	I.
Componentes	Implementar material digital para el uso de turistas. (C1.)	En el transcurso de 6 meses un 90% de los turistas utilizara como material el sitio con alto nivel de calidad	Secundaria	Documentación	Cualitativo	6 meses	I.
	Aumentar la información sobre los atractivos turísticos (C2.).	Idea clara del lugar.	Primaria	Guía de Observación	Cualitativo	6 meses	I.
	Utilizar correctamente: fotografías, videos y textos en el material multimedia (C3.).	Manejo adecuado del material digital	Primaria	Guía de Observación	Cualitativo	6 meses	I.
Actividades	Incluir información creativa y novedosa sobre los	Mejorar la estructura visual.	Secundaria	Documentación	Cuantitativo	6 meses	I.

Ni ve l	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecu encia de recole cción	Res p.
	atractivos turísticos. (A1.).						
	Análisis para la creación de la propuesta. (a1.1.).	Se realizarán una investigación sobre el funcionamien to del material digital	Primaria	Entrevista	Cualitativo	6 meses	I.
	Determinación de requerimientos (a1.2.).	Se determinarán información fundamental sobre sitios turísticos	Primaria	Entrevista	Cualitativo	6 meses	I.
	Diseño multimedia (a1.3.).	Se desarrollará diseño de la estructura o interfaz	Primaria	Guía de Observación	Cualitativo	6 meses	I.
	Realizar un banco de imágenes fotográficas de los diferentes sitios. (a1.4.).	Estructura del sitio bien realizada.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	I.
	Investigar sobre los atractivos turísticos de Amaguaña. (A.2.).	Se recopilará información sobre los atractivos turísticos	Primaria	Entrevista	Cuantitativo	6 meses	I.
	Buscar más información sobre los atractivos turísticos (a2.1.).	Se realizará investigación bibliográfica y de web.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	6 meses	I.
	Investigar sobre los atractivos turísticos que busca un turista. (a2.2.).	Obtener información verídica.	Primaria	Guía de Observación	Cuantitativa	6 meses	I.

**DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

Ni ve l	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de Inf.	Método de Rec.	Método de Análisis	Frecu encia de recole cción	Res p.
	Recopilación de información para la propuesta. (a2.3.).	Seleccionar la información de mayor relevancia.	Secundaria	Documentación	Cuantitativa	6 meses	I.
	Ampliar la información en relación a los sitios multimedia turísticos (A.3.).	Captar la atención de los turistas.	Primaria	Encuesta	Cualitativa	6 meses	I.
	Investigar estrategias informativas apropiadas. (a3.1.).	Verificar el grupo objetivo.	Secundaria	Documentación	Cualitativa	6 meses	I.
	Seleccionar e implementar estrategias informativas apropiadas. (a3.2.).	Conocer cuáles son las situaciones que enfrentamos.	Primaria	Guía de Observación	Cuantitativa	6 meses	I.
	Difusión de material digital informativo del proyecto. (a3.3.).	Se difundirá información a través del material digital informativo.	Primaria	Guía de Observación	Cualitativo	6 meses	I.

#### 4.04.04 Supuestos

Son factores fuera del proyecto que afectarán en el futuro, éxito o el fracaso del mismo.

“Después de todo, existen riesgos en todos los proyectos: ambientales, financieros, sociales, institucionales, políticos, climatológicos” (BID, 2004).

Al existir riesgos en el proyecto, factores externos que afecten negativamente en distintos ámbitos como son social, financiero, ambiental y político, que podrían llevar al fracaso del proyecto.

Tabla 7: Supuestos de la parroquia de Amaguaña, 2017.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	Fortalecer el conocimiento sobre los atractivos turísticos a nivel nacional. (F1.).	Desinterés de los turistas en la propuesta.	X		X		
	Interés por el desarrollo a nivel turístico. (F2.).	Desinterés de la zona administrativa en la propuesta.		X	X		
	Disminuir la inasistencia a los atractivos turísticos. (F3.).	Desinterés de los turistas en la propuesta.			X		
Propósito	Incrementar el turismo de Amaguaña mediante el uso de un sitio multimedia. (P1.).	Recursos económicos limitados.	X				
Componentes	Implementar material digital para el uso de turistas. (C1.)	Desaprobación del proyecto.	X		X		
	Aumentar la información sobre los atractivos turísticos (C2.).	Producir una estructura visualmente correcta.			X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Utilizar correctamente: fotografías, videos y textos en el material multimedia (C.3.).	Recopilación de imágenes de baja calidad por aspectos climáticos.	X		X		
Actividades	Incluir información creativa y novedosa sobre los atractivos turísticos. (A1.).	Producir una estructura visualmente correcta.			X		
	Análisis para la creación de la propuesta. (a1.1.).	Limitada clasificación de los temas.	X		X		
	Determinación de requerimientos. (a1.2.).	No identificar bien los objetivos.			X		
	Diseño multimedia. (a1.3.).	Recursos tecnológicos inexistentes	X				
	Realizar un banco de imágenes fotográficas de los diferentes sitios. (a1.4.).	Producir una estructura visualmente correcta.		X	X		
	Investigar sobre los atractivos turísticos de Amaguaña (A.2).	Contar con información reducida.			X		
	Buscar más información sobre los atractivos turísticos. (a2.1.).	Contar con información reducida.			X		
	Investigar sobre los atractivos turísticos que busca un turista. (a2.2.).	Contar con información reducida.			X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Recopilación de información para la propuesta. (a2.3.).	Contar con información reducida.			X		
	Ampliar la información en relación a los sitios multimedia turísticos (A.3).	No identificar bien los objetivos.			X		
	Investigar estrategias informativas apropiadas. (a3.1.).	No identificar bien los objetivos.			X		
	Seleccionar e implementar estrategias informativas apropiadas. (a3.2.).	No identificar bien los objetivos.			X		X
	Difusión de material digital informativo del proyecto (a3.3.).	Información difundida errónea.	X				

#### 4.04.05. Matriz de Marco Lógico

Es una herramienta que nos ayuda a comprender de mejor manera los problemas que trata de resolver el proyecto, en ella se ve todas las partes más importantes del proyecto

La Matriz de Marco Lógico presenta en forma resumida los aspectos más importantes del proyecto. Posee cuatro columnas que suministran la siguiente información:

- Un resumen narrativo de los objetivos y las actividades.
- Indicadores (Resultados específicos a alcanzar).
- Medios de Verificación.
- Supuestos (factores externos que implican riesgos) (Ortegón, 2005).

La construcción de la MML nos facilitará realizar con éxito cada paso del proyecto comprendiendo cada uno de ellos de mejor manera y de forma ordenada, realizando cada una de las actividades de mejor manera a favor del proyecto.

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico de la parroquia de Amaguaña, 2017.

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Fines</b>	Incrementar el interés en un periodo de 6 meses un (75%) de turistas nacionales elegirán visitar los atractivos turísticos de Amaguaña	Primaria Entrevista Cualitativo	Desinterés de los turistas en la propuesta.
	Incrementará la afluencia turística la parroquia de Amaguaña en un (85%)	Primaria Encuesta Cualitativo	Desinterés de la zona administrativa en la propuesta.
	Aumento de la asistencia de turistas en la parroquia de Amaguaña en un (75%)	Primaria Observación Cualitativo	Desinterés de los turistas en la propuesta.
<b>Propósito</b>	En un lapso de 6 meses un 90% de los turistas recibirán más información sobre el proyecto con alto nivel de calidad según la guía PMBOK gestión de calidad de un proyecto.	Primaria Observación Cuantitativo	Recursos económicos limitados.
<b>Componentes</b>	En el transcurso de 6 meses un 90% de los turistas utilizara como material el sitio con alto nivel de calidad según la guía PMBOK gestión de calidad de un proyecto.	Secundaria Documentación Cualitativo	Desaprobación del proyecto

	Idea clara del lugar.	Primaria Observación Cualitativo	Desaprobación del proyecto
	Manejo adecuado del material digital	Primaria Observación Cualitativo	Recopilación de imágenes de baja calidad por aspectos climáticos.
<b>Actividades</b>	Mejorar la estructura visual.	Secundaria Documentación Cuantitativo	Producir una estructura visualmente correcta.
	Se recopilará información sobre los atractivos turísticos	Primaria Entrevista Cuantitativo	Contar con información reducida.
	Captar la atención de los turistas.	Primaria Encuesta Cualitativo	No identificar bien los objetivos.
	Se realizarán una investigación sobre el funcionamiento del material digital	Primaria Entrevista Cualitativo	Limitada clasificación de los temas.
	Se determinarán información fundamental sobre sitios turísticos	Primaria Entrevista Cualitativo	No identificar bien los objetivos.
	Se desarrollará diseño de la estructura o interfaz	Primaria Observación Cualitativo	Recursos tecnológicos inexistentes
	Estructura del sitio bien realizada.	Primaria Encuesta Cuantitativo	Producir una estructura visualmente correcta.
	Se realizará investigación bibliográfica y de web.	Secundaria Documentación Cualitativo	Contar con información reducida.
	Obtener información verídica.	Primaria Observación Cualitativo	Contar con información reducida.
	Seleccionar la información de mayor relevancia.	Secundaria Documentación Cualitativo	Contar con información reducida.
	Verificar el grupo objetivo.	Secundaria Documentación Cualitativo	No identificar bien los objetivos.
	Conocer cuáles son las situaciones que enfrentamos.	Primaria Observación Cuantitativo	No identificar bien los objetivos.
	Se difundirá información a través del material digital informativo.	Primaria Observación Cualitativo	Información difundida errónea.

---

## CAPÍTULO V

### 5. Propuesta

#### 5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

Cuando nos referimos a la propuesta sobre un sitio multimedia, se da a conocer sobre las diferentes formas de expresar contenido digital, más aun en la actualidad para hacer conocer sobre los diferentes sitios turísticos existentes y que estos se vuelvan más llamativos a la hora de que estos sean vistos por medio de los mencionados sitios multimedia.

Un primer ejemplo relacionado pertenece a Montes (2010), Granada, quien realizó la propuesta de “Diseño y Creación de Páginas Web Aplicado al Sector Turístico”, obtiene un análisis sobre lo que significa aplicar páginas Web, Internet, diseño, estructura y otras enfocadas al área turística, que sin lugar a duda satisface de manera excelente todo lo que ahora alguien que navegue en Internet pueda acceder y conocer todo sobre lo que se necesita saber sobre el sector turístico a nivel general, mas no de un lugar en específico.

Un segundo ejemplo es de pertenencia a Pierre (2012), Perú, quien realizo la propuesta de “Diseño de una Red Multimedia Interactiva de Recorridos Turísticos Virtuales en Lima” que habla de la capacidad de cómo dar a conocer sus ciudades al máximo mediante toda la información, imágenes, videos y otros mediante el diseño de una red multimedia interactiva de rutas turísticas virtuales al usuario se le mostrará

mediante un sistema de información geográfico y finalmente elegir su destino con todo lo antes mencionado disponible.

Un tercer ejemplo corresponde a Cabrera (2008), de la Universidad Técnica del Norte, quien realiza la propuesta de “La difusión de los atractivos turísticos de la provincia de Imbabura a través de medios multimedia”, que se dedica a hablar sobre la importancia de dar a conocer cada rincón turístico de la provincia de Imbabura señalando todo contenido que es imagen, audio, video, historia, guías, mapas, tradiciones, información de interés para el turista también como son referencias de hoteles, agencias, etc.

En nuestra propuesta se ha tomado en cuenta muchos puntos de importancia que influyen mayormente en el tema del turismo, como lo son la aplicación de la tecnología, la información y la creatividad, todo esto aplicado en la propuesta para que se desarrolle la misma e interesa, en sobremanera, apreciar el diseño de la creatividad que promueven la información y el turismo en sí.

El proceso de creación del sitio multimedia para dar a conocer los sitios turísticos de Amaguaña para incentivar el turismo de los diferentes sitios turísticos existentes con esto se iniciará con la recolección de información sobre los diferentes servicios que ofrece y lo que hay en los sitios turísticos y que es fundamental para llamar la atención del turista que es la información fundamental sobre tener guías, fotografías, videos, mapas con una creatividad llamativa, el proceso continua con la recolección de fotografías e información en base a la investigación, desarrollando así la animación y maquetación del sitio terminando con la realización de publicación del producto.

### **5.01.01. Marco Teórico**

#### ***5.01.01.01. La usabilidad***

La Usabilidad es la medida de la calidad de la experiencia que tiene un usuario cuando interactúa con un producto o sistema. Esto se mide a través del estudio de la relación que se produce entre las herramientas (entendidas en un Sitio Web el conjunto integrado por el sistema de navegación, las funcionalidades y los contenidos ofrecidos) y quienes las utilizan, para determinar la eficiencia en el uso de los diferentes elementos ofrecidos en las pantallas y la efectividad en el cumplimiento de las tareas que se pueden llevar a cabo a través de ellas (Gajardo, 2012). La usabilidad está comprendida en la manera de que se pueda manejar cierto producto de una manera acorde a la interacción que se tiene con el usuario y producto.

#### ***5.01.01.02. La tipografía***

Su preponderancia es tal que un cambio en el tipo de fuente podría significar dar otro contexto y personalidad al mensaje que queremos presentar, sea cual sea el medio. Por tanto, la exigencia de encontrar el tipo de letra que mejor nos represente es esencial, especialmente en un mundo donde las señales y las primeras impresiones lo son todo (Maria, 2014). El éxito de las tipografías de las marcas y medios más importantes del mundo, confirman su relevancia e importancia que dan con solo su imagen tipográfica.

#### ***5.01.01.03. El color***

El color es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo (Newton, 1642). Esta estimulación es producida por rayos de luz y por las longitudes de

onda que lo componen formando así la composición de los colores tales como se puede observar en un arcoíris.

La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas. Los colores se clasifican en primarios, secundarios y terciarios. Los colores primarios son aquellos establecidos científicamente como los originarios de las combinaciones cromáticas más extensas y satisfactorias.

Estos son: amarillo, azul y rojo. Los colores secundarios se obtienen mezclando los primarios entre sí en la misma proporción. Son el violeta, naranja y verde. Finalmente los colores terciarios son el rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo. (Gajardo, 2012). En cierta parte para una básica composición de colores diferentes es la combinación de los mismos la cual se manejan en reglas básicas de acuerdo al efecto deseado.

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa. (Arce, 1998). En la psicología del color se basa en buscar el efecto que causa en el ser humano y en analizar en si la percepción, dentro de este caso podemos acatar que las diferentes formas en la

que se expresa cualquier tipo de color es influyente en donde se lo pongo para llamar la atención de un objetivo o para otros fines, es decir sin el color, los seres humanos no seríamos capaces de distinguir ciertas cosas como por ejemplo el estado de ánimo de alguien o la alegría o seriedad de alguna cosa.

#### ***5.01.01.04. La composición***

La composición es un orden de los elementos gráficos para que equilibrio, peso y armonía sea satisfactorio. “Una composición es una disposición de los elementos gráfico-plásticos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio” (Pérez, 2012). La composición es fundamental para obtener un orden al momento de tener un equilibrio visual sobre todos los elementos a usarse y así llamar la atención agradablemente. Al momento que una persona observa cierta composición que este en algún sitio este buscará la manera en la que su ojo capte su atención en ciertas partes donde no haya saturación de colores o de elementos que lo carezcan, es decir el ojo humano busca el equilibrio para poder obtener una visualización excelente de por medio.

La línea de investigación que se lleva en el proyecto se basa en la utilización de un sitio multimedia y el dar a incentivar de manera creativa a dar a conocer los sitios turísticos que pueden llegar a conocer con solo el llamado de atención del sitio que viene siendo atractiva e interesante para el conocimiento de los turistas siendo fundamental para el desarrollo turístico existente.

#### **5.01.01.05. El software a utilizar**

El software a utilizar serán principalmente los de edición de imágenes y video, así también los de creación de código web, gran parte de estos serán de la compañía de Adobe y parte de Sony.

**Adobe Illustrator CC** es un software que nos ayuda a la creación de gráficos vectoriales, se crea bocetos logotipos y una variedad de material vectorial siendo un claro referente de la industria gráfica de varias décadas “permite crear logotipos, iconos, bocetos, tipografías y complejas ilustraciones para cualquier formato: impreso, web, interactivo, vídeo y móvil” (Adobe, 2015). Nos ayudará en la digitalización de cómo será en si la maquetación del sitio y demás contenido que se necesite para la propuesta.

**Adobe Photoshop CC** nos ayuda a la edición y retoque de las imágenes y fotografías que se utilizarán en la propuesta. Trabaja en tu escritorio y tus dispositivos móviles para crear y mejorar fotografías, diseños de aplicaciones web y móviles, arte en 3D, vídeos y mucho más” (Adobe, 2015). Este software ayudara en el contenido de una manera más llamativa y creativa ayudando a dar forma al producto.

**Geany** es un editor de texto con características básicas de un entorno de desarrollo integrado que utiliza el kit de herramientas The GIMP Toolkit (GTK+). Surgió con la idea de proporcionar un Entorno de Desarrollo Integrado (IDE) pequeño y rápido al usuario. (GONZÁLEZ, 2015). Aquí se podrá hacer la edición de código y texto en ciertas partes específicas en las cuales se tendrá un más desarrollo para demostrar la interacción y el contenido llamativo. Geany es capaz de hacer la edición y programación más detallada, en el proyecto se usará la programación HTML con los respectivos Cascading

Style Sheets (CSS), además para un llamativo funcionamiento el agregar código JavaScript (JS), el cual podremos editarlo en un solo programa equilibradamente.

## 5.02. Descripción de la Herramienta

### 5.02.03. Metodología (Materiales y Métodos)

En la realización del proyecto en relación con el método utilizado que se ha utilizado es la encuesta que ayudará al progreso de la investigación y avance del producto, donde se verificará los conocimientos que existe sobre nuestro producto que tiene la población.

**Diseño:** En la realización de la encuesta se describe el experimento de tipo aleatoria ya que los resultados y las pruebas a realizar serán al azar, que aportará a la disminución de efectos negativos en el producto con datos más exactos.

**Población:** Con un aproximado de más de 23.568 personas seleccionado porque el proyecto se relaciona con los turistas y sus conocimientos sobre los sitios multimedia relacionados al sector turístico, tomando un porcentaje de muestra (379) para su estudio el cual con un margen de error de 5% y un nivel de confianza del 95%, el estudio se realizara en la ciudad de Quito por contar con la mayor parte de turistas a nivel nacional.

**Entorno:** El estudio se realizó en la parroquia de Amaguaña del cantón Rumiñahui el cual se aproxima a más de unos 25 km. desde la parroquia de Iñaquito hasta la parroquia de Calderón, realizando el estudio específicamente en la ciudad de Quito, el cual consta con un número de habitantes aproximado a 23,568 persona (niños y niñas de 8 a 10 años)

**Intervenciones:** Con la encuesta previamente desarrollada mediante *Netquest*, se procede a realizar la misma la cual estuvo realizada de forma personal e impresa, cada

uno de las persona que conforman el número de muestra calculado para el proyecto da un número de encuestados de 385 personas.

**Análisis estadístico:** En la encuesta se obtuvo el resultado que el 63% de las personas encuestadas desconoce sobre los diferentes atractivos turísticos que ofrece Amaguaña y por el 37% de las personas si conoce y ha visito concurridamente el lugar, se presenta una gran mayoría en personas que desconocen los sitios turísticos, el sitio multimedia ayudara a incentivar el turismo transmitiendo la información con el objetivo de dar a conocer sus diferentes sitios turísticos.

#### **Modelo de Encuesta:**

### **INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA**

Buen día: ¿Cómo está? Ha sido seleccionado para responder algunas preguntas que nos ayudará a saber su situación actual en relación al conocimiento sobre los sitios turísticos que tiene.

De la manera más cordial solicito que responda con calma y cuidado en base a lo que usted piensa y ha vivido, no hay repuestas negativas ni positivas, nos interesa saber su opinión sincera.

¡Muchas gracias!

Instrucciones:

En estas preguntas tienes que marcar con un "X" alado de una letra. Por ejemplo:

MARCA SÓLO UNA LETRA.

---

**¿Le gusta viajar?**

SI

NO

---

**1.- ¿Conoce sobre que es un sitio multimedia?**

SI

NO

**2.- ¿Tiene un computador, laptop o celular?**

COMPUTADORA

LAPTOP

CELULAR

**3.- ¿Qué dispositivo usa más? ¿Computadora, laptop o celular?**

COMPUTADORA

LAPTOP

CELULAR

**4.- ¿Dispone de Internet para sus dispositivos?**

SI

NO

**5.- ¿Le gusta viajar mucho?**

SI

NO

**6.- ¿Conoce los sitios turísticos que tiene la parroquia de Amaguaña haciendo uso de un sitio multimedia?**

SI

NO

**7.- ¿Usa Internet para conocer lugares turísticos?**

\_\_\_SI

\_\_\_NO

**8.- ¿Conoce sitios multimedia turísticos que le brinden información necesaria para viajar?**

\_\_\_SI

\_\_\_NO

**9.- ¿Viaja a lugares nacionales o internacionales?**

\_\_\_NACIONALES

\_\_\_INTERNACIONALES

**10.- ¿Cree que el turismo debe desarrollarse con nuevas tecnologías a nivel nacional?**

\_\_\_SI

\_\_\_NO

### 5.02.02. Resultados

*Tabla 9: Resultado de las encuestas de la parroquia de Amaguaña, 2017.*

PREGUNTAS	SI		NO
¿Conoce sobre que es un sitio multimedia?	63%		37%
	COMPUTADOR	LAPTO	CELULAR
¿Tiene un computador, laptop o celular?	12%	36%	52%
¿Qué dispositivo usa más? Computadora, laptop o celular?	10%	8%	82%
	SI		NO
¿Dispone de internet para sus dispositivos?	92%		8%
¿Le gusta viajar mucho?	70%		30%
¿Conoce los sitios turísticos que tiene la parroquia de Amaguaña haciendo uso de un sitio multimedia?	23%		77%
¿Usa internet para conocer lugares turísticos?	21%		79%
¿Conoce sitios multimedia turísticos que le brinden información necesaria para viajar?	18%		82%
	NACIONAL		INTERNACIONAL
¿Viaja a lugares nacionales o internacionales?	98%		2%

**DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

---

	SI		NO
¿Cree que el turismo debe desarrollarse con nuevas tecnologías a nivel nacional?	69%		31%

Se realizó 10 preguntas básicas relacionadas al conocimiento sobre los sitios multimedia existentes y por otra parte sobre el conocimiento de estos en relación al sector turístico.

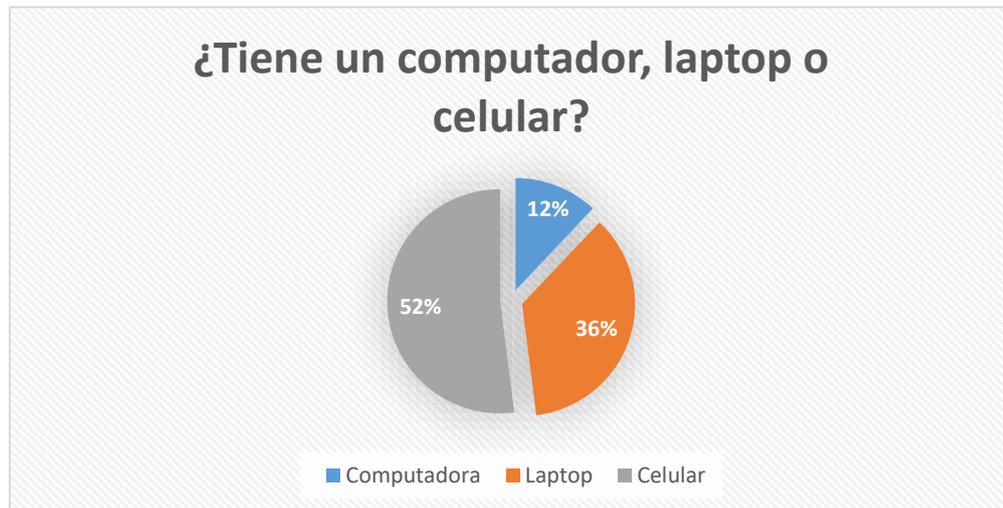
### 5.02.03. Discusión

Los resultados de cada una de las preguntas nos brindan una mayor claridad para el desarrollo del proyecto:

**¿Conoce sobre que es un sitio multimedia?**, la respuesta nos permite identificar qué conocimientos tienen los turistas con la tecnología multimedia que se relaciona con el sitio del proyecto, un 63% (207 personas) desconoce sobre estos sitios y el 37% (178 personas) si los conoce, Con esto podemos observar que las personas aún no están del todo dentro del mundo tecnológico en la actualidad por lo que puede ser el problema del desconocimiento de nuestro tema de proyecto.

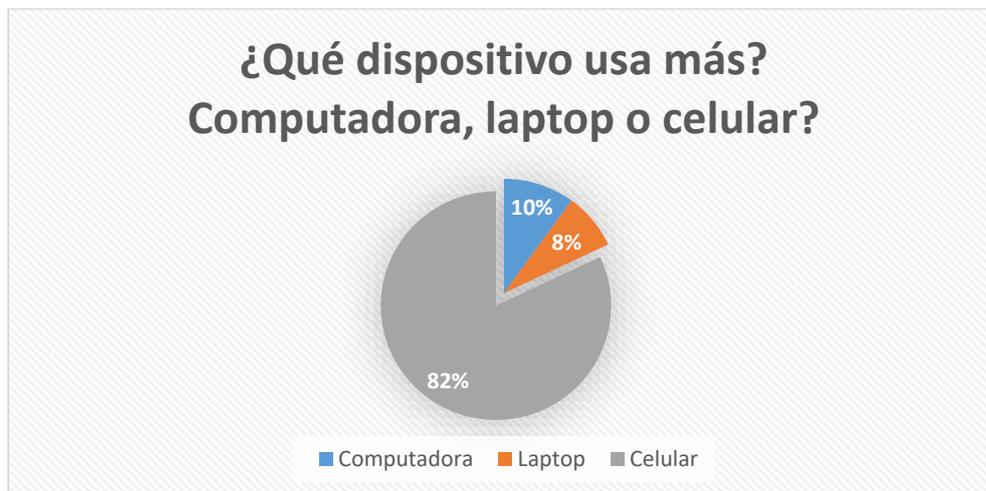
**¿Tiene un computador, laptop o celular?**, el conocimiento de saber con qué dispositivo dispones las personas aporta para el proyecto para saber qué tan relacionados se encuentran con la tecnología multimedia, esta información nos ayuda a implementar el nivel de conocimiento de estas nuevas tecnologías que tendrías los usuarios. Un 12% (50 personas) tiene computador, el 36% (153 personas) tiene laptop y el 52% (182 personas) dispone de celular móvil, con el pasar del tiempo como en la época actual todos

están con tecnología nueva y se la puede llegar a tener en cualquier lugar no representaría un problema para las personas que no tienen.



*Figura 8: Porcentaje de personas que usan computadora, laptop o celular de la parroquia de Amaguaña, 2017.*

**¿Qué dispositivo usa más? Computadora, laptop o celular?**, el conocimiento de saber equipo tecnológico usa, es importante por saber qué nivel de usabilidad se tiene para el manejo de estos en los usuarios que lo disponen, el cual se relaciona con nuestro proyecto el nivel de dispersión de los usuarios en este tipo de equipos. El 82% (296 personas) usa el celular móvil, el 10% (48 personas) usa las computadoras y el 8% (41 personas) usa laptops lo cual se ve reflejado más en la mayoría que si usan equipos tecnológicos correctamente sin ninguna dificultad.



*Figura 9 : Porcentaje de tipo de dispositivo de usabilidad de las personas usan de la parroquia de Amaguaña, 2017.*

**¿Dispone de Internet para sus computadores?**, nos ayudó a tener conocimientos sobre la disponibilidad que tienen los usuarios al momento de poder ingresar al Internet y así poder encontrar nuestro producto, los cuales dieron un 92% (344 personas) de los que sí disponen internet y el 8% (41 personas) restante no dispone, el proyecto puede generarse sin problema ya que en mayor parte podrían acceder al sitio sin inconvenientes ya que existen lugares donde se puede obtener internet mediante un mínimo pago para los que no disponen este servicio.

**¿Le gusta viajar mucho?**, principalmente para el proyecto al saber el nivel de atención que tienen los usuarios sobre los viajes, un 70% (269 personas) si le gusta viajar y el otro 30% (116 personas) no le gusta viajar, los de mayor porcentaje facilita al proyecto para dar facilidades para los usuarios de que puedan viajar.

**¿Conoce los sitios turísticos que tiene la parroquia de Amaguaña haciendo uso de un sitio multimedia?**, nos ayuda a identificar el nivel de conocimientos de los turistas sobre si usan sitios para conocer Amaguaña, el 23% (109 personas) si conoce sobre sitios para conocer lo que ofrece pero en la gran mayoría el otro 77% (276 personas) no conoce algún sitio que pueda ayudarlo, lo cual es de importancia para el desarrollo del proyecto.

**¿Usa Internet para conocer lugares turísticos?**, los resultados dan a conocer que el 21% (102 personas) si usa internet para poder viajar, ya sea buscando información u otras cosas y el 79% (283 personas) restante no conoce sitios turísticos por ayuda del internet, sino que lo ha hecho por instinto propio del turista o porque alguien le dijo, lo cual favorece a nuestra propuesta notablemente.

**¿Conoce sitios multimedia turísticos que le brinden información necesaria para viajar?**, es de importancia saber si existen sitios multimedia que ofrezcan toda la información que busca un usuario a la hora de querer viajar, positivamente un 18% (57 personas) si conoce algún sitio que le brinde todo lo necesario y el 82% (328 personas) no conoce lo cual beneficia al proyecto para dar mayor información al usuario de que pueda visitar con todo lo necesario el sitio Web y los sitios turísticos que se promocionan desde el mismo.

**¿Viaja a lugares nacionales o internacionales?**, los resultados de esta pregunta nos ayudó a tener información más exacta sobre el interés que tienes los usuarios sobre sus preferencias de viaje que se tiene, el 98% (380 personas) si opta por tener un sitio para conocer sitios turísticos nacionales y el 2% (5 personas) restante viaja internacionalmente, que prefiere por conocer o viajar a otros lugares fuera del país.



*Figura 10: Preferencia nacional o internacional de viaje de la parroquia de Amaguaña, 2017.*

**¿Cree que el turismo debe desarrollarse con nuevas tecnologías a nivel nacional?**, el resultado de esta pregunta nos da a conocer sobre el interés que tienen las personas en el poder desarrollar a nivel nacional el área turística, ir en crecimiento, el 69% (270 personas) piensa que si es importante desarrollar las nuevas tecnologías que aportarían al turismo en todas partes, el 31% (115 personas) simplemente no está interesado en el desarrollo.

### 5.03. Formulación del Proceso de Aplicación

El diseño y creación del sitio multimedia para incentivar el turismo en la parroquia de Amaguaña y dar a conocer sus atractivos turísticos se mantiene en un proceso donde como base se obtiene información fundamental y actualizada en relación a los sitios turísticos, los cuales serán de guía para las personas y así puedan conocer y a nivel nacional se pueda dar a incentivar poco a poco el turismo a nivel de la parroquia, mejorando así en todo

aspecto positivo y mejorar el conocimiento de los turistas que es el principal involucrado que sacará adelante al producto.

### **5.03.01. Concepción**

**Propósito:** el diseño y creación de la propuesta es incentivar el turismo mediante la manera de dar a conocer los sitios turísticos, aumentando sus visitas, que la parroquia de Amaguaña sea un fuerte lugar de visita de turistas y así disminuir la poca asistencia que tiene actualmente.

**Usuario:** será los turistas a nivel nacional, en la actualidad gran parte de los turistas tienen como diario vivir la tecnología por lo que representaría un alto nivel de usabilidad.

**Herramientas:** como principales herramientas a usar tenemos a Adobe Dreamweaver CC será de utilidad para la maquetación y creación del sitio el cual es en donde se implementara todo material gráfico antes ya editado.

**Género:** el contenido visual del sitio multimedia, a más de ser llamativa e informativa será apto para todo público turista sin ninguna excepción.

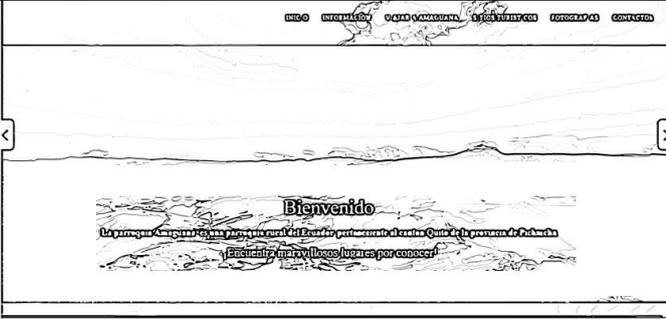
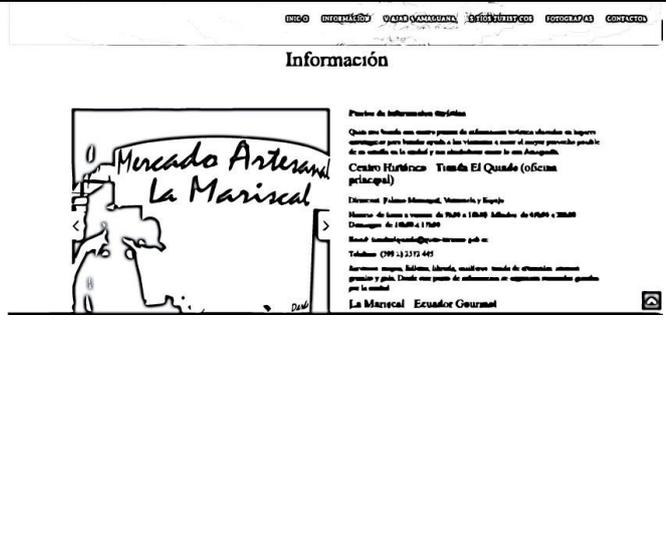
**Concepto:** su contenido se basa en una bienvenida que nos llevara a la interfaz principal del sitio, en si este constara con varias cualidades llamativas para el usuario, contara un menú para facilitar el acceso a las diferentes opciones que necesite el usuario.

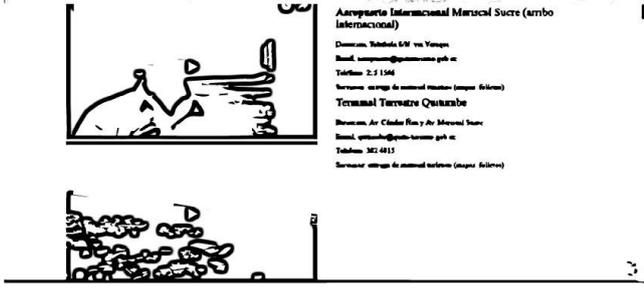
**Servicios:** básicamente será una guía informática que ayudara de manera creativa a los usuarios, el contenido aumentara el conocimiento en cada aspecto que se lo aprecio para así poder incentivar al turismo en la parroquia de Amaguaña.

**Benchmarking o análisis de la competencia:** el objetivo del sitio multimedia es poder dar a ver un servicio para los usuarios que lo visiten, su contenido 100% actualizado y llamativo, ofreciendo un material informativo basado en el área turística con un nivel de llamar la atención de los turistas cada vez que busquen un lugar donde viajar, desarrollando así la poca asistencia que existe en la actualidad.

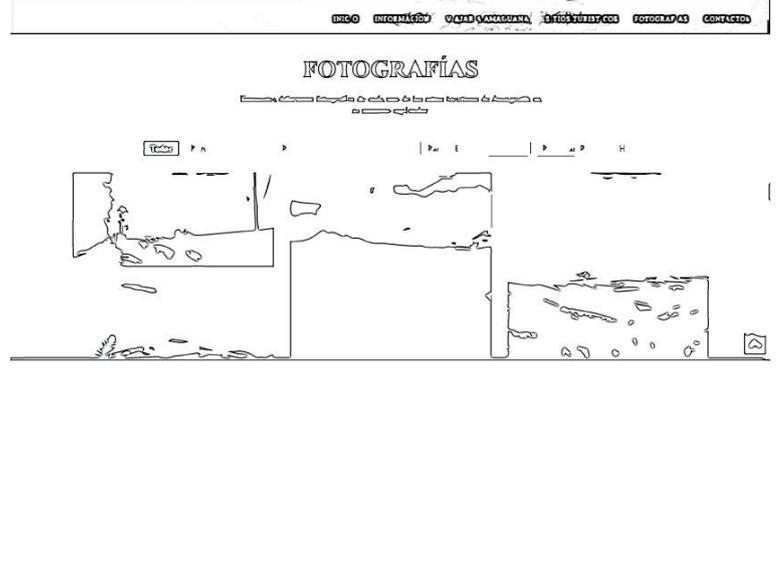
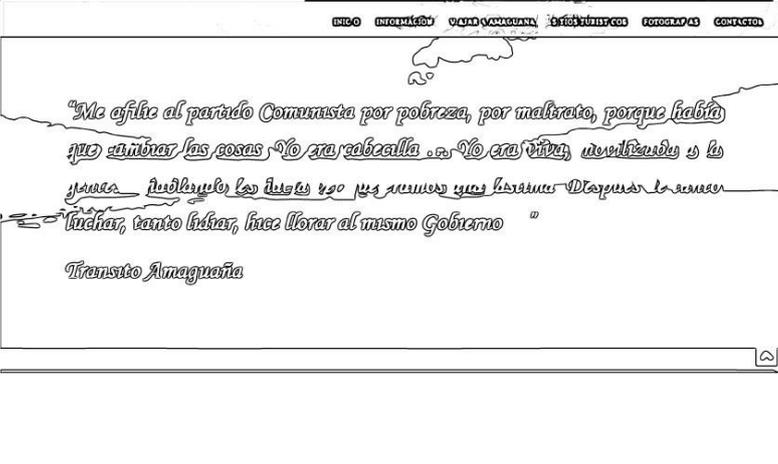
### 5.03.02. Diseño

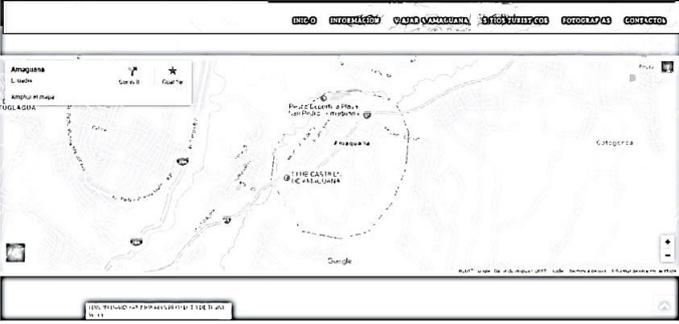
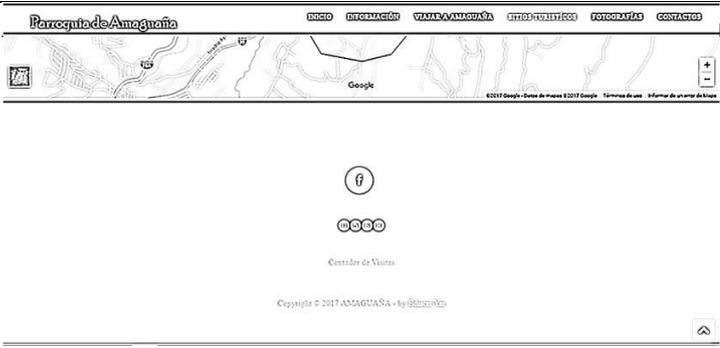
Tabla 10: Contenidos.

Pantalla	Sonido	Contenido
 <p>The screenshot shows a website interface with a navigation menu at the top containing 'Inicio', 'Información', 'Galería (Amagüaña)', 'Historia y Turismo', 'Fotografías', and 'Contacto'. Below the menu is a large slider area with the text 'Bienvenido' and a message: 'Da un paso al futuro con la tecnología del Centro Multimediale Quechua y conoce la Cordillera. Encuentra los mejores lugares por conocer!'.</p>	<p>Sound off</p>	<p>Slider como fondo con una presentación de bienvenida, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>
 <p>The screenshot shows the 'Información' section for 'Mercado Artesanal La Mariscal'. It includes a title, a brief description, and contact details: 'Dirección: Páramo Miraflores, Vicosoma y Espole', 'Horario de lunes a viernes de 9:00 a 18:00; Sábados de 9:00 a 13:00', 'Domingos de 10:00 a 17:00', 'Email: turismocordillera@quechua.com.ec', and 'Teléfono: (099) 23772 445'. It also mentions 'Incentivos: regalos, bebidas, librería, material de oficina, artesanías y más.' and 'Creador: un grupo de profesionales en constante crecimiento para la ciudad. La Mariscal, Ecuador Gourmat'.</p>	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección de Información, incluye un pequeño slider con fotografías de diferentes lugares de puntos de información, además de incluir cada detalle informativo de estos lugares, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>

	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección de Información, incluye 2 videos informativos acerca de Amaguaña, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>
	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección de Viajar a Amaguaña donde se encuentra información acerca de cómo llegar a Quito en primer lugar y después las alternativas de cómo llegar a Amaguaña ya sea en particular o bus, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>

	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección de sitios turísticos en donde se obtiene información de cada sitio añadiéndolo con un video acerca del lugar, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>
	<p>Sound off</p>	<p>Videos promocionales de cada sitio turístico con la información necesaria que se muestra al pasar el mouse sobre estos, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>
	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección extra donde se presenta un fondo turístico añadiendo una frase célebre de una persona histórica de la parroquia, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>

	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección de fotografías en la cual se muestran variedad de fotografías de cada sitio turístico el cual se puede elegir de cada zona o en general, se las puede visualizar en el tamaño original, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>
	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección extra donde se presenta un fondo turístico añadiendo una frase célebre de una persona histórica de la parroquia, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>
	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección de contactos, se encuentra un formulario de contacto totalmente funcional, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>

	<p>Sound off</p>	<p>Contenido de la sección de contactos, mapa del sitio, incluye el menú de botones dirigidos a cada sección.</p>
	<p>Sound off</p>	<p>Pie del sitio donde se muestra el enlace a Facebook, incluye un contador de visitas y diseño de la persona creadora</p>

Arte conceptual:



Figura 11: Botones Principales.

Las retículas utilizadas en el sitio multimedia se dan una manera en la que la maquetación y el orden de cada elemento es primordial para el entendimiento y el orden lógico de la información mostrada haciendo de complemento un fácil entendimiento y además de hacerla llamativa para el usuario.

Mecánica del sitio: Fácil funcionamiento donde ingresamos como en cualquier sitio web, Cuenta con una bienvenida el cual la seguimos en un orden de botones dependiendo lo que se desea ver.

Diseño de programación: Diagramas UML



Figura 12: Diagrama UML de la parroquia de Amagaña, 2017.

### 5.03.03. Producción

#### Ilustración.

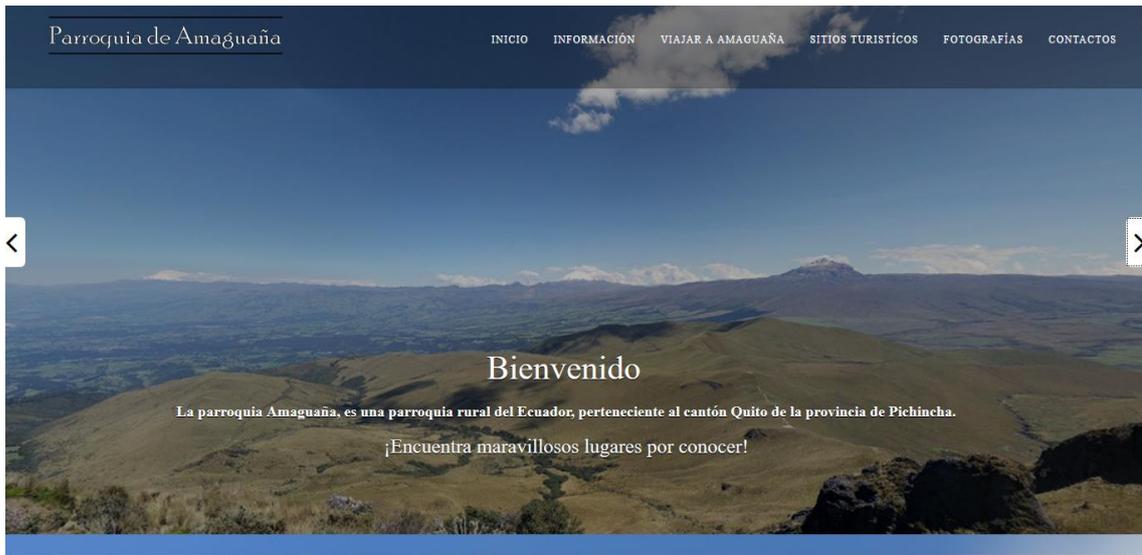


Figura 13: Inicio.



Figura 14: Información

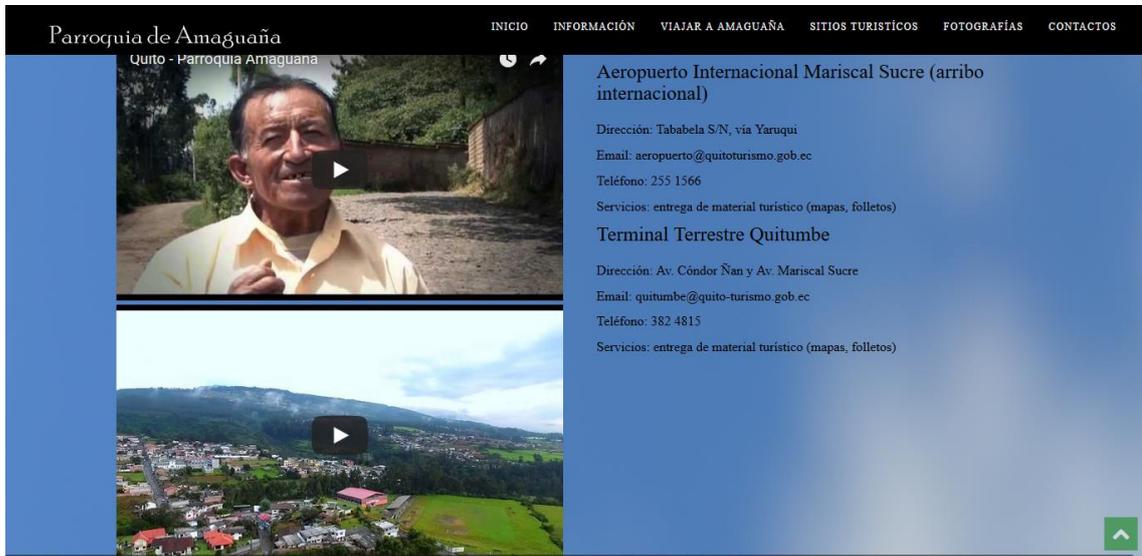


Figura 15: Información.



Figura 16: Viajar a Amaguaña..



Figura 17: Contenido extra.



Figura 18: Sitios Turísticos

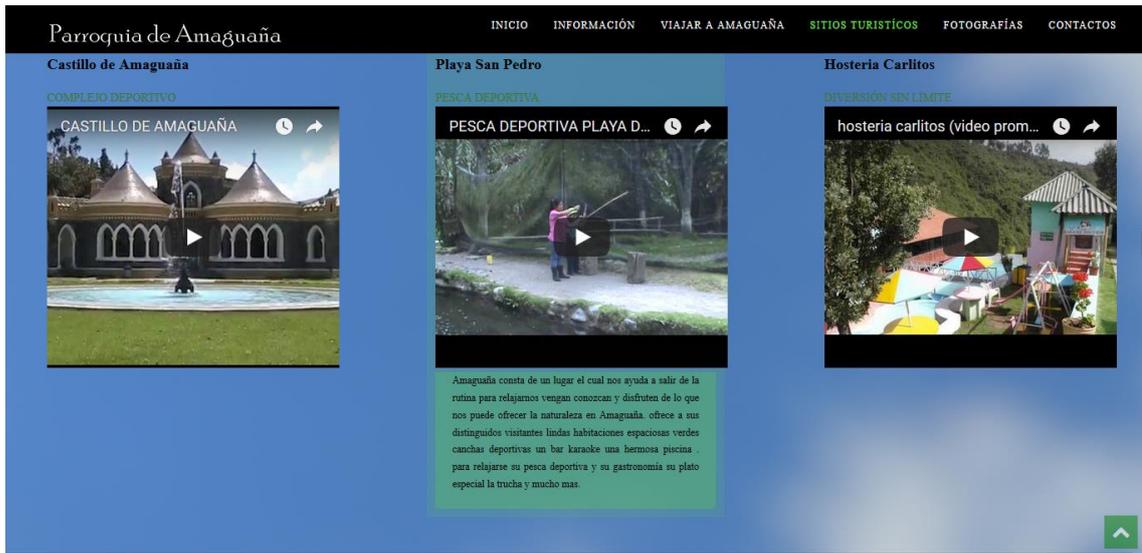


Figura 19: Sitios Turísticos 2.



Figura 20: Contenido extra 2



Figura 21: Fotografías.



Figura 22: Contenido extra 3

Parroquia de Amaguaña

INICIO INFORMACIÓN VIAJAR A AMAGUAÑA SITIOS TURÍSTICOS FOTOGRAFÍAS CONTACTOS

## CONTÁCTENOS

Envía tus mensajes para saber tus comentarios y opiniones que tengas acerca de este sitio, para así poder mejorar este servicio.

**Nombre**

**Email**

**Tema**

**Mensaje**

Figura 23: Contactos

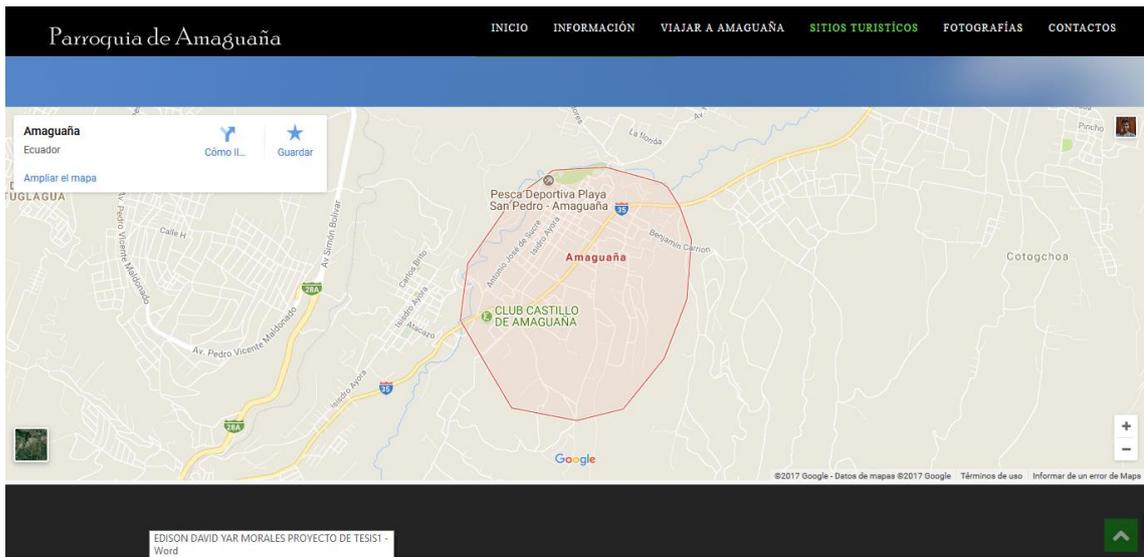


Figura 24: Mapa de la parroquia de Amaguaña

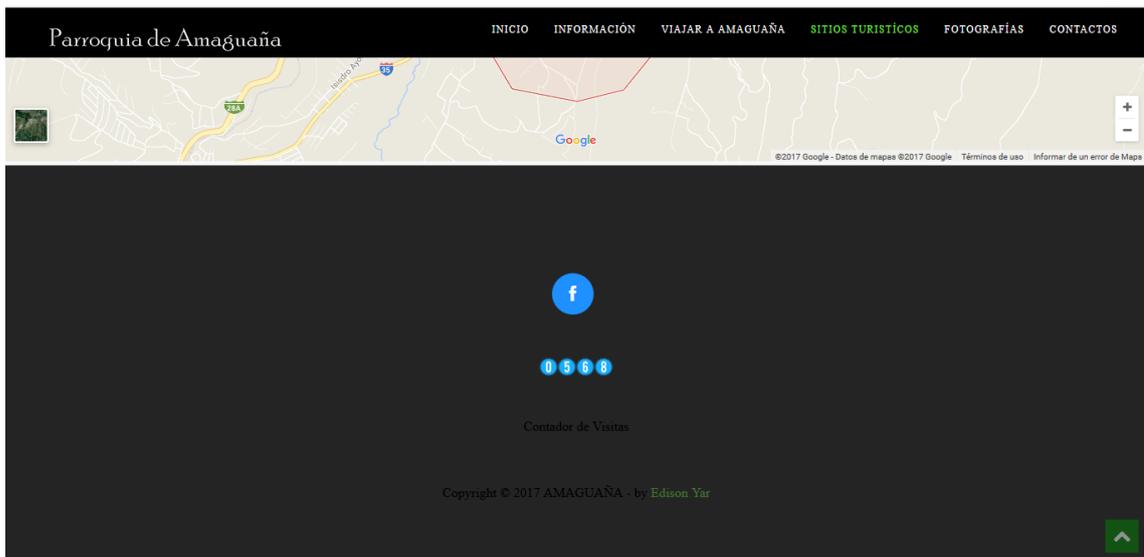


Figura 25: Pie de página.

Interfaz:

Imagen corporativa:

---

# Parroquia de Amagüaña

---

Figura 26: Logotipo.

Cromática:

							
<b>C</b>	91%	97%	89%	83%	70%	84%	0%
<b>M</b>	26%	7%	41%	81%	57%	83%	0%
<b>Y</b>	84%	100%	0%	72%	62%	73%	0%
<b>K</b>	0%	0%	0%	60%	7%	80%	0%

Figura 27: Colores Corporativos.

Tipografía:

Roboto

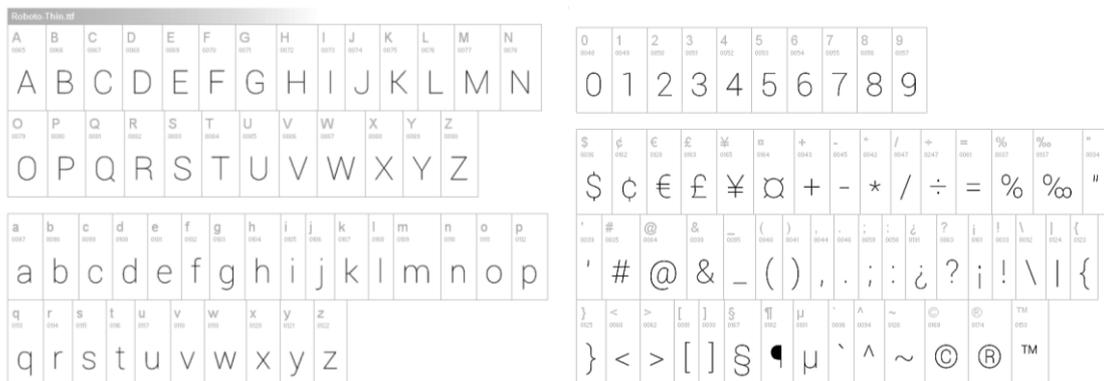


Figura 28: Tipo de Fuente.

## Candara



Figura 29: Tipo de Fuente.

## Interfaz:



**DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGÜAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

Figura 30: Interfaz.

Animación:

```

115     $(function() {
116
117         $('#sdt_menu > li').bind('mouseenter',function(){
118             var $elem = $(this);
119             $elem.find('img')
120                 .stop(true)
121                 .animate({
122                     'width':'170px',
123                     'height':'170px',
124                     'left':'0px'
125                 },400,'easeOutBack')
126                 .andSelf()
127                 .find('.sdt_wrap')
128                 .stop(true)
129                 .animate({'top':'140px'},500,'easeOutBack')
130                 .andSelf()
131                 .find('.sdt_active')
132                 .stop(true)
133                 .animate({'height':'170px'},300,function(){
134                     var $sub_menu = $elem.find('.sdt_box');
135                     if($sub_menu.length){
136                         var left = '170px';
137                         if($elem.parent().children().length == $elem.index()+1)
138                             left = '-170px';
139                         $sub_menu.show().animate({'left':left},200);
140                     }
141                 });
142             }).bind('mouseleave',function(){
143                 var $elem = $(this);
144                 var $sub_menu = $elem.find('.sdt_box');
145                 if($sub_menu.length)
146                     $sub_menu.hide().css('left','0px');
147
148                 $elem.find('.sdt_active')
149                     .stop(true)
150                     .animate({'height':'0px'},300)
151                     .andSelf().find('img')
152                     .stop(true)
153                     .animate({

```

Figura 31: Animación 1.

```

99
100 <ul class="fly-in-text hidden"></ul>
101 <li>B</li>
102 <li>I</li>
103 <li>E</li>
104 <li>N</li>
105 <li>V</li>
106 <li>E</li>
107 <li>N</li>
108 <li>I</li>
109 <li>D</li>
110 <li>O</li>
111 </ul>
112
113
114 <a href="index.html" class="myButton">COMENZAR</a>
115
116
117
118
119
120
121
122
123 <script src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/2.1.3/jquery.min.js"></script>
124 <script type="text/javascript">
125
126     $(function() {
127
128         setTimeout(function() {
129             $('#fly-in-text').removeClass('hidden');
130         }, 500);
131     });
132
133 </script>
134
135 </body>
136 </html>
137

```

Figura 32: Animación 2.

Programación:

```

index.html - C:\Users\Edison Yar\Documents\sitio\Parroquia de Amaguaña - Geany
Archivo Editar Buscar Ver Documento Proyecto Construir Herramientas Ayuda
Nuevo Abrir Guardar Guardar todo Revertir Cerrar Atrás Adelante Compilar Construir Ejecutar Selector de color Buscar Ir a Salir
Simbolos Documentos style.css index.html responsive-slider.css index.html style.css
Encabezados (H2)
Bienvenido [67]
Bus [296]
Contáctenos [1025]
Fotografías [527]
Información [116]
Llegar a Quito [264]
Sitios Turísticos [340]
Vehículo Particular [2]
¿COMO LLEGAR A AMAGUAÑA?
Encabezados (H3)
Aeropuerto Internac
Centro Histórico - Tie
La Mariscal - Ecuador
Terminal Terrestre Q
¡Encuentra maravillosos lugares!
27 <div class="header">
28 <section id="header" class="appear">
29
30 <div class="navbar navbar-fixed-top" role="navigation" data-b="*" data-cs="3" data-kind="parent" style="line-height:100px; height:100px; background-color:rgba(0,0,0,0.3);*" data-kind="ghost">
31
32 <div class="navbar-header">
33 <button type="button" class="navbar-toggle" data-toggle="collapse" data-target=".navbar-collapse">
34 <span class="fa fa-bars color-white"></span>
35 </button>
36 <div class="navbar-collapse collapse">
37 <ul class="nav navbar-nav" data-b="*" data-cs="3" data-kind="parent" style="margin-top:20px; data-300="margin-top:5px;*" data-kind="ghost">
38 <li class="active"><a href="#index">Inicio</a></li>
39 <li><a href="#section-about">Información</a></li>
40 <li><a href="#services">Viajar a Amaguaña</a></li>
41 <li><a href="#team">Sitios Turísticos</a></li>
42 <li><a href="#section-works">Fotografías</a></li>
43 <li><a href="#section-contact">Contactos</a></li>
44 </ul>
45 </div>
46 </div>
47 </section>
48
49
50
51
52
53
Estado 01:49:59: Esto es Geany 1.29.
Compilador 01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Desktop\sitio\Parroquia de Amaguaña\css\style.css abierto(1)
Mensajes 01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Desktop\sitio\Parroquia de Amaguaña\index.html abierto(2)
Borrador 01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Desktop\sitio\Parroquia de Amaguaña\css\responsive-slider.css abierto(3)
01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Documents\sitio\Parroquia de Amaguaña\index.html abierto(4)
01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Documents\sitio\Parroquia de Amaguaña\css\style.css abierto(5)
línea: 18 / 1120 col: 85 set: 0 INS TAB mode: CRLF codificación: UTF-8 tipo de archivo: HTML ámbito: desconocido

```

Figura 33: Programación 1.

```

index.html - C:\Users\Edison Yar\Documents\sitio\Parroquia de Amaguaña - Geany
Archivo Editar Buscar Ver Documento Proyecto Construir Herramientas Ayuda
Nuevo Abrir Guardar Guardar todo Revertir Cerrar Atrás Adelante Compilar Construir Ejecutar Selector de color Buscar Ir a Salir
Simbolos Documentos style.css index.html responsive-slider.css index.html style.css
Encabezados (H2)
Bienvenido [67]
Bus [296]
Contáctenos [1025]
Fotografías [527]
Información [116]
Llegar a Quito [264]
Sitios Turísticos [340]
Vehículo Particular [2]
¿COMO LLEGAR A AMAGUAÑA?
Encabezados (H3)
Aeropuerto Internac
Centro Histórico - Tie
La Mariscal - Ecuador
Terminal Terrestre Q
¡Encuentra maravillosos lugares!
149 </div>
150 <div align="left">
151 <iframe width="535" height="315" src="https://www.youtube.com/embed/xBRW9a2j2rE" frameborder="0" allowfullscreen></iframe>
152 </div>
153 <div>
154 <iframe width="535" height="315" src="https://www.youtube.com/embed/b0eMf2qeL5Y?showinfo=0" frameborder="0" allowfullscreen></iframe>
155 </div>
156 </div>
157
158
159
160
161
162 <div class="col-lg-6">
163 <div class="company mar-left10">
164 <h4>Puntos de información turística </h4>
165 <p>
166 Quito nos brinda con cuatro puntos de información turística ubicados en lugares estratégicos para brindar ayuda a los visitantes a sacar el
167 </p>
168 <h3> Centro Histórico - Tienda El Quinde (oficina principal) </h3>
169 <p>Dirección: Palacio Municipal, Venezuela y Espejo</p>
170 <p>Horario: de lunes a viernes, de 9h00 a 18h00. Sábados: de 09h00 a 20h00. Domingos: de 10h00 a 17h00</p>
171 <p>Email: tiendaelquinde@quito-turismo.gob.ec</p>
172
173
174
175
Estado 01:49:59: Esto es Geany 1.29.
Compilador 01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Desktop\sitio\Parroquia de Amaguaña\css\style.css abierto(1)
Mensajes 01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Desktop\sitio\Parroquia de Amaguaña\index.html abierto(2)
Borrador 01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Desktop\sitio\Parroquia de Amaguaña\css\responsive-slider.css abierto(3)
01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Documents\sitio\Parroquia de Amaguaña\index.html abierto(4)
01:49:59: Archivo C:\Users\Edison Yar\Documents\sitio\Parroquia de Amaguaña\css\style.css abierto(5)
línea: 18 / 1120 col: 85 set: 0 INS TAB mode: CRLF codificación: UTF-8 tipo de archivo: HTML ámbito: desconocido

```

Figura 34: Programación 2.

**DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**





Al hacer la prueba del sitio multimedia ya en la red, el cual contiene una variedad de código HTML, scripts, no presenta ninguna caída en el proceso de la visualización del contenido del sitio multimedia.

### **Pruebas alpha**

Al darse las pruebas del sitio multimedia en la muestra de la población, obteniendo como resultado positivo al no presentarse ningún tipo de inconveniente al cargar el sitio multimedia en los diferentes aparatos tecnológicos.

### **Pruebas beta**

El sitio ha demostrado que se lo visita considerablemente, desde el proceso de subida el contador de visitas esta por los 600 visitantes y cada día aumenta cada vez más, esto representa la acogida que tiene el sitio ya en circulación.

#### **5.03.05. Mantenimiento**

Para mantener el sitio multimedia solo se basara en la actualización de la información y si se da el caso de dar a poner más sitios turísticos a disposición y también el poder contribuir con más fotografías, videos, etc.

#### **5.03.06. Marketing y Difusión**

**Plaza.-** Ubicación de los roll ups / Repartición de flyers en los principales terminales terrestres. La repartición de flyers se da mediante las paradas del trole bus/metro bus/ecovia.

Colocación de los afiches en el interior y exterior del transporte público de las diferentes cooperativas existentes, es decir, la cooperativa Libertadores del Valle y la cooperativa Amaguaña.

### **Estrategia Creativa**

**Beneficios Emocionales:** Maravillas Turísticas

**Beneficios Racionales:** Diversidad

**Mensaje básico:** Conoce los rincones que Amaguaña tiene para ti.

**Tono:** Indiferente.

**Estilo:** Semi -formal

**Insight:** Amaguaña, lleno de maravillas turísticas

**Reason Why:**

**Mensaje Básico:** Se da para descubrir e incentivar la visita turística en cada sitio turístico que posee Amaguaña.

**Tono:** No existe competencia alguna.

**Estilo:** Semi – formal por que el grupo objetivo son turistas que pueden ser jóvenes y adultos, es decir muy diverso para cualquier tipo de persona

**Insight:** Se da a conocer la importancia que tiene los sitios turísticos de Amaguaña en el ámbito turístico llegando a ser así una riqueza turística.

**Eje de Campaña:**

La diversidad turística, que espera por ti

**Slogan de Campaña:**



El destino que tienes por descubrir

**Tipo de campaña:**

Informativa.

**Plan de medios**

**Medios principales:**

Afiche

Flyer.

**Medios secundarios:**

Roll up.

**Medios Auxiliares:**

Fan Page.

**Afiche:**



Figura 39: Afiche de la parroquia de Amaguaña

Flyer:



Figura 40: Flyer de la parroquia de Amaguaña

DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

**Roll Up:**

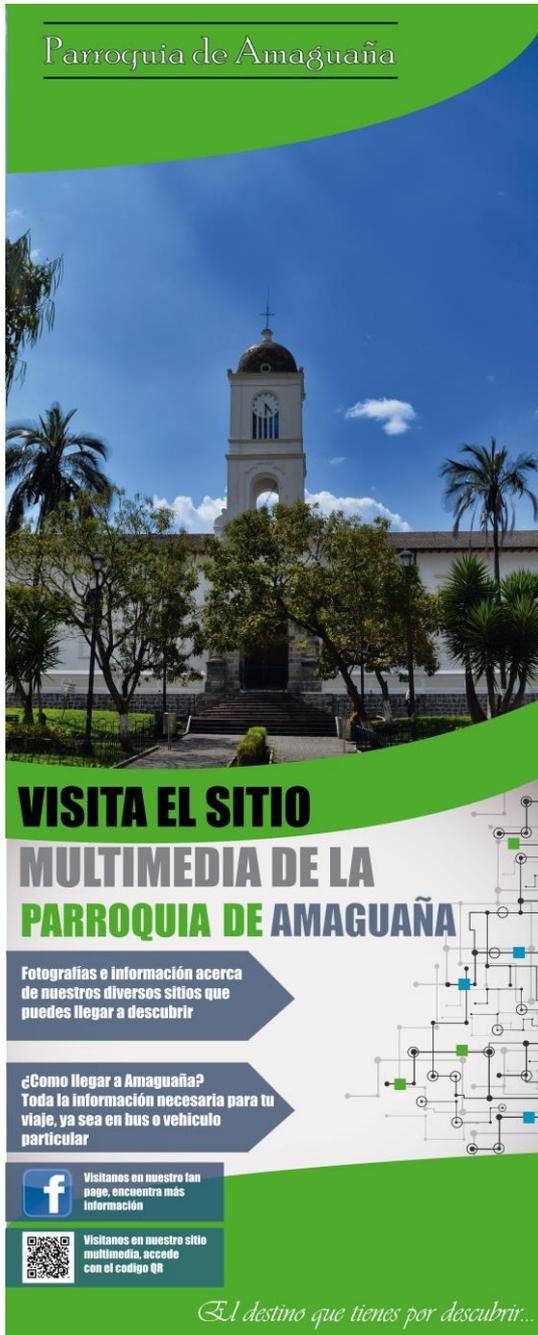


Figura 41: Roll Up de la parroquia de Amaguaña

DISEÑO Y CREACIÓN DE UN SITIO MULTIMEDIA PARA INCENTIVAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA CON EL FIN DE DAR A CONOCER SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

## Fan Page (FACEBOOK)



Figura 42: Fan Page de la parroquia de Amaguaña

---

## CAPÍTULO VI

### Aspectos Administrativos

#### 6.01. Recursos

##### 6.01.01. Técnicos – Tecnológico

Los equipos tecnológicos utilizados en el proceso del proyecto de tesis son de gran importancia, ya que estas permitieron la realización de todo el sitio multimedia de una manera correctamente visual, presentando un alto grado de creatividad en el proyecto.

Computador: HP 14Notebook PC.

Intel® Core™ i5 CPU @ 2.40GHz, 2.40GHz.

Sistema Operativo Windows 10, 64 bits

4GB RAM

Impresora: HP deskjet 2515

Copiadora

Cámara Nikon 3200

Celular Samsung j5

### **6.01.02. Humano**

Para el desarrollo del proyecto se contó con varias personas que facilitarían el trabajo en sí, una de estas son los distintos administradores, guías de los diferentes sitios turísticos, dando consejos para la toma de fotografías y la reunión de información y además cabe recalcar la elaboración de mi persona Edison David Yar Morales para la realización de este proyecto.

### **6.01.03. Económico**

Materiales (hojas de encuestas).

Transporte (bus)

## **6.02. Presupuesto**

### **6.02.01. Gastos Operativos**

Son aquellos gastos operativos u ordinarios que se realizan para obtener materiales o servicios con el objetivo de generar beneficios.

*Tabla 11: Gastos Operativos de la parroquia de Amaguaña, 2017*

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
<b>1. Bibliografía</b>					X	0,00
a) Textos.	0,00	0			X	0,00
b) Fotocopias.	0,02	500			X	10,00
c) Internet.	1,00	17			X	17,00
d) Normas.	0,00	0			X	0,00
e) Otros.	2,50	15			X	37,50
<b>2. Experimentación</b>						
Laboratorios y equipos Nuevos.	0,00	0			X	0,00
b) Ensayos contratados: (pruebas, análisis).	0,00	0			X	0,00
Materiales, materias primas, catalizadores, químicos, material biológico y su Conservación.	0,00	0			X	0,00
Costo de uso de Laboratorios.	0,00	0			X	0,00
<b>3. Viajes y viáticos</b>						
a) Pasajes.	0,30	40			X	12,00
b) Viáticos.	0,00	0			X	0,00
c) Seguros.	0,00	0			X	0,00
<b>4. Análisis y manejo de información</b>						
a) Computador.	0,00	1			X	0,00
b) Digitación.	0,00	1			X	0,00
c) Software especializado.	20,00	1			X	20,00
d) Asesoría especializada.	0,00	0			X	0,00
<b>5. Documento final</b>						
a) Digitación.	0,00	0			X	0,00
b) Software especializado.	0,00	0			X	0,00
c) Impresión.	0,10	30			X	3,00
d) Empastes.	16,00	2			X	32,00
Otros... (Planos, Fotografías...).	3,00	2			X	6,00
<b>6. Costos personal</b>						
a) Director.	0,00	0			X	0,00
b) Codirector.	0,00	0			X	0,00
c) Asesoría.	0,00	0			X	0,00
d) Elaboración.	375,00	1			X	375,00
Evaluación (Propuesta, Proyecto terminado).	30,00	3			X	90,00
g) Otros.	20,00	2			X	40,00
Total						642,50

### 6.02.02 Aplicación del Proyecto

	Valor		Financiación			
	Valor unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
<b>1. Bibliografía</b>						
a) Textos.	0,00	0		X		0
b) Fotocopias.	0,00	0		X		0
c) Internet.	0,00	0		X		0
d) Normas.	0,00	0		X		0
e) Otros.	1,00	1		X		1,00
<b>2. Experimentación</b>						0
Laboratorios y equipos Nuevos.	0,00	0		X		0
b) Ensayos contratados: (pruebas, análisis).	6,99	1		X		6,99
Materiales, materias primas, catalizadores, químicos, material biológico y su Conservación.	0,00	0		X		0
Costo de uso de Laboratorios.	0,00	0,00		X		0
<b>3. Viajes y viáticos</b>						
a) Pasajes.	0,30	10		X		3,00
b) Viáticos.	0,00	0		X		0
c) Seguros.	0,00	0		X		0
<b>4. Análisis y manejo de información</b>						
a) Computador.	0,00	0		X		0
b) Digitación.	0,00	0		X		0
c) Software especializado.	20,00	1		X		20,00
d) Asesoría especializada.	20,00	1		X		20,00
<b>5. Documento final</b>						
a) Digitación.	0,00	0		X		0
b) Software especializado.	0,00	0		X		70,00
c) Impresión.	0,10	700		X		0
d) Empastes.	0	0		X		0
Otros... (Planos, Fotografías...).	2,00	700		X		1,400
<b>6. Costos personal</b>						
a) Director.	200,00	1		X		200,00
b) Codirector.	200,00	1		X		200,00
c) Asesoría.	100,00	1		X		100,00
d) Elaboración.	375,00	1		X		375,00
Evaluación (Propuesta, Proyecto terminado).	30,00	1		X		30,00
g) Otros.	0,99	1		X		0,99
<b>Total</b>						2,426,98

### 6.03. Cronograma

Cronograma de actividad dando detalle a detalle con los objetivos planteados cada mes en el que se realiza el proyecto.

*Tabla 12: Cronograma de Actividades de la parroquia de Amaguaña, 2017.*

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados
			MES	Semana			
1	Antecedentes	Autor	Abril			X	Obtener información necesaria.
2	Análisis de Involucrados	Autor	Mayo	X			Elegir con caridad las personas o instituciones involucradas en el proyecto.
3	Problemas y Objetivos	Autor	Mayo	X			Especificar con mayor exactitud los problemas y objetivos y sus componentes.
4	Análisis de Alternativas	Autor	Junio	X			Definir todas las alternativas que constan en el proyecto.
5	La Propuesta	Autor	Julio		X		Presentar la planificación y Diseño del sitio multimedia
6	Aspectos Administrativos	Autor	Julio			X	Especificar los ingresos y egresos requeridos en el proyecto.
7	Conclusiones y Recomendaciones	Autor	Agosto			X	Recomendaciones para promover el uso del sitio multimedia

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

El sitio multimedia está enfocado en incentivar el turismo de los atractivos turísticos existentes en la parroquia de Amaguaña, mostrando cada una de las maravillas que estas contienen y a su vez creciendo en el área turística cada vez más para el desarrollo de la misma parroquia siendo indispensable la información y la creatividad para que sea llamativo y de esta se pueda dar inicio a futuros proyectos que incentiven a diferentes lugares del planeta.

- El sitio multimedia aumentará positivamente los conocimientos sobre los sitios turísticos de Amaguaña que son primordiales para las personas que les gusta el turismo y el conocer siempre algo nuevo, así como muy importantes a nivel nacional turístico, al poseer un reducido conocimiento sobre los sitios turísticos se da como un gran aporte en el desarrollo turístico.
- El sitio multimedia tiene como objetivo incentivar y dar a conocer sobre los sitios turísticos a todas las personas a nivel nacional ya que se ha presentado una deficiente información y desconocimiento del mismo, brindando en los turistas información importantes sobre sitios turísticos, guías, mapas y más, siendo



información importante para dar una base en el desarrollo turístico a nivel nacional.

- El sitio multimedia reducirá el poco interés y la inasistencia de parte de las personas en Amagaña, que buscan otros sitios que visitar por la gran información que existe sobre aquellos sitios turísticos, los objetivos que se programa obtener con la propuesta es ser un aporte positivo a las estadísticas actuales de visitas turísticas en Amagaña y unirse a la nueva sociedad de sitios a nivel nacional con información verídica que llame la atención del turista.
- El sitio multimedia aumentará positivamente en toda la actividad comercial relacionada cercanamente a todos los diferentes sitios turísticos que existe para todas las personas así como muy importantes la visita de los turistas para que ayude a tener un aumento económico y fomentar el desarrollo durante el transcurrir del tiempo en toda la parroquia de Amagaña y así extenderse a nivel nacional.
- De manera creativa y llamativa el sitio multimedia busca captar la atención del usuario, que se interese, que sea curioso, todo esto para que busque información más amplia e interesante sobre los atractivos turísticos, ampliando cada vez más para que así llegue a todas las personas a nivel nacional.
- El sitio multimedia que se busca implementar tiene además un objetivo para que se pueda desarrollar la propuesta en sí, que es generar el interés suficiente en las administraciones turísticas que vayan apareciendo, pero principalmente de la administración de Amagaña para que su área turística vaya generando el interés



en los turistas y así mejorar su bienestar en la parroquia de Amaguaña en relación a sus sitios turísticos.

- El uso del material fotográfico y de video serán indispensables para llegar al punto donde este sea llamativo para el usuario al ingresar al sitio multimedia, una vez ingresado al sitio provocara a tratar de conocer más sobre lo que se está viendo, a tal punto que la creatividad en la que se maneje el sitio multimedia sea de importancia para el desarrollo del turismo en aumento.

Se puede concluir que unos de los principales factores para incentivar a un mayor grado de visitas turísticas en la parroquia de Amaguaña, surge en que los conocimientos e información detallada y guiada sobre los atractivos turísticos que tiene Amaguaña desarrolle una misión de incentivar el turismo en cada rincón del Ecuador, en Amaguaña se da el primer paso con el proyecto ya dando a conocerse a nivel nacional y así ser un aporte positivo al desarrollo turístico desde la parroquia de Amaguaña.

## **7.02. Recomendaciones**

El sitio multimedia busca que los usuarios conozcan estos nuevos métodos de información tecnológicos que ahora en día están rodeados en la vida cotidiana, de esta manera se puede dar a conocer y a incentivar sobre el sitio multimedia y su contenido que es la importancia del turismo a nivel nacional siendo una base para otras futuras propuestas que deseen mejorar para su desarrollo turístico en cualquier parte del mundo.

- El sitio multimedia debe ser utilizado de manera adecuada por ser un sitio para todo público en su contenido.



- Si se encuentra una imagen ofensiva o información falsa notificar con el administrador para hacer una inspección del asunto.
- Para una mejor navegación se puede utilizar el navegador Chrome para que no exista ningún conflicto a la hora de cargar la página.
- Para la reproducción de algún video se recomienda verificar tener instalado en el computador Adobe Flash Player.
- De sugerencia para la zona administrativa es mejorar el sitio multimedia para que sea adaptable a dispositivos móviles.
- Todo el contenido de la propuesta está desarrollada para poder ser utilizada de la mejor manera, cada uno de los elementos que incluyen pueden ser usados para fines académicos como informales.
- Una sugerencia para la parroquia de Amaguaña es hacer publicidad por internet de este sitio multimedia ya que desarrollaría con más rapidez el propósito del proyecto.
- Es inevitable mantener activo el sitio multimedia para lograr captar a más turistas, se deberá actualizar y recrear con nueva información que salga, brindándole la mayor información actualizada posible al usuario.
- Actualizar el sitio multimedia cada mes, mostrando novedades comerciales para hacer un llamado más de atención al usuario que lo visita, etc.



- El sitio Multimedia sugiere ser monitoreado en relación al tráfico, esto le permitirá ver de donde están entrando los turistas para visitar el sitio de que zonas o ciudades y así poder dirigir su propagación u otros fines.

## Bibliografía

- Adobe. (30 de Noviembre de 2015). *adobe*. Obtenido de adobe: [goo.gl/SffyG2](http://goo.gl/SffyG2)
- Amaguaña, G. A. (2013). *Gobierno Parroquial de Amaguaña*. Obtenido de <http://www.amaguania.gob.ec/>
- Arce, J. M. (1998). Psicología del Color. En J. M. Arce, *El Color*. Obtenido de Psicología del Color: <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos*. Washington, DC.
- Bender. (2011). *Vix*. Obtenido de Vix: <http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>
- BID. (noviembre de 2004). Banco interoamericano de desarrollo. *El marco lógico para diseño de proyectos*, 01-30. Obtenido de [adlumen.org](http://adlumen.org).
- Ecolan. (01 de Enero de 2008). *ecolaningenieria.com*. Obtenido de [ecolaningenieria.com](http://ecolaningenieria.com): <http://www.ecolaningenieria.com/ingenieria-ambiental/analisis-ambiental>
- Gajardo, J. C. (2012). *Guía Digital*. Obtenido de Guía Digital: <http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-la-usabilidad>
- Go-Gulf.com. (2012). *ERISKO CONSUMER*. Obtenido de ERISKO CONSUMER: [http://www.consumer.es/web/es/medio\\_ambiente/energia\\_y\\_ciencia/2013/01/17/215388.php](http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/energia_y_ciencia/2013/01/17/215388.php)

- GONZÁLEZ, C. C. (Mayo de 2015). Programación con lenguajes de guión en páginas web. En C. C. GONZÁLEZ, *Programación con lenguajes de guión en páginas web*. Obtenido de ubunlog: <https://ubunlog.com/geany-editor-ubuntu/>
- Maria, F. S. (21 de Mayo de 2014). *staff creativa*. Obtenido de staff creativa: <http://www.staffcreativa.pe/blog/tipografia/>
- McAfee. (2012). *EROSKI CONSUMER*. Obtenido de EROSKI CONSUMER: [http://www.consumer.es/web/es/medio\\_ambiente/energia\\_y\\_ciencia/2013/01/17/215388.php](http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/energia_y_ciencia/2013/01/17/215388.php)
- Newton, S. I. (1642).
- Ortegón, E. (2005). Metodología del marco lógico. En E. O. Prieto, *Metodología del marco lógico* (pág. 13). Chile: CEPAL.
- Pérez, F. O.-M. (19 de junio de 2012). *composicionesquema*. Obtenido de composicionesquema: [goo.gl/uKPIwF](http://goo.gl/uKPIwF)
- Plan Nacional para el Buen Vivir*. (2013). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-5.-construir-espacios-de-encuentro-comun-y-fortalecer-la-identidad-nacional-las-identidades-diversas-la-plurinacionalidad-y-la-interculturalidad#tabs1>
- Rodríguez, D. F. (1994). *Monografias.com*. Obtenido de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos10/mmedia/mmedia.shtml>
- Senplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: Senplades.

Sony. (2011). *Sony Vegas Pro 11*. Obtenido de Sony Vegas Pro 11:  
<http://sonyvegaspro11.weebly.com/informacion.html>

Yamba, M. (1 de Junio de 2015). Recorrido virtual en 3D para el Centro de Arte Contemporáneo de Quito. (*Tesis de grado*). Cuenca: Universidad del Azuay.

Yamba-Yugsi, M., & Luján-Mora, S. (2017). Cursos MOOC: factores que disminuyen el abandono en los participantes. *Enfoque UTE*, 8(1), 1-15.

## Anexos

### 1. Nomenclatura utilizada.

**I** = Impacto.

**PC** = Potencial de cambio.

**A.I** = Actores involucrados.

**OPTUR** = Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador

**IEPI**. = Instituto Ecuatoriano Propiedad Intelectual.

**HTML**= HyperText Markup Language

**CSS**= Cascading Style Sheets

**R. Humanos** = Recursos humanos.

**R. Ambientales** = Recursos ambientales.

**R. Administrativos**= Recursos administrativos.

**R. Tecnológicos**= Recursos tecnológicos.

**Fact. Técnica**= Factor Técnica.

**Fact. F**= Factor Financiero

**Fact. S**= Factor Social.

**Fact. P**= Factor Político.

**Cat**= Categoría.

**Fact.:** Factibilidad.

**T**= Total.

**MML**=Metodología de Marco Lógico.

**Cant**=Cantidad.

**F**=Finalidades.

**P**=Propósito.

**C**=Componentes.

**A**=Actividades.

**Fuente de Inf**= Fuente de Información.

**Método de Rec**= Método de recolección.

**Resp**= Responsable.

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** urkund\_yar\_edison\_diseño\_2017.pdf (D30387056)  
**Submitted:** 2017-09-05 18:45:00  
**Submitted By:** edison\_sv11@hotmail.com  
**Significance:** 7 %

### Sources included in the report:

urkund\_tandayamo\_estefanny\_diseño\_2017.compressed.pdf (D30355403) Cuaspud-  
 Edison-1.pdf (D23774054) urkund\_quisilema\_dario\_diseño\_2017.pdf (D30386653)  
 urkund\_logroño\_andres\_diseño\_2017.pdf (D30361535) proyecto\_final.compressed.pdf  
 (D23263818) urkund\_alex\_criollo\_diseño\_2016.pdf (D30341683)  
 urkund\_granizo\_cristian\_diseño\_2017.pdf (D30356201)  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/2540/1/RHP-16-17-1002999694.pdf> <http://www.amaguania.gob.ec/>

### Instances where selected sources appear:

44