



**Universidad
Técnica de
Cotopaxi**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y
APLICADAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ELABORACIÓN DE UN RECORRIDO FOTOGRÁFICO EN 360° PARA DAR A
CONOCER LOS DIFERENTES ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN
CONOCIDOS COMO “LAS SIETE PLAZAS” UBICADOS EN EL CANTÓN
SAQUISILÍ DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2016”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingeniería en Diseño
Gráfico Computarizado

Autor:

Guanochanga Chipuxi Jorge Luis

Tutor:

Msc. Realpe Castillo Jeannette Rossanna

Latacunga - Ecuador

2016



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA CIYA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

Fecha: 09 de Agosto del 2016

Estimado

Arq. Enrique Lanas

COORDINADOR DE CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Presente.

De mi consideración.

Reciba un cordial saludo a la vez deseándole éxitos en sus funciones, cumpliendo con el Reglamento de Titulación de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en calidad de Lectores de Tribunal de Proyecto de Investigación con el Título **“ELABORACIÓN DE UN RECORRIDO FOTOGRÁFICO EN 360° PARA DAR A CONOCER LOS DIFERENTES ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN CONOCIDOS COMO “LAS SIETE PLAZAS” UBICADOS EN EL CANTÓN SAQUISILÍ DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2016”**, propuesto por el estudiante, Guanochanga Chipuxi Jorge Luis de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado, me permito indicar que el estudiante ha incluido todas las observaciones y realizado las correcciones señaladas por el Tribunal de Lectores, por lo cual presentamos el Aval de aprobación del Proyecto de Investigación, en virtud de lo cual el postulante puede presentarse a la Sustentación Final de su Proyecto de Investigación.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines legales pertinentes.

Atentamente,

Lector 1 (Presidente)

Nombre: Ing. Calos Chasiluisa
CC: 050268482-2

Lector 2 (Opositor)

Nombre: Msc. Ximena Parra
CC: 010293729-9

Lector 3 (Secretario)

Nombre: Arq. Enrique Lanas
CC: 050164759-8



DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“ Yo Jorge Luis Guanochanga Chipuxi declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **“ELABORACIÓN DE UN RECORRIDO FOTOGRÁFICO EN 360° PARA DAR A CONOCER LOS DIFERENTES ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN CONOCIDOS COMO “LAS SIETE PLAZAS” UBICADOS EN EL CANTÓN SAQUISILÍ DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2016”**, siendo Jeanette Rossanna Realpe Castillo tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

.....
Guanochanga Chipuxi Jorge Luis

C.I. 172572920-4



AVAL DEL DIRECTOR DEL PROYECTO

En calidad de Director de trabajo de investigación sobre el tema: **“ELABORACIÓN DE UN RECORRIDO FOTOGRÁFICO EN 360° PARA DAR A CONOCER LOS DIFERENTES ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN CONOCIDOS COMO “LAS SIETE PLAZAS” UBICADOS EN EL CANTÓN SAQUISILÍ DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2016”**, Del señor estudiante **Guanochanga Chipuxi Jorge Luis** con C.C. N° **172572920-4** postulantes de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado.

CERTIFICO QUE:

Una vez revisado el documento entregado a mi persona, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos - técnicos necesarios para ser sometidos a la **Evaluación del Tribunal de Validación de Tesis** que el Honorable Consejo Académico de la Unidad de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 09 de Agosto del 2016

.....
Jeanette Rossanna Realpe Castillo
ASESOR DEL PROYECTO



AVAL DE IMPLEMENTACIÓN

Con el presente, hago constar que el señor **Guanochanga Chipuxi Jorge Luis** portador de la C.I. **172572920-4**, estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, realizó la propuesta de un “**Recorrido fotográfico a 360° de la feria de Las Siete Plazas del cantón Saquisilí**”. El cual servirá como iniciativa para futuras estrategias comunicacionales.

Le autorizo para que usen el presente certificado de la forma que más les convenga.

Latacunga, 5 de Agosto de 2016.

Atentamente.

Mirian Guadalupe Fabara Bravo
Comisaria Municipal del Cantón Saquisilí

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, y regalarme a los mejores padres y hermanos quienes con su apoyo y paciencia me permitieron culminar con esta etapa de mi vida.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por abrir sus puertas y contribuir a mi formación profesional, y un reconocimiento a las Autoridades, docentes y a mi tutor Mg. Jeanett Realpe que con su experiencia, paciencia y conocimiento ha sabido ser guía para finalizar mi trabajo de investigación.

A los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural del Cantón Saquisilí, por su aporte documental permitiéndome realizar la investigación acerca de sus tradicionales ferias situadas en su localidad.

DEDICATORIA

Se lo dedico a Dios por ser el ser supremo quien me concedió la sabiduría, fortaleza y entendimiento durante todo este tiempo para poder culminar este proyecto de investigación.

A mis padres, que son pilar fundamental en mi vida, ya que estuvieron esforzándose por darme lo mejor en cada paso de mi carrera, siendo ejemplo a seguir por sus consejos, corrigiéndome cuando era necesario y brindándome todo su amor.

A mis hermanos por ser el impulso para culminar mi meta, quienes me acompañaron en mi trayectoria estudiantil enseñándome a nunca dejarme vencer por los obstáculos.

Y a todos mis familiares y amigos que me brindaron su apoyo incondicional en los momentos de dificultad, para no dejar de alcanzar mi sueño y permitirme crecer como persona.

Jorge

ÍNDICE

PORTADA	i
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	¡Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
AVAL DEL DIRECTOR DEL PROYECTO	iv
AVAL DE IMPLEMENTACIÓN	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii
AVAL DE TRADUCCIÓN	xix
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
Área de Conocimiento	3
Línea de investigación	3
Sublíneas de investigación	4
2. RESUMEN DEL PROYECTO	4
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	5
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	6
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
6. OBJETIVOS	9
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	10

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	15
8.1 Diseño Gráfico	15
8.2 Fotografía	15
8.3 La Composición	16
8.4 Planos fotográficos	17
8.5 Fotos panorámicas	18
8.6 Multimedia.....	18
8.7 Recorrido Virtual	19
8.8 Cultura	20
8.9 Identidad cultural	21
8.10 Patrimonio.....	22
8.11 Ferias	23
8.12 Saquisilí.....	24
8.13 Las Siete Plazas.....	25
8.14 Plaza Kennedy.....	25
8.15 Plaza Vicente Rocafuerte.....	26
8.16 Plaza 18 de Octubre.....	26
8.17 Plaza Gran Colombia.....	26
8.18 Plaza San Juan Bautista.....	27
8.19 Plazoleta Juan Montalvo	27
8.20 Plaza de Rastro.....	27
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS.....	28
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL.....	28
10.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	28
Investigación bibliográfica.....	28
Investigación de campo.....	29

Investigación Descriptiva.....	29
Investigación Aplicada.....	29
10.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	30
Método Descriptivo.....	30
Método Inductivo	30
10.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	30
Observación participante.....	30
Encuesta	30
Entrevista.....	31
10.4 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	31
10.4.1 Población.....	31
10.4.2 Cálculo del tamaño de la muestra	32
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	36
11.1 Análisis de las encuestas realizadas a los diferentes comerciantes de la feria de las siete plazas del cantón saquisilí”	36
11.2 Análisis de las encuestas realizadas a los turistas y visitantes que acuden al cantón saquisilí.....	47
11.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	58
11.3 PROPUESTA CREATIVA	59
11.3.1 ESTRATEGIAS	61
11.3.1.1 Objetivo.....	61
11.3.1.2 Audiencia	61
11.3.1.3 Obtención de Información.....	62
11.3.2 ALCANCE.....	90
11.3.3 ESTRUCTURA	93
11.3.4 ÍNDICE DE CONTENIDO	94

11.3.5 ESQUELETO	101
11.3.6 INTERFAZ	102
13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	117
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	120
15. BIBLIOGRAFIA	122
ANEXOS	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Número de visitas al cantón Saquisilí	6
Tabla 2: Población Económica Activa	7
Tabla 3: Población Económica Pea Primaria Activa Por Género	7
Tabla 4: Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados	10
Tabla 5: Población involucrada en la viabilidad del Proyecto	31
Tabla 6: Población involucrada en la viabilidad del Proyecto por género	32
Tabla 7: Población involucrada para la obtención de información	34
Tabla 8: Número de personas encuestadas separadas por género	36
Tabla 9: Medios de Información	37
Tabla 10: Reconocimiento de las Plazas	38
Tabla 11: Frecuencia de visitas a las plazas	39
Tabla 12: Plazas más visitadas	40
Tabla 13: Razones de visita a las Plazas	41
Tabla 14: Ubicación exacta de las ferias	42
Tabla 15: Historia de Las Siete Plazas	43
Tabla 16: Conocimiento de las plazas	44
Tabla 17: Opinión sobre las ferias.....	45
Tabla 18: Conocimiento de Estrategias Comunicacionales	46
Tabla 19: Número de personas encuestadas separadas por género	47
Tabla 20: Actividades turísticas	48
Tabla 21: Ubicación de Actividades turísticas	49

Tabla 22: Lugares de Preferencia	50
Tabla 23: Opinión acerca de las ferias	51
Tabla 24: Medios de difusión	52
Tabla 25: Conocimiento sobre un recorrido fotográfico	53
Tabla 26: Utilización de un recorrido fotográfico	54
Tabla 27: Elementos considerados en la integración del recorrido	55
Tabla 28: Manejo del recorrido fotográfico	56
Tabla 29: Confirmación de la implementación del recorrido.....	57
Tabla 30: Rango de edades.....	63
Tabla 31: Genero	64
Tabla 32: Estado Civil.....	65
Tabla 33: Lugar de Residencia	66
Tabla 34: Lugar de trabajo	67
Tabla 35: Lugares que frecuenta	68
Tabla 36: Instrucción Académica.....	69
Tabla 37: Clase Social.....	70
Tabla 38: Ocupación o profesión	71
Tabla 39: Herramientas tecnológicas	72
Tabla 40: Utilización de Dispositivos	73
Tabla 41: Calidad de Dispositivos.....	74
Tabla 42: Conexión a internet en el hogar.....	75
Tabla 43: Conexión a internet en el trabajo.....	76
Tabla 44: Frecuencia de Utilización de Internet.....	77
Tabla 45: Consumo de Internet	78
Tabla 46: Fines de utilización del Internet	79
Tabla 47: Consulta realizadas por Internet.....	80
Tabla 48: Disponibilidad de recursos para actividades turísticas.....	81
Tabla 49: Fuentes de Información.....	82
Tabla 50: Conocimiento acerca del Cantón Saquisilí.....	83
Tabla 51: Publicidad sobre espacios comerciales	84
Tabla 52: Medios tecnológicos como fuente de consulta.....	85
Tabla 53: Uso de Recorridos Virtuales	86

Tabla 54: Búsqueda de información con herramientas tecnológicas	87
Tabla 55: Información Relevante	88
Tabla 56: Implementación del recorrido fotográfico.....	89
Tabla 57: Perfil de Usuario	90
Tabla 58: Árbol de navegación	93
Tabla 59: Presupuesto	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Número de personas encuestadas separadas por género	36
Gráfico 2: Medios de Información	37
Gráfico 3: Reconocimiento de las Plazas	38
Gráfico 4: Frecuencia de visitas a las plazas	39
Gráfico 5: Plazas más visitadas	40
Gráfico 6: Razones de visita a las Plazas	41
Gráfico 7: Ubicación exacta de las ferias	42
Gráfico 8: Historia de Las Siete Plazas	43
Gráfico 9: Conocimiento de las plazas	44
Gráfico 10: Opinión sobre las ferias.....	45
Gráfico 11: Conocimiento de Estrategias Comunicacionales	46
Gráfico 12: Número de personas encuestadas separadas por género	47
Gráfico 13: Actividades turísticas	48
Gráfico 14: Ubicación de Actividades turísticas	49
Gráfico 15: Lugares de Preferencia.....	50
Gráfico 16: Opinión acerca de las ferias	51
Gráfico 17: Medios de difusión.....	52
Gráfico 18: Conocimiento sobre un recorrido fotográfico	53
Gráfico 19: Utilización de un recorrido fotográfico.....	54
Gráfico 20: Elementos considerados en la integración del recorrido.....	55
Gráfico 21: Manejo del recorrido fotográfico	56
Gráfico 22: Confirmación de la implementación del recorrido.....	57
Gráfico 23: Elementos de la Experiencia del Usuario.....	60

Gráfico 24: Elementos de la Experiencia del Usuario.....	61
Gráfico 25: Rango de edades.....	63
Gráfico 26: Genero	64
Gráfico 27: Estado Civil.....	65
Gráfico 28: Lugar de Residencia.....	66
Gráfico 29: Lugar de trabajo	67
Gráfico 30: Lugares que frecuenta	68
Gráfico 31: Instrucción Académica.....	69
Gráfico 32: Clase Social.....	70
Gráfico 33: Ocupación o Profesión	71
Gráfico 34: Herramientas Tecnológicas	72
Gráfico 35: Utilización de Dispositivos	73
Gráfico 36: Calidad de Dispositivos.....	74
Gráfico 37: Conexión a internet en el hogar	75
Gráfico 38: Conexión a internet en el hogar	76
Gráfico 39: Frecuencia de Utilización de Internet	77
Gráfico 40: Consumo de Internet	78
Gráfico 41: Fines de utilización del Internet	79
Gráfico 42: Consulta realizadas por Internet.....	80
Gráfico 43: Disponibilidad de recursos para actividades turísticas.....	81
Gráfico 44: Fuentes de Información.....	82
Gráfico 45: Conocimiento acerca del Cantón Saquisilí	83
Gráfico 46: Publicidad sobre espacios comerciales	84
Gráfico 47: Medios tecnológicos como fuente de consulta.....	85
Gráfico 48: Uso de Recorridos Virtuales	86
Gráfico 49: Búsqueda de información con herramientas tecnológicas	87
Gráfico 50: Información relevante	88
Gráfico 51: Implementación del recorrido fotográfico	89

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Bocetos de la interfaz	101
Imagen 2: Estructura de la interfaz.....	102
Imagen 3: Proceso fotográfico.....	103
Imagen 4: Proceso fotográfico.....	103
Imagen 5: Proceso fotográfico.....	104
Imagen 6: Proceso fotográfico.....	104
Imagen 7: Proceso fotográfico.....	105
Imagen 8: Feria de Rastro	105
Imagen 9: Feria de Rastro	106
Imagen 10: Feria de Rastro.....	106
Imagen 11: Feria de Rastro.....	106
Imagen 12: Feria de Rastro.....	106
Imagen 13: Plaza Gran Colombia.....	107
Imagen 14: Plaza Gran Colombia.....	107
Imagen 15: Plaza Gran Colombia.....	107
Imagen 16: Plaza Kennedy	107
Imagen 17: Plaza Kennedy	108
Imagen 18: Plaza Kennedy	108
Imagen 19: Plaza San Juan Bautista.....	108
Imagen 20: Plaza San Juan Bautista.....	108
Imagen 21: Plaza San Juan Bautista.....	109
Imagen 22: Plaza Vicente Rocafuerte	109
Imagen 23: Plaza Vicente Rocafuerte	109
Imagen 24: Plaza 18 de Octubre.....	109
Imagen 25: Plaza 18 de Octubre.....	110
Imagen 26: Plaza 18 de Octubre.....	110
Imagen 27: Plaza 18 de Octubre.....	110
Imagen 28: Plaza 18 de Octubre.....	110
Imagen 29: Plazoleta Juan Montalvo	111
Imagen 30: Plazoleta Juan Montalvo	111

Imagen 31: Mapa –Distribución de mercados.....	111
Imagen 32: Mapa –Distribución de mercados.....	112
Imagen 33: Bocetos del Logotipo	113
Imagen 34: Construcción del Logotipo	113
Imagen 35: Desarrollo del recorrido	114
Imagen 36: Desarrollo del recorrido	114
Imagen 37: Desarrollo del recorrido	115
Imagen 38: Desarrollo del recorrido	115
Imagen 39: Desarrollo del recorrido.....	116

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

TITULO: “ELABORACIÓN DE UN RECORRIDO FOTOGRÁFICO EN 360° PARA DAR A CONOCER LOS DIFERENTES ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN CONOCIDOS COMO “LAS SIETE PLAZAS” UBICADOS EN EL CANTÓN SAQUISILÍ DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2016”

Autor: Guanochanga Chipuxi Jorge Luis

RESUMEN

Tomando en cuenta el avance tecnológico y sus cambios constantes, surgió la necesidad de desarrollar interfaces gráficas cada vez más novedosas para presentar información acerca de sitios de gran importancia cultural y con potencial turístico, uno de ellos es la Feria de las Siete Plazas de Saquisilí, a través de un recorrido fotográfico virtual, que permite dar a conocer estos lugares tradicionales a los usuarios; detectándose la falta de información sobre las Siete Plazas por parte de los mismos habitantes del sector, lo que conlleva que vayan perdiendo su valor tradicional por la poca implementación de estrategias comunicacionales que den a conocer lugares de potencial interés para los visitantes de la región y para personas que, desde la comodidad de su hogar, se encuentran interesadas en conocer regiones a las que no pueden acceder debido a las distancias geográficas.

En esta investigación se utilizó metodologías como: la investigación de campo (visitas del lugar, entrevistas y encuestas para recabar información), investigación bibliográfica (revisión de textos, páginas web y artículos destacados), investigación analítica (análisis del lugar, planos fotográficos e instrumentos a utilizar) y la investigación aplicada, que permitió dar una solución factible al problema planteado. Una vez detectado el problema se realizó el análisis tanto cuantitativo como cualitativo de la información recopilada, verificando así el uso y funcionalidad de la implementación de un recorrido fotográfico, el mismo que contiene fotografías relevantes, características y especificaciones como la denominación de las plazas, calles, referencias de las actividades que se desarrollan en cada feria, y sonidos ambientales reales del lugar. Del análisis e interpretación de la información se permitió establecer las recomendaciones y conclusiones para poder garantizar la viabilidad del proyecto. Finalmente se procedió a realizar la propuesta del Recorrido Fotográfico en 360° para solucionar el problema del desconocimiento de la existencia de los sectores comerciales del Cantón Saquisilí presentada de una manera visual y dinámica, permitiendo interactuar a los usuarios a través interfaz, logrando una mayor difusión entre sus posibles visitantes.

Palabras clave: Lugares tradicionales, recorrido fotográfico, interactividad, revalorización, y socialización.

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF A PHOTOGRAPHIC TOUR IN 360° UN ORDER TO KNOW ABOUT DIFFERENT AREAS OF MARKETING KNOWN AS “LAS SIETE PLAZAS”, LOCATED IN CANTON SAQUISILÍ OF THE PROVINCE OF COTOPAXI DURING THE PERIOD 2016

Taking into account the technological process and its constant change, the necessity to develop innovative graphical interfaces arose for presenting information about of great cultural importance and with touristic potential, one of them is the fair of “Las Siete Plazas” of Saquisilí, through a virtual photo tour, which allows to show these traditional places to all user, detecting in this form the lack of information about “Las Siete Plazas” by the inhabitants of the sector, which means that they are going to lose their traditional value because of the little implementation of communication strategies in order to provide information these public places of potential interest for visitor to the region and people who are interested in learning regions that cannot access due to the geographical distance from the comfort of their home.

In this research were used methodologies like: field research (site visits, interviews and surveys to gather information); bibliographic research (texts revision, web page and important articles); analytical research (analysis of the places, photographic planes and instruments to be used) and applied was detected which allowed us to give a factual solution it the planned problem. Once the problem was detected, a quantitative and qualitative analysis of the collected information was made, and in this form verifying the use and functionality of the implementation of photo tour, which contains relevant photos, some features and specification like the name of the places, streets, references of the activities developed in each fair, and ambient sounds of the place, from the analysis and implementation, it was possible to establish the recommendation and conclusions to ensure the viability of the project. Finally we proceeded to make the proposal of the photo tour in 360° in order to solve the problem of ignorance of the existence of commercial section in canton Saquisilí presented in a visual and dynamic way, allowing interact users through interface, getting greater dissemination among its potential visitor.

Key words: traditional places, photo tour, presentation and socialization.



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen del proyecto al Idioma Inglés presentado por el señor. Egresados de la Carrera Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería Y Aplicadas: **GUANOCHANGA CHIPUXI JORGE LUIS** cuyo título es, **“ELABORACIÓN DE UN RECORRIDO FOTOGRÁFICO EN 360° PARA DAR A CONOCER LOS DIFERENTES ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN CONOCIDOS COMO “LAS SIETE PLAZAS” UBICADOS EN EL CANTÓN SAQUISILÍ DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2016”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Agosto del 2016

Atentamente,

Msc. Mena Barthelotty Alison Paulina
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C. 0501801252

ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Elaboración de un Recorrido fotográfico en 360° para dar a conocer los diferentes espacios de comercialización conocidos como “Las Siete Plazas” ubicados en el Cantón Saquisilí de la provincia de Cotopaxi en el período 2016.

Fecha de inicio: Abril 2016

Fecha de finalización: 15 de Julio del 2016

Lugar de ejecución:

Barrio Central – Saquisilí – Cotopaxi - Zona 3-Las Siete Plazas

Unidad Académica que auspicia

Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas

Carrera que auspicia:

Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado

Proyecto de investigación vinculado:

Macroproyecto de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado “Riquezas Culturales de la Provincia de Cotopaxi”.

Equipo de Trabajo:

Nombres: Jeannette Rossanna

Apellidos: Realpe Castillo

C.I.: 171656933-8

Nacionalidad: Ecuatoriana

Estado civil: Soltera

Fecha de nacimiento: Quito, 20 de Febrero de 1980

Dirección: Av. General Maldonado 470 y Napo. Latacunga - Ecuador

Teléfono: 0987089437 / 2567054

Correo electrónico: jeanette.realpe@utc.edu.ec

Estudios realizados:

Superior: Universidad Tecnológica Israel

Título Obtenido: Ingeniería en Diseño Gráfico

Posgrado: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Flacso-Sede Ecuador (2014)

Título Obtenido: Maestría en Antropología visual y Documental Antropológico.

Coordinador del Proyecto:

Nombres: Jorge Luis

Apellidos: Guanochanga Chipuxi

C.I.: 172572920 - 4

Nacionalidad: Ecuatoriana

Estado civil: Soltero

Fecha de nacimiento: 02 de Febrero de 1992

Dirección: Machachi, calle José Mejía y Nueva España #300

Teléfono: (2) 315 – 787 / 0983774996

Correo electrónico: jorgeguanochanga.luis@hotmail.com

Estudios realizados:

Secundaria: Instituto Tecnológico Superior Aloasí

Área de Conocimiento:

- Fotografía
- Imagen digital
- Diseño de interfaces
- Interactividad

Línea de investigación:**Línea 6: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICS) Y DISEÑO GRÁFICO**

Los proyectos de investigación que se enmarquen en esta línea tendrán como objetivo desarrollar tecnologías y herramientas informáticas de apoyo a la incorporación de planes y programas de desarrollo, utilizar las TICs para la optimización y sistematización de procesos y diseñar tanto software como sistemas informáticos y métodos de inteligencia artificial. En el campo del diseño gráfico se buscará optimizar los procesos de elaboración, presentación y propuesta gráfica y desarrollar proyectos innovadores de diseño gráfico aplicados a distintas áreas del conocimiento

Sublíneas de investigación:**Sublínea 4: DISEÑO GRÁFICO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN EN LOS PROCESOS DE DISEÑO**

* Innovación y contextualización de metodologías del diseño y fundamentos teóricos del diseño gráfico, web y multimedia.

Línea 10: CULTURA, PATRIMONIO Y SABERES ANCESTRALES

Esta línea pretende fomentar investigaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias que reconozcan los saberes y conocimientos necesarios como parte del acervo cultural y del patrimonio histórico de las comunidades originarias, revalorizando el importante recurso que estos saberes constituyen para la sociedad y permitan proteger y conservar la diversidad cultural que caracteriza a nuestro entorno.

Sublíneas de investigación:**Sublínea 1: DISEÑO APLICADO A INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN HISTÓRICA CULTURAL**

* Investigación, difusión y apropiación del patrimonio cultural tangible e intangible: pueblos y nacionalidades indígenas.

* Registros iconográficos de la identidad histórica cultural y para la concienciación, y/o denuncia social de los pueblos.

2. RESUMEN DEL PROYECTO

La creación de un recorrido fotográfico en 360° nos permite visitar lugares virtualmente a las cuales no se puede acudir por varias circunstancias, el desarrollo de esta propuesta pretende dar a conocer los diferentes espacios de comercialización que posee el cantón Saquisilí, siendo un método muy utilizado ya que brinda la posibilidad de conocer lugares mediante entornos creados a base de fotografías panorámicas que generan un radio de 360 grados dando una mayor amplitud de visualización sobre el sector en el cual está interesado el usuario

La interactividad y fácil acceso de estos recorrido fotográficos, hacen que estos paseos sean muy entretenidos gracias a que se los puede visualizar a través del monitor de una computadora, Aun en la actualidad este tipo de aplicaciones multimedia no son muy conocidas en el país siendo en otros lugares una gran ayuda que permite expandir de mejor forma información visual de gran importancia aprovechando toda la capacidad que poseen estos sistemas multimedia, por ende aplicar esto a lugares poco conocidos al exterior es una gran forma de difundir lugares turísticos.

Es fundamental que este tipo de sistemas existan ya que no solo es un aporte para las personas que están en busca de un sitio, sino también para las personas que residen en ese lugar siendo los principales beneficiados porque así sus culturas y tradiciones están siendo expuestas de forma masiva gracias a los recorridos fotográficos a 360°.

En vista de que el ser humano siempre ha tenido la intencionalidad de conocer sitios turísticos ya sea por entretenimiento, diversión u otros aspectos, Saquisilí se ha convertido en uno de los más importantes sitios turísticos dedicados al comercio en la provincia de Cotopaxi siendo su principal atracción la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”.

Dar a conocer las culturas y tradiciones que tiene este sector ayuda a la toda la comunidad involucrada en este iniciativa ya que estas ferias se caracterizan por la gran variedad de productos hechos de manera artesanal y otras actividades como la venta de granos, vestimenta y alimentos por lo cual rescatar las actividades que le han dado la importancia a estos lugares son de suma importancia para que las diversas culturas y tradiciones no desaparezcan a lo largo del tiempo

Palabras clave: Espacios comerciales, recorrido fotográfico, interactividad, visualización

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se lo realiza con la finalidad de dar a conocer la ubicación de “Las Siete Plazas” de Saquisilí situadas en la provincia de Cotopaxi mediante la creación de un recorrido fotográfico en 360°, ofreciendo la oportunidad a las personas que desconocen y deseen ver el lugar, para obtener una perspectiva visual más concreta acerca de estos sectores, y utilizarla como fuente de información en el caso de las personas que deseen visitar el lugar; este recorrido fotográfico permitirá visualizar cada uno de los diferentes lugares comerciales que se encuentran posicionados en este Cantón a través del monitor de una computadora, brindando la oportunidad al usuario de apreciar e interactuar con el entorno que se le está mostrando, logrando así una mayor difusión de la existencia de estos lugares y las riquezas culturales que posee la provincia de Cotopaxi a un público amplio; contribuyendo con la revalorización de los espacios comerciales característicos del cantón. El recorrido permite visitar virtualmente lugares y zonas específicas desde diferentes dispositivos informáticos con acceso a internet, proporcionando una perspectiva diferente en la forma de ver lugares alejados o desconocidos por las personas que buscan información a través de una pantalla o monitor.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Beneficiarios Directos:

El flujo de turistas nacionales e internacionales del cantón Saquisilí se enfatiza en el siguiente cuadro, separándolo por sectores en donde se destaca la feria de “Las Siete Plazas” que se dispone en la cabecera cantonal en el área urbana específicamente, las manifestaciones culturales-religiosas y los atractivos naturales.

Tabla 1: Número de visitas al cantón Saquisilí

Sitios Turísticos	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
Las Siete Plazas	32.600	2.620	35.220
Santuario Señor del Árbol	4.690	288	4.978
Parque Recreacional	3.307	360	3.667
Otros	2.123	1.532	3.655
Total	42.720	4.800	47.520

Fuente: Oficina de turismo Saquisilí

En número de visitas a la feria de Las Siete Plazas tiene un total de 35.220 personas entre turistas extranjeros y nacionales donde 32.600 turistas son Nacionales comprendiendo un 92.6% de totalidad y la cifra de 2.620 son turistas extranjeros sienten el 7.4% del total de turistas.

Beneficiarios Indirectos:

En el Cantón Saquisilí existe una Población Económicamente Activa (PEA) Total de 10645 personas, de los cuales 5544 están en la PEA Primaria lo que significa que el 52,08% de la población total se dedica a la actividad primaria (agricultura, ganadería y silvicultura) siendo los beneficiarios indirectos las personas que laboran en cada una de los diferente sectores comerciales pertenecientes a Las Siete Plazas conjuntamente con todo el Cantón de Saquisilí y la provincia de Cotopaxi

Tabla 2: Población Económica Activa

Parroquia	PEA Total	PEA Primaria	%
Saquisilí	5591	1684	30,12
Canchagua	2148	1531	71,28
Chantilín	403	220	54,59
Cochapamba	2503	2109	84,26
Total Cantón	10645	5544	52.08

Fuente: INEC – 2010

Tabla 3: Población Económica Primaria Activa Por Género

Parroquia	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujer
Saquisilí	896	788	1684	53,21	46,79
Canchagua	755	776	1531	49,31	50,69
Chantilín	97	123	220	6,34	55,91
Cochapamba	1003	1106	2109	65,51	52,44
Total Cantón	2751	2793	5544	49,62	50,38

Fuente: INEC – 2010

Según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Saquisilí existe un total de 1684 personas que se dedican a la agricultura y ganadería divididos entre 896 hombres y 788 mujeres siendo este el 30,12% de la población en total.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Si bien el Plan Nacional Del Buen Vivir (2013-2017) propone en su objetivo 5: “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”; política 5.2: “Preservar, valorar, fomentar y resignificar las diversas memorias colectivas e individuales y democratizar su acceso y difusión”; lineamiento 5.2 a:” Fomentar el diálogo de saberes entre la comunidad y la academia, en la investigación y documentación de la memoria social, el patrimonio cultural y los conocimientos diversos.”; y lineamiento 5.2 b:” Incentivar y difundir estudios y proyectos interdisciplinarios y transdisciplinarios sobre diversas culturas, identidades y patrimonios, con la finalidad de garantizar el legado a futuras generaciones.”; en la actualidad la gobernación de la provincia de Cotopaxi no ha implementado los suficientes planes estratégicos para efectuar políticas culturales, lo que ha ocasionado a la escasa visibilización y divulgación de las riquezas culturales y tradicionales de la Provincia; el Gobierno Autónomo Descentralizado y Pluricultural del Cantón Saquisilí, no ha ejecutado estrategias comunicacionales suficientes para dar a conocer los lugares de comercialización turística que posee esta zona limitándose al conocimiento empírico y directo de los pobladores más cercanos a este sector.

Dicha localidad está dedicada a la venta de varios productos como los de la agricultura, ganadería y por manos artesanas, además de servicios distribuidos ya sean estos brindados por pequeños microempresarios localizados en las diferentes zonas que conjuntamente se las denomina como las “Siete Plazas”. La falta de información y reconocimiento del lugar ha generado que las personas ignoren sobre la existencia de estos lugares que son característicos; como consecuencia de no contar con la información e instrumentos necesarios ya que no existe un registro escrito o visual del mismo para su difusión, haciendo que estos sectores sólo sean conocidos por los residentes del lugar y algunos comerciantes externos que casualmente conocen estos lugares, pero no existe una gran demanda por parte de las personas externas, lo que a largo plazo esto podría significar que dichas plazas quedaran aisladas de ser reconocidas como un lugar de gran valor cultural e incluso turístico.

6. OBJETIVOS

General

Elaborar un recorrido fotográfico en 360° de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” ubicadas en la provincia de Cotopaxi, para dar a conocer a nivel nacional y regional a estos sectores comerciales en el período 2016.

Específicos

Recopilar información sobre las características principales que poseen cada uno de los espacios comerciales que integran la feria de “Las Siete Plazas de la Siete Plazas”.

Analizar la información obtenida para estructurar las características estéticas, visuales y conceptuales que poseerá el recorrido fotográfico y determinar las herramientas necesarias para el desarrollo de este proyecto.

Producir las fotografías necesarias en gran formato de cada espacio comercial, utilizando el encuadre óptimo para garantizar la mayor visualización de las plazas.

Desarrollo de la interfaz que proporcione la adecuada interactividad entre el usuario y el recorrido fotográfico.

Socialización del recorrido fotográfico con los principales beneficiarios directos e indirectos para verificar la usabilidad y funcionalidad del recorrido a través de la retroalimentación y garantizar la validación del proyecto.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 4: Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

Objetivos	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la metodología por actividad
<p>Objetivo 1 Recopilar información sobre las características principales que poseen cada uno de los espacios comerciales que integran la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”.</p>	<p>Indagación en archivos bibliográficos físicos y páginas web sobre la Feria de las Siete Plazas del Cantón Saquisilí. Obtención de información a través de testimonios de expertos en el tema.</p>	<p>Obtención de las características principales que distinguen cada una de las plazas Ubicación geográfica de cada espacio comercial que comprende esta feria</p>	<p>1. Investigación bibliográfica: Revisión de textos, páginas web, artículos, manuscritos, entrevistas previamente realizadas, entre otros.</p> <p>2. Investigación de campo: Visita al lugar de los hechos para recabar información de primera mano, a través de testimonios y vivencias de los informantes.</p> <p>2.2. Técnicas:</p> <p><i>2.2.1. Encuesta:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Comerciantes de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” - Visitantes del Cantón Saquisilí <p><i>2.2.2. Entrevista a profundidad:</i></p>

			<ul style="list-style-type: none"> - Jorge Iván Silva Cáceres (Director de deportes y turismo del cantón Saquisilí) - Miriam Guadalupe Fabara Bravo (Comisaria municipal) <p>2.2.3. <i>Observación participante:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”
<p>Objetivo 2</p> <p>Analizar la información obtenida para estructurar las características estéticas, visuales y conceptuales que poseerá el recorrido fotográfico y determinar las herramientas necesarias para el desarrollo de este proyecto.</p>	<p>Visita a la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” para determinar los espacios idóneos para realizar las fotografías.</p> <p>Solicitud de permisos para fotografiar los distintos espacios comerciales a las autoridades pertinentes.</p>	<p>Elección del plano fotográfico y estilos visuales que conformaran el recorrido virtual.</p> <p>Selección de las herramientas e instrumentos necesarios para el desarrollo de esta aplicación.</p>	<p>1. Investigación Analítica:</p> <p>1.1 Análisis de la ubicación en el cual se encuentran ubicados los espacios comercial que aportara en el estilo visual para el entorno interactivo</p> <p>1.2. Selección de la cámara, trípode y objetivo, conforme al espacio en el cual se va a realizar las fotografías.</p> <p>1.3. Análisis de los distintos planos fotográficos para la elección del más adecuado que generara el tipo de</p>

			imágenes para el recorrido virtual.
<p>Objetivo 3</p> <p>Producir las fotografías necesarias en gran formato de cada espacio comercial, utilizando el encuadre óptimo para garantizar la mayor visualización de las plazas</p>	<p>Visita a la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” para la toma de fotografías que integrarán el recorrido.</p> <p>Edición y postproducción de las fotografías para obtener los efectos visuales y estéticos idóneos para este producto comunicacional.</p>	<p>Fotografías para la creación de los ecosistemas digitales.</p>	<p>1. Investigación aplicada:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fotografías de concepto social para mostrar las condiciones exactas del entorno fotografiado. 2. Elección de lugar adecuando para ser el punto central de la panorámica que muestre el lugar. 3. Fusión de las fotografías para generar las panorámicas en 360°. <p>1.1 Técnicas:</p> <p><i>1.1.1. Fotografía panorámica</i></p> <p>Se lo realiza a cada espacio comercial que comprende “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Plaza Kennedy</i> - <i>Plaza Vicente Rocafuerte</i> - <i>Plaza 18 de octubre</i> - <i>Plaza Gran</i>

			<p><i>Colombia</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Plaza San Juan Bautista</i> - <i>Plazoleta Juan Montalvo</i> - <i>Plaza de Rastro</i> <p><i>1.1.2. encurde fotográfico en horizontal</i></p> <p>Este encuadre es utilizado para la unión de las imágenes dejando un margen de error considerable sin que este afecte el objeto fotografiado</p> <p><i>1.1.3 composición</i></p> <p>Utilización de los objetos que se encuentren el entorno fotografiado para un mayor impacto visual</p>
<p>Objetivo 4</p> <p>Desarrollar la interfaz gráfica que proporcione la interactividad idónea entre el usuario y el recorrido fotográfico.</p>	<p>Desarrollo de los vínculos y botones necesarios para la funcionalidad y manejo del recorrido interactivo dotándolas de las</p>	<p>Creación del diseño de la interfaz multimedia que dará a conocer los sectores que conforman “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”</p>	<p>1. Producción:</p> <p>Una vez obtenido los recursos necesarios se procede a la unión de cada uno de ellos para obtener el producto final</p> <p>1.1 Técnica:</p>

	características individuales	Conexión de los distintos escenarios en una sola interfaz ininterrumpida	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Software para órbitas interactivas</i> - <i>Concepción de cada escenario</i> - <i>Interactividad</i> - <i>Sonido</i>
<p>Objetivo 5</p> <p>Socialización del recorrido fotográfico con los principales beneficiarios directos e indirectos para verificar la usabilidad y funcionalidad del recorrido a través de la retroalimentación y garantizar la validación del proyecto</p>	<p>Invitación a los representantes del grupo objetivo y potenciales clientes y usuarios del producto, para asistir a la socialización del mismo.</p> <p>Adecuación del lugar para realizar la socialización (alquiler de equipos, sillas, entre otros).</p> <p>Preparación de cuestionarios para retroalimentación</p>	<p>Retroalimentación por parte de los beneficiarios directos</p> <p>Validación del prototipo</p>	<p>1. Estudio de grupo</p> <p>Grupo Focal o Focus Group</p>

Elaborado por: Jorge Guanochanga

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1 Diseño Gráfico:

Frascara (2007), en su libro *Diseño Gráfico y Comunicación*, expresa lo siguiente “Diseño se entiende en general como el producto físico de la actividad de diseñar, mientras que la actividad cae en el olvido” (pág. 19) la opinión proporcionada sobre el diseño gráfico es clara y de cierta forma resulta ser específica ; en la actualidad, los consumidores solo apreciarán el resultado final del proceso creativo, siendo los mismos diseñadores los únicos capaces de evaluar el esfuerzo y trabajo que implica desarrollar cada proyecto por más simple o complejo que éste pueda llegar a ser, pero no solo importa que el diseño cumpla con lo propuesto, si la idea termina siendo disfuncional con el objeto principal de sus creación, tal como lo dice el mismo autor anteriormente mencionado, Frascara (2004). “En el diseño publicitario se sabe desde hace mucho tiempo que si el público no compra el producto anunciado, la estrategia ha fracasado” (pág. 19).

Estableciendo otra opinión sobre el tema, el diseñador gráfico ecuatoriano Moya Peralta, (2006), manifiesta que “El diseño gráfico ha ido cobrando paulatinamente mayor relevancia en el campo de la comunicación de las ideas convirtiéndose hoy en un verdadero poder de persuasión, ya que su objetivo es influir en el modo de pensar de las personas, inducir el consumo y crear expectativas, se mueve entre la ambigüedad de la realidad, la ficción y la ética.” (pág. 6). Al igual que Jorge Frascara, éste comparte una misma idea, la cual es influir en el pensamiento del consumidor y que éste responda positivamente al mensaje que está percibiendo, por lo tanto el diseño es una herramienta que se utiliza para representar de una forma gráfica las necesidades que tienen las personas y que deben ser satisfechas de alguna forma.

8.2 Fotografía:

La fotografía es considerada como una herramienta y un arte el cual consiste en congelar un momento en el tiempo, posteriormente ser impreso sobre una superficie plana y ser exhibida o mostrada hacia al público; un concepto más específico sobre esta técnica es la de Csillag Pimsyein (2000) “Significa literalmente 'escritura con luz' (...). La palabra se usa

habitualmente para referirse a cualquier sistema para producir una imagen visible por la acción de la luz” (pág. 17). Esta descripción sobre la fotografía es demasiado técnica y científica, haciendo referencia al proceso que se utiliza para la creación de una fotografía basándose en los principios de la cámara oscura y las cámaras fotográficas actuales, una definición más filosófica es la que describe Ortiz (1999) afirmando que “Se trata de un tipo de objetos que guardan representaciones de nuestro mundo visual. Cuando miramos fotografías estamos viendo escenas que no están realmente ante nuestros ojos, pero que han quedado atrapados en ese objeto, (...). La fotografía es ante todo una representación del mundo visual” (pág. 119).

Por lo tanto la fotografía es más que hacer imágenes a través de una cámara presionando el disparador de manera espontánea; debe tener un mensaje y una idea, que pueda ser transmitido e interpretado por las personas que lleguen a verlo, por esto la fotografía es utilizada en muchos ámbitos laborales y artísticos, gracias a esto se ha podido capturar acontecimientos y momentos importantes a través de la historia, que quedan guardados para poder ser revividos y admirados en el transcurso del tiempo.

8.3 La Composición:

Para poder generar una buena impresión sobre las fotografías es necesario darles un sentido, esto se logra mediante una buena composición ayudada de la iluminación y de otros factores que darán mayor realce a la imagen, esto lo corrobora Birkitt (1992) expresando que “la composición fotográfica es la estructuración de elementos gráficos en una escena para expresar un mensaje visual y crear una cierta impresión sobre quien la mira. Este proceso puede ser deliberado, intuitivo e incluso inconsciente” (pág. 76). El propósito de estos encuadres es dar mayor protagonismo a la persona, paisaje u objetos más relevantes en la fotografía aprovechando todos los elementos que se encuentren en el entorno en el cual se le va a realizar la captura tal como dice Pérez, Atamián, Musso, y De Blois (2014) “Por composición entendemos la forma de colocar los objetos o sujetos dentro del marco, y a la vez a la manera en que estos se relacionan entre sí; es decir, pueden relacionarse provocando tensión o equilibrio en la imagen (o ambas cosas a la vez) en función de su colocación, de la repetición de elementos, de líneas, etc.” (pág. 15).

Con esto se puede decir que para la composición no existen reglas pero existen ciertos parámetros que ayudarán para obtener mejores resultados, recordando que cada lugar es diferente por lo que resultaría inadecuado utilizar una misma técnica para todas las localidades en las que el fotógrafo se encuentre, y manteniendo que las fotografías dependen mucho de la creatividad y sobre lo que se quiera transmitir.

8.4 Planos fotográficos:

Plano general. Es el que expone la mayor cantidad de elementos proyectando una vista general pertenecientes a un entorno, la importancia de este plano es dar valor a todos los elementos que se encuentran en la fotografía y no a un solo objeto, este tipo de imágenes es común en las fotografías de paisajes y de lugares abiertos informando acerca del lugar y condiciones en que se desarrolla la acción. (Rodríguez, 2014)

Plano medio. Este tipo de fotografías se la realiza a la altura de la cintura, es ideal para fotografías de personas dando mayor énfasis en las expresiones, comportamientos y actividades que esté realizando el individuo fotografiado, se utiliza por lo general un formato fotográfico vertical para dar mayor realce al objeto para que el fondo pase desapercibido (Rodríguez, 2014)

Primer plano. Es una fotografía donde el centro de atención es el rostro en caso de personas, utilizado comúnmente para retratos, al momento de realizar este tipo de imagen se recomienda utilizar un encuadre vertical para acompañar el rostro con el fondo o el lugar de donde se esté capturando la imagen. (Rodríguez, 2014)

Primerísimo primer plano. Adopta el mismo concepto que el primer plano, este se diferencia por tener un mayor acercamiento llenando aproximadamente todo el cuadro fotográfico solo con la imagen del rostro, este también es utilizado para captar expresiones, rostros de animales o cualquier objeto que se quiera fotografiar (Rodríguez, 2014)

Plano detalle. Como su nombre lo indica este presenta un objeto o una parte de él a manera de percibir los rasgos característicos que este posea, por ejemplo la fotografía de un ojo humano,

o las uñas pintadas de una mujer, siendo estos detalles que en una fotografía normal pasarían desapercibidos (Rodríguez, 2014)

8.5 Fotos panorámicas:

Afirma: “Con las fotografías de 360° empieza realmente la verdadera fotografía panorámica envolvente. Este tipo de fotos permite explorar todo el espacio alrededor, lo que te permite disfrutarlo visualmente con gran realismo: Se puede decir que la fotografía 360° tiene forma de cilindro, ya que no incluye las tapas de arriba y abajo de ahí que también se las llame cilíndricas” (Rodríguez, 2014). En otras palabras, son imágenes con un alto rango de visualización llegando a abarcar un radio máximo de 360°, este tipo de fotografías son muy utilizadas para fotografiar lugares amplios o si se desea mostrar alguna infraestructura en especial.

Con la implementación de la fotografía panorámica se abren nuevas puertas a diferentes posibilidades, las fotografías dejan de ser un simple cuadro con una imagen impresa, ahora representan mundos y entornos envolventes para los espectadores “construye una imagen continua sin principio ni fin, que llena por completo el interior de la rotonda, creando la ilusión de continuidad visual” (Freixa, 2005).

La utilidad que brinda esta técnica conjuntamente con la tecnología es bastante amplia explorando el mundo y buscando ser una herramienta útil para registrar entornos físicos y virtuales, tanto para promover información geológica a las ciencias e ingenierías como para promover íconos simbólicos a la sociedad (Freixa, 2005).

8.6 Multimedia:

Según Sainz y Arroyo, (2007) “se incluye en esta definición todo tipo de servicios que permitan proyectar en el terminal del usuario (teléfono, móvil, y sus asociados o PC) texto, voz, imágenes fijas y en movimiento. La gama de servicios está en permanente evolución, por lo que el número de lista que los identifica crece a gran velocidad” (pág. 13). La gran variedad de aparatos tecnológicos que en la actualidad han evolucionado a pasos agigantados hasta el punto de convertirse en algo indispensable en la vida cotidiana de las personas, estos han ido integrando con el pasar del tiempo varias funciones llegando a ser aparatos sumamente

complejos y con gran versatilidad al momento de realizar una serie de actividades, facilitando en muchos aspectos necesidades de los seres humanos.

Por su parte Bou Bauza, (1997) afirma que “en multimedia ya no puede hablarse de vista en sentido tradicional. Es decir, no puede pensarse una aplicación en función de pantallas estáticas que, a lo sumo, esperan que el usuario entre unos datos o marque unos puntos el ratón. La aplicación aparece como algo vivo” (pág. 28) En la actualidad los sistemas multimedia han dado excelentes resultados al resolver problemas que anteriormente no se creían posibles, la multimedia hace referencia a la evolución que han tenido todos los sistemas informáticos que soporten este tipo de archivos como video, imágenes y audio.

Existen una innumerable cantidad de aplicaciones que cumplen con estas características, la potencialidad que tienen estos sistemas es inmensa, ya no sólo se trata de un sistema en el que se permitía colocar una imagen o un sonido, ahora se han transformado hasta llegar hacer programas muy intuitivos que interactúen con el usuario llegando hacer mucho más llamativos a la hora de realizar alguna presentación o cualquier tipo de trabajo que requiera la integración de estos archivos multimedia.

Estos sistemas son muy utilizados en los medio de la comunicación ya que permiten combinar imágenes con textos y sonido de la manera que las personas crean convenientes, dependiendo del tipo de producto que desee crear para posteriormente ser expuesto, también se lo ha relacionado con el turismo, gracias a que, con los archivos multimedia, se ha logrado romper fronteras entre naciones y poder explorar otros lugares y culturas de los cuales no se conoce y se desea tener una apreciación de lo que es estar en otros lugares.

8.7 Recorrido Virtual:

Los recorridos virtuales son básicamente una simulación de un entorno físico por medio de fotografías conjuntamente colocadas y unificadas para generar una sola imagen de gran amplitud lo que crea el efectos de un solo entorno como afirma Deleg Muzha (2014) “Es una solución multimedia interactiva para ver un lugar, por medio de las ‘fotografías panorámicas’,

que permiten observar el espacio en 360° x 180°, y crea asombrosas experiencias de recorridos virtuales interactivos del lugar de interés”. (pág. 21)

Por otra parte (Yamba Yugsi, 2014) cita la autor (Villacalñas 2008) en donde sostiene que “la virtualidad (...), permite la generación de entornos de interacción que separen la necesidad de compartir el espacio tiempo, facilitando en este caso nuevos contextos de intercambio y comunicación” (pág. 32)

Visualizar entornos a 360° desde cualquier ordenador es cada vez más común de encontrar en la web, basta con tener una computadora o un dispositivo móvil con la capacidad suficiente para reproducirlo; estos recorridos, al ser interactivos, dan la posibilidad al usuario de introducirse más a profundidad en los lugares que este desea visitar o simplemente observar, el principal objetivo de estos entornos interactivos es que las personas puedan imaginar un sitio tal como lo vería en la realidad si estuviera situado en el mismo lugar de donde se generaron las imágenes, este tipo de tecnología ya se venía dando desde varios años atrás empezando su concepción por los primeros juegos de video en 3D en los cuales utilizaban imágenes pre-rendereadas de entornos reales para crear un ambiente interactivo.

Con el avance de la tecnología cada día se siguen creando más y variadas formas de elaborar recorridos interactivos para facilitar y optimizar el tiempo de las personas que viven y se dedican a crear este tipo de sistemas multimedia, aumentando más herramientas y formas de visualizar el entorno que se está creando, llegando a ser verdaderos ecosistemas realizados de manera digital, aumentando así el interés investigativo para que las personas utilicen esta herramienta como transporte a través de una pantalla a varios sitios inexplorados por cuenta propia.

8.8 Cultura:

Benítez y Garcés (1998) definen que “la cultura se manifiesta a través de todos los modos de comportamiento de una sociedad y en sus productos materiales e intelectuales. La cultura es el distintivo del hombre, él la crea, la usa y es afectado por ella” (pág. 11).

La cultura es en sí toda aquella influencia que los rodea, es decir que las personas no nacen con dichas características culturales sino que éstas son heredadas y aprendidas en el transcurso de la formación del ser humano hasta llegar a una etapa adulta, todo esto gracias a las actividades musicales, emocionales y comerciales, incluyendo el pensamiento y la conducta, dando así las características principales que distinguen y diferencian a cada cultura. Este tipo de pensamiento también es compartido por Borja (2007) afirmando que “la cultura es un producto social. Es la suma de valores, creencias, actitudes y modos de comportamiento prevalecientes en una sociedad, en un momento determinado. Ella se forma a lo largo de siglos de convivencia en que se afinan, purifican y uniforman las expresiones éticas y estéticas que embellecen y dan colorido a la lucha del hombre por su subsistencia y otorga a cada ser humano su carácter distintivo” (pág. 235).

La cultura es creada por la sociedad misma dependiendo en las condiciones que el ser humano esté subsistiendo, acumulando y formando las actividades que poco a poco irán adoptando conforme se presente la situación, adquiriendo así el comportamiento que tendrán las personas y que esos mismos comportamientos serán los que ayuden a clasificarlos en un medio lleno de culturas y actividades diferentes.

Por lo tanto para dar una definición sobre lo que representa y significa esta palabra se podrá establecer como algo aprendido y compartido por las personas que habiten en un lugar determinado forjando el comportamiento y actividades que se irán transmitiendo a lo largo del tiempo que puedan subsistir, es una forma de vida, una manera de ser, un modo de pensar y de sentir.

8.9 Identidad cultural:

Según Molano L, (2007) “La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias” (pág. 6) Es decir la identidad cultural es algo propio del ser humano que es lo que lo caracteriza del resto de culturas y tradiciones existentes, dichas características se las viene

otorgando con varios aspectos tales como la vestimenta, el comportamiento e incluso el lenguaje que se utiliza diariamente y que son otorgados de generación tras generación.

La identidad es posible si se presenta a partir del patrimonio cultural ya existente dejando de lado si este es reconocido o valorado, es la sociedad misma quien determina los elementos que desean valorarlos como tales, siendo estos exclusivos o propios de su entorno que serán sus referentes de identidad (Maldonado, 2006) como se citó en Cecilia Bákula (2000, pág. 164). Esta definición afirma que la identidad cultural son todas aquellas actividades y comportamientos que cada pueblo, comunidad y sociedad adopta como propios de sí mismo, los comportamientos que estas personas puedan llegar a tener son los mismos que con el tiempo han forjado, analizado y perfeccionado para después convertirlos en algo común de su entorno que los llevara a sobresalir o distinguirse de las demás culturas que se encuentren al su alrededor.

Para que una serie de actividades sean consideradas culturalmente deben tener ciertas características fundamentales, tales como el comportamiento, la vestimenta, su forma de comunicarse y sobre todo las actividades que fueron heredadas a lo largo del tiempo siendo estas las más representativas cualidades que tendrá este conjunto de personas y comunidades indistintamente ya que estas actividades son de suma importancia en el desarrollo de su territorio.

8.10 Patrimonio:

De acuerdo con la revista de la Universidad del Azuay (2014), los patrimonios son “los Objetos materiales que se mantienen a lo largo del tiempo son tangibles en cuanto pueden ser apreciados partiendo de los sentidos. Durante mucho tiempo patrimonio cultural se ha identificado con objetos de diversa índole de este tipo para cuya preservación se requiere también de acciones materiales.” (Pág. 22). Es decir son todas esas características que se han venido heredando con el transcurso del tiempo; estos pueden ser: el lenguaje, el comportamiento, entre otros aspectos que siguen manteniendo vigentes.

Algo similar expresa la Universidad Nacional (2008) “Para considerarse un recurso como patrimonio cultural debe ser parte de una herencia del pasado y tener importancia para las

generaciones presentes, tanto que se requiera conservarlo para las generaciones futuras” (pág. 3). Haciendo una comparación con el concepto anterior se establece que el patrimonio de un pueblo puede llegar a ser tangible o intangible y ser expresado de varias maneras, siempre y cuando cumpla con una condición la cual es haber sido transmitida y practicada por las generaciones pasadas sin que estas tengan una evolución significativa o ninguna, es entonces cuando una serie de actividades y objetos llegan a ser considerados como algo patrimonial, siendo las personas las encargadas de crearla, aplicarlas, perfeccionarlas y transmitir las a las nuevas generaciones creando así un bucle de tiempo indefinido sobre las actividades que han sido inculcadas.

Los objetos patrimoniales también pueden estar comprendidos por edificaciones que han sobrevivido al paso del tiempo, siendo estos reconstruidos y valorados por la historia por el significado que estos puedan llegar a representar, al igual que las actividades comerciales llegando a ser uno de los primeros trabajos que la mayoría de las personas lo realizaban con el fin de subsistir haciendo referencia épocas anteriores.

8.11 Ferias:

Siempre ha existido desde los inicios de la historia y concepción del ser humano como tal, adquirir bienes para satisfacer sus necesidades; estos pueden ser alimentos, vestimentas, artículos, etc. Siendo las ferias las protagonistas que dan lugar a esta actividad, aportando con una gran cantidad de productos y servicios que las demás personas pueden adquirir; de esta forma se mantiene la economía de los sectores que se dedican específicamente a este tipo de comercio.

Rodríguez O, Muñoz M, y González C, (2013) aseguran que las ferias son “manifestaciones periódicas, de corta duración, en las que fabricantes, suministradores y distribuidores de una determinada industria o actividad exponen sus productos, proporcionan información y toman sus pedidos a los compradores potenciales” (Pag 8). Esto da a entender que las ferias son un espacio destinado exclusivamente al intercambio de productos, ya sean creados artesanalmente por los mismos vendedores o también ser intermediarios, es decir, compran productos ya elaborados a los fabricantes para luego revenderlos a un precio acorde a sus necesidades, generando así una serie de actividades en donde la importancia y el fin de acudir

a estos espacios es adquirir, intercambiar o vender objetos, bienes y servicios a las personas interesadas en obtener la mercancía que en estos lugares ofrecen.

En estos espacios es donde más se puede apreciar y comprender a una cultura por la gran cantidad de actividades tradicionales que se puede observar, como por ejemplo, la vestimenta que los mismos comerciantes usan y venden siendo estas prendas por lo general muy coloridas y de distintos materiales, otros objetos como adornos, cuadros, e incluso la bisutería tradicional son ofrecidos en estos lugares con el objetivo de generar ganancias económicas y de distribuir y difundir sus tradiciones a las demás personas que acuden a estos lugares. Tales como afirma Mckee y Arguello, (1988) “En el sistema de mercados y ferias, puede identificarse la estructura y la función que cumplen cada una de sus partes; pero todo esto se encuentra en movimiento permanente. Su dinamia depende de la interrelación de los elementos constitutivos del sistema, así como de la vida y desarrollo de la ciudad, que es su contexto” (pág. 184).

8.12 Saquisilí:

Este cantón se localiza en centro de la provincia de Cotopaxi, con una extensión de 20549,28 Kilómetros ocupando el 3,46 % del territorio provincial, con una altitud que va desde los 2.240 a los 4.280 metros sobre el nivel del mar (msnm). Delimitado al Norte, Sur y Este por el cantón Latacunga y por el oeste limitada con los cantones Sigchos y Pujilí.

El cantón Saquisilí presenta tres tipos de climas entre los cuales se encuentra el clima Ecuatorial Mesotérmico de Alta Montaña que abarca un 85,11% de territorio cubriendo las parroquias de Cochapamba, Canchagua y Saquisilí; el clima Ecuatorial mesotérmico semi-humedo con un el 14,77% ubicado al Este del cantón cubriendo las parroquias de Canchagua, Saquisilí y Chantilin; por ultimo también presenta el clima Ecuatorial Mesoteico Seco con un 0,12% este no genera mayor incidencia debido a la poca superficie que abarca (Saquisilí, 2014).

8.13 Las Siete Plazas:

Las Siete Plazas se encuentran ubicadas en el cantón Saquisilí en la provincia de Cotopaxi, este lugar se caracteriza por ser una comunidad que combina la agricultura con las artesanías como las lanas e hilos hechos con los pelajes de variados animales que por lo general son de su misma propiedad.

La venta de animales es otra parte fundamental que caracteriza a las ferias de este tipo, llamando la atención de turistas por la gran variedad de animales concentrados en un mismo lugar, estos animales son muy buscados por los grandes comerciantes ya que estos animales son enviados a diferentes partes del país para ser ofrecidos ya que en diferentes partes no se los puede conseguir fácilmente, es por ellos que la feria de animales en Saquisilí es una de las más importantes que existen en el cantón. (Saquisilí, 2014).

Los espacios comerciales están distribuidos según el producto que estén comercializando, dando su espacio respectivo para no mezclar toda la variedad de productos que se concentran en estos lugares es así que cada mercado tiene su nombre y características respectivas los cuales son:

8.14 Plaza Kennedy:

Ubicación: Entre las calles Pullupaxi y Barreno, a 200 metros al oeste del Parque Central La Concordia. Esta plaza también conocida popularmente como la “Plaza de Granos” es considerado el mercado principal ya que en éste se comercializa todo tipo de productos de primera necesidad entre los que son más comunes el arroz, azúcar, fideos, lentejas, fréjol, aceites de cocina, jabón, detergente e instrumentos de limpieza, mezclados con los puestos de frutas y vegetales de todo tipo, mientras que en otro sector del mercado se encuentra una gran cantidad de puestos en los cuales se dedican a preparar comidas típicas como el hornado, choclo mote, tortillas de maíz, fritada, caldo de gallina, pescados fritos y jugos naturales de diferentes sabores como frutilla, mora, naranjilla y entre otros jugos de hierbas como el alfalfa entre otras especias y condimentos (Saquisilí, 2014).

8.15 Plaza Vicente Rocafuerte:

Ubicación: Entre las calles Manabí y González Suárez, a 400 metros al noroeste del Parque Central La Concordia. Conocida como la “Plaza de Gallinas”; denominada así por la variedad de animales domésticos de pequeños tamaños en donde su principal producto es la venta de gallinas, de ahí su nombre, en este sitio los comerciantes traen sus animales para ser comercializados, además de gallinas también se puede encontrar otro tipo de animales como conejos, patos, cuyes, entre otros animales como cachorros de perros y gatos para venderse como mascotas (Saquisilí, 2014).

8.16 Plaza 18 de Octubre:

Ubicación: Entre las calles 24 de Mayo y Bartolomé de las Casas, a 200 metros al norte del Parque Central La Concordia. Denominada por los moradores como la “Plaza de los Artesanos”; en este lugar, una gran concentración de artesanos provenientes del mismo cantón y de diferentes provincias llegan a este sitio para exponer sus pequeñas pero importantes obras de arte, esta plaza muestra una gran variedad de artesanías y vestimentas tradicionales llenando de colorido y atracciones, para los turistas que visitan este lugar observen parte de las tradiciones culturales demostradas con el baile, que tiene la provincia, pero no solo los residentes del cantón son los que llenan la plaza con sus productos, artesanos de diferentes países llegan a la plaza para poder vender sus objetos dando a conocer la importancia y el alcance que tiene este mercado característico de la provincia de Cotopaxi (Saquisilí, 2014).

8.17 Plaza Gran Colombia:

Ubicación: Entre las calles García Moreno y Mariscal Sucre, a 100 metros al este del Parque Central La Concordia. Tradicionalmente llamada como la “Plaza de Papas” la gran cantidad y variedad de tubérculos se encuentran ubicadas en esta zona, papas de diferentes tipos tales como la papa chola, leona blanca, coneja negra, limeñas, etc.; se comercializan en grandes cantidades, al igual que en algunas plazas aquí también se encuentran varios puestos de comida en donde se destacan los mariscos (Saquisilí, 2014).

8.18 Plaza San Juan Bautista:

Ubicación: Entre las calles Simón Bolívar y Abdón Calderón, a pocos metros al este del Parque Central La Concordia. Denominado comúnmente como la “Plaza de Ropa” este lugar los comerciantes lo utilizan para vender prendas de vestir; la mayoría de estas son confeccionadas y realizadas por los miembros de la comunidad, conjuntamente con se venden otros accesorios para complementar con la ropa estos productos son variados en los cuales encontramos zapatos, sombreros, bisutería y artículos usados (Saquisilí, 2014).

8.19 Plazoleta Juan Montalvo:

Ubicación: Entre las calles 24 de Mayo y Barreno, a cien metros al sur-oeste del Parque Central La Concordia. Llamada también como la “Plazoleta de los Zapatos”, en este lugar lo que predomina comúnmente calzado para mujer y hombre de varios tipos, estilos y tamaños, mientras que en sus alrededores otro tipo de servicio aún permanece activo y que no es muy común de encontrar en otras partes, los remachadores y los costureros que se dedican a componer prendas de vestir; y por último, también se encuentran varios sectores en donde se puede encontrar una variedad de dulces tradicionales y que se siguen manteniendo a pesar del transcurso del tiempo entre los cuales se destaca el canguil de dulce y otras golosinas surtidas (Saquisilí, 2014).

8.20 Plaza de Rastro:

Ubicación: Sector Carlosama. Es esta feria solo se dedica a la comercialización de animales de gran tamaño entre los cuales están el ganado porcino, bovino, equino y de carga; esta feria es la primera en levantarse ya que los potenciales compradores acuden a este lugar a las 4 am de la mañana, es a esa hora en donde se puede encontrar los mejores ejemplares que pueden ser adquiridos. (Saquisilí, 2014)

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS

1. ¿Cuál es la importancia histórica, económica, social y turística de la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”?
2. ¿Qué mercados integran la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” (características, reseña histórica, situación actual)?
3. ¿Cuál es el perfil de usuario interesado en conocer la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” a través de un recorrido virtual?
4. ¿Cuáles son los beneficios de realizar un recorrido interactivo que proporcione la información visual necesaria sobre un tema en particular?
5. ¿Cuál es el medio de comunicación idóneo para promocionar este recorrido?

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

10.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación bibliográfica

El uso de referencias bibliográficas es la forma más habitual de reutilizar de forma lícita contenido publicado y por lo tanto de aprovechar el conocimiento existente en un campo de conocimiento específico como base para aportaciones propias, las fuentes de información pueden dividirse en tres categorías:

Fuentes Primarias: Las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información a la mano.

Fuentes Secundarias: es aquella información clasificada o resumida sobre las fuentes primarias con el objetivo de facilitar su obtención para ser utilizados, estas fuentes son también conocidas como “Manuales de referencia” siendo estos diccionarios, directorios, Avances de investigación, enciclopedias, atlas, bibliografías.

Fuentes Terciarias: Son aquellas fuentes de información en que no es necesario realizar la valoración crítica de los documentos, pues otros compañeros (generalmente expertos en esa materia) ya lo han realizado por expertos. Como son periódicos revistas, enciclopedias, bibliografías, fuentes de información citadas en el texto.

Investigación de campo

La investigación de campo es la interpretación y análisis de los problemas directamente de la realidad con el objetivo de recolectar información valiosa, en este caso acerca de la feria de las “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” que ayuda a la comprensión a los factores que da origen a dicha problemática, permitiendo obtener nuevos conocimientos de estos espacios comerciales a través de sus distintas técnicas como lo son las encuestas y entrevistas que se las realizaran a los comerciantes y personas involucradas en el proyecto para generar las posibles soluciones que aportaran en el mejoramientos y solución de las causas que afectan el sector involucrado.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva analiza las características principales sobre la feria de “las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” de manera cuidadosa, para obtener resultados concretos que aportaran al conocimiento, su principal característica es lograr conocer más a fondo las situaciones exactas que da lugar a el problema describiendo las situaciones o acontecimientos que se generan en el lugar investigado para establecer las características necesarias que serán implementadas en la propuesta que es realizar un recorrido fotográfico a 360°.

Investigación Aplicada

Es el paso siguiente a la investigación descriptiva. Es un tipo de investigación que busca aplicar los conocimientos adquiridos sobre la actualidad de las ferias de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” para aplicarlo directamente en la problemática previamente estudiada en el momento descriptivo de la investigación, basándose fundamentalmente en todos los hallazgos obtenidos y haciéndose cargo del proceso de enlazar la teoría con la propuesta para realizar este recorrido fotográfico a 360°.

10.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método Descriptivo

Este método se lo utiliza para recolectar, organizar, analizar los resultados obtenidos mediante la observación que se realizara en el cantón Saquisilí esto con el objetivo de presentar una idea clara de la problemática, describiendo la situación, fenómeno o hecho para poder formular la hipótesis.

Método Inductivo

Es el razonamiento que, partiendo de unos casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. Se parte desde la observación de los hechos los cuales serán registrados mediante cualquier medio sea escrito o audiovisual de la actualidad del cantón Saquisilí, para posteriormente pasar a la clasificación de toda la información, filtrando los datos innecesarios y elaborar conclusiones contundentes y de gran importancia para el desarrollo de la propuesta.

10.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Observación participante

La observación participante se utiliza para recabar información de primera mano en la cual el investigador forma parte del entorno que está siendo estudiado, consiguiendo la información desde el lugar de origen del problema.

Se seleccionara un grupo de comerciantes o personas que se encuentren en las ferias conviviendo y participando en todas las actividades necesarias para la recolección de información, conjuntamente se podrá optar por diferentes métodos que ayudaran con la investigación estas pueden ser entrevistas, encuestas, e información escrita que se las puede solicitar a los encargados públicos quienes son las personas que administrar cada uno de los espacios comerciales.

Encuesta

La encuesta es una técnica basada en entrevistas, a un número considerable de personas, utilizando cuestionarios, que mediante preguntas, efectuadas en forma personal, telefónica, o

correo, permiten indagar las características, opiniones, costumbres, hábitos, gustos, conocimientos, modos y calidad de vida, situación ocupacional, cultural, etcétera, dentro de una comunidad determinada. En el caso particular de la Feria De Las Siete Plaza resulta de gran utilidad, gracias a la aplicación de las encuestas realizados a los visitantes y comerciantes que se encuentran en cada plaza para justificar la pertinencia de crear el método comunicacional propuesto que ayude a la difusión de estas actividades comerciales que son de gran importancia para el cantón Saquisilí.

Entrevista

La entrevista es una conversación entredós dos personas, en la cual uno será el entrevistador quien será el que realiza las preguntas necesarias dirigidas hacia la otra persona con el fin de conocer y obtener información directa de las personas especialistas en el tema.

Lo más importante en la ejecución de la entrevista es tener la habilidad para establecer una conversación fluida con el entrevistado. Se insiste en un punto básico, el investigador debe aprender a formular preguntas acorde al tema tratado. Las entrevistas se la realizara a los funcionarios públicos que laboran en la Municipalidad del cantón Saquisilí quienes son los encargados de administrar cada una de los espacios comerciales que conforman la feria de “Las Siete Plazas”, siendo estas personas las más indicadas por el conocimiento que poseen y que pueden aportar acerca de la actualidad que atraviesan estos sitios turísticos.

10.4 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

10.4.1 POBLACIÓN

Tabla 5: Población involucrada en la viabilidad del Proyecto

Sitios Turísticos	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
Las Siete Plazas	32.600	2.620	35.220
Santuario Señor del Árbol	4.690	288	4.978
Parque Recreacional	3.307	360	3.667
Otros	2.123	1.532	3.655
Total	42.720	4.800	47.520

Fuente: INEC- 2010

Tabla 6: Población involucrada en la viabilidad del Proyecto por género

CUADRO DE DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL				
Sitios Turísticos	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total	Porcentajes
1	12500	1005	13505	38,34
2	6240	501	6741	19,14
3	4789	385	5174	14,69
4	3050	245	3295	9,36
5	2800	225	3025	8,59
6	1720	138	1858	5,28
7	1501	121	1622	4,60
Total	32.600	2.620	35.220	100

Fuente: INEC- 2010

10.4.2 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar la viabilidad del proyecto se ha tomado en cuenta la afluencia tanto de turistas nacionales y extranjeros que llegan al cantón Saquisilí perteneciente a la Provincia de Cotopaxi, lugar donde se encuentran ubicadas Las Siete Plazas.

Para determinar la población debe sobrepasar de 100 datos, es así que la población de personas que involucran en la elaboración de un Recorrido Fotográfico a 360ª es número total de 35,220 personas, los datos se obtendrán mediante la aplicación de la fórmula.

Fórmula de cálculo:

$$n = \frac{PQ * N}{N - 1 \frac{E^2}{K} + PQ}$$

Equivalencias:

n= tamaño de la muestra

PQ= constante de la muestra 0.25

N= población

E= error que se admite (variado de 1 a 10)

K= constante de corrección

MUESTRA**Datos:**

$$n=?$$

$$PQ= 0.25$$

$$N= 35220$$

$$E= 8\% = 0.08$$

$$K= 2$$

FÓRMULA

$$n = \frac{PQ * N}{N - 1 \frac{E^2}{K} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 35220}{35220 - 1 \frac{0,08^2}{2} + 0,25}$$

$$n = \frac{8805}{35219 [0,0016] + 0,25}$$

$$n = \frac{8805}{56,3504 + 0,25}$$

$$n = \frac{8805}{56,6004}$$

$$n = 156$$

Tabla 7: Población involucrada para la obtención de información

Parroquia	Hombre	Mujer	Total
Saquisilí	2975	2616	5591
Canchagua	1059	1089	2148
Chantilín	178	225	403
Cochapamba	1190	1313	2503
Total Cantón	5402	5243	10645

Fuente: INEC-2010

Para el desarrollo de la investigación se ha tomado en cuenta la PEA TOTAL del Cantón Saquisilí, siendo estos los comerciantes que ocupan un lugar en los espacios comerciales de la feria de las Siete Plazas, los datos los obtendremos mediante la aplicación de la fórmula:

Fórmula de cálculo:

$$n = \frac{PQ * N}{N - 1 \frac{E^2}{K} + PQ}$$

Equivalencias:

n= tamaño de la muestra

PQ= constante de la muestra 0.25

N= población

E= error que se admite (variado de 1 a 10)

K= constante de corrección

MUESTRA**Datos:**

$$n=?$$

$$PQ= 0.25$$

$$N= 5591$$

$$E= 8\% = 0.08$$

$$K= 2$$

FÓRMULA

$$n = \frac{PQ * N}{N - 1 \frac{E^2}{K} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 5591}{5591 - 1 \frac{0,08^2}{2} + 0,25}$$

$$n = \frac{1397,75}{5590 [0,0016] + 0,25}$$

$$n = \frac{1397,75}{8,944 + 0,25}$$

$$n = \frac{1397,75}{9.194}$$

$$n = 152$$

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DIFERENTES COMERCIANTES DE LA FERIA DE LAS SIETE PLAZAS DEL CANTÓN SAQUISILÍ”

Objetivo: Recabar información acerca de los distintos espacios comerciales situados en el Cantón Saquisilí.

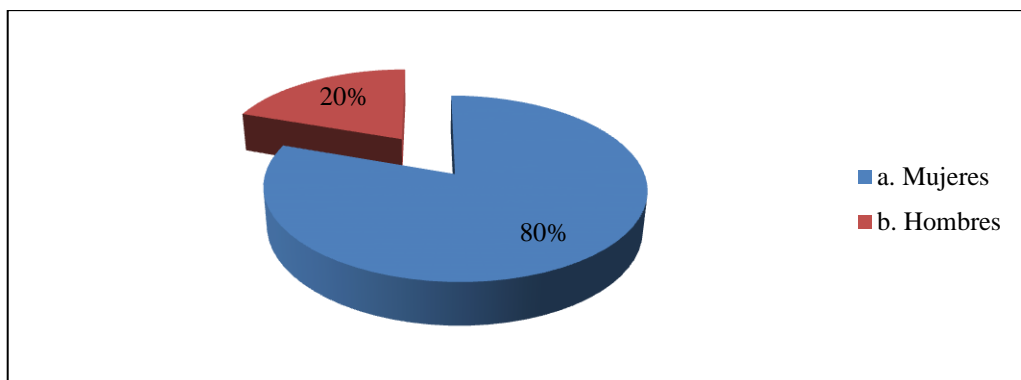
Tabla 8: Número de personas encuestadas separadas por género

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujeres	122	80
Hombres	30	20
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 1: Número de personas encuestadas separadas por género



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e interpretación De los 152 comerciantes encuestados correspondientes al 100%, se indica que, 122 personas correspondientes al 80% son de sexo femenino, mientras que las 30 personas restantes correspondiente al 20% de los encuestados son de sexo masculino. La mayoría de los comerciantes encuestados que proporcionaron la información necesaria son mujeres, de igual manera un menor porcentaje pero de igual importancia fueron hombres que contribuyeron con información valiosa para el desarrollo del proyecto.

1.- ¿De qué forma considera usted que los turistas y visitantes se enteran de la existencia de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí?”

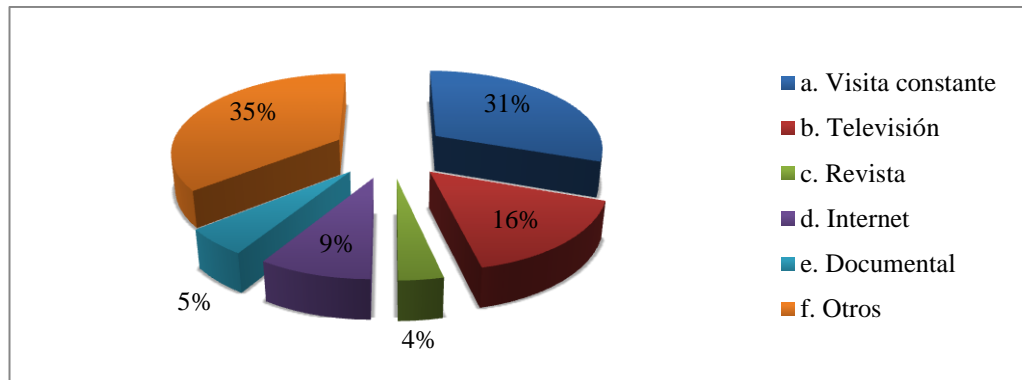
Tabla 9: Medios de Información

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Otros	54	35
Son Visitantes Constantes	47	31
Televisión	24	16
Internet	14	9
Revista	5	4
Documental	8	5
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 2: Medios de Información



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación De los 152 comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 54 que corresponden al 35% mencionan respuestas variadas, 47 personas correspondientes al 31% mencionan que las personas visitan estos lugares constantemente, 24 que corresponden al 16% se enteran por la televisión, 5 que corresponden al 4% conocen este lugar por medio de unas revistas, 14 que corresponden al 9% saben que existen las plazas por medio de la internet, y 8 que corresponden al 5% las conocen mediante documentales. La mayoría de los comerciantes consideran que las maneras de dar a conocer un lugar son las recomendaciones por parte de otras personas que conocieron dicho lugar, sin embargo libre de cualquier resultado es importante utilizar herramientas nuevas e innovadoras.

2.- ¿Cree usted que la feria de Las Siete Plazas es reconocida fuera del cantón?

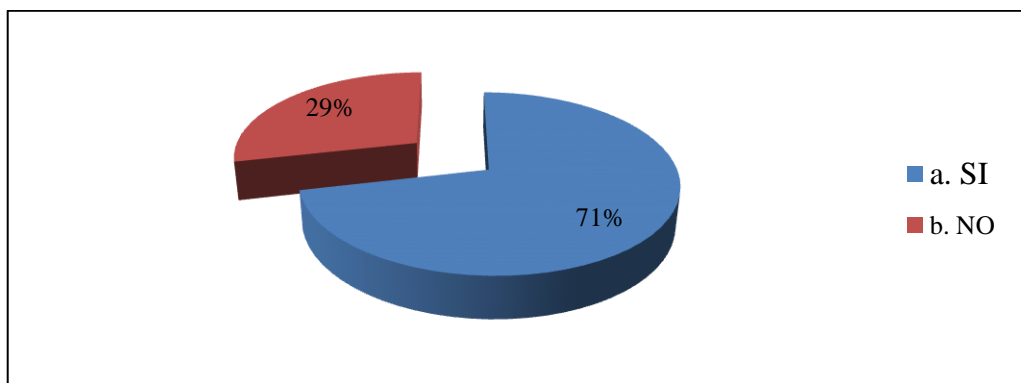
Tabla 10: Reconocimiento de las Plazas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	109	71
NO	43	29
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 3: Reconocimiento de las Plazas



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 152 comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 109 personas correspondientes al 71% mencionan que Las Siete Plazas si son reconocidas fuera del cantón y los 43 restantes que corresponden al 29% coinciden en que las ferias no son tan conocidas en otros lugares. La mayoría de los vendedores coinciden que la feria de Las Siete Plazas son reconocidas como una de las más grandes del Ecuador mientras que un bajo porcentaje dice no tener el reconocimiento masivo por parte de las personas.

3.- ¿Con qué frecuencia sus compradores visitan la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”?

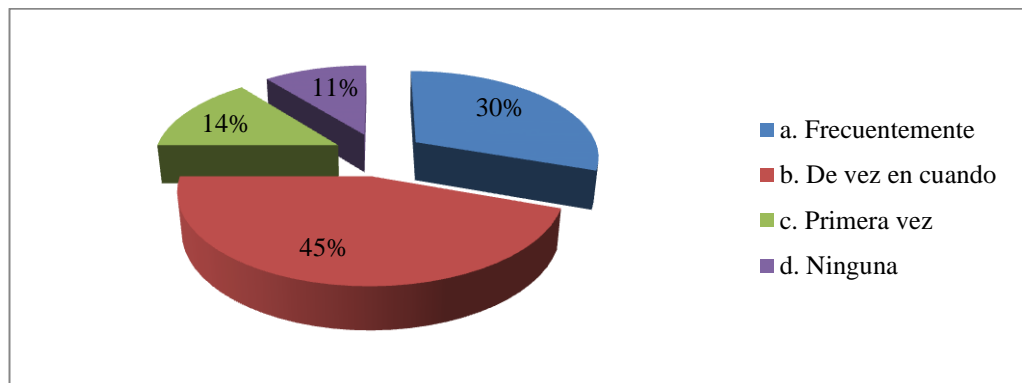
Tabla 11: Frecuencia de visitas a las plazas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De vez en cuando	68	45
Frecuentemente	46	30
Primera vez	22	14
Ninguna	16	11
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 4: Frecuencia de visitas a las plazas



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e interpretación: De los 152 Comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 68 que corresponden al 45% las visitan de vez en cuando, 46 personas que corresponden al 30% mencionan que realizan visitas frecuentes, 22 que corresponden al 14% han visitado las plazas por una única vez, y 16 que corresponden al 11% ninguna. La mayoría de los encuestados coinciden que las personas visitan estos lugares ya sea por primera vez, algunas veces, o por visitas frecuentes, y el porcentaje más bajo mencionan que no han visitado nunca las plazas ya que no existe una buena comunicación de todo lo que ofrece cada una de ellas.

4.- ¿Cuáles son los espacios comerciales de la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” que visitan con más frecuencia? Puede elegir una o más opciones.

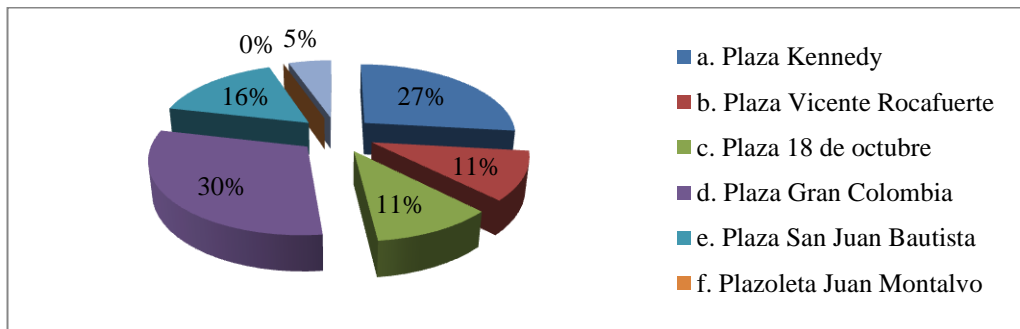
Tabla 12: Plazas más visitadas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plaza Gran Colombia	46	30
Plaza Kennedy	42	27
Plaza San Juan Bautista	24	16
Plaza Vicente Rocafuerte	16	11
Plaza 18 de Octubre	16	11
Plaza de Rastro	8	5
Plazoleta Juan Montalvo	0	0
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 5: Plazas más visitadas



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 152 comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 46 que siendo el 30% indican la Plaza Gran Colombia como la más frecuentada seguidas de, 42 que corresponden al 27% indican la Plaza Kennedy, posteriormente, 24 siendo el 16% indican la Plaza San Juan Bautista, 16 que pertenece al 11% mencionan las Plaza Vicente Rocafuerte y 18 de Octubre respectivamente, 8 que corresponde al 5% mencionan la Plaza San Juan Bautista. Los comerciantes coinciden que la mayoría de los visitantes acuden a las Plazas: Kennedy, Gran Colombia y San Juan Bautista; ubicadas en el centro de la ciudad en la cual las paradas de transportes son más accesibles. De la frecuencia de visitas con menor afluencia son la Plaza Vicente Rocafuerte, 18 de octubre y Juan Montalvo.

5.- ¿Por qué razones cree usted que las personas visitan la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”?

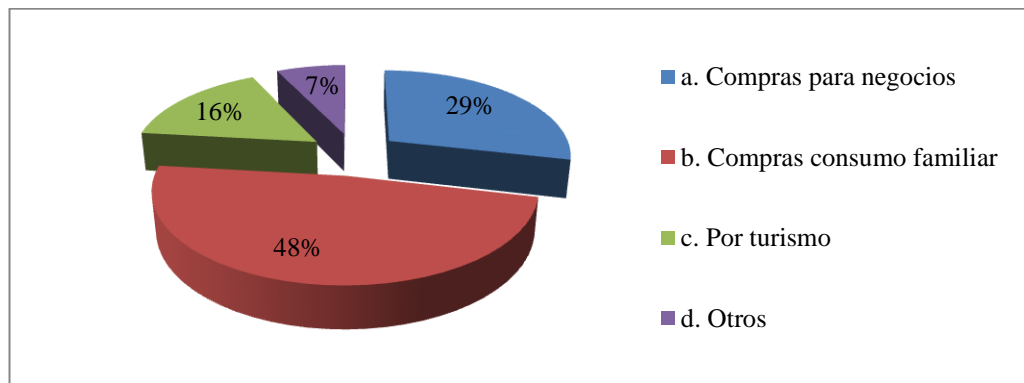
Tabla 13: Razones de visita a las Plazas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Compras consumo familiar	73	48
Compras para negocios	44	29
Por turismo	24	16
Otros	11	7
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 6: Razones de visita a las Plazas



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis: e Interpretación: De los 152 Comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 73 personas correspondientes al 48% visitan las plazas para realizar compras de consumo masivo, 44 que corresponde al 29% acuden a realizar compras para negocios, 24 que corresponden al 16% van por turismo, 11 que corresponden al 7% otros. La mayoría de los turistas que acuden a estos lugares ya sea para realizar compras de víveres de consumo masivo, adicional las personas se encuentran con mercadería que les servirá para la venta en pequeños negocios, mientras un bajo porcentaje afirma que es porque no conocen, por tal motivo es importante desarrollar los hábitos de investigación para fortalecer el interés en los turistas por descubrir lugares nuevos o de poca afluencia.

6.- ¿Sabe usted exactamente la ubicación de los distintos espacios comerciales que conforman la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí?”

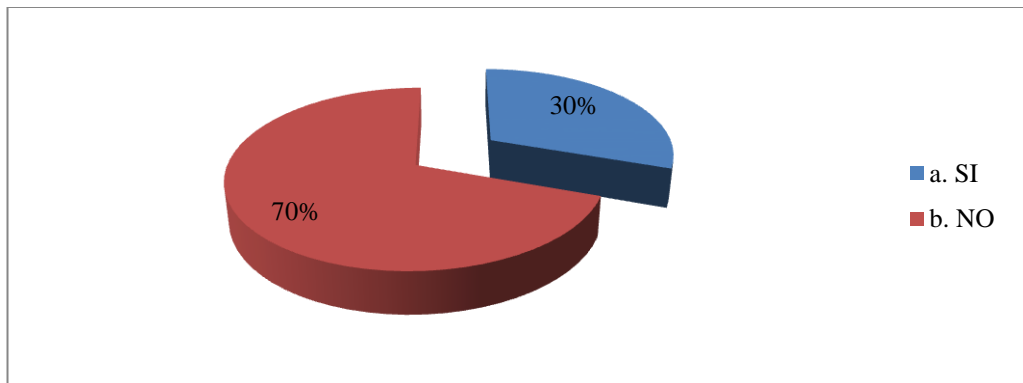
Tabla 14: Ubicación exacta de las ferias

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	106	70
SI	46	30
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 7: Ubicación exacta de las ferias



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 152 comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 106 personas que corresponden al 70% mencionan no conocer la ubicación de las siete plazas, y los 46 restantes que corresponden al 30% afirman conocer la ubicación exacta. La mayoría de los comerciantes consideran importante utilizar herramientas de búsqueda que le ayuden a llegar a dichos lugares con mayor facilidad tal como lo es la implementación de un recorrido virtual, mientras que una minoría no les parece importante esta herramienta ya que mencionan que el llegar a un lugar se lo debería hacer explorando cada rincón sin mayor investigación, sin embargo es importante utilizar herramientas que proporcionen información adecuada para así ahorrar tiempo y recursos.

7.- ¿Conoce usted la historia de la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí?”

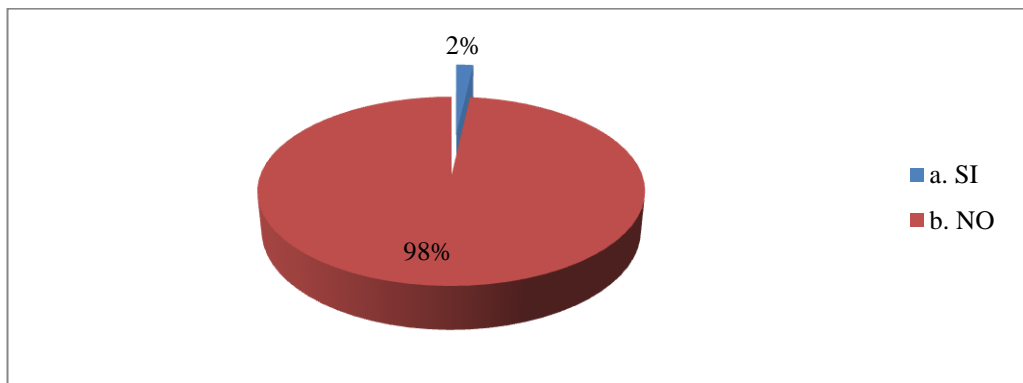
Tabla 15: Historia de Las Siete Plazas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	149	98
SI	3	2
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 8: Historia de Las Siete Plazas



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis: e Interpretación: De los 152 Comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 149 personas correspondientes al 98% mencionan no conocer historias de las siete plazas y los 3 restantes que corresponden al 2% mencionan conocer alguna historia. La mayoría de los comerciantes coinciden en no conocer ningún tipo de historia de dicho lugar por lo que es necesario investigar cada una de las plazas e interpretar el objetivo de las mismas, para así poder ofrecer una herramienta útil al momento que el turista desee informarse antes de llegar a las siete plazas. Mientras que una minoría de manifiestan conocer una historia relacionada con cada plaza.

8.- ¿Qué es lo que conoce sobre la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí?”

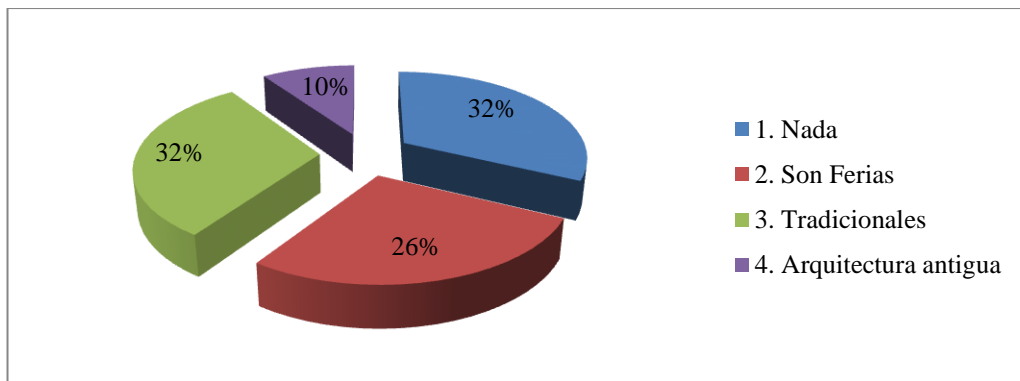
Tabla 16: Conocimiento de las plazas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada	49	32
Tradicionales	48	32
Son Ferias	40	26
Arquitectura antigua	15	10
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 9: Conocimiento de las plazas



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 152 comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 49 personas correspondientes al 32% mencionan no conocer la finalidad de cada una de las siete plazas y los 106 restantes que corresponden al 68% mencionan conocerlas. La mayoría de los comerciantes coinciden en conocer a que se dedican en cada una de las plazas, esto es a la venta de mercadería o productos hasta la venta de animales, teniendo cada una de las plazas sus productos característicos que lo diferencian del resto.

9.- ¿Cuál es su opinión sobre la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí?”

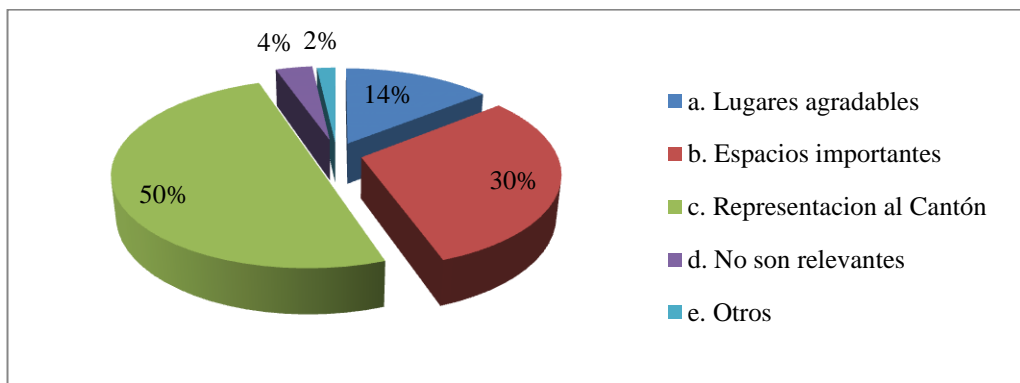
Tabla 17: Opinión sobre las ferias

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Representación al Cantón	76	50
Espacios importantes	46	30
Lugares agradables	22	14
No son relevantes	5	4
Otros	3	2
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 10: Opinión sobre las ferias



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e interpretación: De los 152 comerciantes encuestados correspondientes al 100%, indica que, 76 personas que son el 50% mencionan ser representaciones del cantón, 46 que corresponden al 30% indican que son espacios importantes, 22 que pertenecen al 14% mencionan ser lugares agradables, 9 que corresponden al 7% mencionan que no son relevantes. La mayoría de los comerciantes consideran a las siete plazas como lugares reconocidos o nombrados en su localidad, además de ser lugares agradables. Mientras que una minoría manifiesta que son lugares no relevantes, para mantener dichas características se debe fomentar una cultura de respeto y de buena atención, para hacer de estos lugares más comerciales y turísticos.

10.- ¿Conoce usted algún tipo de estrategia comunicacional que se haya utilizado para dar a conocer este tipo de actividades comerciales y turísticas?

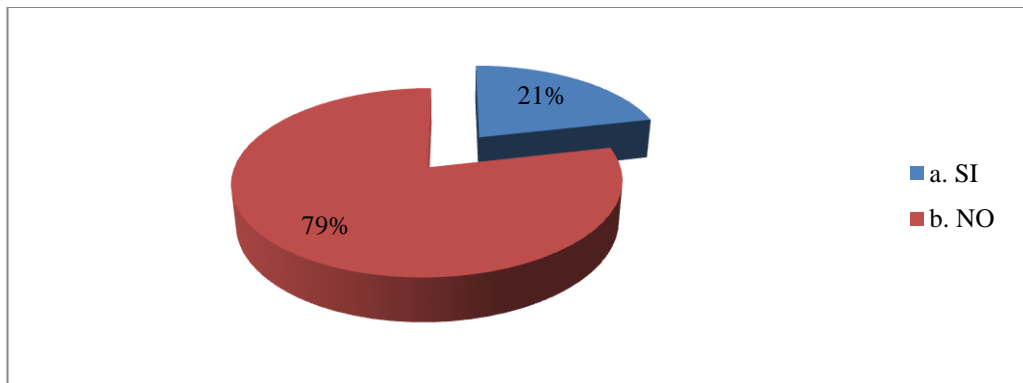
Tabla 18: Conocimiento de Estrategias Comunicacionales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	119	79
SI	33	21
TOTAL	152	100

Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 11: Conocimiento de Estrategias Comunicacionales



Fuente: Comerciantes de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 152 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 119 que corresponden al 79% mencionan conocer estrategias de comunicación, por otro lado 33 que corresponden al 21% mencionan no conocer ninguna estrategia. La mayoría de los comerciantes manifiestan no conocer estrategias de comunicación, y la minoría menciona como estrategias a las publicaciones en comercios y trasmisión de reportajes en medios de comunicación locales. El innovar y crear nuevas estrategias de comunicación facilita al crecimiento de cada uno de estos lugares, al implementar un recorrido virtual en 360° ayuda al reconocimiento tanto local como nacional.

11.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS Y VISITANTES QUE ACUDEN AL CANTÓN SAQUISILÍ

Objetivo: Verificar la viabilidad de implementar un recorrido fotográfico sobre la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”.

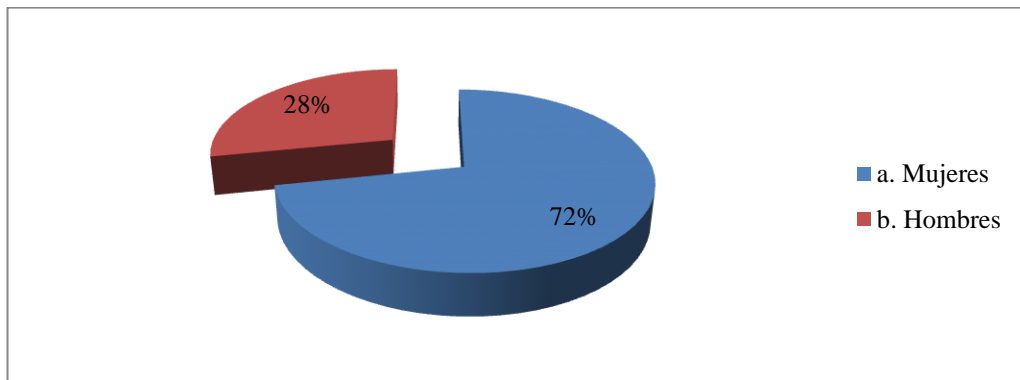
Tabla 19: Número de personas encuestadas separadas por género

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujeres	112	72
Hombres	44	28
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 12: Número de personas encuestadas separadas por género



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 156 Turistas encuestados correspondientes al 100%, se indica que, 112 personas correspondientes al 72% son de sexo femenino, mientras que las 44 personas restantes correspondiente al 28% de los encuestados son de sexo masculino. La mayoría de los turistas encuestados que contribuyeron en la verificación sobre la viabilidad de implementar un recorrido fotográfico fueron mujeres mientras que el porcentaje restante fueron hombres.

1. ¿Realiza usted actividades turísticas?

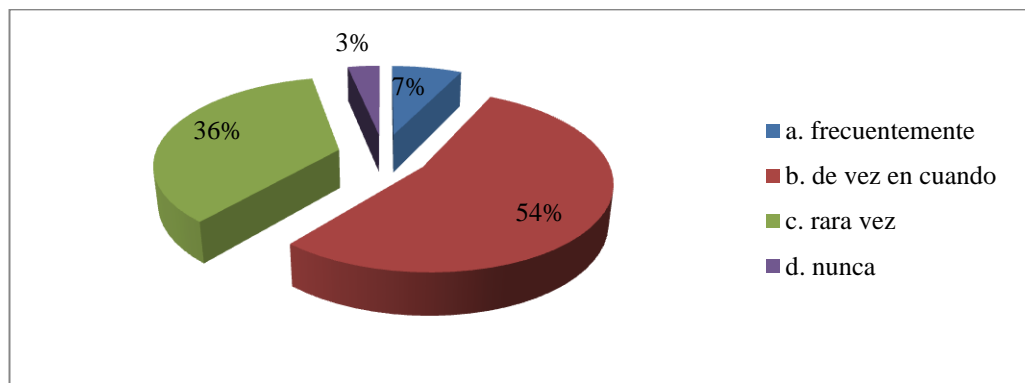
Tabla 20: Actividades turísticas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De vez en cuando	83	54
Rara vez	56	36
Frecuentemente	11	7
Nunca	6	3
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 13: Actividades turísticas



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 83 que corresponden al 54% de vez en cuando, 56 que corresponden al 36% rara vez, 11 que corresponden al 7% mencionan que realizan turismo frecuentemente, y 6 que corresponden al 3% nunca. La mayoría de los turistas y visitantes que han acudido al Cantón Saquisilí coinciden que realizan turismo de vez en cuando. Mientras que una minoría de los turistas manifiesta que lo realiza rara vez, debido a la falta de información o la poca publicidad de ciertos lugares turísticos, es necesario crear nuevas estrategias para mover el turismo.

2. Si usted realiza actividades turísticas, por favor responda, ¿en dónde realiza usted estas actividades?

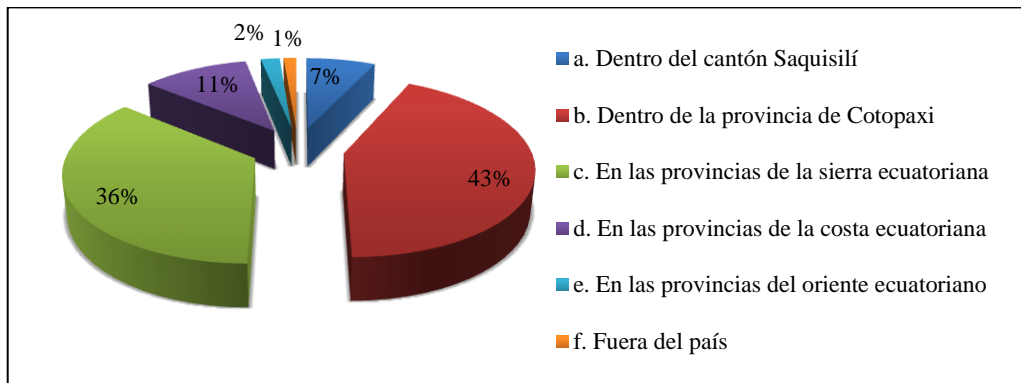
Tabla 21: Ubicación de Actividades turísticas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dentro de la provincia de Cotopaxi	67	43
En las Provincias de la Sierra Ecuatoriana	56	36
En las Provincias de la Costa Ecuatoriana	17	11
Dentro del cantón Saquisilí	11	7
En las Provincias del Oriente Ecuatoriano	3	2
Fuera del País	2	1
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 14: Ubicación de Actividades turísticas



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 67 que corresponden al 43% en la provincia de Cotopaxi, 56 que corresponden al 36% mencionan la Sierra Ecuatoriana, 17 que representan el 11% en provincia de la costa, 11 correspondiente al 7% realizan turismo en el cantón Saquisilí, 3 que corresponden al 2% en Provincias del Oriente y 2 que corresponden al 1% fuera del país. La mayoría de los turistas coinciden realizar o conocer actividades turísticas dentro de la provincia de Cotopaxi, siendo esta una ventaja para promover al cantón de Saquisilí como un lugar atractivo por sus siete plazas.

3. ¿Qué tipo de lugares prefiere usted visitar cuando realiza turismo?

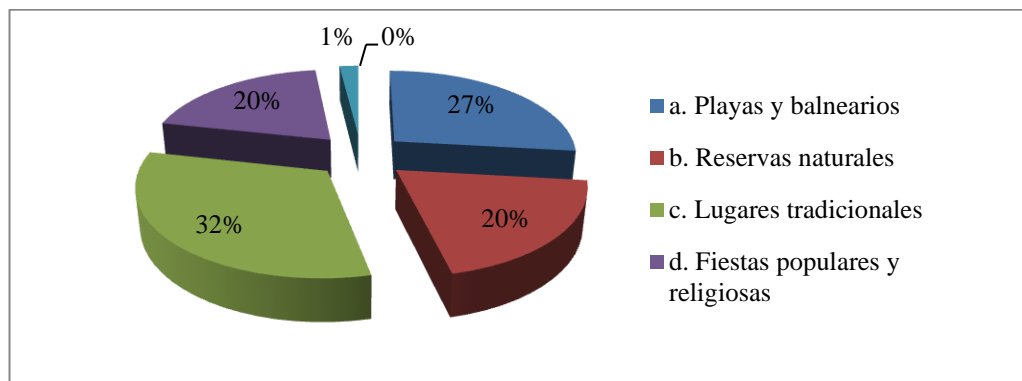
Tabla 22: Lugares de Preferencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lugares tradicionales	50	32
Playas y balnearios	42	27
Reservas naturales	31	20
Fiestas populares y religiosas	31	20
Lugares de entretenimiento	2	1
Otros	0	0
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 15: Lugares de Preferencia



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 50 siendo el 32% lugares tradicionales, 42 personas correspondientes al 27% visitan playas y balnearios, 31 que pertenecen al 20% reservas naturales, 31 que corresponden al 20% fiestas populares y religiosas y 2 que corresponden al 1% lugares de entretenimiento. La mayoría de los turistas coinciden en visitar lugares tradicionales, fiestas populares y religiosas, es muy importante tener como parte de una estrategia, todo lo digital que podamos recopilar y utilizar. Mientras que una minoría de los turistas manifiesta que visitan playas o lugares de entretenimiento.

4. ¿Con respecto a la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”, usted considera que?

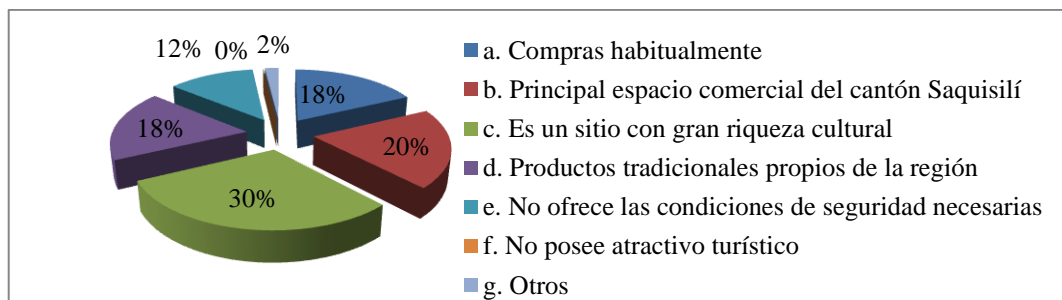
Tabla 23: Opinión acerca de las ferias

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Es un sitio con gran riqueza cultural	47	30
Principal espacio comercial del cantón Saquisilí	31	20
Compras habitualmente	28	18
Productos tradicionales propios de la región	28	18
No ofrece las condiciones de seguridad necesarias	19	12
No posee atractivo turístico	0	0
Otros	3	2
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 16: Opinión acerca de las ferias



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 47 personas correspondientes al 30% mencionan ser sitios con riqueza cultural, 31 que pertenecen al 20% mencionan principales espacios comerciales, 28 que corresponden al 18% son para compras habituales y productos de la región respectivamente, 19 que corresponden al 12% no ofrecen las condiciones de seguridad, 3 corresponden al 2% otras. La mayoría de los turistas consideran que son lugares que permiten al comercio local ofrecer una variedad de productos, convirtiéndose en espacios comerciales y es ahí donde nacen las siete plazas, una desventaja y que un gran número de turistas menciona es la inseguridad que sienten al estar en dichos lugares.

5. Si usted considera que la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” debe ser reconocida tanto a nivel nacional como internacional, ¿por qué medios cree usted que debería darse a conocer?

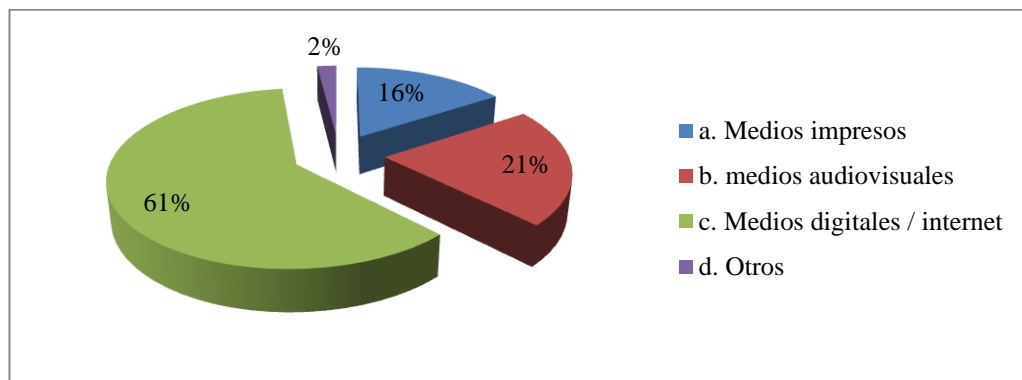
Tabla 24: Medios de difusión

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Medios digitales / internet	95	61
Medios impresos	25	16
Medios audiovisuales	33	21
Otros	3	2
TOTAL	152	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 17: Medios de difusión



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 95 que corresponden al 61% prefieren los medios digitales/internet, 25 que corresponden al 16% mencionan medios impresos, 33 que corresponden al 21% mencionan medios audiovisuales, 3 que representan al 2% otros. La mayoría de los turistas consideran que son más útiles los medios digitales/ internet, el objetivo primordial es darles a conocer un recorrido virtual de las siete ferias, apuntando a fomentar el turismo rural, a la revalorización del patrimonio cultural y natural de las plazas.

6. ¿Sabe usted qué es un recorrido fotográfico a 360°?

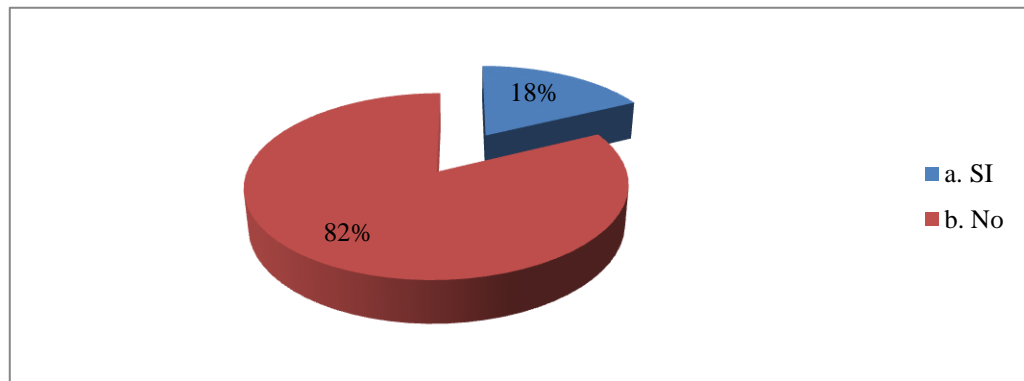
Tabla 25: Conocimiento sobre un recorrido fotográfico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	128	82
SI	28	18
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 18: Conocimiento sobre un recorrido fotográfico



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 128 que corresponden al 82% menciona NO conocer, y 28 que corresponden al 18% mencionan SI conocer un recorrido fotográfico. La mayoría de los turistas coinciden NO conocer un recorrido fotográfico, el implementar una herramienta nueva e innovadora nos da la ventaja de incluir en el mercado una propuesta que cumpla con las expectativas de los residentes o turistas de dicho lugar. Incrementando la disponibilidad de información relacionada con los mercados turísticos. Fue necesario realizar ciertas explicaciones para que las personas encuestadas tengan una idea sobre lo que se refiere al mencionar que es un recorrido fotográfico en 360° familiarizándolos con el tema y este medio de comunicación multimedia.

7.- ¿Ha utilizado usted alguna vez este tipo de recorridos fotográficos a 360°?

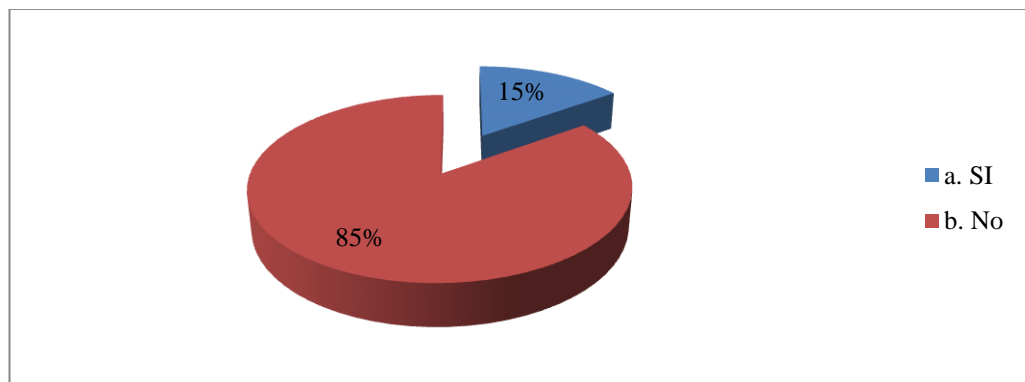
Tabla 26: Utilización de un recorrido fotográfico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	133	85
SI	23	15
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 19: Utilización de un recorrido fotográfico



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 133 que corresponden al 85% menciona NO haber utilizarlo un recorrido fotográfico, y 23 que corresponden al 15% mencionan SI haber utilizado. La mayoría de los turistas coinciden No haber utilizado algún tipo de recorrido virtual para poder acceder a un lugar turístico, cabe recalcar que son escasos de ciertos lugares y el incrementar la promoción de varios lugares mejora la calidad de ofertas turísticas y por otra parte una minoría de los turistas manifiestan Si haber utilizado dichas fuentes.

8.- ¿Que elementos considera usted que debería integrar un recorrido fotográfico a 360° para informar y dar a conocer de mejor manera el lugar fotografiado?

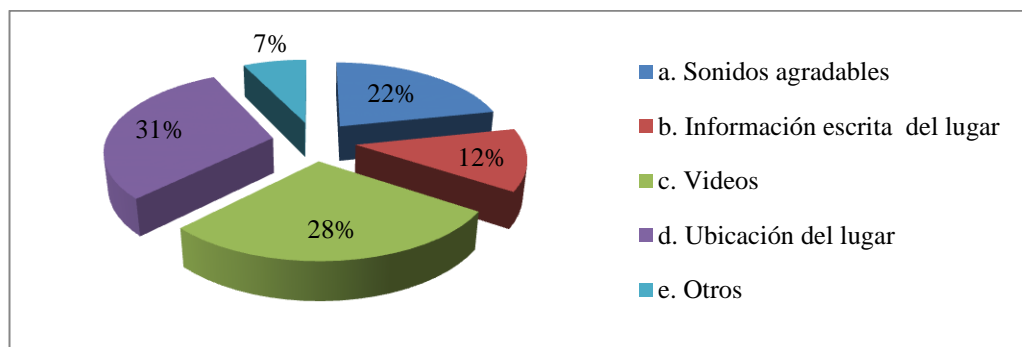
Tabla 27: Elementos considerados en la integración del recorrido

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ubicación del lugar	48	31
Videos	44	28
Sonidos agradables	34	22
Información escrita del lugar	19	12
Otros	11	7
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 20: Elementos considerados en la integración del recorrido



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 48 que corresponden al 31% ubicación del lugar, , 44 que corresponden al 28% videos, 34 personas correspondientes al 22% mencionan incluir sonidos agradables, 19 que corresponden al 12% menciona información escrita, 11 que corresponden al 7% otros. La mayoría de los turistas consideran que un recorrido fotográfico debería incluirse sonidos agradables, textos como parte de instrucciones de cómo llegar a dichos lugares. La idea de crear un recorrido virtual de Las Siete Plazas es ver la potencialidad de los recursos e información disponible en la actualidad, ya que la minoría de turista menciona que no se requiere de los elementos antes mencionados.

9.- ¿Utilizaría este recorrido fotográfico a 360° en caso de no poder visitar personalmente algún lugar de su interés?

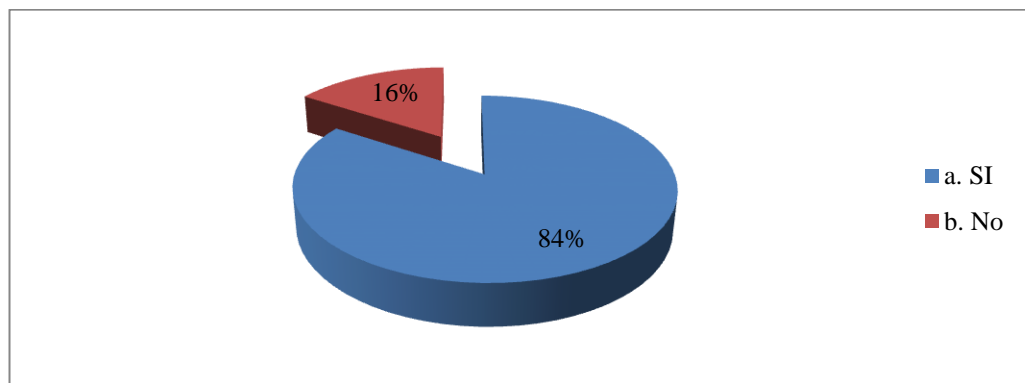
Tabla 28: Manejo del recorrido fotográfico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	131	84
No	25	16
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 21: Manejo del recorrido fotográfico



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 131 personas correspondientes al 84% mencionan si utilizar un recorrido fotográfico, y el 25 que corresponden al 16% menciona No utilizarlo. La mayoría de los turistas coinciden en utilizar esta nueva propuesta por lo que hace viable el proyecto, incrementando el uso eficiente de recorridos virtuales. Mientras que una minoría de los turistas manifiestan no utilizar esta herramienta por desconocimiento de los beneficios o por que las utilizaron y no cumplieron sus expectativas.

10. ¿Le gustaría que se implementara un recorrido fotográfico a 360° para dar a conocer las riquezas culturales y naturales del cantón, la provincia y el país?

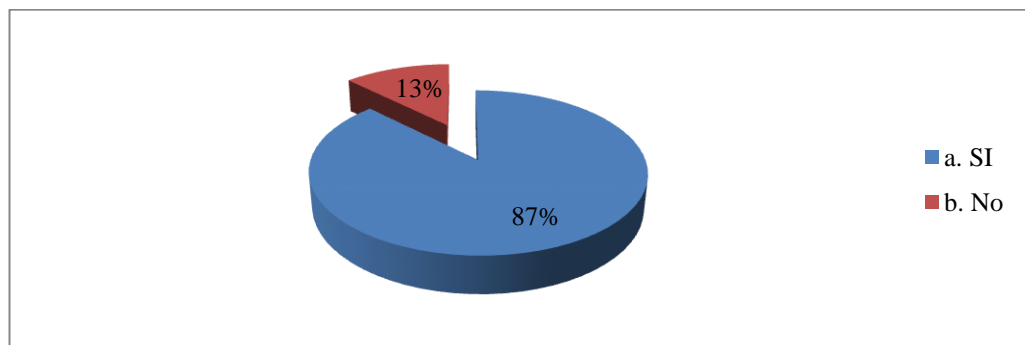
Tabla 29: Confirmación de la implementación del recorrido

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	137	88
No	19	12
TOTAL	156	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 22: Confirmación de la implementación del recorrido



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 156 turistas encuestados correspondientes al 100%, indica que, 137 personas correspondientes al 88% mencionan viable la implementación de recorridos fotográficos a 360°, y el 19 que corresponden al 12% menciona que no les gustaría. La mayoría de los turistas consideran una buena alternativa el implementar un recorrido fotográfico en 360° dentro del cantón al que se hace referencia, ayudando a incrementar la promoción y demanda de Las Siete Plazas como destino turístico y de inversión. En un recorrido fotográfico puede incluir multitud de contenido audiovisual para hacer más real aún la visita añadiendo sonidos ambientales, imágenes, y puntos interactivos, con ellos se llegara a cubrir expectativas de los turistas y haciendo que la gran minoría se muestre interesada en utilizar esta herramienta.

11.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Entrevistas realizada a los funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado y Pluricultural de Saquisilí con las funciones de Promotor de Deportes y Turismo, posteriormente a la Comisaria encargada de la administración de las diferentes plazas de Saquisilí.

Objetivo: Recopilar información de primera mano acerca de la feria de las Siete Plazas del Cantón Saquisilí por parte de los expertos.

Las preguntas que se les efectuaron a cada uno de los entrevistados fueron las siguientes:

1. ¿Qué cargo desempeña actualmente?
2. ¿Cuáles es la historia de las siete plazas de Saquisilí?
3. ¿Cuál es la razón por la cual los mercados se extendieron hacia diferentes zonas?
4. ¿Por qué son tan importantes estos mercados dentro del cantón?
5. ¿Cuáles son los cambios más notorios que han dado en los diferentes mercados?
6. ¿considera que el flujo de personas ha aumentado o disminuido en el transcurso del tiempo?
7. ¿Cómo se eligieron los nombres de cada una de las Siete Plazas?
8. ¿Cuál considera usted que sería el impacto en la población de Saquisilí, dando a conocer al mundo la Feria de las Siete Plazas, mediante un recorrido fotográfico 360°?
9. ¿Actualmente, qué tan amplia es la afluencia de turistas a la Feria de las Siete Plazas de Saquisilí?
10. ¿Considera usted que la Feria de las Siete Plazas tiene potencial turístico? ¿Por qué?
11. ¿Quiénes visitan más a menudo la Feria de las Siete Plazas y por qué motivos?

A continuación se presenta el resultado obtenido por medio de las entrevistas a las personas correspondientes con mayor conocimiento acerca de la actualidad y antecedentes de la feria conocidas como “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”.

Los antecedentes acerca de los diferentes espacios comerciales se remonta un solo sector que en la actualidad es en donde se encuentra ubicado el parque central del Cantón Saquisilí, en

esta plaza se comercializaban diferentes productos al igual que se lo viene realizando hoy en día, con el pasar de los años los comerciantes vieron la necesidad de seguir aumentando más ferias tanto por la demanda de sus compradores como por la necesidad de los comerciantes. En el Cantón se cuenta con unos tres mil vendedores distribuidos en Las Siete Plazas, y estas se han extendido justamente por la gran diversidad de productos que se ofrecen estos sectores mencionando algunos como los productos agropecuarios, productos de primera necesidad, granos secos, frutas, verduras, hortalizas, papa y todo lo que se refiere a la alimentación y otros productos entre los cuales se destacan las artesanías que son elaboradas por personas pertenecientes a otras provincias del Ecuador y en ocasiones extranjeros de otros Países, la importancia de estas plazas radica lógicamente en la gran diversidad de productos que se expenden en el Cantón logrando así ser reconocida a nivel nacional y provincial permitiendo que la feria se vayan acrecentándose y potencializándose.

El crecimiento poblacional de todas y cada una de las plazas ha ocasionado que los espacios públicos queden muy reducidos, brindado así a través de la municipalidad la facilidad para que puedan expandirse a distintos lugares con las comodidades necesarias y puedan expender los productos de todos los comerciantes y también a los turistas que llegan de otros lugares a realizar compras puedan realizarlo de buena manera, permitido de esta manera que un gran grupo de comerciantes a nivel nacional lleguen a trabajar en el Cantón Saquisilí. Para diferenciar cada zona comercial se les ha otorgado a cada una de ellas nombres los cuales se han dado por la municipalidad misma socializando con los habitantes de Saquisilí, proponiendo los nombres más atrayentes para cada feria siendo una de las más destacadas la plaza 18 de Octubre que representa la fecha de cantonización del Cantón Saquisilí. Las Siete Plazas tienen mucho potencial turístico por la gran variedad de objetos que llaman la atención de los visitantes como la vestimenta y la forma de vender los productos ya que la municipalidad organizó un sector justamente para expender los productos turísticos como lo son las pinturas objetos adornos que a los turistas les atrae mucho.

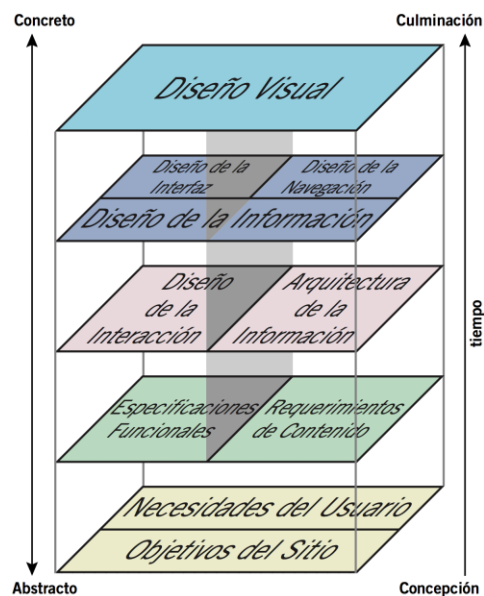
11.3 PROPUESTA CREATIVA

Para el desarrollo de esta propuesta se ha optado por utilizar la metodología Jesse James Garrett quien es uno de los expertos en el campo de la Experiencia del Usuario, haciendo uso

de los pasos expuestos en su libro “The Elements of User Experience” para utilizarlo como guía en proceso de la creación del recorrido fotográfico.

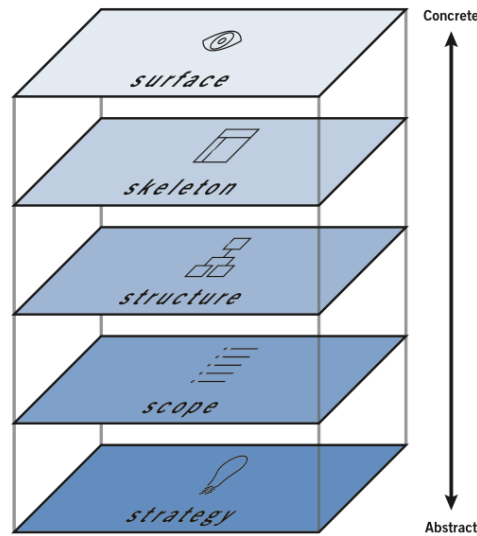
Los elementos de la experiencia del usuario de Jesse James Garrett cuenta con cinco etapas a seguir y en todas ellas las posibles acciones del usuario, haciendo una diferenciación entre la web orientada a la información y la web orientada a las tareas descompuestas de la siguiente manera (Garrett, 2011).

Gráfico 23: Elementos de la Experiencia del Usuario



Fuente http://www.jjg.net/elements/translations/elements_es.pdf

Aplicar el proceso sobre la metodología del diseño centrado en el usuario es la manera correcta de conseguir una experiencia de usabilidad satisfactoria, estableciendo a los usuarios como el centro de todo el desarrollo del producto o servicio, este proceso determina y contempla todas las posibles acciones que las personas puedan realizar al momento de navegar en una aplicación o página web, de esta manera las decisiones que se apliquen en cada una de las diferentes etapas que conforman la experiencia del usuario afectaran de manera significativa el resultado final. (Garrett, 2011).

Gráfico 24: Elementos de la Experiencia del Usuario

Fuente: Jesse James Garrett

El proyecto cuenta con elementos interactivos orientados a la exploración de diversos sitios comerciales mediante la implementación de fotografías de alto rango de visualización (fotografías panorámicas cilíndricas), sonidos ambientales captados desde la misma fuente para generar una mayor inmersión e impacto apoyado la información necesaria para complementar la experiencia del usuario.

11.3.1 ESTRATEGIAS

11.3.1.1 Objetivo

Elaborar un recorrido fotográfico en 360° que dé a conocer la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí”, con las funcionalidades necesarias para que los usuarios puedan entender e interactuar con ella de una manera fácil e intuitiva, otorgando así una herramienta comunicacional que proporcione la información necesaria acerca de este lugar.

11.3.1.2 Audiencia

En este paso se debe definir el grupo de personas al cual estará orientado la propuesta, en este caso un recorrido fotográfico de la feria de “Las Siete Plazas del Cantón Saquisilí” delimitando los perfiles geográficos, demográficos, psicosocial, y relación con el público, esto

con el objetivo de establecer el comportamiento y actividades que realiza el posible usuario, conjuntamente con la tecnología que ellos utilicen con el fin de determinar las características funcionales que deberán ser adaptadas hacia las tecnologías actuales.

11.3.1.3 Obtención de Información

Comprender el pensamiento, comportamiento y necesidades de los potenciales usuarios es indispensable para el diseño, arquitectura y funcionalidad de cualquier aplicación, para lo cual es necesario la obtención de información que se utilizara en la segmentación de los posibles usuarios divididos en grupos que compartan ciertas características y necesidades, un factor a tener en cuenta en esta segmentación es el manejo de tecnología y los conocimientos del usuario acerca del tema en cuestión, para definir y tratar esto puntos se eligió la aplicación y análisis de encuestas para la obtención información y desarrollo de los perfiles de usuario.

11.3.1.3. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS POSIBLES POTENCIALES USUARIOS

Objetivo: Recabar información que será de utilidad para generar los perfiles de usuarios requeridos para la delimitación de los potenciales consumidores.

Edad

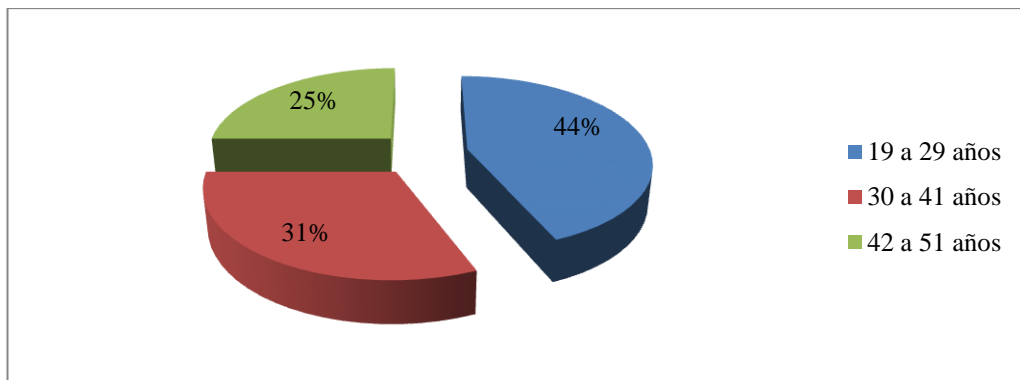
Tabla 30: Rango de edades

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
19 a 29 años	7	44
30 a 41 años	5	31
42 a 51 años	4	25
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 25: Rango de edades



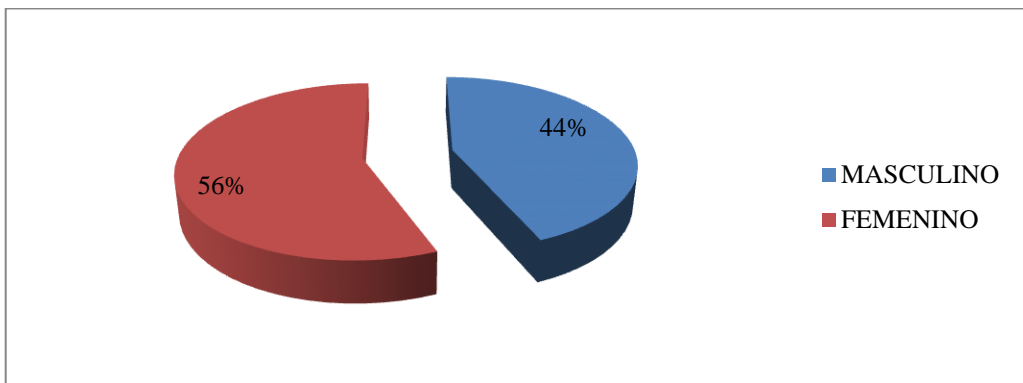
Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados correspondientes al 100%, se indica que, 7 personas que representan al 44% pertenecen a un rango de edad entre los 19 y 29 años, 5 personas que corresponden al 31% de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre los 30 a 41 años y las 4 personas restantes que representa el 25% se encuentran entre los 41 a 51 años de edad. De la totalidad de los encuestados, el rango de edad de las personas más jóvenes tienen un máximo de 29 años, siendo las personas más longevas de 42 a 51 años de edad.

Género:**Tabla 31:** Genero

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	9	56
MASCULINO	7	44
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas**Elaborado por:** Jorge Guanochanga**Gráfico 26:** Genero**Fuente:** Turistas**Elaborado por:** Jorge Guanochanga

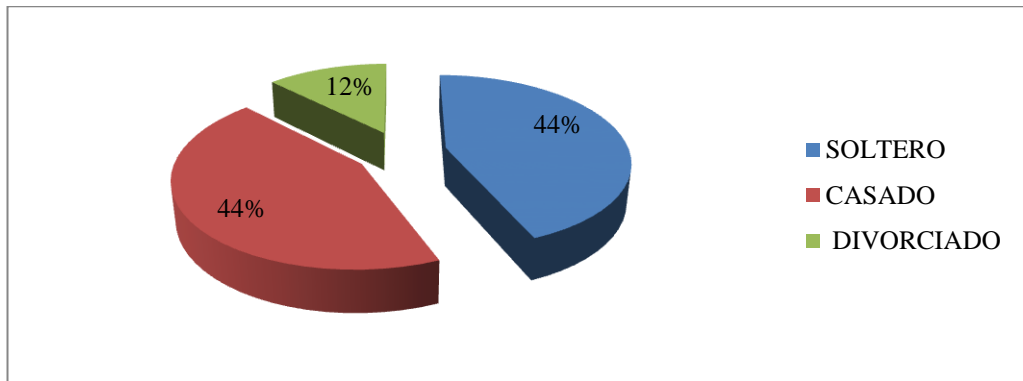
Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 9 personas que representan el 56 % son del género femenino, y las 7 personas restantes que corresponden al 44 % pertenecen al género masculino. La mayoría de las personas encuestadas que proporcionaron la información necesaria son mujeres, de igual manera un menor porcentaje pero de igual importancia fueron hombres que contribuyeron con información valiosa para el desarrollo del proyecto.

Estado civil:**Tabla 32:** Estado Civil

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SOLTERO	7	44
CASADO	7	44
DIVORCIADO	2	13
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 27: Estado Civil

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 7 personas que corresponden al 44 % se encuentran solteros al igual que las otras 7 personas que representan un 44% se encuentran siendo las 2 personas restantes que representan el 13% son divorciados. Ha afección de una minoría de los encuestados que se encuentran separados de su cónyuge existe una igualdad de resultados entre las personas que se encuentran casados y solteros.

Lugar de residencia

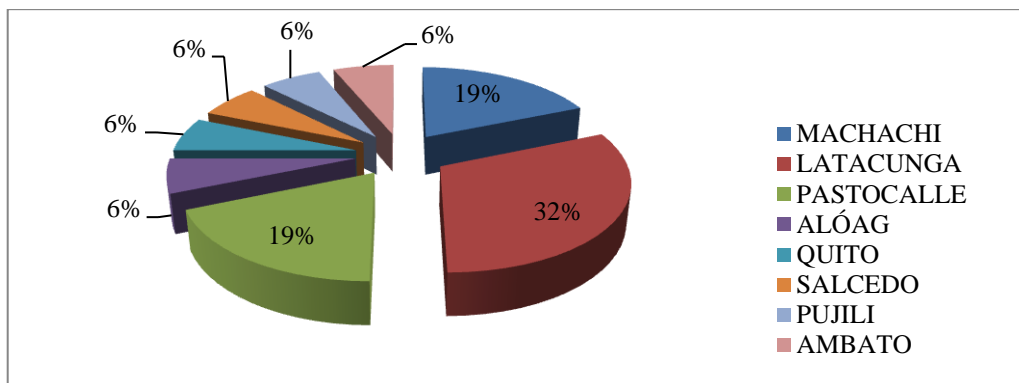
Tabla 33: Lugar de Residencia

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
LATACUNGA	5	31
MACHACHI	3	19
PASTOCALLE	3	19
ALÓAG	1	6
QUITO	1	6
SALCEDO	1	6
PUJILI	1	6
AMBATO	1	6
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 28: Lugar de Residencia



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, las 5 personas que representan el 31% se indica que viven en la ciudad de Latacunga, 3 personas que corresponden al 19% provienen de la ciudad de Machachi, al igual que 3 personas que representan un 19% provienen de Pastocalle, , mientras Alóag, Salcedo, Pujilí y Ambato son representados por una sola persona proveniente de cada lugar respectivamente, representando cada persona un 6% de las personas encuestas. La mayor de afluencia de personas proviene de la ciudad de Latacunga seguida por representantes de Machachi y Pastocalle.

Lugar de trabajo

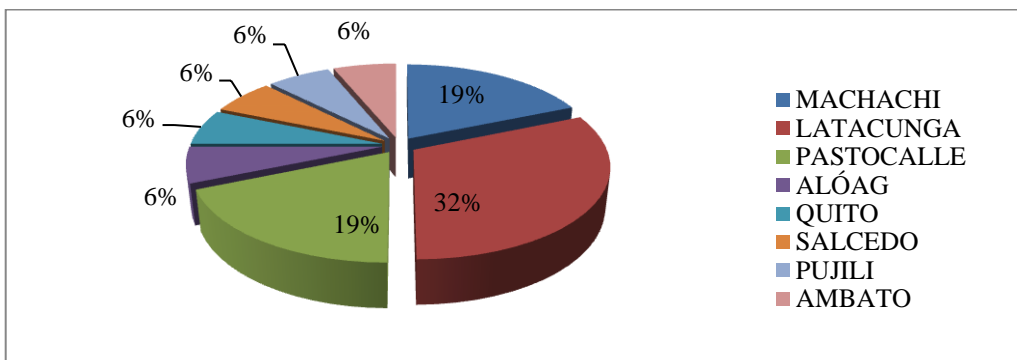
Tabla 34: Lugar de trabajo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
LATACUNGA	5	31
MACHACHI	3	19
PASTOCALLE	3	19
ALÓAG	1	6
QUITO	1	6
SALCEDO	1	6
PUJILI	1	6
AMBATO	1	6
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 29: Lugar de trabajo



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, las 5 personas que representan el 31% se indican que sus actividades laborales las realizan en la ciudad de Latacunga, 3 personas que corresponden al 19% trabajan en la ciudad de Machachi, al igual que 3 personas que representan un 19% trabajan en Pastocalle, , mientras que Alóag, Salcedo, Pujilí y Ambato son representados por una sola persona proveniente de cada lugar respectivamente representando cada persona un 6% que trabajan en su lugar de residencia. La mayoría de personas que realizan actividades laborales provienen de la ciudad de Latacunga seguidas de Machachi y Pastocalle.

Lugares que frecuenta a menudo

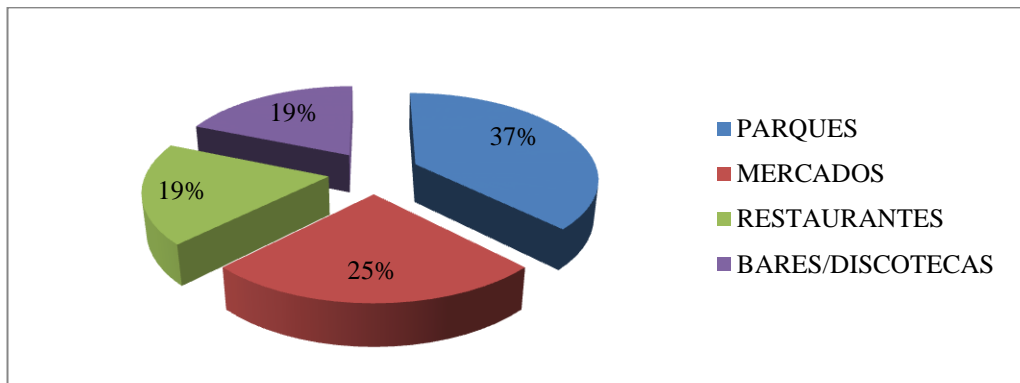
Tabla 35: Lugares que frecuenta

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
PARQUES	6	38
MERCADOS	4	25
RESTAURANTES	3	19
BARES/DISCOTECAS	3	19
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 30: Lugares que frecuenta



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 6 personas que corresponden al 38 % frecuentan a menudo los parques, mientras que 4 personas que representan un 25% les gusta visitar los mercados, por otra parte 3 personas que representan el 19% indican que prefieren acudir a restaurantes y por ultimo 3 personas que representan el 19% de las personas encuestadas acuden a bares y discotecas, la mayoría de las personas encuestadas prefieren frecuentar los parques mientras que a los mercados acuden un porcentaje menor de personas dando así la apertura de promocionar estos sectores comerciales con nuevas e innovadoras fuentes de información.

Educación

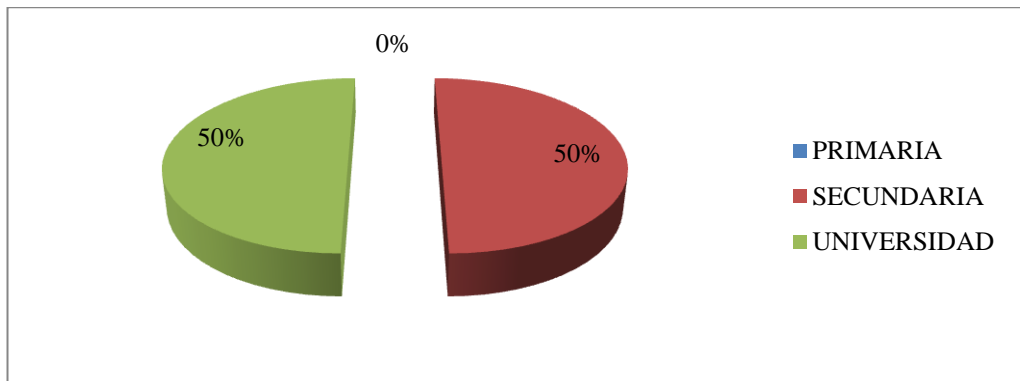
Tabla 36: Instrucción Académica

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SECUNDARIA	8	50
UNIVERSIDAD	8	50
PRIMARIA	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 31: Instrucción Académica



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

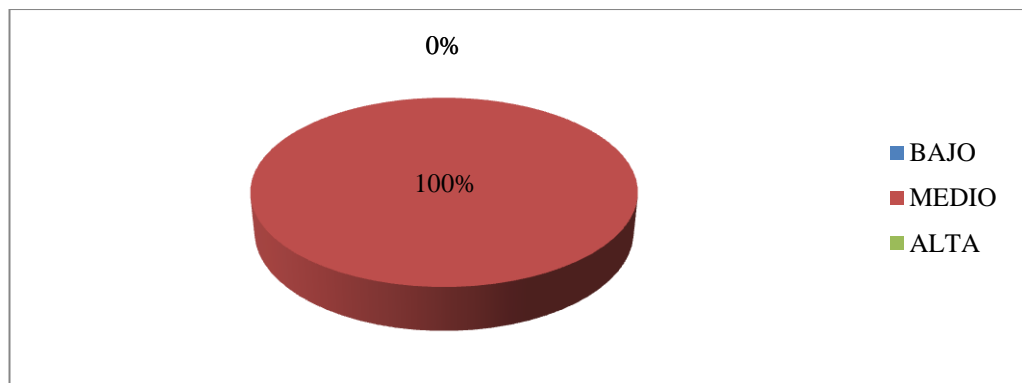
Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 8 personas que corresponden al 50% han culminado o asistido a la secundaria mientras que 8 personas que representan el 50% menciona haber culminado sus estudios universitarios y aún se encuentran en cruzando sus estudios universitarios siendo así un 0% de personas que tienen la educación primaria. Una igualdad entre los encuestados revela que han terminado su educación secundaria mientras la otra mitad son estudiantes o egresados universitarios.

Clase Social:**Tabla 37:** Clase Social

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
MEDIO	16	100
BAJO	0	0
ALTA	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 32: Clase Social

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 16 personas que corresponden al a la totalidad siendo el 100 % pertenecen a una clase social media. El total de las personas afirman tener una calidad debida media indicando así que la mayoría de las personas pertenecen a esta clase social.

Ocupación o Profesión:

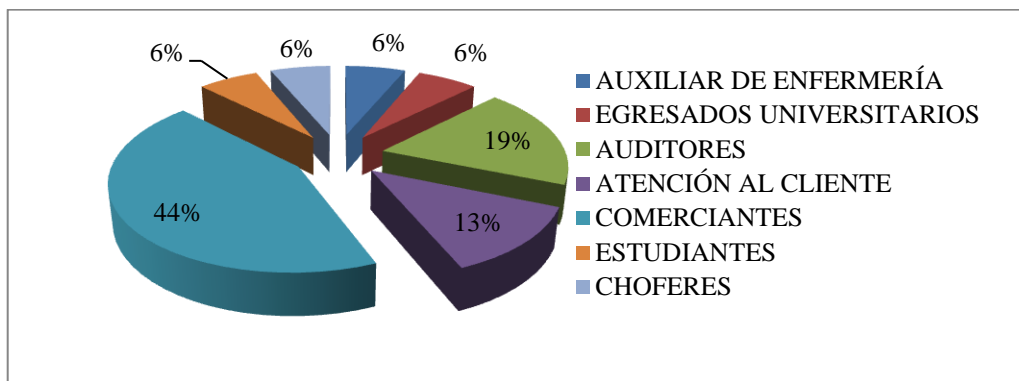
Tabla 38: Ocupación o profesión

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMERCIANTES	7	44
AUDITORES	3	19
ATENCIÓN AL CLIENTE	2	13
AUXILIAR DE ENFERMERÍA	1	6
EGRESADOS UNIVERSITARIOS	1	6
ESTUDIANTES	1	6
CHOFERES	1	6
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 33: Ocupación o Profesión



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 7 personas que corresponden al el 44 % son comerciantes, 3 personas que representan el 19% de ejercen la profesión como auditores, 2 personas que corresponden al 13 % trabajan en atención al cliente mientras que actividades laborales como auxiliar de enfermera, egresados universitarios, estudiantes y choferes tienen a una persona respectivamente que corresponde el 6%. La mayoría de las personas encuestadas se dedican al comercio seguido de auditores y atención al cliente siendo estas las profesiones con mayor número de personas que se dedican a estas actividades.

1. ¿Cuál de estas herramientas tecnológicas tiene a su disposición?

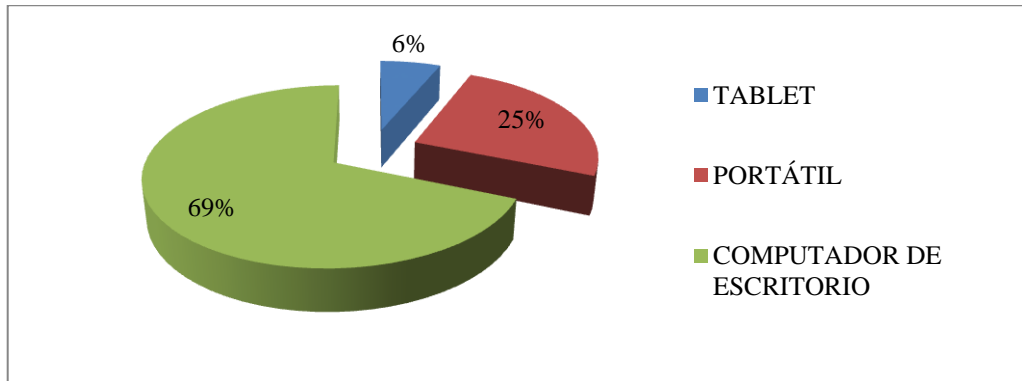
Tabla 39: Herramientas tecnológicas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMPUTADOR DE ESCRITORIO	11	69
PORTÁTIL	4	25
TABLET	1	6
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 34: Herramientas Tecnológicas



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 11 personas que corresponden al el 69 % poseen un computadoras de escritorio ,4 personas que representan el 25% tienen una computadora portátil y 1 personas que corresponden al 6 % dispone de una Tablet. La mayoría de las personas encuestadas tienen a su disposición una computadora de escritorio mientras un porcentaje menor poseen una computadora portátil y la minoría una Tablet.

2. ¿De los dispositivos mencionados anterior mente cuál de ellos utiliza con más frecuencia?

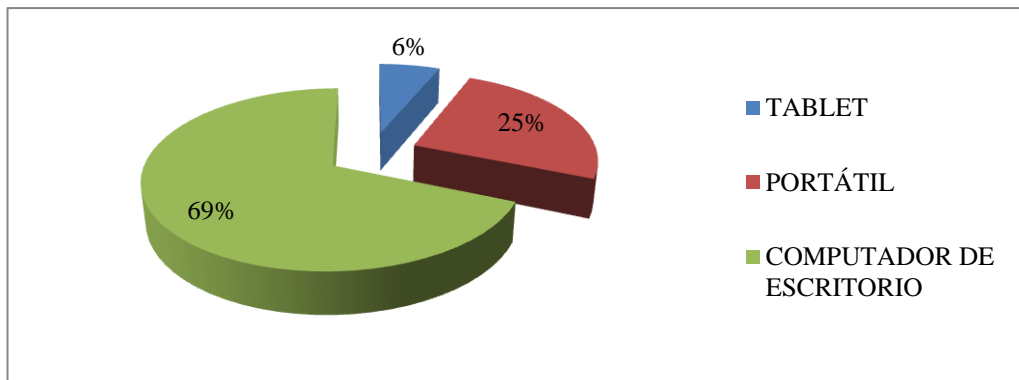
Tabla 40: Utilización de Dispositivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMPUTADOR DE ESCRITORIO	11	69
PORTÁTIL	4	25
TABLET	1	6
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 35: Utilización de Dispositivos



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 11 personas que corresponden al el 69 % utilizan computadoras de escritorio, 4 personas que representan el 25% utilizan computadoras portátil y 1 personas que corresponden al 6 % utilizan Tablet La mayoría de las personas encuestadas utilizan la computadora de escritorio como su dispositivo principal lo cual confirma para que hardware se debe destinar el proyecto

3. ¿El o los dispositivos seleccionados anteriormente a qué gama pertenece?

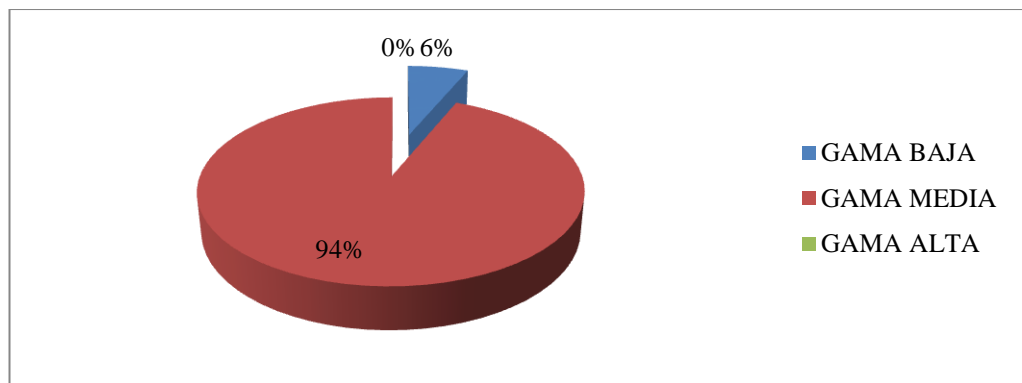
Tabla 41: Calidad de Dispositivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GAMA MEDIA	15	94
GAMA BAJA	1	6
GAMA ALTA	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 36: Calidad de Dispositivos



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 15 personas que representan el 94% poseen computadoras de gana media, y 1 personas que corresponden al el 6% tiene un instrumento de gama baja. La mayoría de las personas tienen un dispositivo de gama media lo que asegura que podrá correr el recorrido sin problema alguno pero al igual que las personas que posean dispositivos de gama baja.

4. ¿Cuenta usted con conexión a internet en su hogar?

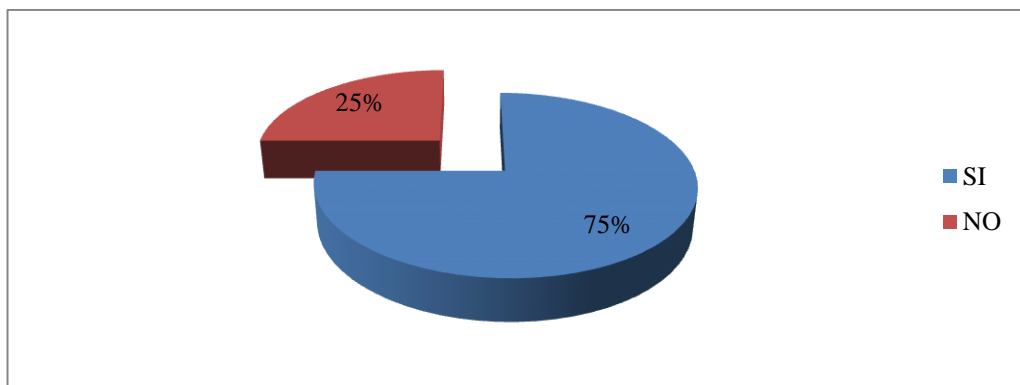
Tabla 42: Conexión a internet en el hogar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	75
NO	4	25
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 37: Conexión a internet en el hogar



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 12 personas que corresponden al el 75% cuentan con conexión a internet y 4 personas que representan el 25% no cuenta con este servicio. La mayoría de los encuestados pagan un servicio de internet lo que resulta de gran utilidad para difundir de mejor manera a una cantidad mayor de usuarios el proyecto que se está realizando.

5. ¿Cuenta usted con conexión a internet en su lugar de trabajo?

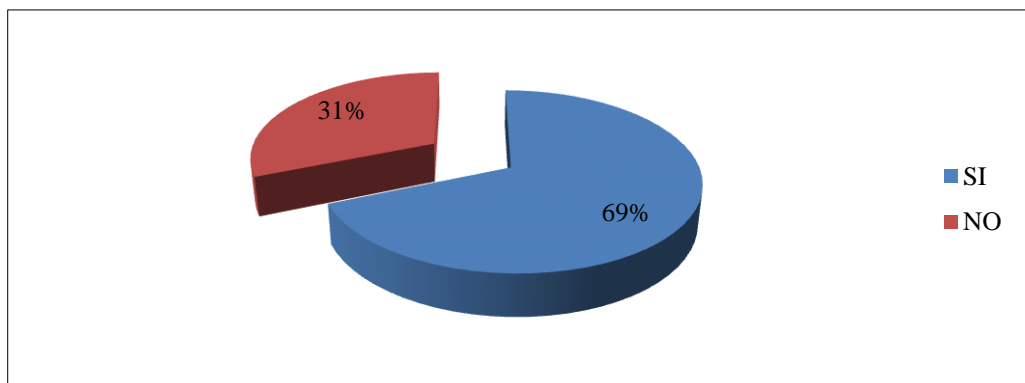
Tabla 43: Conexión a internet en el trabajo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	69
NO	5	31
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 38: Conexión a internet en el hogar



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 11 personas que corresponden al el 69% cuentan con conexión a internet en el área de trabajo y 2 personas que representan el 31% no cuenta con este servicio. La mayoría de los encuestados tienen servicio de internet en los lugares de trabajo lo que puede implicar una mayor difundir a una cantidad mayor de usuarios el proyecto que se está realizando.

6. ¿Con que frecuencia utiliza internet?

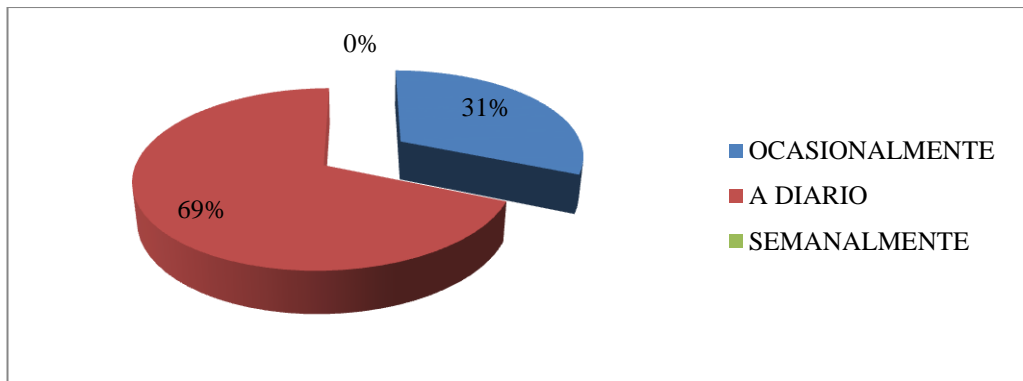
Tabla 44: Frecuencia de Utilización de Internet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A DIARIO	11	69
OCASIONALMENTE	5	31
SEMANALMENTE	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 39: Frecuencia de Utilización de Internet



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 11 personas que corresponden al 69% utilizan el internet a diario y 5 personas que representan el 31% lo utilizan ocasionalmente. La mayoría de los encuestados se conectan al internet diariamente lo que muestra que las personas son muy dependientes de este servicio mientras que una menor porcentaje utilizan este servicio ocasionalmente.

7. ¿Cuánto tiempo permanece conectado a internet diariamente?

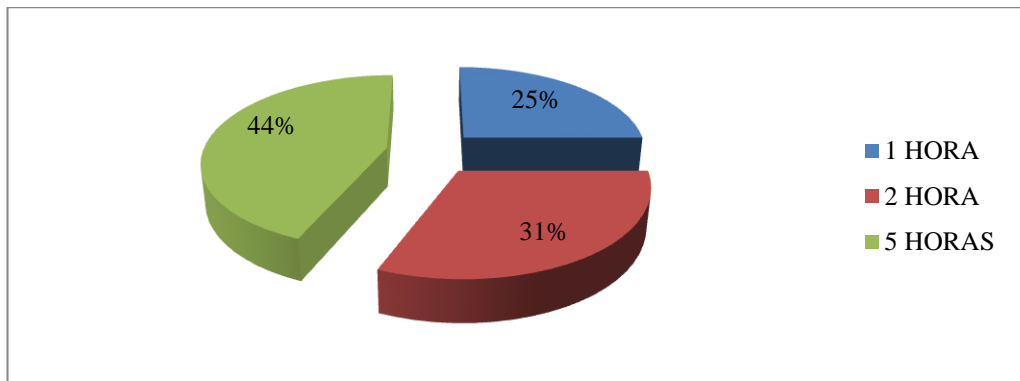
Tabla 45: Consumo de Internet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 HORAS	7	44
2 HORA	5	31
1 HORA	4	25
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 40: Consumo de Internet



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 7 personas que corresponden al 44% permanecen conectados 5 horas diarias, 5 personas que representan el 31% lo utilizan 2 horas, y 4 personas que corresponden al 25% se conectan 1 hora aproximadamente. La mayoría de los encuestados se conectan al internet en un rango de tiempo de 5 a 7 horas diariamente lo que muestra que las personas permanecen conectadas por tiempos prolongados.

8. ¿Cuáles son las actividades que usted realiza al momento de conectarse a internet?

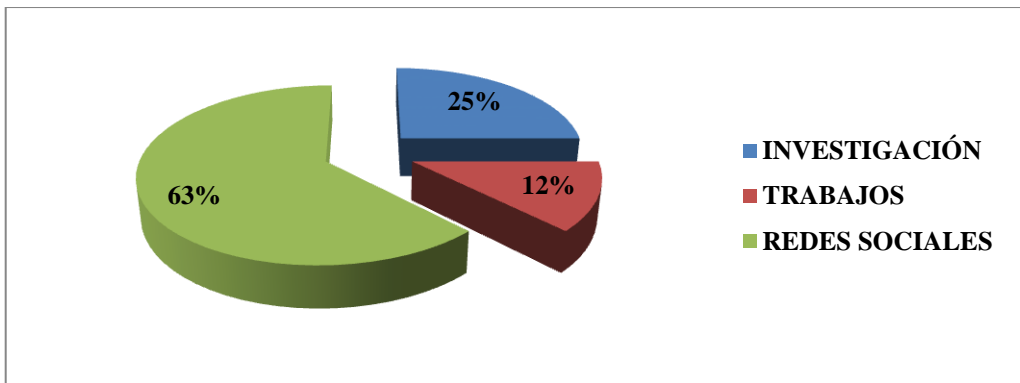
Tabla 46: Fines de utilización del Internet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REDES SOCIALES	10	63
INVESTIGACIÓN	4	25
TRABAJOS	2	13
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 41: Fines de utilización del Internet



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 10 personas que corresponden al el 63% utilizan el internet para ingresar en sus redes sociales, 4 personas que representan el 25% lo utilizan con fines investigativos y 2 personas que pertenecen al 13% lo utilizan para su trabajo. La mayoría de los encuestados se conectan al internet con el objetivo de administrar sus redes sociales mientras que un menor porcentaje lo utiliza para investigaciones y con fines laborales.

9. ¿Ha visitado sitios en internet para consultar el lugar o sector antes de visitarlo?

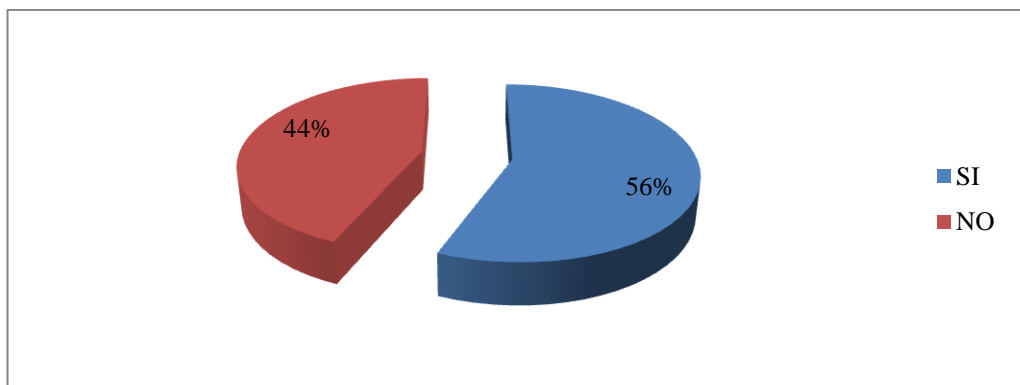
Tabla 47: Consulta realizadas por Internet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	56
NO	7	44
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 42: Consulta realizadas por Internet



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 9 personas que corresponden al el 56% consultan acerca de un lugar antes de visitarlo y 7 personas restantes que representan el 44% no realizan esta actividad antes de salir de viaje. La mayoría de los encuestados investigan acerca del lugar de su destino verificando la información necesaria antes de acudir a dicho sitio mientras que una minoría no realiza ningún tipo de investigación previa del lugar.

10. ¿Dispone usted del tiempo y dinero necesario para realizar actividades turísticas?

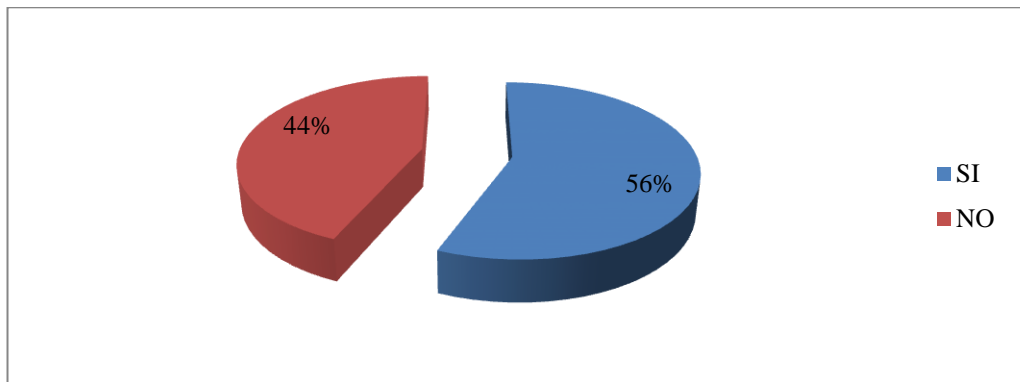
Tabla 48: Disponibilidad de recursos para actividades turísticas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	56
NO	7	44
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 43: Disponibilidad de recursos para actividades turísticas



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 9 personas que corresponden al el 56% cuenta con las disponibilidad de realizar turismo y 7 personas restantes que representan el 44% no cuentan con lo necesario para salir de viaje realizan. La mayoría de los encuestados disponen del capital y tiempo necesario o suficiente para realizar actividades turísticas mientras el otro porcentaje no cuenta con la posibilidad de realizar estas actividades.

11. ¿Cuál es su fuente de información principal cuando se trata de visitar un lugar o sector?

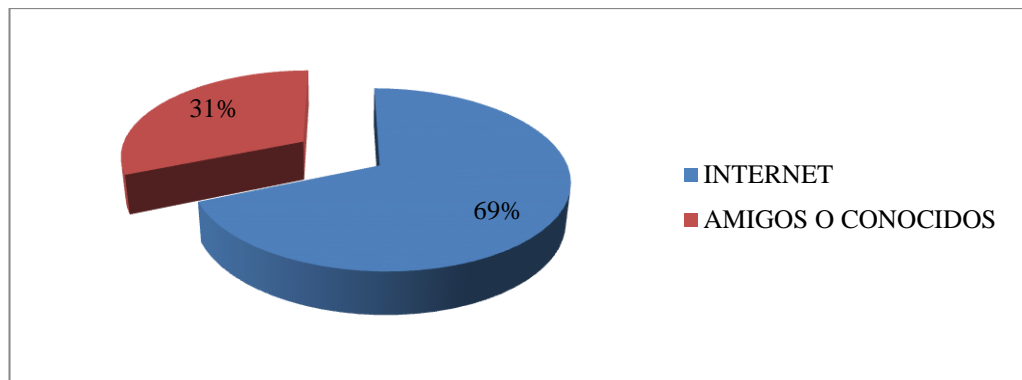
Tabla 49: Fuentes de Información

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	11	69
AMIGOS O CONOCIDOS	5	31
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 44: Fuentes de Información



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 11 personas que corresponden al el 69% utilizan internet para investigar acerca de un lugar antes de acudir al sitio y 5 personas restantes que representan el 31% preguntan a personas que ya conozcan el lugar al cual quieren acudir. La mayoría de personas utiliza el internet como fuente de información para averiguar las características que posee el lugar al cual se desea visitar mientras que la minoría prefiere guiarse por los comentarios de amigos y conocidos para tomar una decisión.

12. ¿Conoce usted o ha escuchado hablar sobre el Cantón Saquisilí y sobre sus diferentes espacios comerciales como Las Siete Plazas?

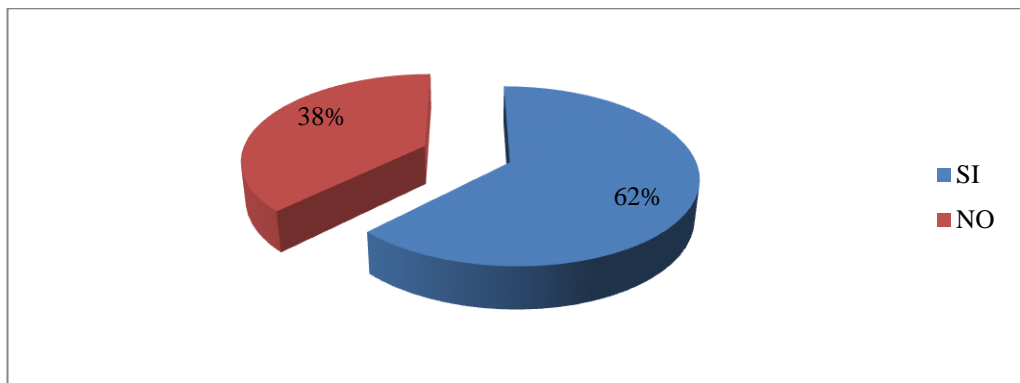
Tabla 50: Conocimiento acerca del Cantón Saquisilí

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	63
NO	6	38
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 45: Conocimiento acerca del Cantón Saquisilí



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 10 personas que corresponden al el 63% conocen o han escuchado hablar acerca del Cantón Saquisilí, las 6 personas restantes que representan el 38% no conocen acerca de este lugar. La mayoría de los encuestados afirman conocer o haber escuchado acerca del Cantón Saquisilí y sus espacios comerciales mientras que un porcentaje menor de personas no conocen acerca de estos lugares.

13. ¿Le gustaría poder ver información sobre espacios comerciales sin salir de su espacio de confort? (Refiriéndose a confort como el espacio en el cual usted puede permanecer cómodo sin interrupciones)

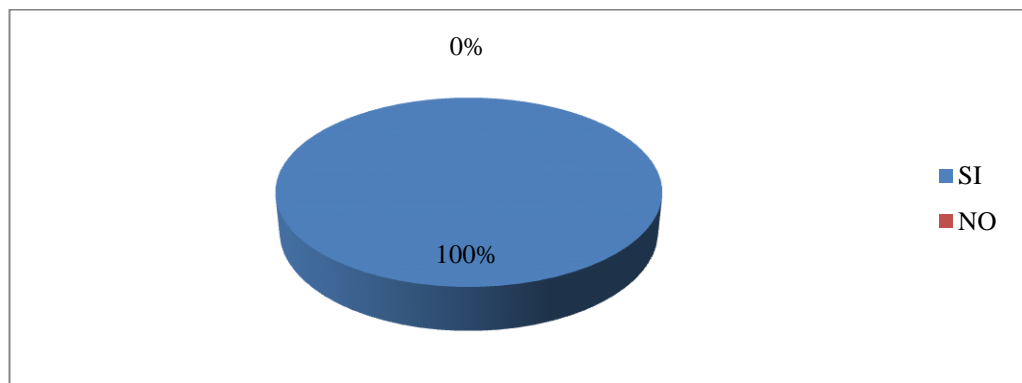
Tabla 51: Publicidad sobre espacios comerciales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	100
NO	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 46: Publicidad sobre espacios comerciales



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 16 personas que corresponden al el 100% les gustaría contar con información sobre espacios comerciales. La totalidad de las personas encuestadas les gusta la idea de tener la información necesaria acerca de lugares de interés sin tener que realizar actividades extras para poder conseguir la información que buscan.

14. ¿Ha utilizado alguna vez algún medio tecnológico cómo una fuente de consulta?

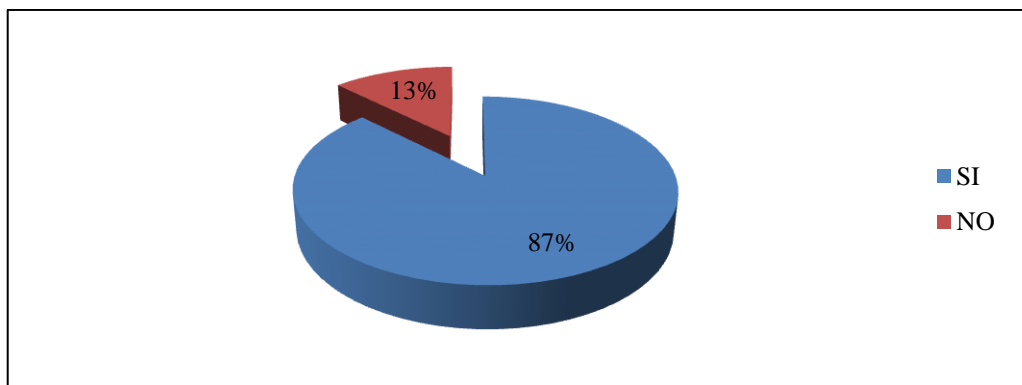
Tabla 52: Medios tecnológicos como fuente de consulta

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	88
NO	2	13
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 47: Medios tecnológicos como fuente de consulta



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 14 personas que corresponden al 88% han utilizado medios tecnológicos como fuente de consulta y 2 personas que representan en 13% no han utilizado ningún medio tecnológico para realizar alguna consulta. El mayor porcentaje de las personas encuestadas han realizado consultas a través de medios tecnológicos y un menor porcentaje no ha utilizado estos medios para buscar información.

15. ¿Ha utilizado alguna vez un recorrido virtual? (Refiriéndose a recorrido virtual un conjunto imágenes sobre espacios reales con las cuales pueda interactuar)

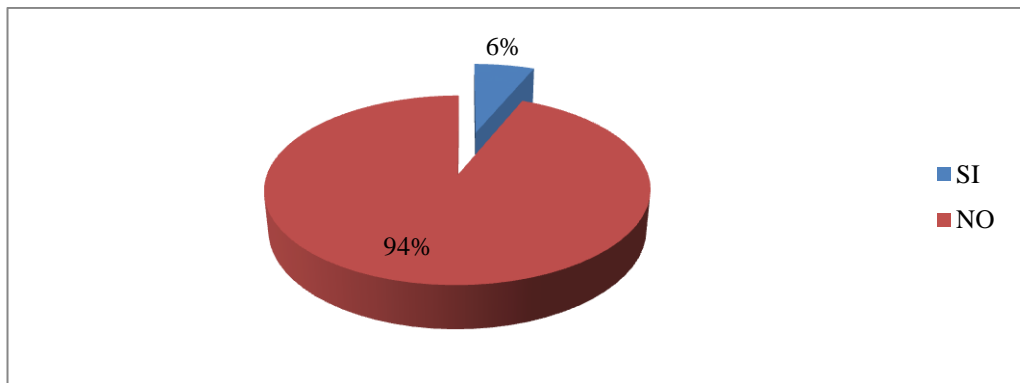
Tabla 53: Uso de Recorridos Virtuales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	15	94
SI	1	6
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 48: Uso de Recorridos Virtuales



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 15 personas que representan en 94% no han utilizado ningún recorrido virtual, mientras que 1 sola personas que corresponden al 6% han utilizado un recorrido virtual. La mayoría de las personas encuestadas dicen nunca haber utilizado un recorrido virtual mientras que una sola persona afirma haberlo utilizado lo que confirma que la falta de la implementación de nuevas formas de dar y compartir la información a través de este tipo de herramientas son escasas generando un desconocimiento por parte de las personas.

16. Le gustaría tener la posibilidad de encontrar información acerca de lugares o espacios sobre herramientas tecnológicas.

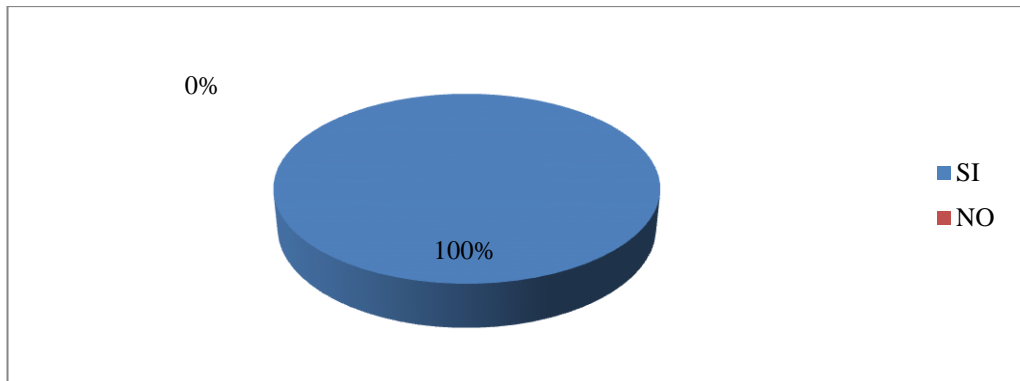
Tabla 54: Búsqueda de información con herramientas tecnológicas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	100
NO	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 49: Búsqueda de información con herramientas tecnológicas



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 16 personas que corresponden al 100% desean encontrar información acerca de lugares o espacios. La totalidad de las personas encuestadas con firman que desearían contar con la información acerca de lugares o espacios lo que confirma es necesario realizar esta propuesta para satisfacer la necesidad de obtener información a través de herramientas tecnológicas.

17. ¿Cuándo usted visita estos lugares que tipo información le sería importante o de utilidad?

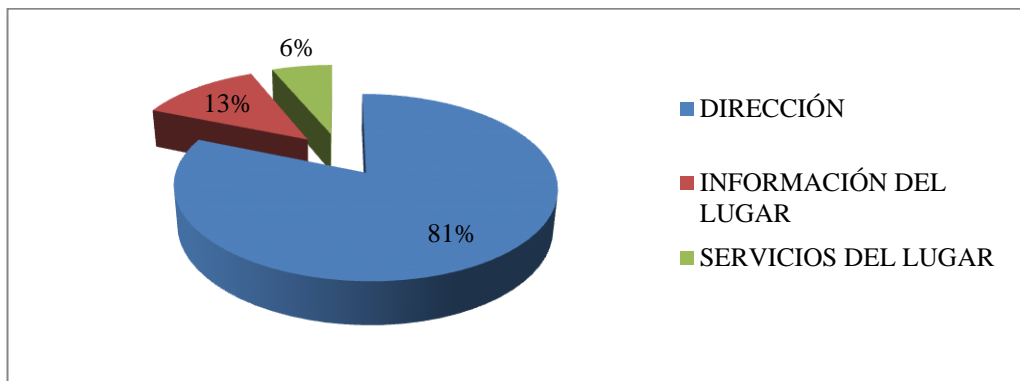
Tabla 55: Información Relevante

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIRECCIÓN	13	81
INFORMACIÓN DEL LUGAR	2	13
SERVICIOS DEL LUGAR	1	6
TOTAL	16	27

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 50: Información relevante



Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 13 personas que corresponden al 81% desea contar con la dirección de los espacios a cuál va a acudir, 2 personas que representan el 13% desean tener información relevante acerca del lugar y 1 persona que corresponde al 6% desea saber el tipo de servicios que posee el lugar. La mayoría de las personas desean tener a su disposición la ubicación del lugar al cual desean acudir siendo esta la causa principal por la cual las personas no pueden llegar a otros lugares generando impidiendo así conocer nuevos lugares que puedan llenar las expectativas que las personas buscan al acudir a un sitio.

18. ¿Le gustaría que se realicen este tipo de iniciativas?

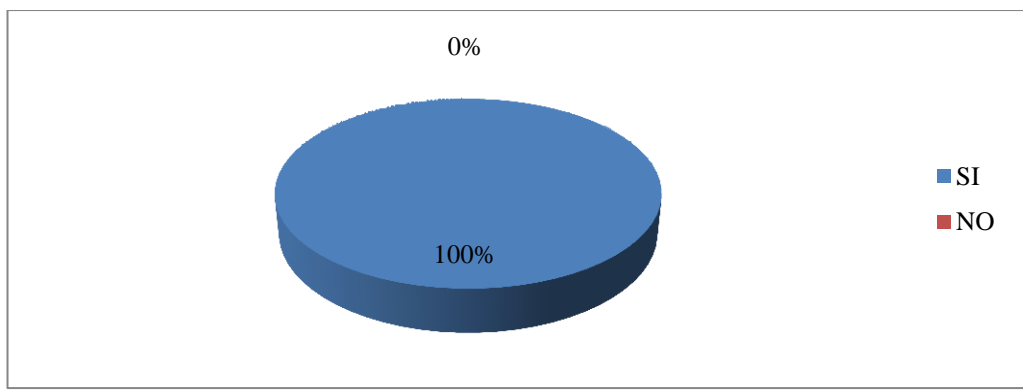
Tabla 56: Implementación del recorrido fotográfico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	100
NO	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Gráfico 51: Implementación del recorrido fotográfico






Fuente: Turistas

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Análisis e Interpretación: De los 16 encuestados que corresponden el 100% se indica que, 16 personas que corresponden al 100% le gustaría que se realice estas aplicaciones. La mayoría de los encuestados manifiestan una aprobación positiva para realizar un recorrido fotográfico de las ferias de Saquisilí lo cual afirman será de gran utilidad para difundir la información sobre estos espacios comerciales tradicionales de este sector de la provincia de Cotopaxi.

11.3.2 ALCANCE

Tabla 57: Perfil de Usuario

			
Perfil Género	Eduardo Toapanta Masculino	Ana Zambrano Femenino	José Pilicíta Masculino
Atributos Demográficos (Sexo, edad, género, familia, ingresos, ocupación, educación, estado civil, etnia, religión, nacionalidad, etc.)	19 Años Soltero Estudiante Universitario Ecuatoriano	34 Años Soltera Egresada Universitaria Universitaria Ecuatoriana	51 Casado Comerciante Secundaria Ecuatoriano
Atributos Geográficos (Continente, país, provincial, ciudad, comunidad, etc.)	Sur América Ecuador Cotopaxi Latacunga El Salto	Sur América Ecuador Pichincha Machachi	Sur América Ecuador Cotopaxi Latacunga Parque Eloy Alfaro
Atributos Psicosociales (Clase Social, estilo de vida, aficiones, características)	Media Cómoda	Media Cómoda	Media Cómoda

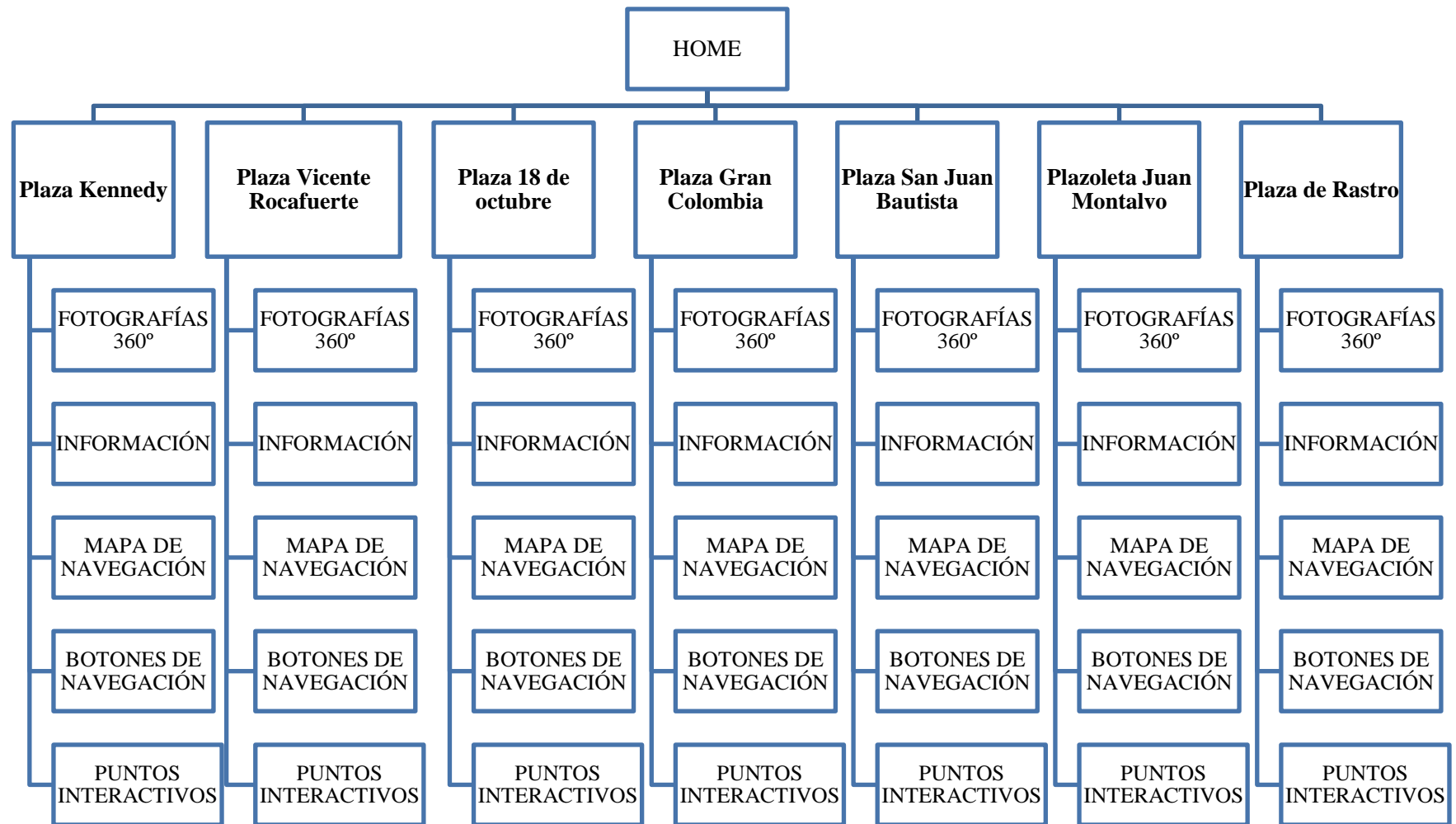
personales)			
Relación con el producto (tecnología, tiempo de uso, donde cuando y como lo utiliza, medio tecnológico/ móvil, Tablet, computador, etc.)	Computador Todos los días Al menos 5 horas diarias En su hogar Con fines investigativos	Computadora Ocasionalmente De 2 horas a mas En su trabajo Con fines investigativos y de trabajo	Computadora A Diario De 5 horas en adelante Para solicitar y ver productos, con motivos investigativos y navegar por internet
Desafíos y puntos en contra	Manejo medio, programas ofimáticos, correo electrónico, redes sociales. No ha utilizado un recorrido virtual	Manejo medio, programas ofimáticos, correo electrónico, redes sociales. No ha utilizado un recorrido virtual	Manejo medio, programas ofimáticos No ha utilizado un recorrido virtual
Actividades	Lo utiliza con fines investigativos requeridos por sus estudios y para acceder a las diferentes redes sociales para comunicarse con sus amigos.	Lo utiliza con fines académicos tanto para investigaciones académicas como laborales y ver las actividades en sus redes sociales.	Lo utiliza para navegar por internet, trabajo y fines investigativos acerca de productos y servicios.
Implicaciones o qué se espera del producto (Con relación al diseño, costo, etc.).	Sea fácil de usar, y que proporcione la información sobre las direcciones para ubicar cada zona.	Proporcione la dirección y días que se encuentra las ferias disponibles y conjuntamente con lo que se pueda encontrar en estos espacios.	Que genere la información sobre de cómo se encuentran ubicados cada feria y los productos o servicios que ofrece.
Escenarios	Jueves en la mañana Eduardo desea adquirir productos de uso personal como ropa, zapatos, etc. sus amigos le recomiendan visitar la feria de Saquisilí por la gran cantidad de productos	Un día entre semana Ana está descansando en su hogar no cuenta con el tiempo necesario para poder salir de viaje y visitar sitios diferentes como parque, ferias, mercados, plazas y	José es un ávido comerciante y le gusta investigar en qué lugares puede comprar productos básicos y de consumo familiar al por mayor para su negocio y su familia, pero en los lugares

	que se comercializan, pero el desconoce muchas cosas sobre estos lugares tales como son fiscalmente, la dirección, en cuál de todas las ferias esta lo que el necesita.	en cada salida le gusta realizar cualquier compra de un objeto como un recuerdo, pero los lugares que ella conoce ya no le resultan tan atractivos y desea visitar un lugar diferente, ha escuchado hablar sobre las ferias de Saquisilí pero no las conoce	que habitualmente visita para realiza estas comprar no le ofrecen una gran variedad de productos y tiene que limitarse a lo que le ofrecen mas no a lo que el necesita y desea saber en dónde adquirir productos con variedad
Como el producto resuelve este caso específico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eduardo busca el recorrido fotográfico desde internet. 2.ingresa directamente en el recorrido 3. busca la plaza en donde se encuentre lo que está buscando 4. toma nota sobre la dirección para visitar el lugar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ana puede ingresar en su computado a la página del Gad de Saquisilí en busca de información 2. ingresa en la sección de turismo 3. busca el recorrido virtual 4. puede navegar por los distintos ecosistemas sin la necesidad de visitar el lugar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. José puede buscar recorrido fotográfico desde internet. 2.ingresa en el recorrido 3.investica acerca de las características de las plazas que le puede proporcionar 4. localiza la dirección y puede acudir directamente al lugar de preferencia

Fuente: Resultado de las encuestas
Elaborado por: Jorge Guanochanga

11.3.3 ESTRUCTURA

Tabla 58: Árbol de navegación



Elaborado por: Jorge Guanochanga

11.3.4 ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Inicio
 1. Plaza Kennedy (plaza de Granos)
2. Fotografía 360° (Puntos Interactivos)
 1. Panorama 1
 1. Zona uno expendios de granos y harinas
 2. Panorama 2
 1. Zona dos expendios de granos
 3. Panorama 3
 1. Zona tres venta vasijas y artesanías
3. Productos
 1. arroz, azúcar, fideos, lentejas, frejol, aceites de cocina, jabón, detergente e instrumentos de limpieza
 2. fideos, lentejas, frejol, maíz seco, lentejas, Abas
 3. vasijas, cucharas de palos, adornos
4. Mapa de navegación
 1. Link directo a las diferentes plazas restantes
 1. Plaza Vicente Rocafuerte, Plaza 18 de octubre, Plaza Gran Colombia, Plaza San Juan Bautista, Plazoleta Juan Montalvo, Plaza de Rastro
5. Botones de navegación
 1. Izquierda, derecha, arriba, abajo, zoom (acercamiento), información, rotación automática, full screen (pantalla completa)

1. Inicio
 1. Plaza Vicente Rocafuerte (Plaza de gallinas)
2. Fotografía 360° (Puntos Interactivos)
 1. Panorama 1
 1. Zona de venta de gallinas
 2. Panorama 2
 1. Zona dos expendios recipientes y artículos plásticos
3. Productos
 1. Venta de gallinas y animales domésticos de pequeños tamaño
 2. Lavacaros de plásticos, asientos, escobas, comedero de animales
4. Mapa de navegación
 1. Link directo a las diferentes plazas restantes
 1. Plaza Kennedy, Plaza 18 de octubre, Plaza Gran Colombia, Plaza San Juan Bautista, Plazoleta Juan Montalvo, Plaza de Rastro
5. Botones de navegación
 1. Izquierda, derecha, arriba, abajo, zoom (acercamiento), información, rotación automática, full screen (pantalla completa)

1. Inicio
 1. Plaza 18 de octubre (Plaza de los Artesanos)
2. Fotografía 360° (Puntos Interactivos)
 1. Panorama 1
 1. Zona de ropa y artículos otavaleños
 2. Panorama 2
 1. Zona de artesanías y bisutería
 3. Panorama 3
 1. Zona del parqueadero
 4. Panorama 2
 1. Zona de venta de artículos básicos de consumo
3. Productos
 1. Ropa, cobijas, bufandas, pochos
 2. Cuadros, bisutería, canastos, artesanías
 3. Zona del parqueadero para descargar productos
 4. Granos, panela, frutas, artículos de limpieza
4. Mapa de navegación
 1. Link directo a las diferentes plazas restantes
 1. Plaza Kennedy, Plaza Vicente Rocafuerte, Plaza Gran Colombia, Plaza San Juan Bautista, Plazoleta Juan Montalvo, Plaza de Rastro
5. Botones de navegación
 1. Izquierda, derecha, arriba, abajo, zoom (acercamiento), información, rotación automática, full screen (pantalla completa)

1. Inicio
 1. Plaza Gran Colombia (Plaza de Papas)
2. Fotografía 360° (Puntos Interactivos)
 1. Panorama 1
 1. Zona de expendio de papas
 2. Panorama 2
 1. Zona de expendio de hortalizas y frutas
 3. Panorama 3
 1. Zona de alimentos preparados
3. Productos
 1. Papa chola, leona blanca, coneja negra, limeñas
 2. Hortalizas, frutas, panela, hiervas
 3. Pescado frito, fritada, empanadas, hornado
4. Mapa de navegación
 1. Link directo a las diferentes plazas restantes
 1. Plaza Kennedy, Plaza Vicente Rocafuerte, Plaza 18 de octubre, San Juan Bautista, Plazoleta Juan Montalvo, Plaza de Rastro
5. Botones de navegación
 1. Izquierda, derecha, arriba, abajo, zoom (acercamiento), información, rotación automática, full screen (pantalla completa)

1. Inicio
 1. Plaza San Juan Bautista (Plaza de ropa)
2. Fotografía 360° (Puntos Interactivos)
 1. Panorama 1
 1. Zona central del mercado
 2. Panorama 2
 1. Zona de entrada del mercado
 3. Panorama 3
 1. Zona inferior del mercado
3. Productos
 1. Pantalones, faldas, anacos, blusas, camisetas, zapatos, ,ropa interior
4. Mapa de navegación
 1. Link directo a las diferentes plazas restantes
 1. Plaza Kennedy, Plaza Vicente Roca fuerte, Plaza 18 de octubre, Plaza Gran Colombia, Plazoleta Juan Montalvo, Plaza de Rastro
5. Botones de navegación
 1. Izquierda, derecha, arriba, abajo, zoom (acercamiento), información, rotación automática, full screen (pantalla completa)

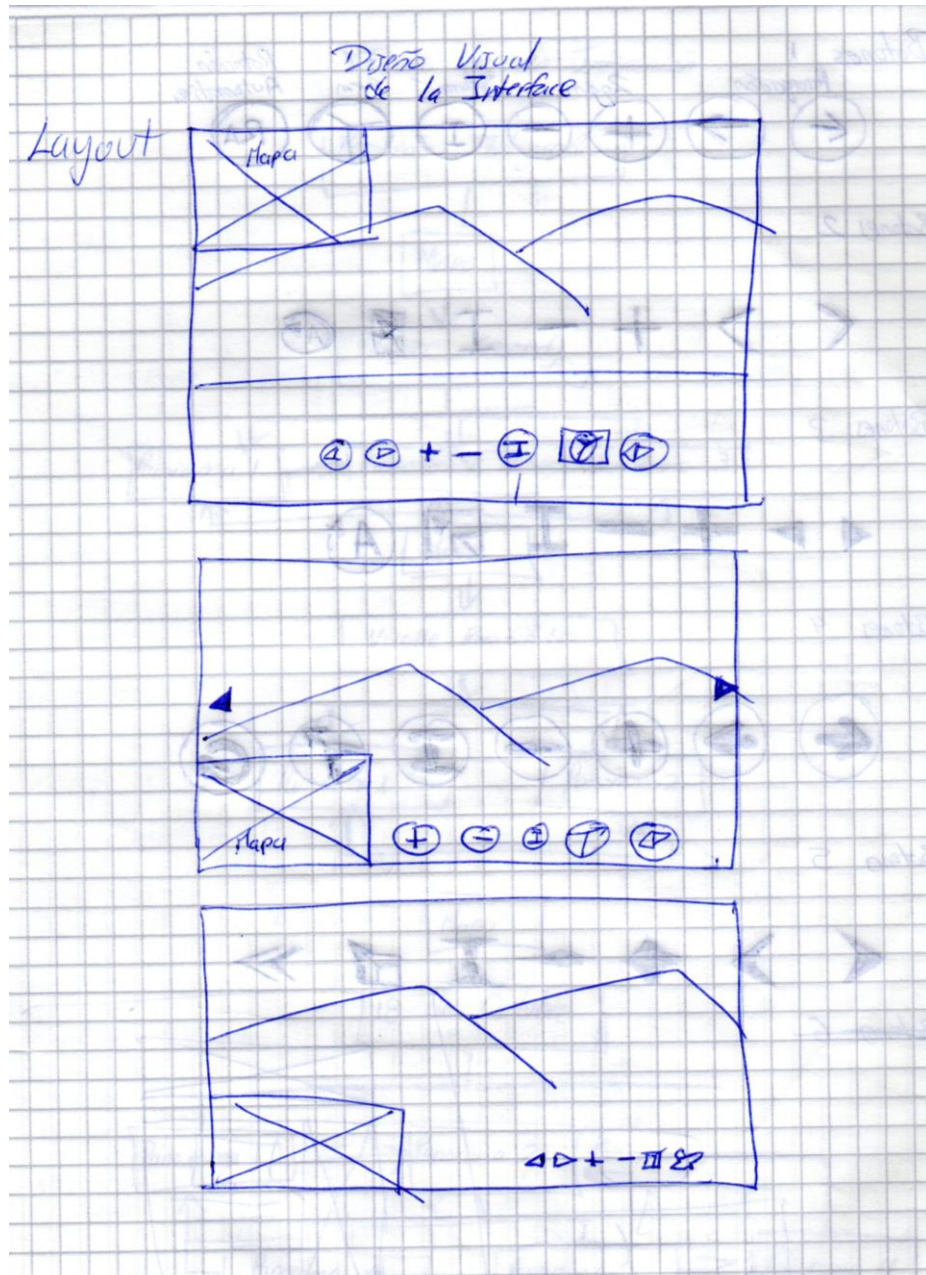
1. Inicio
 1. Plazoleta Juan Montalvo (Plazoleta de zapatos)
2. Fotografía 360° (Puntos Interactivos)
 1. Panorama 1
 1. Zona uno del mercado
 2. Panorama 2
 1. Zona dos del mercado
3. Productos
 1. Zapatos, zapatillas deportivas, botas, tacos
4. Mapa de navegación
 1. Link directo a las diferentes plazas restantes
 1. Plaza Kennedy, Plaza Vicente Rocafuerte, Plaza 18 de octubre, Plaza Gran Colombia, Plaza San Juan Bautista, Plaza de Rastro
5. Botones de navegación
 1. Izquierda, derecha, arriba, abajo, zoom (acercamiento), información, rotación automática, full screen (pantalla completa)

1. Inicio
 1. Plaza de Rastro (Feria de animales)
2. Fotografía 360° (Puntos Interactivos)
 1. Panorama 1
 1. Entrada al mercado
 2. Panorama 2
 1. Patio uno de animales
 3. Panorama 3
 1. Patio dos de animales
3. Productos
 1. Borregos, cerdos, vacas, cabras, vicuñas, terneros
4. Mapa de navegación
 1. Link directo a las diferentes plazas restantes
 1. Plaza Kennedy, Plaza Vicente Rocafuerte, Plaza 18 de octubre, Plaza Gran Colombia, Plaza San Juan Bautista, Plazoleta Juan Montalvo
5. Botones de navegación
 1. Izquierda, derecha, arriba, abajo, zoom (acercamiento), información, rotación automática, full scream (pantalla completa)

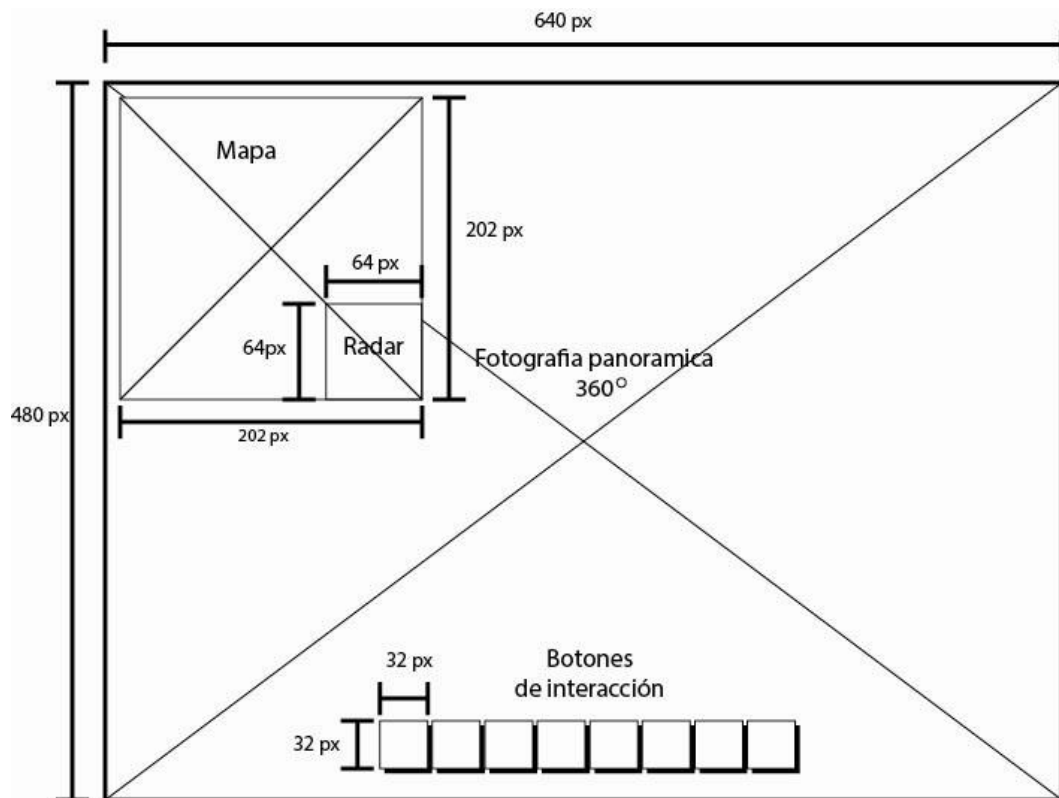
11.3.5 ESQUELETO

Diseño de la interfaz

Imagen 1: Bocetos de la interfaz



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 2: Estructura de la interfaz

Elaborado por: Jorge Guanochanga

11.3.6 INTERFAZ

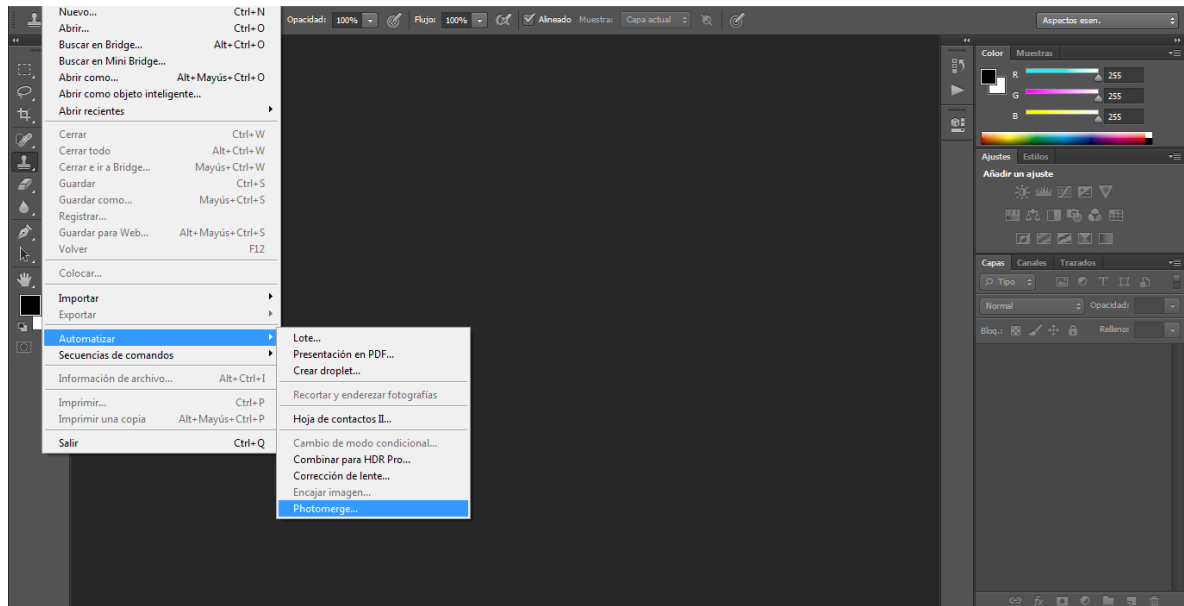
Diseño visual

Para generar el diseño visual del recorrido fotográfico siendo su principal función dar la oportunidad de visualizar en el entorno geográfico en la cual se encuentran situadas y distribuidas las ferias, es indispensable contar con una cámara semi-profesional en adelante para obtener fotografías de mejor calidad

Proceso de generación de fotografías panorámicas

Para la generación de las fotografías panorámicas se puede utilizar cualquier tipo de programa que sea capaz de unir la fotografía a través de un reconocimiento de formas logrando así una buena unión de todas las imágenes sin que este tenga desfases al momento de acoplar a la perspectiva deseada

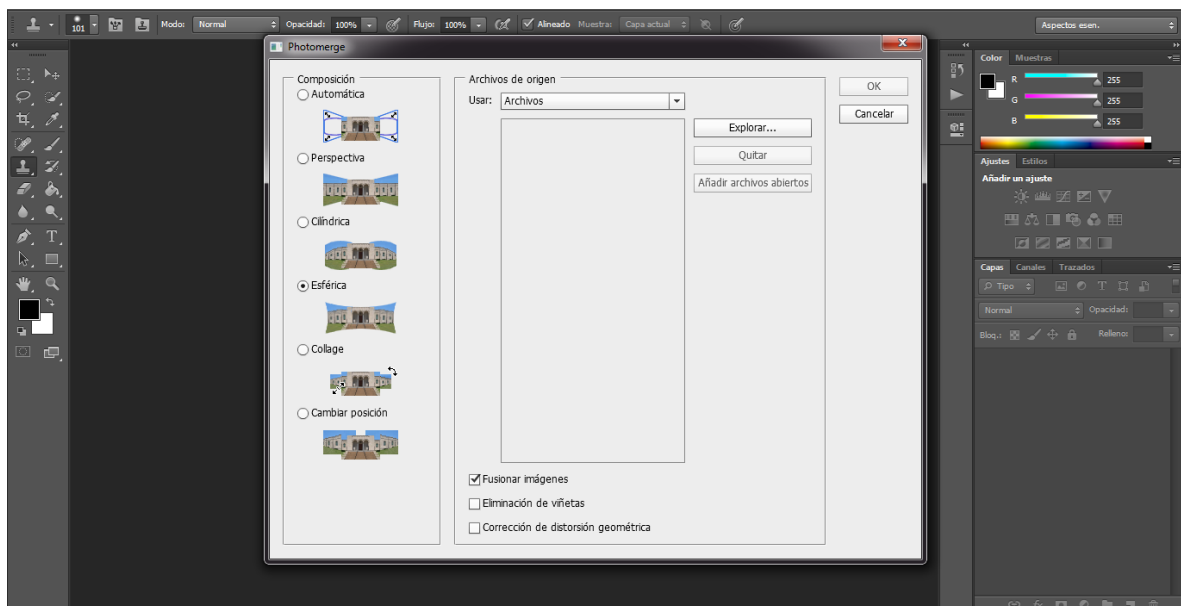
Imagen 3: Proceso fotográfico



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Se elige la opción de composición esférica para que genere la perspectiva adecuada ayudada de la opción de corrección de distorsión geométrica que el software elegido en este caso proporciona para la adecuada unión de las fotografías que generara la imagen panorámica lo que darán mayor realce al recorrido fotográfico.

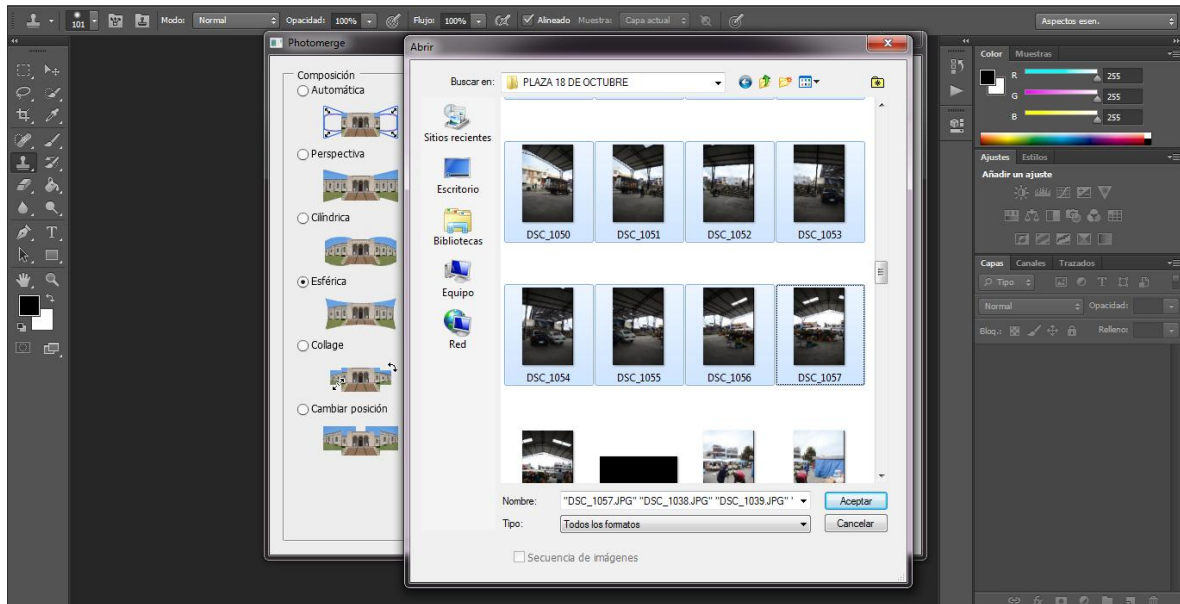
Imagen 4: Proceso fotográfico



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Selección solo de las imágenes necesarias que serán las que forman el panorama, sin una excesiva carga fotografías

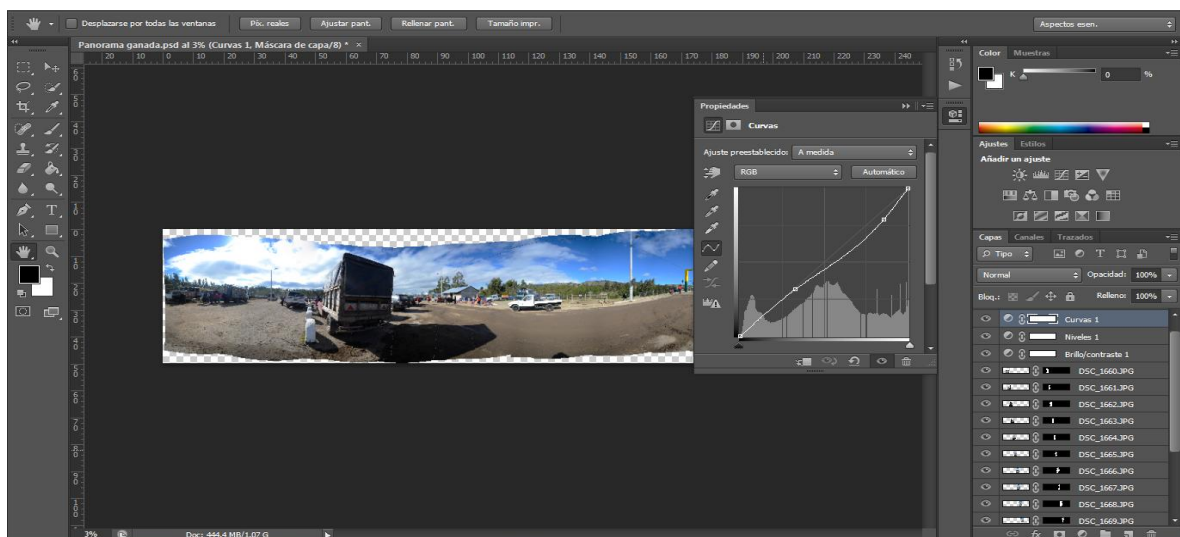
Imagen 5: Proceso fotográfico



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Retoque y tratamiento de la fotografía a través de varios procesos de reconstrucción para mejorar el color, brillo, contraste e intensidad según se requiera con cada panorámica, además de otros procesos que ayudaran a mejorar la calidad de imagen resultante de la unión de varias capturas hechas con la cámara.

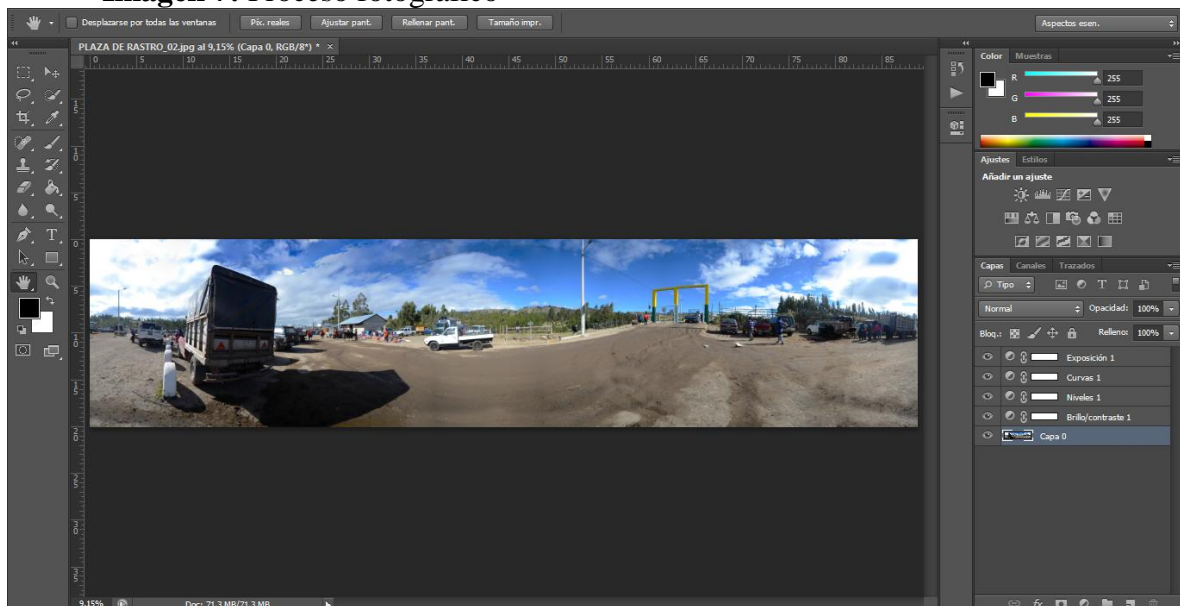
Imagen 6: Proceso fotográfico



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Recorte y restauración de varios sectores de la panorámica eliminando toda la información innecesaria que degenere la imagen, y restaurando las zonas en las cuales se perdió información a causa del proceso de la unión de fotografías generadas a través de máscaras de recorte, utilizando varias herramientas y métodos de reconstrucción para que al momento de unir los extremos de la fotografía panorámica estos coincidan perfectamente sin que exista un desfase o incongruencia del entorno fotografiado, generando de esta manera una fotografía panorámica cilíndrica continua.

Imagen 7: Proceso fotográfico



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Feria de Rastro (Feria de ganado)

Imagen 8: Feria de Rastro



Fuente: Ferias de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 9: Feria de Rastro



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga
Imagen 10: Feria de Rastro



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 11: Feria de Rastro



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 12: Feria de Rastro



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Plaza Gran Colombia (Plaza de papas)

Imagen 13: Plaza Gran Colombia



Fuente: Ferias de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 14: Plaza Gran Colombia



Fuente: Ferias de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 15: Plaza Gran Colombia



Fuente: Ferias de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Plaza Kennedy (Plaza de granos)

Imagen 16: Plaza Kennedy



Fuente: Ferias de Saquisilí

Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 17: Plaza Kennedy



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 18: Plaza Kennedy



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Plaza San Juan Bautista (Plaza de ropa)

Imagen 19: Plaza San Juan Bautista



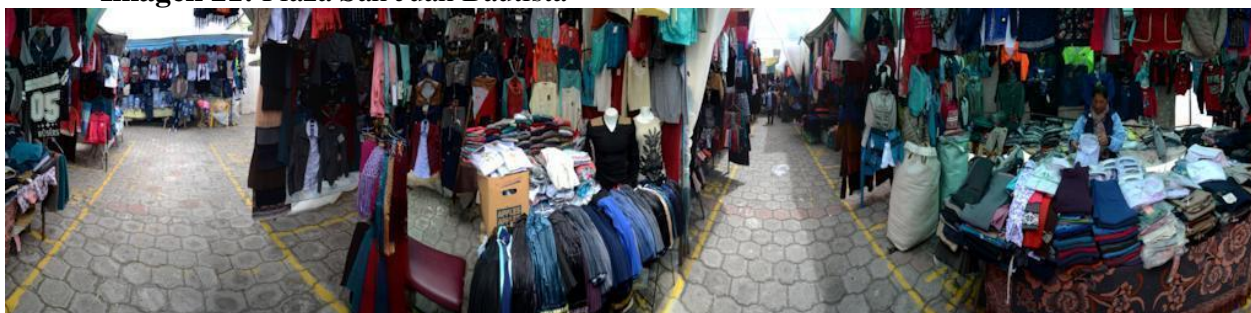
Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 20: Plaza San Juan Bautista



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 21: Plaza San Juan Bautista



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Plaza Vicente Rocafuerte (Plaza de gallinas)

Imagen 22: Plaza Vicente Rocafuerte



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 23: Plaza Vicente Rocafuerte



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Plaza 18 de Octubre (Plaza de los artesanos)

Imagen 24: Plaza 18 de Octubre



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 25: Plaza 18 de Octubre



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 26: Plaza 18 de Octubre



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 27: Plaza 18 de Octubre



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Imagen 28: Plaza 18 de Octubre



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Plazoleta Juan Montalvo (Plaza zapatos)

Imagen 29: Plazoleta Juan Montalvo



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

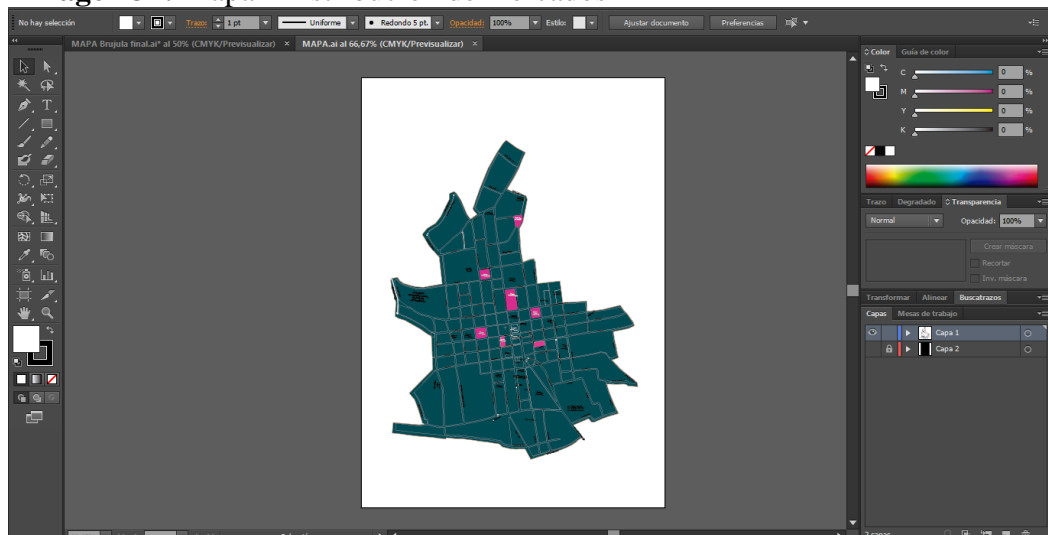
Imagen 30: Plazoleta Juan Montalvo



Fuente: Ferias de Saquisilí
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Ilustración del mapa del cantón Saquisilí para ubicar cada una de los sectores comerciales que conforman la feria de Las Siete plazas

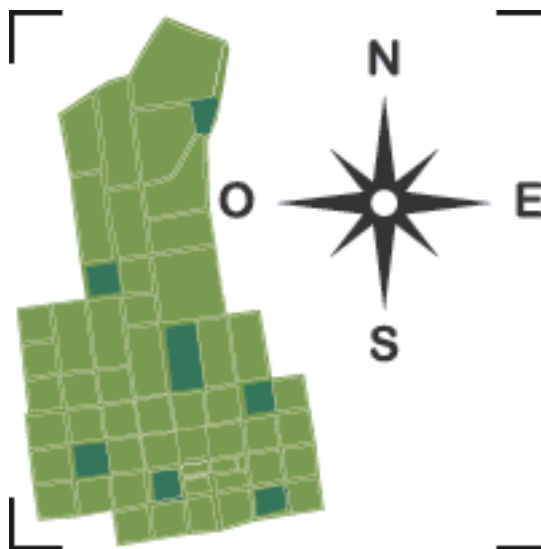
Imagen 31: Mapa –Distribución de mercados



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Resultado final de la estilización del mapa del cantón Saquisilí con sus respectivas zonas comerciales marcadas

Imagen 32: Mapa –Distribución de mercados



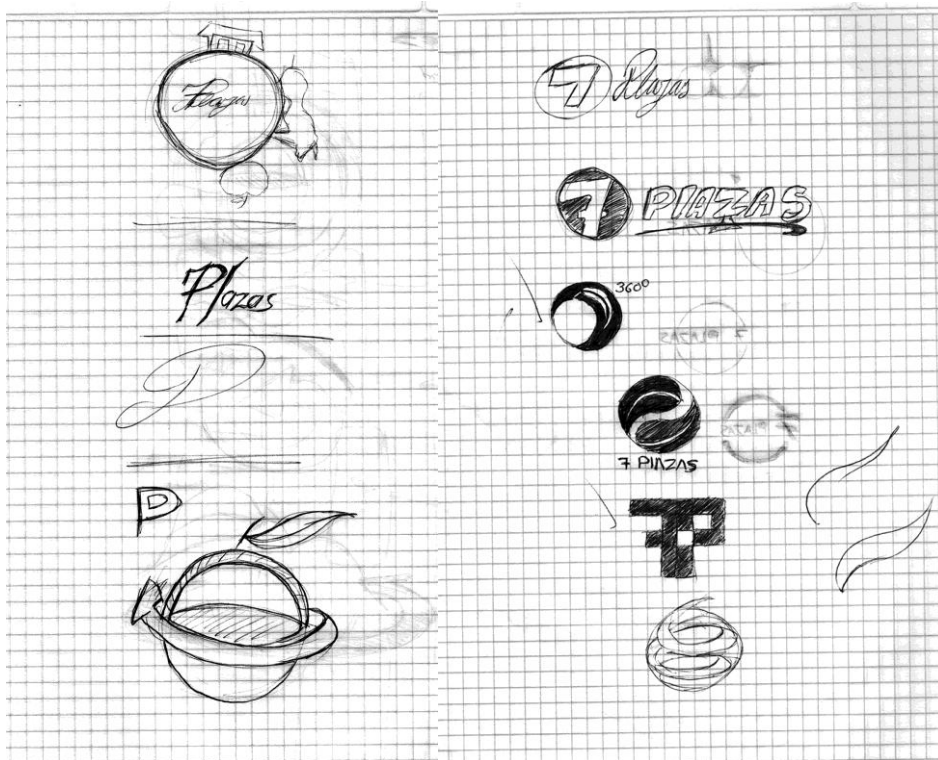
Elaborado por: Jorge Guanochanga

Diseño del logo

La propuesta de diseño para logo toma elementos característicos de la ferias siendo su principal producto de venta frutas, verduras, granos etc. Para lo cual después del proceso de bocetaje y presentación de ideas se concibió la fusión de una fruta cítrica (naranja) representando un espacio comercial, y conceptos básicos de dibujo como lo es la circunferencia que representa el entorno envolvente que generan las fotografías panorámicas, con la unión de las características de la fruta y la circunferencia se ha logrado concebir la identidad que representara a los espacios comerciales conjuntamente con la propuesta.

Bocetos y propuestas para la identidad del recorrido fotográfico a 360°

Imagen 33: Bocetos del Logotipo



Elaborado por: Jorge Guanochanga

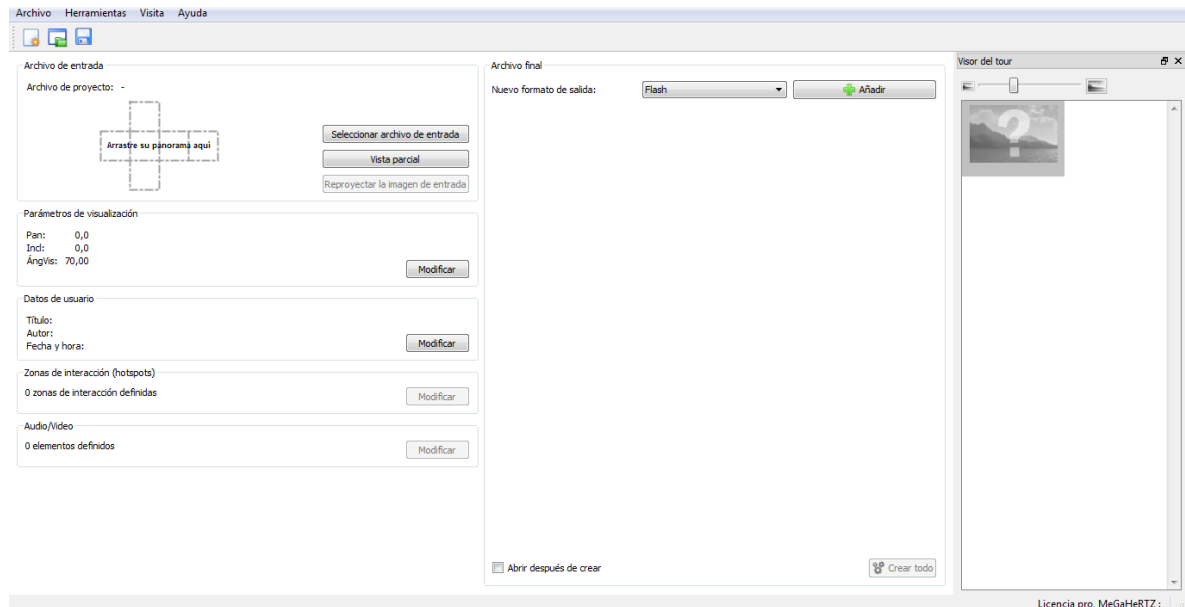
Imagen 34: Construcción del Logotipo



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Desarrollo del Recorrido Fotográfico

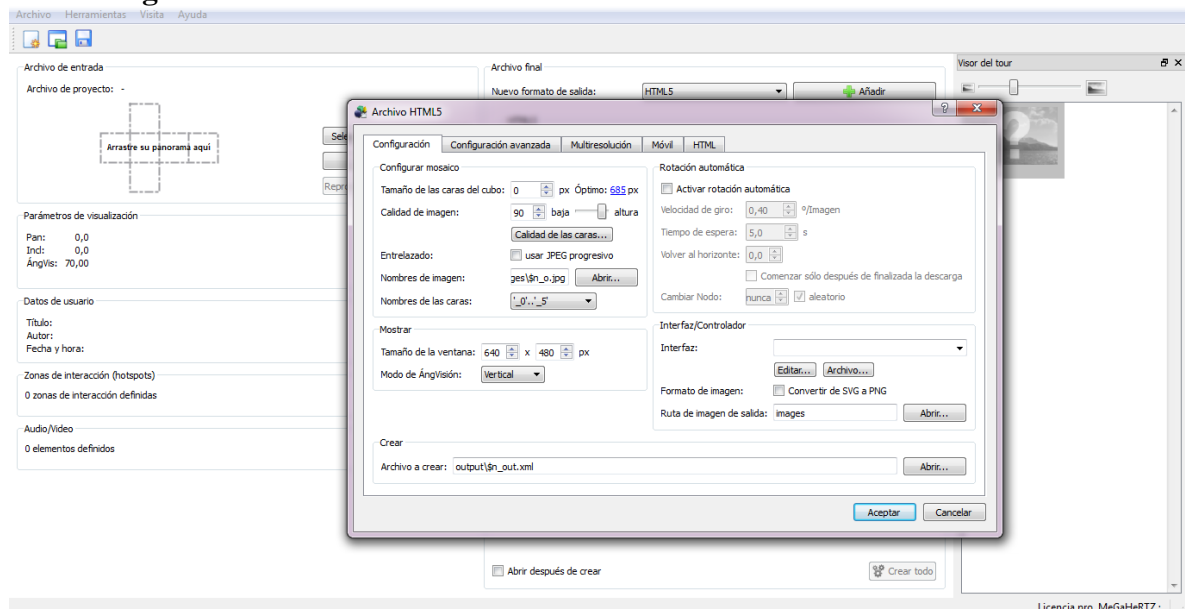
Imagen 35: Desarrollo del recorrido



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Colocación de los parámetros de salida del recorrido fotográfico

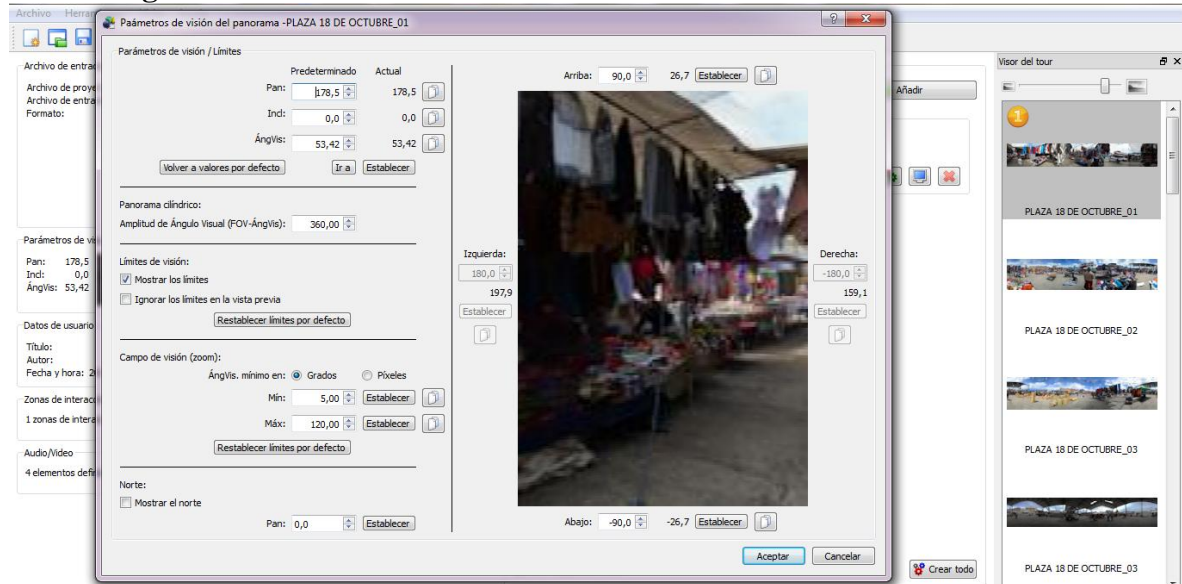
Imagen 36: Desarrollo del recorrido



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Colocación de los parámetros de visión para generar la vista principal del recorrido fotográfico a 360°.

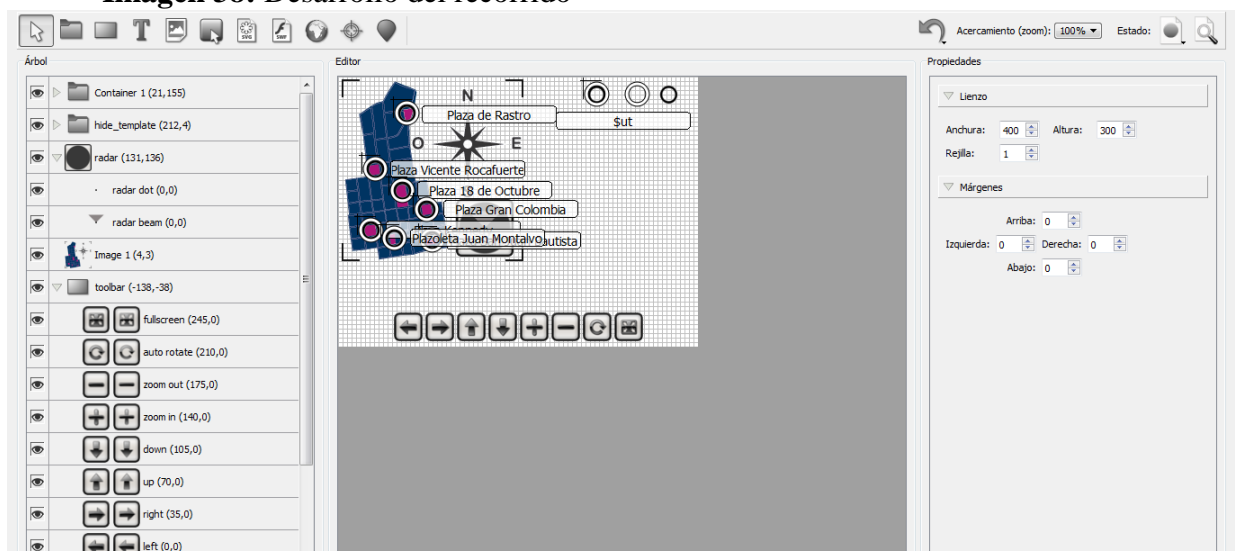
Imagen 37: Desarrollo del recorrido



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Establecimiento de los parámetros para la creación de la interfaz que otorgará la funcionalidad necesaria para que el usuario pueda interactuar con él recorrido fotográfico a 360° definiendo todas las vistas principales, y posicionamiento general de cada fotografía panorámica.

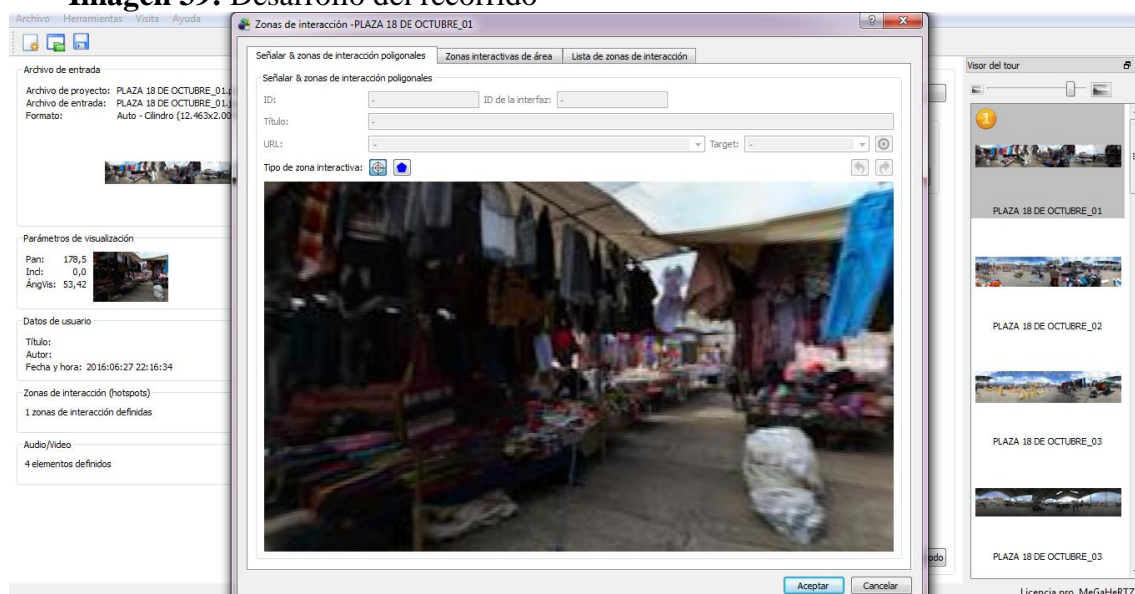
Imagen 38: Desarrollo del recorrido



Elaborado por: Jorge Guanochanga

Definición de cada uno de los puntos interactivos correspondientes a cada plaza dependiendo de la ubicación geográfica preestablecida en mapa correspondiente al cantón Saquisilí, los cuales permitirán la libre navegación por los distintos entornos del recorrido fotográfico a 360.

Imagen 39: Desarrollo del recorrido



Elaborado por: Jorge Guanochanga

12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

Impacto social:

Con el desarrollo de esta iniciativa en todo el trascurso desde la presentación del tema, la propuesta ha generado gran expectativa ante las personas las cuales son los compradores potenciales, por lo cual, con la implementación de este recorrido fotográfico se pretende dar una mayor difusión acerca de los espacios comerciales que son de gran importancia para el canto Saquisilí, teniendo una gran acogida por parte de las personas quienes podrían salir beneficiados por el interés que este genera en la sociedad.

13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Tabla 59: Presupuesto

Resultados/Actividades	Primer año				
	1er	2do	3er	4to	5to
	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
Actividad 1					
1.1 Obtención de información	30,00				
	37,50				
- Transporte	05,00				
- Gastos de viaje	02,00				
- Copias	10,00				
- Impresiones					
- Usos del internet					
1.2 Investigación de Campo	60,00				
	25,00				
	01,50				
- Transporte	15,00				
- Alimentación					
- Impresiones					
- Memoria Flash					
Actividad 2					
2.1 Análisis de la información					
- Análisis de datos		02,00			
- Transcripción de		01,00			

información - Uso de Internet - Consumo de energía eléctrica		23,50 15,00			
Actividad 3 3.1 Producción de las fotografías - Cámara Fotográfica - Trípode - Objetivo 18-55 mm - Dos Memorias SD (8gb) - Internet - Transporte - Alimentos			800.00 79,00 75.00 35,00 23,50 10,00 7,50		
Actividad 4 4,1 Desarrollo de la interfaz - Software (Orbitas interactivas) - Computadora de escritorio (Core i5; 8gb Ram) - Luz				59,00 800,00 15,00	

Actividad 5					
Socialización del proyecto					
- Bebidas					03,00
- Snaks para focus grupo (10 personas)					05,00
- Impresiones					01,00
- Invitaciones					06,00
- Infocus					03,00
- Amplificación					15,00
Total por actividad	186,00	41,50	1,030	874,00	33,00
TOTAL	2.164,50				

Elaborado por: Jorge Guanochanga

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La etapa de recopilación de información permitió nutrir el archivo documental sobre la feria de “Las Siete Plazas del cantón Saquisilí”, a través de la compilación sistematizada de documentos bibliográficos dispersos, los mismos que generaron parte del marco teórico de la presente investigación, que será de utilidad para futuras investigaciones sobre el tema.
- El análisis de la información recopilada, más las visitas de observación de campo, permitieron determinar los antecedentes, características y cualidades que poseen estas zonas comerciales, además de establecer las herramientas para la parte visual y funcional del proyecto, asimismo la incomodidad que representa para determinados grupos de personas, la presencia de una cámara; ocasionando interrupciones en la investigación, por parte de algunos comerciantes, que en ocasiones prohibieron tomar fotografías de sus respectivos puestos comerciales. Sin embargo, la negociación y acuerdos llegados con los comerciantes, permitieron llevar a cabo el proceso de documentación fotográfica en los diferentes espacios comerciales.
- Con la realización de los entornos sobre los espacios comerciales capturados a través de fotografías panorámicas se logró recrear los lugares en un archivo interactivo siendo las fotografías capturadas a una hora promedio de 11h00 hasta 15h00, porque así la exposición cuenta con la mayor cantidad de luz solar, lo que produce fotografías nítidas y colores más vivos, previniendo la sobreexposición de la imagen. Además, fue necesario tomar en cuenta las horas con mayor afluencia de visitantes que acuden a las ferias para generar un mayor impacto visual, estético y comunicacional de las imágenes.
- La interfaz que posee este recorrido fotográfico brinda al usuario la oportunidad de viajar a través de los diferentes lugares que conforman la feria de Saquisilí, mediante puntos de interacción colocados en las zonas de interés en cada fotografía panorámica; sin embargo, la creación de una página inicial que sirva de contenido para el recorrido

fotográfico y la información acerca del lugar fue realizada con diferentes *software*, pues el programa utilizado no permite realizar archivos adicionales que complementen gráfica y funcionalmente esta herramienta comunicacional, por lo cual se limitó a la inclusión de funcionalidades básicas del recorrido, recurriendo a programas adicionales para la elaboración de la identidad visual de la propuesta.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los investigadores que llevan a cabo proyectos que involucran el estudio de espacios públicos habitados por grupos organizados de personas, llegar a acuerdos previos con las comunidades involucradas en el proyecto, para lograr su colaboración en la elaboración del proyecto de investigación de forma horizontal y cooperativa.
- Se recomienda a futuros investigadores que retomen esta iniciativa o realicen investigaciones basándose en las técnicas implementadas en el proyecto, en el proceso de fotografiar los entornos para realizar un recorrido fotográfico, se utilice un objetivo tipo ojo de pez por el motivo que esta lente permite captar un mayor rango de información de los lugares u objetos con una menor cantidad de fotografías.
- Se recomienda también utilizar un trípode con una buena sujeción de la rosca y la zapata para evitar un deslizamiento involuntario de la cámara por el peso adicional que genera la lente en la parte delantera del cuerpo de la cámara previniendo así que en la unión de las fotografías estas salgan desfasadas.
- Para la creación de un recorrido fotográfico se recomienda, además del software para generar las órbitas interactivas, trabajar con programas adicionales para generar un mayor contenido visual para que el resultado final cumpla con los objetivos estéticos-visuales de un producto comunicacional de la carrera de Diseño Gráfico.

15. BIBLIOGRAFIA

Azuay, R. d. (2014). Patrimonio Cultural. Revista de la Universidad del Azuay, 21-22.

Benítez, L., & Garcés, A. (1998). Culturas Ecuatorianas Ayer y Hoy. ABYA-YALA.

Birkitt, M. (1992). El Libro Completo de la Fotografía. Madrid: the Hamlyn Publishing Group Limited.

Borja, R. (2007). Sociad, Cultura y Derecho. Quito: Editorial Ecuador F.B.T Cía. Ltda.

Bou Bauza, G. (1997). El guión Multimendia. Madrid: Anaya Multimedia.

Csillag Pimsyein, I. (2000). Conservación de Fotografía Patrimonial. Santiago de Chile: CN CR Chile.

Deleg Muzha, M. V. (2014). Desarrollo de un Sistema de Recorrido Virtual Interactivo de un Museo de. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Feldman, S. (2013). La composición de la imagen en movimiento. España: Editorial Gedisa, S.A.

Frascara, J. (2004). Diseño Gráfico para la Gente. Buenos Aires: Ediciones Infinito Buenos Aires.

Frascara, J. (2007). Diseño Grafico y Comunicación. Buenos Aires: Ediciones Infinito Buenos Aires.

Freixa, P. (14 de 12 de 2005). comunicación interactiva. Recuperado el 10 de 05 de 2016, de http://gci.upf.edu/eic/Catala/publicacions/autor/eic.php_files/publicacions_adjunts/zarautz.pdf

Garrett, J. J. (2011). The Elements of User Experience. New Riders 1249 Eighth Street.

- Maldonado, O. L. (Abril de 2006). Territorios con Identidad cultural. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/1854370848.identidad-cultural-uno-de-los-detonantes-del-desarrollo-territorial%20PARA%20REGIONAL.pdf>
- Mckee, L., & Arguello, S. (1988). Nuevas Investigaciones Atropologicas Ecuatorianas. Quito: Abya-yala.
- Molano L, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Recuperado el 10 de 05 de 2016, de <http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Moya Peralta, R. (2006). Diseño Gráfico Latinoamericano. Quito: Ediciones TRAMA.
- Ortiz, J. M. (1999). La Fotografía Como Objeto. departamento de dibujo II.
- Pérez, M., Atamián, L., Musso, C., & De Blois, A. (10 de Septiembre de 2014). Dominando la Fotografía de Retrato. Recuperado el 15 de mayo de 2016, de blog del fotografo: www.blogdelfotografo.com
- Rodríguez, H. (2014). Guia completa de la Fotografía Panorámica. Recuperado el 02 de Mayo de 2016, de Guia completa de la Fotografía Panorámica: http://www.hugorodriguez.com/cursos/fotografia_panoramica_08.html
- Rodríguez Oromendia, A., Muñoz Martínez, A., & González Crespo, D. (2013). Historia, definición y legislación de las. Recuperado el 10 de Mayo de 2016, de Historia, definición y legislación de las: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4183934.pdf>
- Sainz Andrés, A. M., & Arroyo Galan, L. (2007). Multimedia Movil. Empresa Social. España: Estudio Manuel Estrada.
- Saquisilí, G. A. (15 de Noviembre de 2014). Recuperado el 10 de Mayo de 2016

Universidad Nacional, P. Z. (2008). Patrimonio Cultural: Una Propuesta para vivirla en las aulas. Costa Rica.

Yamba Yugsi, M. V. (2014). Recorrido virtual en 3D para el Centro de Arte Contemporáneo de Quito. Cuenca: Universidad de Azuay.

ANEXOS

Anexos 1: Encuesta para vialidad del proyecto

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

Objetivo: verificar la vialidad de implementar un recorrido fotográfico sobre la feria de “Las Siete Plazas” del Cantón Saquisilí.

Edad _____ Género: Masculino Femenino Lugar de Nacimiento _____

1. ¿Realiza usted actividades turísticas?

- a. Frecuentemente
- b. De vez en cuando
- c. Rara vez
- d. Nunca

¿Por qué? _____

2. Si usted realiza actividades turísticas, por favor responda, ¿en dónde realiza usted estas actividades? Puede seleccionar una o varias opciones.

- a. Dentro del cantón Saquisilí
- b. Dentro de la provincia de Cotopaxi
- c. En las provincias de la sierra ecuatoriana
- d. En las provincias de la costa ecuatoriana
- e. En las provincias del oriente ecuatoriano
- f. Fuera del país

3. ¿Qué tipo de lugares prefiere usted visitar cuando realiza turismo? Puede seleccionar una o varias opciones.

- a. Playas y balnearios
 - b. Reservas naturales (bosques, reservas ecológicas, parques nacionales)
 - c. Lugares tradicionales (parques y plazas, mercados, iglesias, pueblos con historia y tradiciones, sitios arqueológicos).
 - d. Fiestas populares y religiosas
 - e. Lugares de entretenimiento (parques de diversiones, centros comerciales, turismo de aventura, discotecas y/o bares).
 - f. Otros: _____
-

4. Con respecto a la Feria de las Siete Plazas de Saquisilí, usted considera que: (puede elegir una o varias opciones).

- a. Es un sitio con gran riqueza cultural que merece ser conocido tanto a nivel nacional como internacional.
- b. Es un lugar en donde se puede encontrar gran variedad de productos tradicionales propios de la región.
- c. Es un sitio que no ofrece las condiciones de seguridad necesarias para ser promocionado como lugar turístico.
- d. Es el principal espacio comercial del cantón Saquisilí, que aporta de forma importante en la economía de la región.
- e. Es el sitio en donde hago mis compras habitualmente.
- f. No posee atractivo turístico.
- g. Otros: _____

5. Si usted considera que la Feria de las Siete Plazas de Saquisilí debe ser reconocida tanto a nivel nacional como internacional, ¿por qué medios cree usted que debería darse a conocer? Puede elegir entre una o varias opciones:

- a. Medios impresos (libros, revistas, trípticos, volantes, etc.)

- b. Medios audiovisuales (documentales, reportajes, cortometrajes, videos)
- c. Medios digitales / internet
- d. Otros: _____

6. ¿Sabe usted qué es un recorrido fotográfico a 360°?

- a. Sí
- b. No

7.- ¿Ha utilizado usted alguna vez este tipo de recorridos virtuales?

- a. Sí
- b. No

8.- ¿Que elementos considera usted que debería integrar un recorrido fotográfico para informar y dar a conocer de mejor manera el lugar fotografiado?

- a. Sonidos agradables
- b. Información escrita del lugar
- c. Videos
- d. Ubicación del lugar
- e. Otros _____

9.- ¿Utilizaría este recorrido fotográfico en caso de no poder visitar personalmente algún lugar de su interés?

- a. Sí
- b. No

¿Por qué? _____

10. ¿Le gustaría que se implementara un recorrido fotográfico a 360° para dar a conocer las riquezas culturales y naturales del cantón, la provincia y el país?

- a. Sí
- b. No

Anexos 2: Encuesta para recabar información

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

Objetivo: Recabar información acerca de los distintos espacios comerciales situados en el Cantón Saquisilí

Edad _____ Género: Masculino Femenino Lugar de Nacimiento _____

1.- ¿De qué forma considera usted que los turistas y visitantes se enteran de la existencia de las Siete Plazas de Saquisilí?

- a. Son Visitantes Constantes
- b. Televisión
- c. Revista
- d. Internet
- e. Documental
- f. Otros _____

2.- ¿Cree usted que la Feria de las Siete Plazas es reconocida fuera del cantón?

- a. Sí
- b. No

3.- ¿Con qué frecuencia sus compradores visitan la Feria de las Siete Plazas?

- a. Frecuentemente
- b. De vez en cuando
- c. Es la primera vez que la visito
- d. Ninguna

4.- ¿Cuáles son los espacios comerciales de la Feria de las Siete Plazas que visitan con más frecuencia? Puede elegir una o más opciones.

- a. Plaza Kennedy (Plaza de Granos)
- b. Plaza Vicente Rocafuerte (Plaza de Gallinas)
- c. Plaza 18 de octubre (Plaza de los Artesanos)
- d. Plaza Gran Colombia (Plaza de Papas)
- e. Plaza San Juan Bautista (Plaza de Ropa)
- f. Plazoleta Juan Montalvo (Plazoleta de los Zapatos)
- g. Plaza de Rastro

5.- ¿Por qué razones cree usted que las personas visitan estas plazas?

- a. Para hacer compras para negocio
- b. Para hacer compras al por menor para consumo familiar
- c. Por motivos turísticos
- d. Otros: _____

6.- ¿Sabe usted exactamente la ubicación de los distintos espacios comerciales que conforman esta feria?

- a. Sí
- b. No

7.- ¿Conoce usted la historia de las Siete Plazas de Saquisilí?

- a. Sí
- b. No

8.- ¿Qué es lo que conoce sobre las Siete Plazas de Saquisilí?

9.- ¿Cuál es su opinión sobre la feria de las Siete Plazas?

- a. Son lugares agradables
- b. Son espacios de gran importancia para Saquisilí
- c. Representan al Cantón Saquisilí
- d. No son relevantes

Otros:

10.- ¿Conoce usted algún tipo de estrategia comunicacional que se haya utilizado para dar a conocer este tipo de actividades comerciales y turísticas?

- a. Si
- b. No
- c. ¿Cuál?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexos 3: Entrevista para recabar información de primera mano

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

Objetivo: Recopilar información de primera mano acerca de la feria de las Siete Plazas del Cantón Saquisilí por parte de los expertos

1. ¿Qué cargo desempeña actualmente?
2. ¿Cuáles es la historia de las siete plazas de Saquisilí?
3. ¿Cuál es la razón por la cual los mercados se extendieron hacia diferentes zonas?
4. ¿Por qué son tan importantes estos mercados dentro del cantón?
5. ¿Cuáles son los cambios más notorios que han dado en los diferentes mercados?
6. ¿considera que el flujo de personas a aumentado o disminuido en el transcurso del tiempo?
7. ¿Cómo se eligieron los nombres de cada una de las Siete Plazas?
8. ¿Cuál considera usted que sería el impacto en la población de Saquisilí, dando a conocer al mundo la Feria de las Siete Plazas, mediante un recorrido fotográfico 360°?
9. ¿Actualmente, qué tan amplia es la afluencia de turistas a la Feria de las Siete Plazas de Saquisilí?
10. ¿Considera usted que la Feria de las Siete Plazas tiene potencial turístico? ¿Por qué?
11. ¿Quiénes visitan más a menudo la Feria de las Siete Plazas y por qué motivos?

Anexos 4: Encuesta para perfiles de usuario

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

Saludos Cordiales, antes de empezar con el desarrollo de esta encuesta quisiera aclarar que el objetivo de esta encuesta es identificar la factibilidad de realizar un recorrido fotográfico en 360° de los distintos espacios comerciales del Cantón Saquisilí conocido como la Feria de las Siete Plazas, esta encuesta se lo realiza con fines académicos y no será publicada por ningún medio impreso o digital, por lo tanto la información que usted proporcione debe ser real, para mejorar las herramientas comunicacionales.

Marque su respuesta con una **X** En el cuadro correspondiente y responda las interrogantes de manera puntual.

Edad.....

Género: Masculino Femenino

Estado civil: Soltero Casado Divorciado

Lugar de residencia:.....

Lugar de trabajo:.....

Lugares que frecuenta a menudo (Se refiere a los sitios que visita en su tiempo libre)

.....
.....

Educación: Primaria Secundaria Universitaria Otra.....

Clase Social: Bajo Medio Alto

Ocupación o Profesión:.....

1. ¿Cuál de estas herramientas tecnológicas tiene a su disposición?

Tablet Computador Portátil Computador Escritorio

2. ¿De los dispositivos mencionados anterior mente cuál de ellos utiliza con más frecuencia? (Escoja una sola opción)

.....
.....
.....

3. ¿El o los dispositivos seleccionados anterior mente a que gama pertenece?

(Refiriéndose a gama como la calidad, precio, potencia y construcción del dispositivo)

Gama baja Gama media Gama alta

4. ¿Cuenta usted con conexión a internet en su hogar?

Si No

5. ¿Cuenta usted con conexión a internet en su lugar de trabajo?

Si No

6. ¿Con que frecuencia utiliza internet?

Ocasionalmente A Diario Semanalmente

7. ¿Cuánto tiempo permanece conectado?

1 hora+ 2horas+ 5horas+

8. ¿Cuáles son las actividades que usted realiza al momento de conectarse a internet?

(Lo utiliza con fines investigativos, trabajo, navegar por internet, ver sus redes sociales)

.....
.....

9. ¿Ha visitado sitios en internet para consultar el lugar o sector antes de visitarlo?

Sí No

10. ¿Dispone usted del tiempo y dinero necesario para realizar actividades turísticas?

Si No

11. ¿Cuál es su fuente de información principal cuando se trata de visitar un lugar o sector?

.....
...

12. ¿Conoce usted o ha escuchado hablar sobre el Cantón Saquisilí y sobre sus diferentes espacios comerciales como Las Siete Plazas?

Si No

13. ¿Le gustaría poder ver información sobre espacios comerciales sin salir de su espacio de confort? (Refiriéndose a confort como el espacio en el cual usted puede permanecer cómodo sin interrupciones)

Si No

14. ¿Ha utilizado alguna vez algún medio tecnológico como una fuente de consulta?

(Entendiendo como medio tecnológico un cd interactivo, una aplicación, enciclopedia, etc.)

Si No

15. ¿Ha utilizado alguna vez un recorrido virtual? (Refiriéndose a recorrido virtual un conjunto imágenes sobre espacios reales con las cuales pueda interactuar)

Si No

16. Le gustaría tener la posibilidad de encontrar información acerca de lugares o espacios sobre herramientas tecnológicas.

Si No

17. ¿Cuándo usted visita estos lugares que tipo información le sería importante o de utilidad?

.....
.....
.....

18. ¿Le gustaría que se realicen este tipo de iniciativas sobre bases tecnológicas?

Sí No