



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FLORA Y FAUNA DEL SECTOR LAS
CHORRERAS DEL ZAPANAL DEL RECINTO LA ENVIDIA, DEL CANTÓN
LA MANÁ, A TRAVÉS DE LA GUÍA MULTIMEDIA”**

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

Autora:

Pilaguano Pilatasig Dayra Alicia

Tutora:

Msc. Marcela Ximena Parra Pérez

LATACUNGA – ECUADOR

MARZO – 2017



AUTORÍA

Yo Pilaguano Pilatasig Dayra Alicia declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: “DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FLORA Y FAUNA DEL SECTOR LAS CHORRERAS DEL ZAPANAL DEL RECINTO LA ENVIDIA, DEL CANTÓN LA MANÁ, A TRAVÉS DE LA GUÍA MULTIMEDIA”, siendo Msc. Parra Pérez Marcela Ximena directora 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.

PILAGUANO PILATASIG DAYRA ALICIA

C.I. 050344936-5



FORMULARIO DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE LECTORES

En calidad de Miembros del Tribunal de Lectores aprueban el presente Informe de Titulación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias Humanas y educación; por cuanto, la postulante:

- Pilaguano Pilatasig Dayra Alicia

Con el proyecto, cuyo título es: **“DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FLORA Y FAUNA DEL SECTOR LAS CHORRERAS DEL ZAPANAL DEL RECINTO LA ENVIDIA, DEL CANTÓN LA MANÁ, A TRAVÉS DE LA GUÍA MULTIMEDIA”**

Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al **Acto de Defensa de Proyecto de Titulación II** en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, marzo 2017

Para constancia firman:

LECTOR 1

Msc. Raúl Jiménez

LECTOR 2

Msc. Joselito Otáñez

LECTOR 3

Dr. Edwin Vaca



AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FLORA Y FAUNA DEL SECTOR LAS CHORRERAS DEL ZAPANAL DEL RECINTO LA ENVIDIA, DEL CANTÓN LA MANÁ, A TRAVÉS DE LA GUÍA MULTIMEDIA”, de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, marzo 2017

Msc. Marcela Ximena Parra Pérez

C.I. 010293729-9

AGRADECIMIENTO

Dios mío gracias por ayudarme a cumplir uno de mis objetivos. A mi Madre Carmen pues, sin su apoyo y aliento no hubiera conseguido este logro; a mi Padre Segundo que siempre fue mi fortaleza, a mis hermanos en especial a mi hermana y amiga Janeth, cuando necesité de un consejo, estuviste a mi lado. Cuando necesité apoyo, estuviste a mi lado. Siempre me animaste a continuar gracias hermana por todo tu apoyo, a mis cuñados Margarita y Fernando, a mis sobrinos por brindarme la felicidad.

Agradezco a un gran amigo, Juan Tapia, gracias por tu ayuda durante todo este tiempo, agradezco tu paciencia, tu apoyo, has sabido escucharme y ayudarme siempre que te lo he pedido, un agradecimiento fraterno por ser ese amigo en quien puedo confiar, al igual agradezco a un gran profesional Lic. Iván Pacheco por sus buenos consejos de amigo.

Agradezco a todos mis docentes porque impartieron y ayudaron en mi formación personal y profesional.

A mi directora de proyecto de investigación Msc. Ximena Parra por el asesoramiento y ayuda brindada.

Agradezco a la prestigiosa UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI que me abrió sus puertas para mi formación profesional.

Dayra Pilaguano

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, hermanos/a; Segundo Pilaguano y Carmen Pilatasig, Janeth Pilaguano, quienes creyeron en mí siempre, dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a valorar, todo lo que tengo, para ustedes este logro, porque han fomentado en mí, el deseo de superación y de triunfo en la vida.

Para ustedes con mucho cariño este gran logro, que lo he conseguido gracias a la constante dedicación.

Dayra Pilaguano

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Autora:

Pilaguano Pilatasig Dayra Alicia

RESUMEN

TEMA: “DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FLORA Y FAUNA DEL SECTOR LAS CHORRERAS DEL ZAPANAL DEL RECINTO LA ENVIDIA, DEL CANTÓN LA MANÁ, A TRAVÉS DE LA GUÍA MULTIMEDIA”.

Cotopaxi posee hermosas áreas turísticas a donde acuden turistas locales y nacionales, estos asentamientos son conocidos en todo el mundo como el volcán Cotopaxi (Parque Nacional Cotopaxi), la laguna del Quilotoa entre otros, por cuando son conciliados como referentes turísticos, existen atractivos naturales por su flora y fauna alejados de las grandes capitales, como las Chorreras del Zapanal del recinto la Envidia del cantón La Maná. Por ello, la recopilación, diagnóstico de la información teórica, visual, el diseño una línea gráfica básica y la aplicación de: edición fotográfica, vectorial, corrección de color y maquetación web se unificaran para diseñar una guía multimedia, permitiendo que esta zona turística difunda el turismo local y nacional; debido a las bondades de las nuevas tecnologías de la información, por la facilidad que estas prestan al mostrarse en cualquier tipo de dispositivo móvil mejorando los niveles de visibilización, acceso y presentación de la información; por ende, la presencia en los medios de difusión digital permiten optimizar recursos y generar mayor nivel de conocimiento turístico.

Palabras clave: Chorreras del Zapanal, tecnologías de la información, línea gráfica, maquetación web, difusión turística.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Autorths:

Pilaguano Pilatasig Dayra Alicia

ABSTRACT

THEME: “TOURIST DIFFUSION OF THE FLORA AND FAUNA OF THE SECTOR THE SPOUTS OF THE ZAPANAL OF THE ENCLOSURE THE ENVY, OF THE CANTON THE MANÁ, ACROSS THE GUIDE MULTIMEDIA”.

Cotopaxi Province has beautiful tourist areas where national and international visitors can arrive; these sights are well-known all over the world such as Cotopaxi Volcano (Cotopaxi National Park), Quilotoa Lake, among others. Therefore, these sights are important attractions, but there are others ones which are unknown for example Zapanal waterfalls (Chorreras del Zapanal), located at ‘La Envidia’ village in ‘La Maná’ Canton. They are a great touristic attraction because of its innate flora and fauna. Both multimedia and visual design, are two study areas closely related, they are used as communication tools that have graphic expression. Consequently, both fields will work together in order to create a proposal regarding a multimedia guide that applies photo and vector editing, color correction, and web layout which will be applied through a grid system to diagram and generate interfaces through the design and layout components that can achieve an integral solution. In addition, they can cover aspects such as information, functionality, accessibility, and diffusion through the hierarchical navigation system and multimedia applications such as text, pictures, and icons, as well as static and dynamic images; these may combine to improve the experience of the user. This web site shares information about social and economic level of ‘La Envidia’ village, taking into account web and social networks in order to achieve higher popularity ratings and are well-known by visitors.

Keywords: Visual design, Chorreras del Zapanal (Zapanal waterfalls), multimedia elements, hierarchical navigation system, tourism diffusion.



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señor Egresado de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado de la Unidad Académica de Ciencias Humanas y Educación: **PILAGUANO PILATASIG DAYRA ALICIA**, cuyo título versa “**DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FLORA Y LA FAUNA DEL SECTOR LAS CHORRERAS DEL ZAPANAL DEL RECINTO LA ENVIDIA, DEL CATÓN LA MANÁ, A TRAVÉS DE UNA GUÍA MULTIMEDIA**”, 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, Marzo 2017

Atentamente,

Mg. Patricia Marcela Chacón Porras

DOCENTE INGLÉS CI-UTC

C.C. 0502211196

ÍNDICE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI	i
AUTORÍA	ii
FORMULARIO DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE LECTORES	iii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
4.1 Beneficiarios directos:	4
4.2 Beneficiarios indirectos:	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
6. OBJETIVOS	5
6.1 Objetivo general.....	5
6.2 Objetivos específicos	6
7. ACTIVIDADES Y TAREAS EN RELACIÓN A OBJETIVOS PLANTEADOS	6
7.1 Objetivos específicos, actividades y metodología	6
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	7
8.1 Turismo.....	7
8.2 Turista.....	8
8.3 Guía turística.....	8
8.4 Producto turístico.....	9

8.5	La Maná	10
8.6	La Envidia.....	11
8.7	Ubicación.....	11
8.8	Flora	12
8.9	Fauna.....	12
8.10	Chorreras del Zapanal.....	12
8.10.1	Chorrera San Martín	13
8.10.2	Chorrera Escondida.....	13
8.10.3	Chorrera Muerte.....	13
8.10.4	Chorrera Mirador	13
8.10.5	Chorrera El Tobogán	13
8.10.6	Chorrera El Lago	14
8.11	Fotografía digital.....	14
8.12	Clasificación de la fotografía digital.....	14
8.12.1	Fotografía turística.....	14
8.12.2	Fotografía social	15
8.13	Características de los contenidos digitales.....	16
8.13.1	Características únicas de uso	16
8.14	Contenidos digitales: características básicas	17
8.15	Medios para difundir contenidos turísticos.....	17
8.16	Multimedia.....	18
8.16.1	Elementos de la multimedia.....	18
8.16.2	Clasificación según su sistema de navegación	19
8.17	Fases en el desarrollo de aplicaciones multimedia interactivas.....	21
8.18	Concepto o pre-producción.....	21
8.18.1	Análisis	22
8.18.2	Desarrollo.....	22

8.18.3 Implementación	22
8.18.4 Campos del multimedia o acepciones.....	23
8.19 La interactividad	23
8.20 Identidad corporativa	24
8.20.1 Imagotipo	24
8.20.2 Color	25
8.21 Psicología del color.....	26
8.22 Tipografía.....	26
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS	27
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL	27
10.1 Tipo de investigación.....	27
10.1.1 Bibliográfica	27
10.1.2 Investigación de campo	27
10.2 Métodos de investigación	28
10.2.1 Método inductivo.....	28
10.3 Método descriptivo	28
10.4 Técnicas de la investigación	28
10.4.1 La observación.....	28
10.4.2 La encuesta.	29
10.4.3 La entrevista.....	29
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	29
11.1 Análisis de interpretación	29
11.1.1 Población	29
11.2 Operación de variables.....	29
11.2.1 Variable independiente	29
11.2.2 Variable dependiente	29
12. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	41

13.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	43
13.1	Tema:	43
13.2	Presentación del tema	43
13.3	Problema:	44
13.4	Requerimiento de la propuesta	45
13.4.1	Análisis de creatividad.....	45
13.4.2	Factibilidad de la aplicación de la propuesta creativa	45
13.5	Línea de identidad gráfica básica.....	45
13.6	Usos correctos del imagotipo.....	46
13.7	Significado de los colores	47
13.8	Colores web	48
13.9	Tipografías para medios de difusión on-line	48
13.9.1	Requerimientos técnicos	49
13.10	Alcance	50
13.10.1	Descripción de la propuesta.....	50
13.10.2	Requisitos funcionales del sistema	50
13.10.3	Árbol de navegación	50
13.11	Estructura	51
13.11.1	Prototipo de baja fidelidad.....	51
13.11.2	Retícula	52
13.11.3	Esqueleto.....	53
14.	IMPACTOS (SOCIALES, ECONÓMICOS)	63
14.1	Social.....	63
14.2	Económico	63
15.	PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	63
15.1	Recursos económicos.....	63
15.2	Recursos indirectos	64

15.3	Costos indirectos.....	64
15.4	Costos de guía multimedia.....	65
15.5	Costos de implementación.....	65
16.	CONCLUSIONES.....	66
17.	RECOMENDACIONES	66
18.	BIBLIOGRAFÍA.....	67
19.	AMEXOS	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Actividades y sistema de trabajo.....	6
Tabla 2:	Operación de variables.....	29
Tabla 3:	Género	30
Tabla 4:	Edad.....	31
Tabla 5:	Lugares turísticos	31
Tabla 6:	Turismo	32
Tabla 7:	Desarrollo de una guía multimedia turística	33
Tabla 8:	Promoción de lugares	34
Tabla 9:	Medios.....	35
Tabla 10:	Difusión web	36
Tabla 11:	Beneficios.....	37
Tabla 12:	Accesibilidad.....	38
Tabla 13:	Turistas	39
Tabla 14:	Economía.....	40
Tabla 15:	Construcción del imagotipo	46
Tabla 16:	Usos correctos del imagotipo	47
Tabla 17:	Significado de los colores	47
Tabla 18:	Colores web.....	48
Tabla 19:	Tipografías para medios de difusión on-line.....	49

Tabla 20: Árbol de navegación.....	51
Tabla 21: Prototipo de baja fidelidad	52
Tabla 22: Retícula.....	53
Tabla 23: Inicio.....	54
Tabla 24: Galería flora.....	54
Tabla 25: Galería fauna	55
Tabla 26: Galería videos.....	55
Tabla 27: Mapa.....	56
Tabla 28: Hospedaje	57
Tabla 29: Restaurantes	57
Tabla 30: Tipografía	58
Tabla 31: Cromática	58
Tabla 32: Íconos inicio	59
Tabla 33: Íconos interfaz inicio.....	60
Tabla 34: Íconos galería flora.....	60
Tabla 35: Íconos galería fauna	61
Tabla 36: Íconos galería videos.....	61
Tabla 37: Íconos hospedaje	62
Tabla 38: Restaurantes	62
Tabla 39: Costos de preproducción	63
Tabla 40: Costos en producción	64
Tabla 41: Recursos tecnológicos	64
Tabla 42: Costos de guía multimedia.....	65
Tabla 43: Total de costos.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Navegación lineal.....	20
Gráfico 2: Navegación reticular	20
Gráfico 3: Navegación jerarquizado.....	21

Gráfico 4: Género	30
Gráfico 5: Rango de edad de habitantes encuestados.....	31
Gráfico 6: Lugares turísticos	32
Gráfico 7: Turismo	33
Gráfico 8: Desarrollo de una guía multimedia turística	34
Gráfico 9: Promoción de lugares.....	35
Gráfico 10: Medios.....	36
Gráfico 11: Difusión web	37
Gráfico 12: Beneficios.....	38
Gráfico 13: Accesibilidad.....	39
Gráfico 14: Turistas.....	40
Gráfico 15: Economía.....	41

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a la Sra. Hilda Astudillo moradora del recinto La Envidia	72
Anexo 2: Encuesta al Sr. Jaime Intriago morador del recinto la Envidia	72
Anexo 3: Encuesta a la Sra. Paola Ríos moradora del recinto La Libertad	73
Anexo 4: Entrevista a la Sra. María Durán propietaria del restaurante “La Casa del Bolón” .	73
Anexo 5: Entrevista al Sr. Sebastián Mesa propietario del restaurante “La Casa del Bolón”	74
Anexo 6: Llegada a la comuna Zapanal (7 cascadas)	74
Anexo 7: Fotografía de la cascada La Escondida	75
Anexo 8: Fotografía de la Cascada La Muerte.....	75
Anexo 9: Ingreso a la Cascada El Mirador	76
Anexo 10: Fotografía de la Cascada El Amor	76
Anexo 11: Proceso de retoque fotográfico.....	77
Anexo 12: Proceso de optimización de imágenes para web	77
Anexo 13: Creación de imagotipo de las Chorreras del Zapanal.....	78
Anexo 14: Creación de Línea Gráfica de las Chorreras del Zapanal.....	78

Anexo 15: Diseño de interfaces web.....	79
Anexo 16: Entrevista al Sr. Julio Paúl Pino Gallo – controlador del medio de transporte Río San Pablo	79
Anexo 17: Datos geográficos de las Chorreras del Zapanal (GPS)	80
Anexo 18: Datos informativos	80
Anexo 19: Informativo	81
Anexo 20: Coordenadas geográficas de la cascada San Martín.....	81
Anexo 21: Coordenadas geográficas de la cascada la Escondida	82
Anexo 22: Coordenadas geográficas de la cascada la Muerte	82
Anexo 23: Coordenadas geográficas de la cascada el Amor	83
Anexo 24: Coordenadas geográficas de la cascada el Tobogán	83
Anexo 25: Coordenadas geográficas de la cascada el Lago	84
Anexo 26: Informativo del sendero.....	85

1 INFORMACIÓN GENERAL

Título del proyecto

“DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA FLORA Y FAUNA DEL SECTOR LAS CHORRERAS DEL ZAPANAL DEL RECINTO LA ENVIDIA, DEL CANTÓN LA MANÁ, A TRAVÉS DE LA GUÍA MULTIMEDIA”.

Tipo de Proyecto:

Para el presente proyecto se empleará la investigación aplicada ya que se organizará y sintetizará la información adquirida durante la investigación de las “Chorreras del Zapanal” y servicios de turismo que ofrecen los habitantes del recinto La Envidia del cantón La Maná para ser utilizado en la propuesta de guía multimedia.

Propósito:

Potenciar el turismo local y nacional en zonas turísticas poco conocidas a través de una guía multimedia que hoy en día se encuentra en auge.

La elaboración de esta guía turística formará parte de la solución, para que el turismo local y nacional tenga mayor conocimiento sobre el acceso a las Chorreras del Zapanal que posee una gran riqueza de flora y fauna.

Fecha de inicio:

Octubre 2016

Fecha de finalización:

Marzo 2017

Lugar de ejecución:

Recinto la Envidia, cantón La Maná, provincia de Cotopaxi - zona 3

Unidad Académica que auspicia

Unidad Académica de Ciencias Humanas y Educación.

Carrera que auspicia:

Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado.

Equipo de Trabajo:

Tutor: Msc. Marcela Ximena Parra Pérez

Investigadora:

Dayra Alicia Pilaguano Pilatasig

Coordinadores del proyecto:

Nombres: Dayra Alicia Pilaguano Pilatasig

Teléfono: 0984112770

Correo electrónico: dayrapilaguano92@gmail.com

Líneas de investigación:

- UTC

LÍNEA 6

Tecnologías de la información y comunicación (TIC's) y diseño gráfico

Los proyectos de investigación que se enmarquen en esta línea, tendrán como objetivos 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 el proceso de elaboración, presentación y propuesta gráfica y desarrollar proyectos innovadores de diseño gráfico aplicados a distintas áreas del conocimiento.

LÍNEA 11

Planificación y gestión sostenible del turismo

El turismo sostenible tiene como finalidad favorecer la conservación de los recursos naturales, culturales y patrimoniales, así como potenciar el desarrollo socioeconómico de las

comunidades locales, a través del conocimiento y aprovechamiento del patrimonio natural y cultural. En consecuencia, el objetivo de esta línea es el diagnóstico, análisis, diseño y ejecución de modelos turísticos sostenibles que respondan a estas necesidades.

Sublínea:

- DISEÑO GRÁFICO

Diseño gráfico aplicado a la sostenibilidad ambiental y socio ecológico de la comunidad (Ecodiseño)

2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Mediante el estudio de las mejores herramientas en el desarrollo de una línea gráfica básica de identidad y tratamiento de información, se plantea investigar cuales son los medios óptimos de las nuevas tecnologías de la información para difundir la flora y fauna del sector Chorreras del Zapanal del recinto La Envidia, mediante una guía multimedia.

Para el desarrollo de este proyecto se ha tomado como referencia elementos de Peter Marville, método de Jesse James Garrett y Joan Costa; el cual consiste en el desarrollo de imagen corporativa como iniciación para el desarrollo de un producto multimedia.

Por ello, se realizó una investigación de observación; el cual, se pudo evidenciar los problemas de reconocimiento y difusión de esta zona turística que consta de una variada cantidad de especies innatas de flora y fauna.

El aporte de la propuesta está en proporcionar un medio informativo que permitirá dar a conocer el sector de las Chorreras del Zapanal, mediante información textual concreta y elementos audiovisuales como fotografías, videos, etc. Estructurada de acuerdo a los principios de la arquitectura de información para lograr un guía multimedia funcional.

3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Las tecnologías de la información y la comunicación actualmente han establecido nuevas reglas cuando de informar, o promocionar se trata y han determinado las nuevas oportunidades de negocio; debido a las bondades de la tecnologías de la información se ha logrado que muchos lugares sean reconocidos por la facilidad que prestan al mostrarse en

cualquier tipo de dispositivo móvil, mejorando los niveles de visibilización, acceso y presentación de la información de sitios alejados de las grandes capitales.

El aporte investigativo permitirá determinar la línea gráfica, la identidad corporativa, la maquetación, programación, que, a través de la metodología centrada en el usuario, logra determinar la factibilidad de la propuesta. El proyecto aporta a las líneas de investigación al estar ligadas con las tecnologías de información a través de una guía multimedia que ayudará difundir los atractivos turísticos, sin la necesidad de utilizar medios tradicionales ayudando a la sostenibilidad ambiental al no incurrir en la utilización de materiales como: papel, tinta, solventes, disolventes, que son elementos que contamina el ambiente.

Las nuevas tecnologías de la información permitirán dar a conocer no solo a nivel local este paraíso, considerando que el nivel de acceso a la información puede ser desde cualquier rincón del mundo, apoyando el turismo local la sostenibilidad socioeconómica permitiendo elevar las posibilidades del desarrollo de los pueblos, aportando en la difusión de la biodiversidad, flora y fauna de las Chorreras del Zapanal, el proyecto tiene como principales beneficiarios los moradores del recinto, turistas locales, nacionales, autoridades y su principal impacto será el reconocimiento de los espacios naturales del sector, hacia la comunidad en general.

4 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1 Beneficiarios directos:

El presente proyecto beneficiará al turismo local y nacional, pero directamente a 40 familias oriundas del recinto La Envidia del cantón La Maná, al igual que a moradores de los recintos vecinos como: 15 habitantes del recinto Estero Hondo, y 15 familias cercanas al recinto La Libertad, contribuyendo al progreso de la economía local.

4.2 Beneficiarios indirectos:

Los beneficiarios indirectos son los turistas que decidan visitar el lugar, se estima que estos incrementarán paulatinamente.

5 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la provincia de Cotopaxi existen lugares alejados de la capital que poseen gran biodiversidad en sus alrededores, pero que aún no han sido visibilizados en el turismo provincial y nacional; cabe mencionar, que esta provincia se destaca por poseer cantones con una gran variedad de climas como el caso de La Maná que, aunque posee una amplia biodiversidad de flora, fauna y zonas turísticas, no tiene presencia en las nuevas tecnologías de la información.

El Departamento de Turismo del cantón La Maná ha empezado a mostrar interés en el turismo, ayudando al desarrollo y difusión de otros atractivos poco comunes del recinto La Envidia, sin tomar a consideración la activa biodiversidad de las Chorreras del Zapanal, por tal razón, no se ha realizado una investigación que ayude a mejorar la situación turística del sector; no obstante, es importante mejorar los niveles de promoción turística.

La administración y los moradores del recinto La Envidia no tienen el conocimiento necesario del uso de las nuevas tecnologías de información; el propietario de la finca no dispone de los recursos económicos necesarios para invertir en la mejora del acceso a las Chorreras del Zapanal; lo que ha ocasionado que disminuya los niveles de visibilización e interés turístico; si todo da un giro de manera positiva, se aportará mejorando rasgos de visibilización, acceso y presentación de la información de esta zona turística.

Todo lo anterior permite sustentar que el problema de investigación es la invisibilización y difusión turística de los sectores alejados de las grandes capitales causa el desconocimiento de su belleza natural en el turismo nacional.

6 OBJETIVOS

6.1 Objetivo general

- Difundir la flora y fauna del sector las Chorreras del Zapanal del recinto La Envidia del cantón La Maná, a través de la guía multimedia, para favorecer al desarrollo del turismo.

6.2 Objetivos específicos

- Recopilar la información visual, teórica de la flora y fauna mediante la investigación de campo y bibliográfico de las Chorreras del Zapanal para desarrollar la propuesta creativa.
- Diagnosticar el estado actual de afluencia turística en las Chorrera del Zapanal.
- Elaborar una guía multimedia para difundir la flora y fauna del sector Chorreras del Zapanal del recinto La Envidia del cantón La Maná.

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

7.1 Objetivos específicos, actividades y metodología

Tabla 1: Actividades y sistema de trabajo

Objetivo	Actividades	Resultado de la Actividad	Descripción de la metodología por actividad
Recopilar la información visual, teórica de la flora y fauna mediante la investigación de campo y bibliográfico de las Chorreras del Zapanal para desarrollar la propuesta creativa.	Revisión bibliográfica Filmación y toma fotográfica Observación Ubicación	Caracterización de la flora y la fauna Ficha técnica Expresado en un archivo digital.	Observación Análisis documental Recursos visuales
Diagnosticar el estado actual de afluencia turística de las Chorrera del Zapanal.	Elaboración del instrumento Aplicación del instrumento Procesamiento del instrumento e interpretación Elaborar informe	Diagnóstico del estado actual de la afluencia turística	Encuesta Entrevista

Elaborar una guía multimedia para difundir la flora y fauna del sector Chorreras del Zapanal del recinto la Envidia del cantón La Maná.	Diseño de identidad gráfica Edición fotográfica, vectorial y corrección de color Maquetación Programación	Guía multimedia para difundir el sector Las Chorreras del Zapanal	Responsive Web Desing Retoque digital Modelación
---	--	---	--

Elaborado por: La Investigadora

8 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1 Turismo

El término turismo hace referencia a la actividad multisectorial que requiere la participación de distintas áreas productivas como: turismo, agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas.

De acuerdo con Sánchez, (2010) no tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento.

Entonces, el turismo es el ejercicio de interacción de todas las actividades asociadas con el apartamiento de personas hacia lugares distintos de su residencia; el turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares; sin embargo, una de las estrategias para el desarrollo del turismo local es una adecuada difusión de destinos turísticos, basada en información turística que incentive el deseo de viajar.

El turismo, tanto internacional como doméstico, constituye un marco en el que generalmente entran en contacto personas de diferentes características socioeconómicas y culturales, generando diversos efectos sobre el destino turístico.

Por su parte Díaz (2015) considera al turismo como actividades a realizar durante viajes y estancias en lugares distintos por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, al igual que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

De acuerdo a las definiciones anteriores el turismo es una actividad que realizan los visitantes, que son motivados a realizar por razones de ocio o tiempo libre, esto hace que el turista se desplace hacia el destino que desee, sin que realice algún tipo de actividad económica para beneficio de él, porque el turista tiene que realizar actividad de consumo en el sitio para que pueda llamarse turismo.

8.2 Turista

El turista es la persona que hace turismo. Para el mercado turístico, el consumidor es denominado turista, pues es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que ingrese a un lugar distinto con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

En un sentido más amplio Sánchez (2010) considera que los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; se considera dos tipos de visitantes como los que viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, y los visitantes de un día o excursionistas que son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país o lugar visitado.

Las personas que acuden a un lugar determinando fuera de su residencia habitual son considerados como turistas que se trasladan de un lugar a otro sin motivos de residencia y de ejercer alguna actividad remunerada.

8.3 Guía turística

El guía de turismo es una persona con conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos.

Sánchez (2010) considera que su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda en el turista en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el

manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local. El servicio lo proporciona a través de un contrato celebrado directamente con el turista o por medio de un organismo público o privado. Uno de estas fuentes de información es la Guía Turística.

Por su parte una Guía Turística es una publicación digital o impresa que permite promocionar el patrimonio turístico de una localidad. Siendo una expresión que designa libros u otro tipo de publicación (impresa, disco compacto multimedia, Internet, etc.) que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar. Cumple la función de facilitar información tal como si se tratase de una persona especializada en esta profesión.

8.4 Producto turístico

Un producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo a nivel local, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten el desarrollo turístico en un espacio determinado; no obstante, se suele confundir los términos atractivos con recursos: los recursos naturales, culturales, históricos, son el fundamento para el desarrollo posterior del atractivo, mientras que los recursos, en su forma original, son la materia prima de futuros atractivos.

De acuerdo con Sánchez (2010) el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida, por tanto, un producto turístico es expresado como la conjunción de un destino o espacio geográfico determinado y de una imagen que lo identifica o diferencia.

Los productos turísticos poseen características entre ellas se menciona:

- a) Perecedero: No se pueden almacenar en stock, un servicio no utilizado constituye una pérdida irre recuperable para la organización.
- b) No expendible: Está condicionado a la presencia del cliente, por eso es importante el desplazamiento.

c) Inseparable: La producción y el consumo se hacen muchas veces en el mismo lugar y en el mismo momento siendo simultáneas.

d) Rígido: Se produce por el enorme coste de las inversiones turísticas y el considerable tiempo de su construcción, la oferta no puede seguir las variaciones de la demanda con la misma rapidez con que se producen.

8.5 La Maná

El origen de la palabra La Maná, tiene sus misterios y encantos, ha sido muy discutida, pues La Maná tiene sus significados aceptables. Según el vocablo La Maná, proviene de “LANG MANA ATTI”, que significa mina del Gran Rey, por existir en el subsuelo abundancia de oro y otros minerales, teoría que se fortalece con el hallazgo de objetos arqueológicos en especial en el sector de Estero Hondo. Según el vocablo colorado MANA significa “Hermoso, Grande”, que se atribuye a la fertilidad y a la generosidad de su suelo, ya que es apto para todo tipo de cultivo.

Todos los pueblos se han formado a través del trajinar de los años, unos han necesitado largas décadas, otros apenas unos pocos años. Al Cantón y ciudad de La Maná, le ubicamos en el segundo grupo, la evolución y crecimiento de este girón de la Patria ha sido tan rápido que según el Censo de 1.950, ni siquiera aparece como población y aún éramos un recinto de la parroquia El Tingo (La Esperanza), en esa época existían cinco cantones en Cotopaxi siendo La Maná, pueblo incrustado en el inicio mismo de la región Interandina o Sierra y de la región Costanera, goza de un exquisito clima, sus habitantes provienen de todos los confines de la Patria, es decir La Maná es un Ecuador en miniatura, lo que le ha convertido en la ciudad Cosmopolita más joven del País. (Villareal, 2013, p.16)

Entonces el nombre de La Maná, en la escritura pública que otorga el Sr. Julio Rivadeneira, a los señores, Carlos Lozada Quintana, Gonzalo Albarracín; personajes venidos de la región Interandina. El Señor Rivadeneira vende los terrenos montañosos denominados “La Maná” (Villareal, 2013). De los tres personajes el más destacado es el Señor Carlos Lozada que figura como un verdadero filántropo, el más connotado de La Maná, el mismo que de sus tierras donó todos los lotes necesarios para las plazas, parques, calles, escuelas y más servicios indispensables para el bienestar comunitario. El pueblo de La Maná con renovado esfuerzo y valor, acude al Municipio de Pujilí a solicitar la Ordenanza y le corresponde al Sr. Manuel Heriberto Ruíz Navas Presidente del Concejo de Pujilí ponerla en consideración del

Presidente Dr. Camilo Ponce Enríquez que mediante Decreto Ejecutivo N° 1100 de 30 de Septiembre de 1957, se aprueba la parroquialización de La Maná y se publica en el Registro Oficial No. 340 del 18 de Octubre de 1957.

8.6 La Envidia

Para llegar a La Maná, ciudad ubicada en el Sureste de la provincia de Cotopaxi, debe partir desde Latacunga y dirigirse hacia el Este (Villareal, 2013). Atravesará un hermoso valle de clima templado y pasando por Pujilí, Zumbahua, Pilaló, y Tingo, para ascender la cordillera Occidental de los Andes y luego descender para encontrarse con una llanura de abundante vegetación que parece una sábana verde, rica en producción agrícola y de flora y fauna silvestre de la misma manera afirma que:

El recinto La Envidia del cantón de La Maná cuenta con 7 cascadas naturales, cuevas milenarias, balnearios de agua dulce y comida típica. En el trayecto del camino hacia las cascadas el turista puede admirar el encanto de su vegetación y fauna. Las extensas plataneras conducen hasta las Chorreras del Zapanal, la tierra de las siete cascadas.

El origen de su nombre de las 7 cascadas se debe a igual número de caídas de agua transparente que existen en solo un kilómetro de extensión montañosa y de sembríos de maíz, yucas, cacao, naranjas y plátanos. Se encuentran ubicadas a tan sólo una hora de La Maná, a 14 km, por una carretera secundaria que lleva a Estero Hondo. Desde el recinto la Envidia se realiza una caminata de 1 kilómetro por el bosque al cerro La Olivita. La temperatura promedio anual es de 25°C. (p. 15)

Sabiendo que las facilidades turísticas que ofrece el recinto no son óptimas para atracción de los turistas, por lo que se tiene que mejorar la accesibilidad hacia el producto turístico y así tener la captación de turistas y en particular lograr el ansiado incremento del flujo turístico que facilitará mejorar el destino ofertado.

8.7 Ubicación

Las Chorreras del Zapanal de gran atractivo turístico por su diversidad de flora y fauna. Ubicado a cuarenta minutos de La Maná, a 14 km, por una carretera secundaria que lleva a Estero Hondo. Desde el recinto la Envidia se realiza una caminata de 1 kilómetro por el bosque al cerro La Olivita (Villareal, 2013). En un solo kilómetro se encuentran las cascadas; sin embargo, el clima en cuanto a la temperatura promedio anual es de 25 grados centígrados.

8.8 Flora

Vegetación inminente propia de una zona turística, que desde su belleza innata atrae la visita de propios y extraños a sus alrededores. Respecto a la flora encontramos una gran variedad de plantas de gran tamaño entre las que podemos mencionar las siguientes: orquídeas, bromelias y caña dulce esta es una alternativa eco-turística. (Villareal, 2013).

La Maná es la única vía por la que se puede llegar a disfrutar de estos atractivos naturales. Hoy en día, gran parte de la flora en general ha sido considerada como patrimonio innato propio de las zonas donde se encuentran ubicadas.

8.9 Fauna

Característica propia de los sectores turísticos que a su vez poseen especies únicas en el sector. Se puede observar animales como guatusas y liebres que en medio de la espesa vegetación pasan de un sitio a otro como queriendo brindar un caluroso saludo a los visitantes; con una gran variedad de animales propios de estas zonas captan la atención del turismo local, nacional y extranjero. (Villareal, 2013, p.23)

8.10 Chorreras del Zapanal

Las Chorreras del Zapanal patrimonio turístico, de vista espectacular a encantador sitio como se puede catalogar a estas hermosas cascadas debido a la impresionante caída de sus aguas cristalinas y frías, en un ambiente totalmente inigualable; un refugio de descanso donde sentirá la naturaleza y respirará aire puro (Villareal, 2013). Aquí, no solo podrá caminar por limpios senderos, escuchar el silbido del viento y el trinar de los pájaros, sino conocer árboles como el “pachaco”.

El atractivo de las siete cascadas es de carácter natural, rico en fauna y flora en medio de un bosque húmedo tropical, ideal para el turismo de aventura y ecológico, su encuentro invita al turista a la práctica de la natación, el descanso y relax. En el trayecto del camino hacia las cascadas el turista puede admirar el encanto de su vegetación y fauna. Las extensas plataneras conducen hasta Las Chorreras del Zapanal, la tierra de las siete cascadas.

Su nombre 7 cascadas se debe al número de caídas de aguas transparentes, que existen en solo un kilómetro de extensión montañosa.

8.10.1 Chorrera San Martín

La primera cascada denominada “Chorrera San Martín” tiene un recorrido de 10 minutos de caminata, desde el puente del río Calope, lugar donde se podrá descansar y observar como el agua corre con fuerza para formar el río Calope (Villareal, 2013). Esta cascada toma este nombre debido al dueño de los terrenos por donde pasan sus aguas, se llama “Martín”.

8.10.2 Chorrera Escondida

La segunda cascada denominada “Cascada Escondida” considerada de esta manera por motivo de que está a cinco minutos de la primera (Villareal, 2013). Tomando este nombre debido al sendero que pasa cerca de ella, que no da mucha visibilidad y si una persona no conoce pasa sin darse cuenta.

8.10.3 Chorrera Muerte

Otro de los atractivos naturales con los que cuenta esta zona se menciona la cascada número tres (Villareal, 2013). Está a unos siete minutos de la cascada número dos, pudiendo llegar a ella a través del cauce del río, o siguiendo la ruta del sendero.

8.10.4 Chorrera Mirador

La cascada número cuatro tiene el nombre de “Mirador” y cinco identificada con el nombre de la cascada del “Amor” nos da la oportunidad de poder mirar desde la parte alta de la montaña (Villareal, 2013). Toda la llanura de la zona, además desde la parte baja se puede disfrutar la caída del agua que desciende unos 60 metros a una velocidad impresionante y se puede nadar en sus aguas cristalinas rodeadas de la naturaleza.

8.10.5 Chorrera El Tobogán

A pocos minutos a caminata hacia arriba se puede observar la cascada cinco identificada con el nombre de “El Tobogán”. Es una de las cascadas más concurridas por los turistas nacionales y extranjeros, debido a las actividades que se pueden realizar; se le ha dado este nombre a causa de los complejos recreacionales que tienen esta actividad artificial (Villareal, 2013). Este es el lugar ideal para disfrutarlo con la familia o grupo de amigos, que jugando al trencito se deslizan por encima de la roca, en una distancia de unos veinte metros aproximadamente, terminando en una pequeña poza, todo esto en su estado natural.

8.10.6 Chorrera El Lago

A paso firme y a pocos minutos se encuentra a la última cascada de las Chorreras del Zapanal identificada como “El Lago” este es un lugar donde los jóvenes disfrutan del deporte extremo, porque se aprovecha las bondades de la naturaleza, para lanzarse desde la parte alta, aproximadamente unos veinte metros (Villareal, 2013). Para caer en el lago que tiene unos ocho metros de profundidad y un diámetro de unos cuatro metros; además, este es un lugar ideal para nadar por la cantidad de agua que contiene.

8.11 Fotografía digital

Gómez Cruz (2012) señala que estudiar el argumento de la fotografía digital como una más, de una serie de foto-tecnologías. Hace de ella un conjunto de equipamiento tecnológico para poner en práctica la luz natural y artificial, con el objetivo de captar imágenes físicas, permanentes o transitorias de la gran diversidad de atractivos indistintos. De esta manera, su estudio aporta tres elementos clave como: la reflexión de la fotografía en el contexto de uso y producción, materialidad de las imágenes y la práctica fotográfica, tan cotidiana y común en personas que visitan zonas turísticas, cuando estos tres elementos hacen uno solo, se concibe a la fotografía como imagen y signo promocional de zonas turísticas por encima de la fotografía como tecnología.

La fotografía digital tiene presencia desde sus inicios hasta la actualidad con varias mejoras en sus implementos, en la actualidad son varios los elementos que predominan a la hora de realizar una composición fotográfica como el caso de la luz sea natural o artificial, elementos que rodean al objetivo y hasta el contraste y color que darán como resultado una fotografía de alta calidad.

8.12 Clasificación de la fotografía digital

8.12.1 Fotografía turística

La fotografía facilita el contacto con el mundo y la aproximación a zonas lejanas, muestran de forma estática paisajes que resultan de las interrelaciones entre factores físicos y humanos, permitiendo describir, analizar, comentar y comparar formas de ocupación y aprovechamiento del territorio. Así, la fotografía turística debe seguir lineamientos específicos que respondan al objetivo básico de mostrar, de promocionar, de brindar información y conocimiento.

La fotografía destinada para estos fines, de acuerdo a (Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez, 2006), debe contener datos específicos de geografía: suelos, clima, vegetación, relieve, fauna, así como también de elementos culturales, étnicos y poblacionales siendo los materiales promocionales que utilizan la fotografía deben saber explotar las imágenes y prescindir del abuso del texto escrito, tal es el caso de los elementos como color, texturas, composición, encuadre, perspectivas, deben pensarse concienzudamente y aun cuando el turismo es de la gente y para la gente.

La fotografía turística no debe abusar del elemento humano; éste sólo debe utilizarse en su justa dimensión, cuando sea necesario mostrar poblaciones, pueblos, ciudades o cuando las personas forman parte del ambiente.

(Lúquez, López, Blanchard, & Sánchez, 2006). Consideran que básicamente la fotografía turística puede ser de dos tipos. En su primera instancia La Fotografía Turística Personal que se caracteriza porque son hechas por propios turistas cuando visitan un atractivo.

El turista puede o no poseer conocimientos fotográficos previos pero lo interesante de esta fotografía turística es su potencial para convertirse en propaganda turística porque el turista toma la fotografía del destino, la muestra a familiares, amigos y conocidos y promueve y potencia el turismo en esas otras personas que ven la fotografía, sin la intención de “vender” comercialmente hablando, el mencionado destino ya la Fotografía Turística Publicitaria y Promocional.

Está o debería estar pensada, diseñada y ejecutada por especialistas en fotografía y marketing turístico puesto que, para realizarla, previamente deben tomarse en cuenta elementos importantes del marketing como el producto turístico, el precio, el tipo de promoción a la que se va a destinar, el mercado y los canales de distribución que se utilizarán.

8.12.2 Fotografía social

Gómez (2012) considera que el segundo elemento a mencionar tiene relación de carácter social con la fotografía digital. El hecho de que las imágenes puedan compartirse con tanta facilidad genera nuevas formas de publicación en los medios digitales, por ejemplo, modificando su trayectoria de uso. Mientras que las imágenes analógicas parecían servir como un recordatorio estático de una situación pasada. Más allá que la imagen funciona como conexión inmediata entre personas y atractivos turísticos, adquiere sentido a medida en que se

inserta en contextos en plataformas de redes sociales (como Facebook o Instagram), siendo en cada una de ellas diferente en cuanto a enlaces e imágenes indexadas.

En la actualidad existen nuevos y mejorados medios de publicación de contenido digital, hecho por el cual, las imágenes son compartidas en redes sociales con gran facilidad generando así mayores exigencias de publicación de estos medios.

8.13 Características de los contenidos digitales

Una navegación rápida y oportuna es lo que busca un usuario a la hora de navegar en internet. Camus (2009) menciona que el tiempo es tan limitante como los segundos, esto se ha constituido en un factor para definir que contenidos son los apropiados y cuales no con respecto a una página web; sin embargo, estas consideraciones generan entre los productores de contenidos digitales y la competencia, la necesidad de buscar nuevos elementos de interés y nuevas formas de difundir contenido digital con el fin de captar las miradas de los usuarios y convencerlos, que su sitio contiene todos los contenidos informativos que requieren.

A diferencia de usabilidad de los contenidos digitales en los medios de difusión que ha sido destacado por diferentes estudiosos del tema, como referente Camus (2009) refiere:

Debido a esta forma de interacción entre los usuarios y los espacios digitales que visitan, se ha generado la necesidad de contar con una nueva gramática que permita aprovechar de mejor manera las capacidades específicas que tienen dichas plataformas para optimizar el uso del tiempo de sus visitantes, entregar los contenidos y, finalmente, crear experiencias que faciliten la generación de nuevos conocimientos en los ámbitos que se requieran. (p.14)

Por lo tanto el generar contenidos digitales adecuados en productos multimedia se logrará captar al usuario o de quien interactúe con el sitio mejorando los niveles de optimización y por ende establecer nuevas experiencias en los visitantes.

8.13.1 Características únicas de uso

Cabe mencionar que los espacios de contenido que se desarrollan en ambientes digitales tienen características específicas y que tienen directa relación con la forma de acceso e interacción con el sitio Camus, (2009). Cuando dichas características y capacidades permitirán entender el sitio multimedia mejorando los niveles de establecer estrategias de creación de contenidos digitales a conveniencia de la plataforma web ofreciendo al usuario

información pertinente, tomando aspectos como características de dispositivos, usuario y fin en que son empleados dichos dispositivos.

De manera que existe gran cantidad de contenidos digitales, el emplear información concerniente a un producto informativo permitirá elevar los niveles de usabilidad y presencia en dispositivos y medios de difusión digital empleados para elevar la propagación e interacción del visitante.

8.14 Contenidos digitales: características básicas

Cabe señalar que dentro de las múltiples características de los contenidos digitales se Camus (2009) considera en primera instancia a la interacción como una de las cualidades principales y dice relación con la capacidad de los espacios digitales para ser utilizados y modificados de acuerdo a las acciones del visitante, permitiendo en definitiva la toma de decisiones de dónde comienza o termina su visita.

Sin embargo, la actualización es uno de los entes primordiales que el sitio debe promover de manera sencilla y económica para el usuario sobre los espacios digitales por el hecho de su presencia en computadores de manera simultánea, por lo que se logra identificar documentos de audio, imágenes estáticas y dinámicas y videos complementando la experiencia del usuario.

Cada uno de los elementos multimedia facilitan la recepción del mensaje con el usuario, sin embargo, el aplicar elementos en aplicaciones multimedia facilita la comprensión de la información, mucho más en aplicaciones turísticas con presencia en medios digitales.

8.15 Medios para difundir contenidos turísticos

Desde muchos años atrás han existido los medios de difusión digital, sin embargo, hoy en día los medios tradicionales no van a desaparecer por la cantidad de usuarios que a diario visitan contenidos multimedia, pero esta misma afirmación pone el acento en el viajero, y no en nosotros (Carrión, et al., s.f.). Por lo tanto, hay que estar atentos a los cambios de preferencias de quienes visitan contenidos multimedia y adaptarse a ellos.

Esto llevará a generar contenidos mucho más ricos e inspiradores para el usuario, la tendencia actual es ir innovando a tener la capacidad de recibir y compartir información en el momento en que está sucediendo.

8.16 Multimedia

El apoyo comunicativo basado en la integración de diversos medios digitales para la creación de un producto digital turístico es la combinación de varios elementos. Molina de Paredes (2007) refiere que: “se denomina multimedia, cualquier sistema, hardware o aplicación, destinado a la integración, dentro de un sistema informático, de información derivada de distintas fuentes, como pueden ser audio, video, hipertexto, etc” (p.5). Cuando en conjunto contribuyen a un entorno informativo y dinámico.

Multimedia no es un producto, ni siquiera una tecnología. Debemos verlo mejor como una plataforma: una combinación de elementos (equipos y programas) que juntos contribuyen a un entorno informativo multisensorial (del programa informático con Autor. Aparece en una de las pantallas o páginas) siendo cualquier software donde se usen los cuatro principales medios de comunicar (texto, audio, imágenes y lógica) tanto en un ordenador como en un dispositivo híbrido de vídeo y ordenador. (Molina de Paredes, 2007, p.5-6)

Siendo que estas definiciones coinciden o son similares con el fin de ser interconectados como un único producto multimedia.

En la era digital las tecnologías de la información han tenido mayor presencia en diversos campos del turismo. Aguilar Morón (1994) describe al término multimedia como aquel que abarca a todo entorno digital de comunicación capaz de permitir la combinación de imágenes estáticas y dinámicas, el sonido y el procesamiento de datos siendo como principal característica la interactividad con el usuario, todo ello permite la presentación de la información de una nueva forma más próxima al usuario siendo ente de seleccionarla, combinarla y estructurarla a medida.

Para que las aplicaciones multimedia sean de gran procedencia y éxito en los medios digitales tienen que desarrollarse con elementos multimedia como texto, audio, video, imágenes estáticas y dinámicas mejorando la interactividad con el usuario.

8.16.1 Elementos de la multimedia

El uso de los diferentes medios en la que se presenta información de una guía multimedia viene determinado por la utilidad y funcionalidad de los mismos dentro del programa; Belloch Ortí (2011), refiere que la inclusión de diferentes medios de comunicación auditivo y visual facilita el aprendizaje, adaptándose en mayor medida a los sujetos, a sus características y

capacidades con el fin de potenciar su memoria visual, comprensión visual, memoria auditiva y comprensión oral.

A continuación, se describe brevemente la función que pueden realizar cada uno de estos códigos de información como el texto, sonidos, gráficos e imágenes estáticas y dinámicas. Belloch Ortí (2011) menciona que:

Texto: El texto refuerza el contenido de la información y se usa básicamente para afianzar la recepción del mensaje, para asegurar una mejor comprensión aportando más datos y para inducir a la reflexión, siendo como función principal favorecer la reflexión y profundización en los temas, potenciando el pensamiento en las aplicaciones multimedia, además permite aclarar la información gráfica visual.

Sonidos: Los sonidos se incorporan en las aplicaciones multimedia principalmente para facilitar la comprensión de la información completar el significado de las imágenes, música y efectos sonoros para conseguir un efecto motivador captando la atención del usuario.

Gráficos e iconos: Estos elementos permiten la representación de palabras, conceptos, ideas mediante dibujos o imágenes, tendiendo a la representación de lo esencial del concepto o idea a transmitir, facilitando en aplicaciones que puedan ser utilizadas por personas que hablan diferentes idiomas o con distintos niveles en el desarrollo del lenguaje.

Imágenes estáticas y dinámicas: Las imágenes estáticas tienen gran importancia en las aplicaciones multimedia, facilitando la comprensión de la información que se desea transmitir; mientras que las dinámicas en movimiento sobre una guía multimedia son un recurso de gran importancia, puesto que transmiten de forma visual secuencias completas de contenido mediante ellas, en ocasiones pueden simularse eventos difíciles de conocer u observar de forma real. (p.2-3)

8.16.2 Clasificación según su sistema de navegación

La estructura seguida en una aplicación multimedia es de gran relevancia pues determina el grado de interactividad de la aplicación que puede facilitar para su uso, por tanto, la selección de un determinado tipo de estructura para la aplicación condicionará el sistema de navegación seguido por el usuario y la posibilidad de una mayor interacción con la aplicación (Belloch Ortí, 2011). Estos sistemas de navegación más usuales en relación a la estructura de las aplicaciones multimedia son lineal, reticular y jerarquizado; el mismo ponente afirma que:

Lineal: El usuario sigue un sistema de navegación lineal o secuencial en una guía multimedia para acceder a los diferentes módulos de la aplicación, de tal modo que únicamente puede seguir un determinado camino o recorrido. Esta estructura es utilizada en gran parte sobre aplicaciones multimedia de ejercitación y práctica.

Gráfico 1: Navegación lineal



Fuente: (Belloch Ortí, 2011)

Reticular: Se utiliza el hipertexto para permitir que el usuario tenga total libertad para seguir diferentes caminos cuando navega por el programa multimedia, atendiendo a sus necesidades, deseos y conocimientos siendo la más adecuada para las aplicaciones orientadas a la consulta de información.

Gráfico 2: Navegación reticular



Fuente: (Belloch Ortí, 2011)

Jerarquizado: Es la combinación de las dos modalidades anteriores. Este sistema es muy utilizado, pues combina las ventajas de los dos sistemas con el fin de dar libertad de selección por parte del usuario y organización de la información, esto ayuda a formación y desarrollo de aplicaciones con el propósito de informar y guiar sobre zonas específicas. (p.4)

Gráfico 3: Navegación jerarquizado

Fuente: (Belloch Ortí, 2011)

Los niveles de sistema de navegación tienen diferentes inicios en cada aplicación web siendo navegadores que permiten identificar con facilidad el principio de una web, cada sistema debe ser similar en todo el sitio, en lo referido a su ubicación y disposición en las páginas, por tanto, son interfaces que deben contener similares términos con el fin de que el usuario que lo vea en las páginas, confíe en que sus opciones llevan siempre hacia los mismos lugares dentro del sitio.

8.17 Fases en el desarrollo de aplicaciones multimedia interactivas

El proceso de desarrollo de software debe tener como propósito fundamental una producción de calidad que reúna los requisitos y satisfaga las necesidades del cliente y/o el usuario al que va dirigido; sin embargo, muchos de estos investigadores; García Sánchez & Torres Cosío (2016) consideran que un proyecto multimedia presenta 7 fases como: pre-producción, análisis, diseño, desarrollo, implementación, evaluación y validación del programa con la finalidad de facilitar la implementación de la metodología para la generación de una aplicación multimedia turística, a continuación, se describe cada una de sus fases.

El desarrollar aplicaciones multimedia son más complejas por el motivo de información a transmitir, sin embargo, el éxito de aceptación depende de elementos y proceso de iniciación que su tuvo para aplicar en un producto web, el adecuado proceso y aplicación de todos estos elementos se obtendrá como resultado un producto con todos los requerimientos y exigencia del mercado y así satisfacer las necesidades del consumidor que cada día son más exigentes.

8.18 Concepto o pre-producción

Para el desarrollo de una aplicación multimedia turística se toma a consideración antes de la etapa de iniciación del proyecto la concepción del proyecto que se trata de detallar la idea de investigación, es decir, lo que motivó a la generación del sistema multimedia turístico, cabe

mencionar que los agentes implicados participen en el diseño y generación de una aplicación de calidad; es decir, son los responsables de realizar las actividades para el éxito de la aplicación; no obstante el tercer ítem de la viabilidad y justificación describe el proceso de desarrollo sea factible con la disponibilidad de recursos materiales y tiempo que se dedica a la investigación, mientras que la justificación refiere por qué es importante generar una aplicación multimedia y quiénes se beneficiarán. (García Sánchez, Vite Chávez, Navarrate Sánchez, García Sánchez, & Torres Cosío, 2016, p.219)

8.18.1 Análisis

La fase de análisis se compone de los objetivos y metas de aplicación que definen los objetivos generales y específicos de investigación que se plantean para el diseño y generación de la aplicación multimedia turística; así mismo la identificación de los elementos, procesos y actividades se analizan los tipos de elementos multimedia y las características que deben tener para presentar los contenidos acordes con el tema como textos, imágenes, videos y sonidos; (García, y Torres, C. (2016). Sin embargo, las estrategias, tareas, perfil de usuario, entornos, contenidos y requerimientos son entes fundamentales a consideración para el desarrollo de la aplicación web.

8.18.2 Desarrollo

La fase de desarrollo comprende las actividades de selección de las herramientas de desarrollo el manual técnico y la edición de los elementos multimedia, cada uno ellos destinados a la generación, programación y ensamblaje de la aplicación multimedia turística, así como para la generación de la interfaz (García, S., Vite C., Navarrate S., y Torres, C. (2016). Siendo estos tres elementos para un diseño lógico y funcional.

8.18.3 Implementación

Ya descrito los elementos anteriores siendo cada uno de ellos primordiales es razón y motivo de implementación con el fin de aprobar las fases. “En esta etapa, con base en el diseño pedagógico y físico, se procede a la generación de la interfaz e incorporación de los elementos multimedia, obteniendo las pantallas que comprenden la aplicación, las cuales se enlazan para generar el sitio multimedia turístico” (García, S., Vite C., Navarrate S., y Torres, C. (2016). Al igual consta de actividades como prueba piloto, evaluación de contenido, de entorno

general y de conocimiento; se requiere verificar a través de esta evaluación si cumple con los estándares de calidad para su aplicación e implementación.

Las consideraciones de Preproducción en el desarrollo de cualquier aplicación multimedia depende mucho del análisis de la información a señalar un un producto web para su posterior desarrollo e implementación en los medios digitales.

8.18.4 Campos del multimedia o acepciones

Cuando se contó con las posibilidades tecnológicas para desarrollar y soportar los ambientes multimedia comenzó a su vez el desarrollo de productos que contuvieran estas aplicaciones, con ello quedó manifiesta la fusión entre el lenguaje audiovisual y el multimedia (Rodríguez Garay, 2012). Los grandes géneros podrían ser la información, la educación y el entretenimiento con productos como: Productos educativos, culturales, simuladores, imagen de productos y empresa, multimedia institucional e información básica de eventos; siendo los productos culturales que dan apoyo a estrategias de aprendizaje para el enriquecimiento intelectual de la cultura general y formas de entretenimiento en los campos de los sitios de multimedia en museos interactivos, cuentos, aventuras, documentales, libros electrónicos, revistas e información turística o de usos y costumbres.

El campo de la multimedia es muy amplio en las diferentes áreas que lo requieran con diferentes fines de información, sin embargo, el aplicar en proyectos turísticos tienden a ser con mayor nivel de interactividad ya que el usuario es el protagonista de navegar en el producto multimedia.

8.19 La interactividad

Al desarrollar un texto sobre interactividad, radica el nacimiento de una nueva narrativa, con una estética de expresiones que se vinculan en el hipertexto (Rodríguez Garay, 2012). Siendo imágenes como infografías de computadora y la comunicación interactiva hace posible la convergencia de los medios en formato digital; así como entornos turísticos de información, como nueva forma publicitaria entre productores y destinatarios.

Los niveles de aceptación de un producto multimedia dependerán mucho de la interactividad que esta tenga con el destinatario final ya que este es el sujeto que dará la aceptación de la misma mejorando la convergencia en los medios digitales.

8.20 Identidad corporativa

La Identidad Corporativa, Cultura Corporativa y la Personalidad Corporativa; estos tres elementos dan forma a uno de los instrumentos más específicos para el análisis de la imagen.

Una entidad, sea una empresa o una institución, necesita una razón de ser. Un nombre. Este es el comienzo de todo. Este nombre debe ser atractivo y capaz de permanecer en la mente del receptor. Para cumplir este objetivo, se emplean una serie de herramientas visuales y psicológicas que pretenden incidir en el subconsciente del receptor, provocando el recuerdo y el consiguiente deseo por la marca, la deseada fidelización. Hablamos de Identidad corporativa cuando combinamos la Identidad verbal (Naming) con la Identidad visual (marca + códigos de conducta). Si cogemos la Marca (logotipo e imagotipo) combinada con el color, la tipografía y la forma de comunicar la marca, obtenemos la fórmula de la identidad corporativa. (RAMÍREZ VERD, 2010, p. 6)

La identidad corporativa de una organización, se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa debe tener. La imagen que refleje la organización lugar a difundirse será a través de la personalidad, que hará identificarse de las demás, y colocarse en mayor o menor escala

8.20.1 Imagotipo

Hace referencia a la existencia de ambos elementos, pero están separados, comúnmente el icono arriba y el texto debajo, o el icono a la izquierda y el texto a la derecha, etc. Eso ya es variable en cada caso y precisamente al estar independientes, tienen mucha mayor libertad para formar diversas composiciones.

Los elementos lingüísticos con los que está formulado este concepto también ofrecen una buena correspondencia con las características de la marca diseñada con componentes icónicos y verbales. Utiliza la palabra latina Imago que significa imagen, que se refiere a una figura, representación, semejanza o apariencia de una cosa, lo que corresponde al elemento icónico, y typo, respetando su raíz etimológica - typos – tipo – letra, se refiere al golpe, marca del golpe, señal, imagen o escritura, es decir, la palabra escrita se le considera como un logotipo al que se suele sumar un signo no verbal cuya función es mejorar las condiciones de identificación de una marca, propone además, que toda forma visual de cualquier índole que garantice un

grado de diferenciación y pregnancia, teóricamente puede operar como imagotipo con solo aplicarse de un modo recurrente y asociado a una identidad dada. (Sweeney & Felipe, 2005, p. 6)

Por ello, el imagotipo está constituido por el texto y la imagen separada, lo que influye en la construcción de la identidad de una organización o hasta incluso de zonas que requieren posicionarse en su entorno; siendo con mayor frecuencia en elementos de texto que van por debajo de la marca.

8.20.2 Color

Para la elección de un color para cualquier diseño gráfico, en este sentido para el imagotipo, la forma en la que tenemos de elegir ese color idóneo, puede verse fomentada por los gustos personales, por ello, las consideraciones de profesionales del tema abordan como esencias creativas de combinación.

El color es una característica visual y creativa que puede hacer que cambie la significación total del logotipo o de cualquier diseño de folleto que hagamos. El color afecta al ser humano dependiendo de la longitud de onda, es decir, del color concreto, produciendo sensaciones de las que no somos conscientes. Los profesionales que trabajan en marketing y agencias de publicidad, entre otras, son conscientes de la sensación que producen, y los suelen utilizar para caracterizar al tipo de producto y que desprendan esas sensaciones mencionadas y previamente estudiadas. Para detallar el color en su carácter subjetivo, nos vamos a basar en el diseño de logotipo y la composición cromática que adoptan. Para ello vamos a hablar de esos caracteres subjetivos que componen al color. (López Guimera & Pineda Diéguez, 2012, p.15)

Se define el color como una apreciación subjetiva del que lo recibe, es decir, como una estimulación-respuesta que se percibe a través del sentido visual en consecuencia a los mecanismos nerviosos del ojo y por la energía de las longitudes de onda. La aplicación del color en los logotipos, es una de las características más importantes a tener en cuenta por la función psicológica que llevan aparejada. A simple vista, el color puede ser fuente de llamada de atención de un objeto, no obstante, las sensaciones y emociones que un color puede llegar a causar en la persona que recibe ese mensaje.

8.21 Psicología del color

La expresión de los colores desde un punto de vista psicológico posee una expresión específica, siendo que están basados con las relaciones de las formas geométricas.

Representado por el azul y de los colores más sedantes y confortables que inspiran seriedad son los verdes claros, los matices crema, marfil y otros de cualidad cálida.

El azul es el color del espacio, de la lejanía y del infinito. En publicidad se le relaciona con la limpieza y la frescura. Es un color, como todos los fríos, que parece alejarse, y simboliza ideas de tranquilidad, afecto, frío e inteligencia. El verde es el color de la naturaleza y de la humanidad. Representa esperanza y el equilibrio emocional, pero por otra parte tiene significados negativos, como el veneno, lo demoníaco y su relación con los reptiles. También es el color de los celos. (Moreno Mora, 2010, p. 26)

El color, por tanto, no sólo es sensación, sino que básica y principalmente es emoción por los atributos como significantes son apreciados no solamente por los artistas, sino también por publicistas, diseñadores, decoradores, científicos, educadores, políticos y agentes sociales y laborales; por ende, el color es sensorial e individual.

8.22 Tipografía

La tipografía es la destreza, oficio y la industria de la elección y el uso de tipos de letras diseñadas con unidad de estilo, para desarrollar una labor de impresión. Se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.

La tipografía es el arte de componer e imprimir con tipos movibles, o planchas de diversos materiales, fundidos o grabados en relieve. Llamase compositor tipográfico o tipógrafo al operario que junta y ordena las letras, caracteres o tipos formando palabras, líneas y páginas para imprimir, mediante la aplicación de las reglas tipográficas y ortográficas. (Reyes Castilla, 2008, p. 48)

La tipografía resulta ser el arte y la técnica de impresión a través de formas con relieve que recibe el nombre de tipos, los cuales, hechos de plomo, una vez entintados serán aplicados sobre el papel o medios multimedia para obtener un trabajo impreso, documento, texto, entre otros materiales.

9 PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS

¿Cómo el diseño de una guía multimedia turística ayudará a difundir la flora y fauna de las Chorreras del Zapanal?

¿Cuál es el medio tecnológico idóneo para difundir la información turística del sector las Chorreras del Zapanal?

¿Cuál es la línea gráfica que permitirá realizar este producto multimedia?

¿Qué metodologías y herramientas son necesarias para el diseño, estructuración y desarrollo de la guía multimedia?

10 METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

10.1 Tipo de investigación

10.1.1 Bibliográfica

Se efectuó una búsqueda bibliográfica en diferentes sitios web, google académico, artículos científicos, biblioteca de la Universidad Técnica de Cotopaxi, se realizó un viaje al cantón La Maná en busca de información donde se obtuvo ciertos libros que ayudaron argumentar la información.

En este trabajo de investigación se logró conseguir una edición limitada del libro titulado “La Maná tierra de encantos” del Gobierno autónomo descentralizado municipal de La Maná, como autor está el Sr. Kléver Caiza. En él cuenta una breve reseña histórica del cantón mencionado así mismo sobre su patrimonio arqueológico, gastronomía, lugares turísticos, hosterías y hoteles.

10.1.2 Investigación de campo

Se realizó un esquema donde permitió hacer un levantamiento del sector las Chorreras del Zapanal, luego de eso se logró determinar donde existe mayor asentamiento de Flora y Fauna, se evidencio la caída de sus aguas cristalinas en medio de un bosque húmedo tropical

Mediante la investigación de campo se pudo evidenciar el lugar de investigación, realizando un recorrido y tomas geográficos mediante el GPS de las chorreras del Zapanal.

10.2 Métodos de investigación

10.2.1 Método inductivo

El método inductivo fue de gran aporte, siendo que se aplicó entrevistas y encuestas a moradores del recinto La Envidia y recintos vecinos; posteriormente se realizó un análisis de los resultados obtenidos, deduciendo que este proyecto resulta favorable para difundir la flora y fauna en el turismo local y nacional.

10.3 Método descriptivo

Este método trabaja con realidades de hechos que ocurren en el desarrollo de la investigación, que siempre será fundamentada y concreta en su totalidad; presenta una interpretación coherente de encuestas, medición, organización, análisis, hasta llegar a conclusiones prácticas del proyecto.

El método descriptivo ha sido frecuente en esta investigación por su aplicación en el análisis de testimonios y encuestas en los residentes del recinto La Envidia cercanos al Sector de “Las Chorreras del Zapanal” siendo información de absoluta credibilidad para obtener un producto turístico sostenible y aplicable.

10.4 Técnicas de la investigación

10.4.1 La observación

En Aplicar la técnica de observación se logró observar la ubicación, el transporte a tomar para llegar al sitio antes mencionado, la duración del recorrido que es alrededor de 45 minutos, se adquirió conocer los recintos vecinos llamado La Libertad y Estero Hondo, la carretera es de segundo nivel , además se observó que en su mayoría se dedica a la explotación del banano, el ingreso de turista al sector es calidad baja, no existe un valor a cancelar por el ingreso, estado de conservación del atractivo se evidencio que es conservado, no existe contaminación, el tipo de caminos es sendero durante el recorrido observando las Chorreras, se analizó el lugar a propósito de estudio, sin embargo, fue de vital valor visitar la zona turística ya que se pudo evidenciar problemas de visibilización y difusión turística de las Chorreras del Zapanal que consta de una variada biodiversidad de flora y fauna.

10.4.2 La encuesta.

Se realizó la encuesta en el lugar apropiado donde se va a desarrollar el proyecto, entre ellos colaboraron los moradores del recinto la envidia y recintos vecinos la Libertad y Estero Hondo, quienes bondadosamente cooperaron de manera escrita respondiendo con honestidad a las preguntas formuladas.

10.4.3 La entrevista

La entrevista se aplicó a personas seleccionadas como: propietario de restaurante, controlador de la cooperativa Río San Pablo y un comerciante del recinto la Envidia cercano a las Chorreras del Zapanal; logrando un conocimiento más amplio del problema que suscita esta zona turística.

11 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1 Análisis de interpretación

11.1.1 Población

La población involucrada para las respectivas encuestas, se encuentra detalladas en la siguiente tabla de datos.

11.2 Operación de variables

11.2.1 Variable independiente

Turística de la flora y fauna de Las Chorreras del Zapanal

11.2.2 Variable dependiente

Guía multimedia

Tabla 2: Operación de variables

VARIABLES	INDICADORES
Difusión turística de la flora y fauna de Las Chorreras del Zapanal	Sitio web

Guía multimedia	30% de prototipos de baja fidelidad. Diseño y maquetación web.
-----------------	---

Elaborado por: La Investigadora

ENTREVISTA

Género

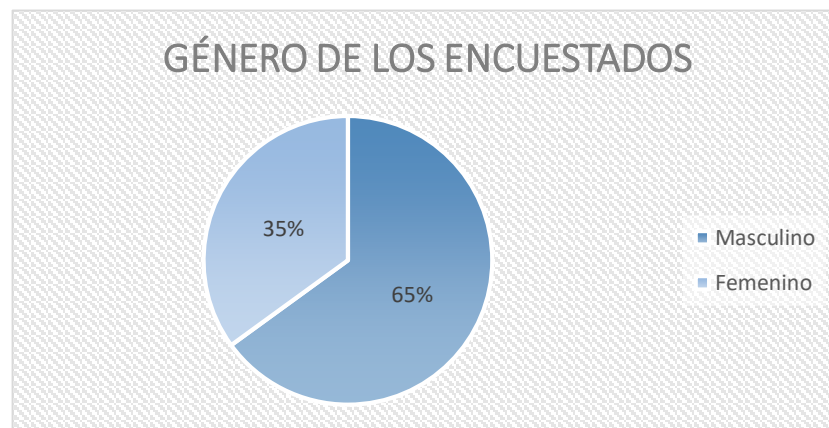
Tabla 3: Género

GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	26	65%
Femenino	14	35%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 4: Género



Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

El 65% de los habitantes encuestados del sector “La Envidia”, corresponde al género masculino; sin embargo, el 35% recae en el género femenino, mencionando que el desarrollo de una propuesta de guía multimedia de las chorreras del Zapanal, debe ser de carácter formal con el fin de lograr una mejor navegación del quien lo utiliza.

Edad

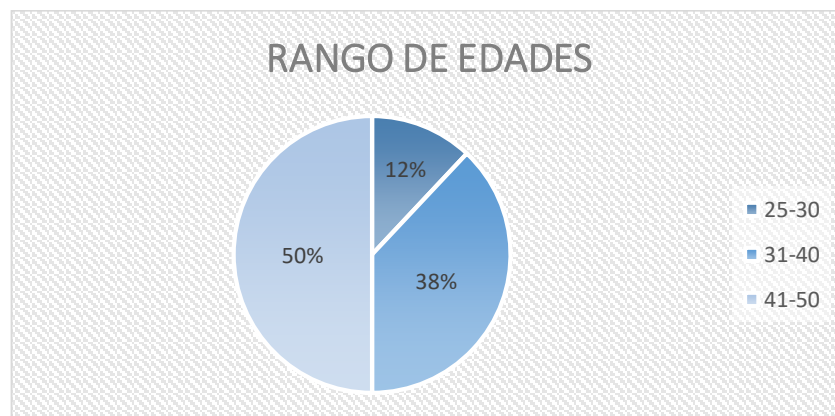
Tabla 4: Edad

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
25 - 30	5	12%
31 - 40	15	38%
41 - 50	20	50%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 5: Rango de edad de habitantes encuestados



Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

El 50% de los encuestados corresponde a personas adultas mayores de entre 41 y 50 años, mientras que el 38% y 12% conciernen a personas adultas de entre 25 – 30 y 31 – 40 años; por ende, el desarrollo de una guía multimedia será de gran ayuda para difundir el turismo local, nacional y mejorar la calidad de vida de quienes habitan en el recinto.

1. ¿Cuáles son los lugares turísticos del cantón La Maná que deben ser promocionados?

Tabla 5: Lugares turísticos

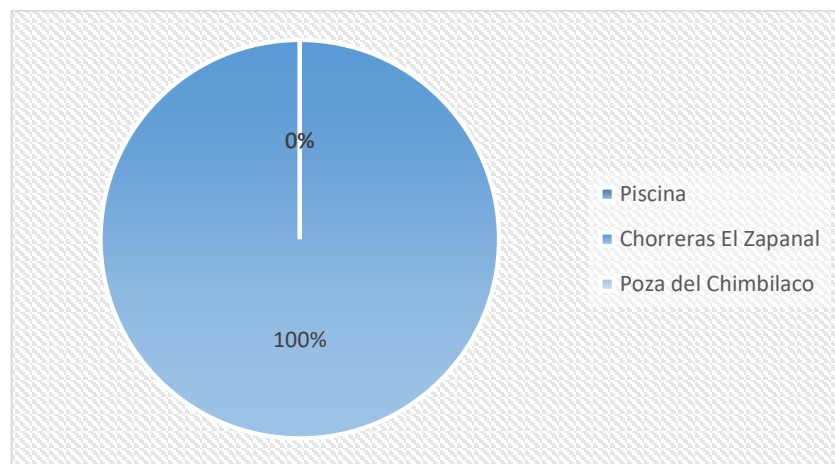
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
--------	------------	------------

Piscinas	0	0%
Chorreras EL Zapanal	40	100%
Poza del Chimbilaco	0	0%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 6: Lugares turísticos



Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

Un 100% de los habitantes del sector La Envidia, coinciden que esta zona cuenta con piscinas, Las Chorreras del Zapanal y el pozo de Chimbilaco; pero que por su atractivo natural como es el caso de “Las Chorreras El Zapanal”, debe ser promocionado con el fin de fomentar el turismo.

2. ¿Cree usted que el turismo es abundante en su zona?

Tabla 6: Turismo

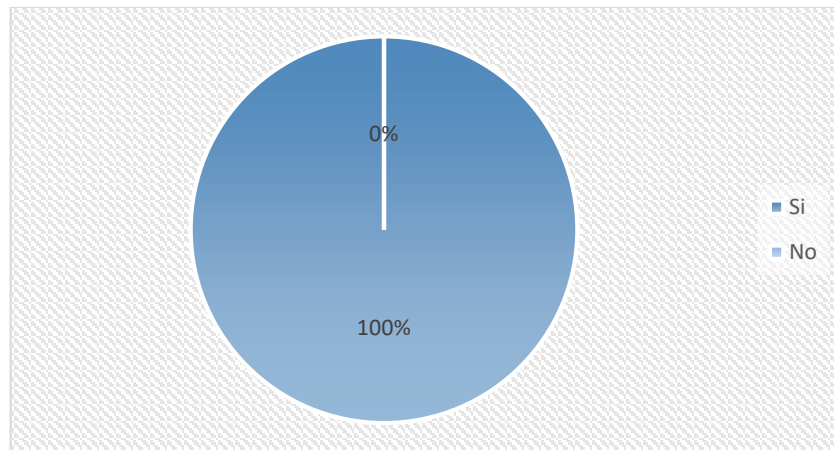
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	100%
No	0	0%

TOTAL	40 Personas	100%
-------	-------------	------

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 7: Turismo



Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

El 100% de los residentes del sector La Envidia aseguran que esta zona es visitada por propios y extraños con fines de visita y conocimiento de nuevas experiencias en lugares nunca antes visitados, por tanto, consideran que el turismo en visita de la flora y fauna a diario es cuantioso.

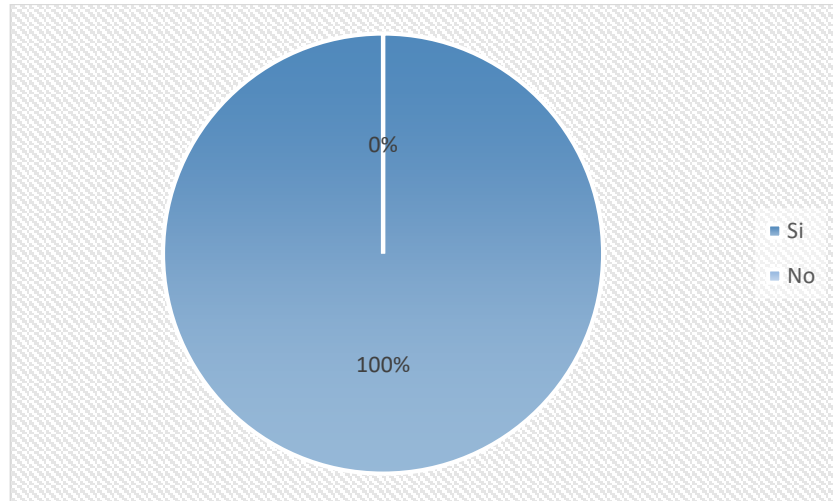
3. ¿Cree usted, que es necesario realizar una guía multimedia turística de Las Chorreras del Zapanal, con el fin de difundir su flora, fauna y belleza natural?

Tabla 7: Desarrollo de una guía multimedia turística

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	40	100%
No	0	0%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 8: Desarrollo de una guía multimedia turística

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

Un resultado de un 100% de los habitantes encuestados apuntan a que se debe realizar una guía multimedia turística de Las Chorreras del Zapanal con el fin de difundir su flora, fauna y belleza natural; esto se debe a que no se conoce de un medio digital que difunda esta zona turística que ha sido muy visitada por habitantes del sector y de quienes la conocen.

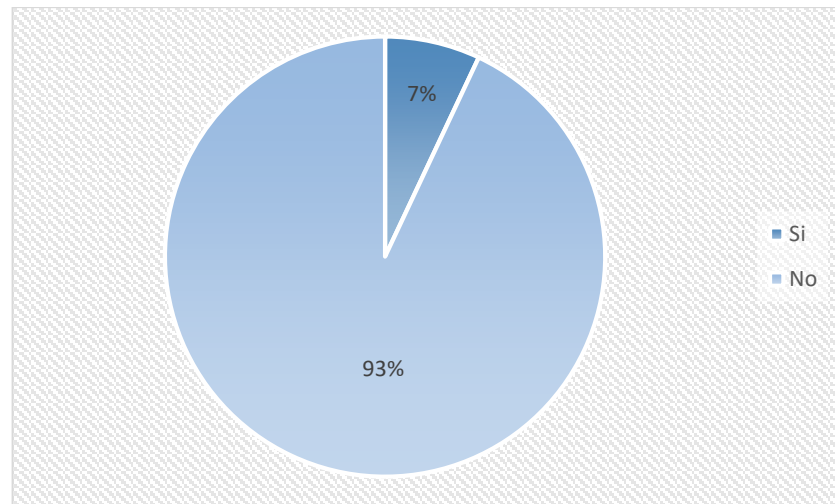
4. ¿Cree usted que los lugares turísticos del sector la Envidia están bien promocionados?

Tabla 8: Promoción de lugares

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	3	7%
No	37	93%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto "La Envidia"

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 9: Promoción de lugares

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

El gráfico 15 refleja un 93% de los residentes del sector la envidia, coinciden que muchas de las zonas turísticas en especial Las chorreras del Zapanal, no tienen presencia en medios de difusión, sin embargo, un 7% apuntan a que dichas zonas turísticas tienen poca presencia en los medios de tecnologías de la información. Por ello, se considera necesario diseñar una guía multimedia en mejora de estos indicadores.

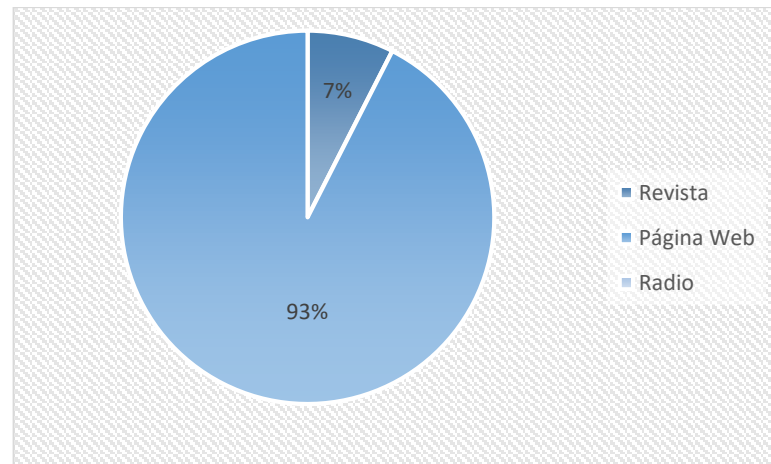
5. ¿En qué medio le gustaría que su sector fuera promocionado?

Tabla 9: Medios

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Revista	3	7%
Página Web	37	93%
Radio		0%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto "La Envidia"

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 10: Medios

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

El 93% de los encuestados recomiendan que el sector donde radican tiene que ser promocionado y difundido en los medios de las tecnologías de la información como el caso de la guía turística, mientras que un 7% apuntan a que esta zona turística debe tener mayor presencia en revistas impresas; sin embargo, un 0% de la población encuestada anuncian que no deben ser promocionados en los medios radiales; deduciendo que es imprescindible generar una guía multimedia para mejorar el indicador como medio de difusión.

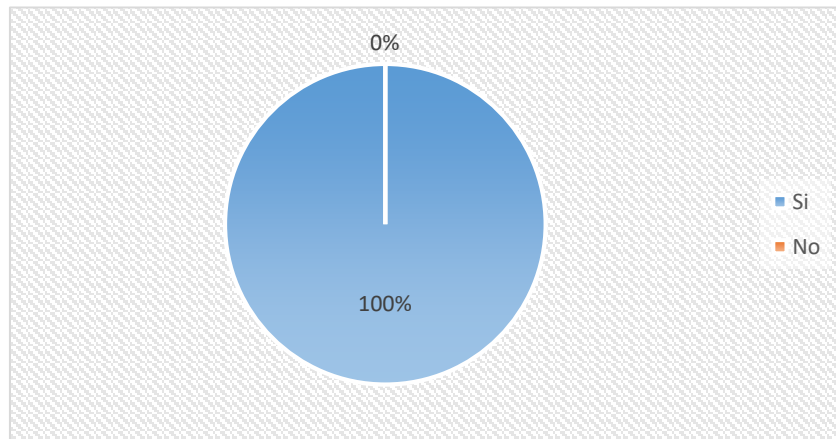
6. ¿Cree usted que la difusión en la web es un buen medio para llegar a más personas con información turística?

Tabla 10: Difusión web

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	40	100%
No	0	0%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 11: Difusión web

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

El gráfico 17 refleja que un 100% de la población encuestada del recinto la Envidia consideran que la web es un medio eficiente de difusión turística ya que a través de esta se lograría abarcar un mayor índice población aledaña y turística; mientras que un 0% menciona que no es un buen medio para su difusión. Por ende, se puede mencionar que generar un producto multimedia es una alternativa de mejorar la presentación y accesibilidad en los nuevos medios de la tecnología de información para el usuario.

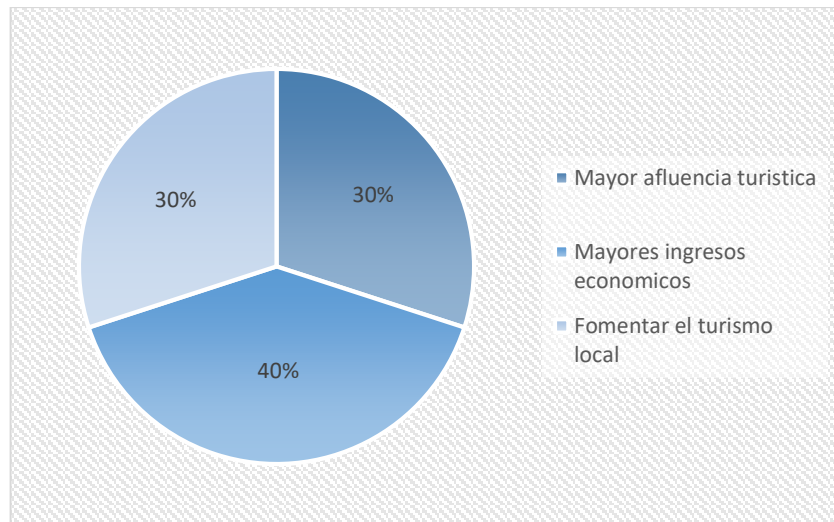
7. ¿Qué beneficios cree usted, que les traería a los pobladores y al cantón realizar una guía multimedia turística?

Tabla 11: Beneficios

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Mayor afluencia turística	12	30%
Mayores ingresos económicos	16	40%
Fomentar el turismo local	12	30%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 12: Beneficios

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

Un 40 % de los encuestados coinciden que realizar una guía multimedia de las chorreras del Zapanal tendría como consecuencia, generar mayores ingresos económicos para sus pobladores, mientras que un 30% consideran que generaría mayor afluencia turística; sin embargo, otro 30% de los residentes del sector La Envidia señalan que la realización del proyecto fomentará el turismo nacional. Por ello, es una buena opción diseñar una guía multimedia como medio de difusión de flora y fauna.

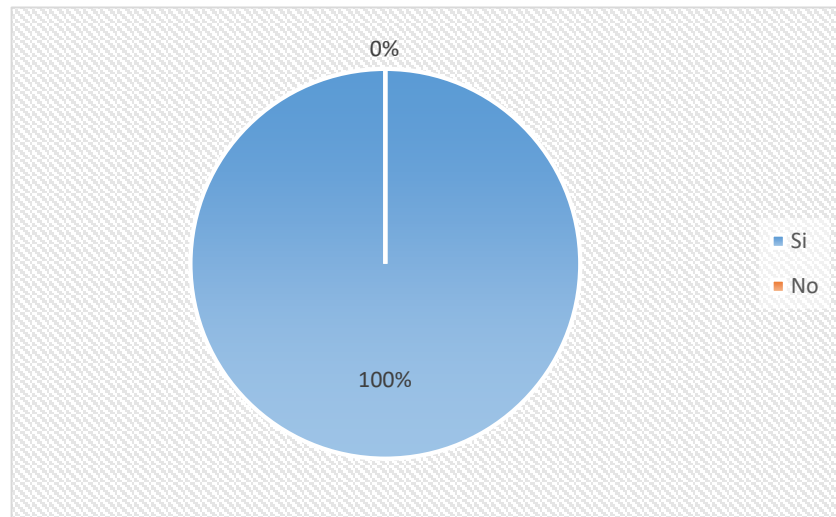
8. ¿El acceso a estos lugares es libre?

Tabla 12: Accesibilidad

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	40	100%
No	0	0%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 13: Accesibilidad

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

Los moradores del recinto La Envidia coinciden en las encuestas con un 100% refiriendo que el acceso a este atractivo turístico es de libre acceso, mientras que un 0% de los encuestados señalan lo contrario. Por ende, se considera necesario generar un producto multimedia con el propósito de aportar a la accesibilidad a esta zona turística.

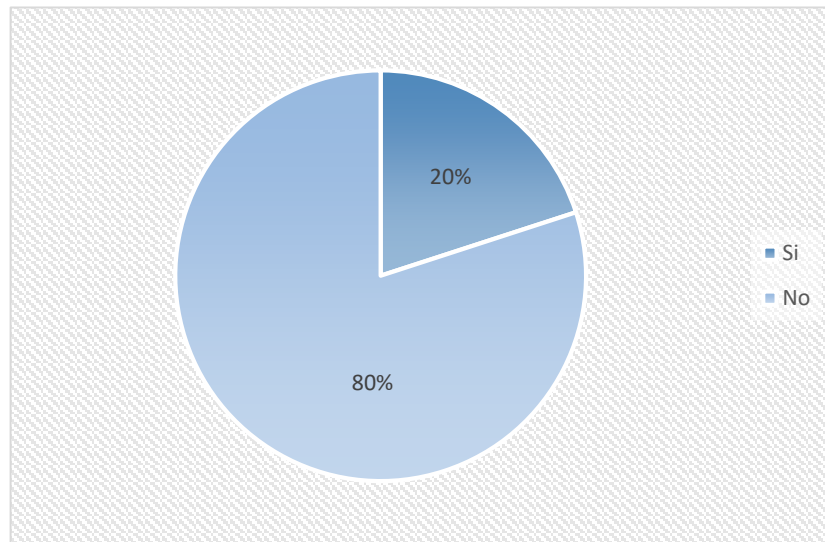
9. ¿En la actualidad visitan turistas extranjeros?

Tabla 13: Turistas

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	8	20%
No	32	80%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 14: Turistas

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

Los habitantes del recinto La Envidia coinciden con el 20% que estos atractivos turísticos son visitados por el turismo extranjero, sin embargo, el 80% de estos residentes afirman que es muy bajo los niveles de visita de peregrinos a esta zona turística. Por ello, se considera necesario generar una guía multimedia como medio de difusión turística nacional.

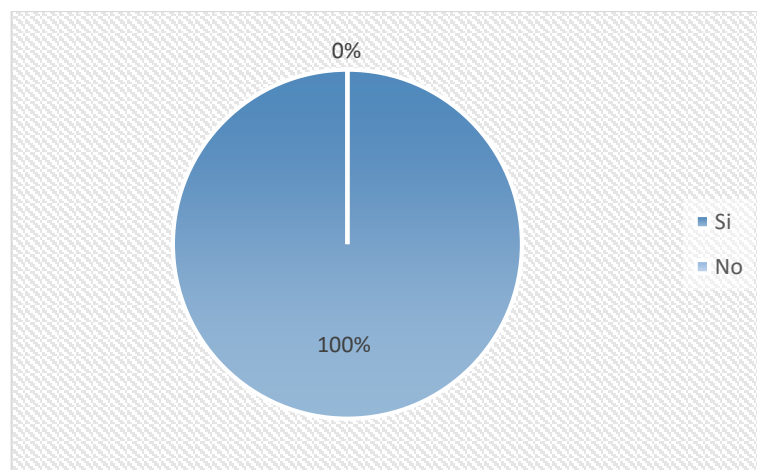
10. ¿Cree usted que mejoraría la economía de su sector con la multitud de visitantes extranjeros y nacionales?

Tabla 14: Economía

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	40	100%
No	0	0%
TOTAL	40 Personas	100%

Fuente: Moradores del recinto “La Envidia”

Elaborado por: La Investigadora

Gráfico 15: Economía

Elaborado por: La Investigadora

Interpretación de resultados

El 100% de los pobladores encuestados del sector La Envidia consideran que el ingreso del turismo nacional mejoraría la economía y calidad de vida de quienes residen en esta zona turística; sin embargo, un 0% señalan lo contrario.

12 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Muchas de las zonas turísticas del cantón La Maná como: piscinas, Las Chorreras del Zapanal y el pozo de Chimbilaco son considerados atractivos de gran nivel turístico, sin embargo, no tienen presencia en los nuevos medios de tecnologías de la información que evidencie su existencia; por ello, los residentes del recinto La Envidia consideran que la frecuencia de peregrinos es en niveles mínimos debido a que no existe un medio de difusión on-line que informe de estos atractivos.

La accesibilidad a estos atractivos es de libre acceso, pero con un problema de conocimiento de existencia de estas zonas, en especial de Las Chorreras del Zapanal; el impulso de su difusión a través de una propuesta de guía multimedia beneficiaria al turismo nacional, optimizando tiempo y dinero.

Breve Reseña Bibliográfica

Entrevista al propietario del Restaurante “La Casa del Bolón”

La siguiente entrevista se realizó a un morador del sector “La Envidia” del cantón La Maná, el mismo que fue de gran aporte y contribución para recopilar información y fortalecer la

investigación, tal es el caso de Sebastián Mesa quien nació en Portoviejo en el año 1967, desde sus inicios de vida tuvo una inclinación por el comercio alimenticio, ya con referencias de alta cocina por parte de sus padres y familiares decide dar inicio a su propio restaurante llamado actualmente “La Casa del Bolón”, sin embargo, por motivos de fuerza mayor decide viajar al Cantón La Maná, lugar donde conoció a su señora esposa María Duran; sitio por el cual dio inicio al nuevo restaurante como se lo identificaba en la ciudad donde vivía con las mismas características y deleites culinarios; desde entonces, este comedor ya con doce años de experiencia y de trabajo ha generado fuentes de empleo para habitantes del cantón.

Análisis de la entrevista y resultados

Se pudo realizar la entrevista a don Sebastián Mesa quien es propietario actualmente de un restaurante llamado “La Casa del Bolón” quien expresó que a diario observa la visita de turistas locales y nacionales en el recinto La Envidia en busca del atractivo turístico de Las Chorreras del Zapanal; menciona el entrevistado que desde hace mucho tiempo los turistas han llegado a su restaurante por preguntar cómo llegar a este atractivo innato pero sin encontrar una respuesta adecuada para acceder al sitio, esto se debe a la escasa presencia en nuevos medios de tecnologías de la información que lo difundan; lo que conlleva a un estudio, análisis y desarrollo de una propuesta de guía multimedia que facilite su libre acceso.

Entrevista al Sr. Julio Paúl Pino Gallo – controlador del medio de transporte Río San Pablo

La entrevista se realizó al Señor Julio Paúl Pino Gallo, controlador del medio de transporte Río San Pablo, oriundo del cantón La Maná, nacido en La Maná, actualmente vive en el Moral vía Valencia. Se logró recopilar la información para fortalecer la investigación. Preguntas que fueron realizadas ¿Qué bus tomar para ir al sector? El tiempo del recorrido, las horas que ingresan al recinto la Envidia estas cooperativas, A cuantos kilómetros está el sector de las Chorreras del Zapanal. El bus a tomar es una cooperativa Río San Pablo la única que ingresa a los recintos vecinos como la Libertad, Estero Hondo y La Envidia. El horario de ingreso del medio de transporte es de lunes a viernes el primer bus al salir es de 5.30am, 8,00am, 11,00am, 1,30pm, 4.00pm, y el ultimo bus que sale por los estudiantes del colegio es de 7.00pm, sábados y domingos ingresa el bus al mismo horario menos el de las 7.00pm. En cuanto a la distancia de La Maná al recinto es de 14 Kilómetros de recorrido.

Análisis de la entrevista y resultados

Se pudo realizar la entrevista Sr. Julio Paúl Pino Gallo – controlador del medio de transporte Río San Pablo quien colaboro con la información sobre el ingreso de las cooperativas de transporte, en este caso existe solo una cooperativa que ingresa al sector en las horas específicas, el tiempo del recorrido es alrededor de 40 a 45 minutos.

Entrevista al morador del sector la envidia, Señor Patricio Reyes vendedor de Chemis fuera de su residencia.

Entrevista al señor Patricio Reyes, oriundo del recinto la envidia, actualmente se dedica a vender chemis o granizado como se le conoce a un hielo raspado con miel, el Sr colaboró con la información sobre turistas que visitan. El menciona que hasta la actualidad no existe turistas que ingresen durante toda la semana con frecuencia, los días sábados son muy escasos, en cuanto a los días domingos el ingreso de los turistas nacionales son muy pocos, en temporadas vacacionales y feriados hay ingreso de turistas nacionales muchos de ellos vienen de la ciudad de Latacunga, Quito, Valencia, Quevedo, pero son muy escasos, los que más ingresan por realizar el deporte de natación son los jóvenes de los mismos recintos.

Análisis de la entrevista y resultados

Se realizó la entrevista al Señor Patricio Reyes vendedor de Chemis fuera de su residencia. Coopero con la información del ingreso de turistas nacionales, actualmente no existe mucha afluencia, por cuanto la defunción favorecerá con ello.

13 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

13.1 Tema:

Diseñar una página web mediante Boostrap 3.0, para difundir la flora y fauna en el turismo nacional.

13.2 Presentación del tema

Para desarrollar la propuesta creativa, se toma como referencia la estrategia de arquitectura de la información, partiendo de elementos como: público objetivo, alcance, estructura, esqueleto e interfaces, consideraciones que se tiene en cuenta para el desarrollo de la propuesta de guía multimedia; sin embargo, el aplicar elementos que expone Peter Marville como la utilidad,

usabilidad, deseable, localizable, accesibilidad, valioso y creatividad en un producto multimedia hace que el mismo sea de mejor calidad para la usabilidad del usuario.

Según Jesse James Garrett (2002) especifica que es de importancia definir un diseño centrado en el usuario, que vaya dirigido a un target que pueda lograr los objetivos de un producto multimedia.

Con este método se busca simplificar el problema propuesto en el proyecto, esto se realiza mediante la obtención de información textual y fotográfica que permita evidenciar y documentar información evidente y real para el desarrollo de una propuesta de guía multimedia para la difusión turística de la flora y fauna del sector de las Chorreras del Zapanal.

Al igual se aplicó el método de investigación y desarrollo de imagen corporativa de Joan Costa, quien reconoce que la imagen es lo que resta de la experiencia emocional colectiva cuando ha sido dicho, realizado y consumido; pero también es la misma fuerza que lo impulsa a su alrededor a ser reconocido, por tal motivo es necesario que toda imagen a promocionarse debe tener una identidad gráfica.

13.3 Problema:

Inicibilización y difusión turística de los sectores alejados de las grandes capitales causa el desconocimiento de su belleza natural en el turismo nacional.

Objetivo

Objetivo general

- Diseñar una guía multimedia que promocióne el turismo nacional, mediante las tecnologías de la información.

Objetivos específicos

- Estructurar una guía multimedia sobre el principio de Responsive Web Desing
- Optimizar los elementos gráficos como videos, imágenes mediante el uso de photoshop y premier pro para aplicar a la guía multimedia.

- Difundir la guía multimedia a través de las tecnologías de la información con el propósito de facilitar información oportuna.

13.4 Requerimiento de la propuesta

13.4.1 Análisis de creatividad

El presente proyecto aborda el estudio del método de Jesse James Garrett el cual expresa que el inicio para una mejor experiencia de usuario ante un mundo de tecnologías cada vez más sofisticadas tanto el requerimiento y correcta aplicación de los elementos de la experiencia de usuario; sin olvidar de la aplicación del método de Joan Costa quien considera necesario que toda imagen a promocionarse tiene que tener una identidad gráfica para su identificación.

13.4.2 Factibilidad de la aplicación de la propuesta creativa

La presente propuesta reúne todas las condiciones para que se lleva a cabo, ya que cuenta con el respaldo necesario en la recolección de datos de los autores y con el apoyo de los moradores del recinto La Envidia, manifestándose colaborativos y conformes con la aplicación de encuestas con preguntas de diversas índoles referentes al tema y entrevista mostrándose interesados en el desarrollo de la propuesta de guía multimedia turística.

La línea gráfica básica se realizó basado a la naturaleza del sector turístico a investigarse, tanto formas y figuras se reflejan en su manual de identidad.

Las herramientas de diseño gráfico del paquete adobe han sido entes imprescindibles para el desarrollo de la propuesta de guía multimedia y del manual de identidad básico; al igual de objetos tecnológicos para su promoción han sido importantes para el desarrollo del proyecto.

13.5 Línea de identidad gráfica básica

Este manual básico de identidad ha sido creado como referencia y guía de normas básicas para la correcta y unificada utilización de los elementos gráficos; Por ende, la palabra “Chorreras”, hace referencia a su principal atractivo turístico, haciendo referencia al conjunto de 7 cascadas, que existen en solo un kilómetro de extensión montañosa. Otro termino que cabe mencionar es “del Zapanal”, identificado de esta manera por el sector donde se encuentra ubicado. Estas dos palabras forman el logotipo y se componen de dos familias tipográficas distintas: Ave Betwan y Franklin Gothic Medium Cond.

El isotipo está constituido de una estilización de hojas sobre un círculo en tono verde que representa la flora y fauna; al igual con la estilización de unas corrientes de agua en dos tonos de color azul representando las cascadas; por ende, se unen el logotipo e isotipo para formar un imagotipo.

Tabla 15: Construcción del imagotipo

<p>Esta cuadrícula (U) representa una unidad dentro del plano y el número total (tanto en la escala vertical como en la horizontal) representa el número de veces que dicha unidad está presente en las partes que componen la imagen.</p>	<p>Imagotipo de las Chorreras del Zapanal</p>

Elaborado por: La Investigadora

13.6 Usos correctos del imagotipo

Siempre que sea posible y como uso principal de la marca se presentará como se ha propuesto hasta el momento, en color verde y 2 tonos de azul sobre fondo blanco; sin embargo, se incluyen a continuación una serie de combinaciones que pueden considerarse como dentro de la norma, básicamente debidas a distintos soportes que puedan presentarse.

Tabla 16: Usos correctos del imagotipo

 <p>Prioridad de uso del color</p>	 <p>imagotipo a color sobre fondo con imagen</p>	 <p>imagotipo gris sobre fondo amarillo</p>	 <p>imagotipo blanco sobre fondo negro</p>
 <p>imagotipo verde sobre fondo blanco</p>	 <p>imagotipo azul sobre fondo blanco</p>	 <p>imagotipo negro sobre fondo blanco</p>	 <p>imagotipo blanco y negro sobre fondo gris</p>

Elaborado por: La Investigadora

13.7 Significado de los colores

Se establece el significado de colores básico y aplicable en la línea gráfica, siendo cada uno de ellos diferentes y a su vez indistintos en su aplicación; cada uno de ellos especializado en transmitir identidad y sobriedad. A continuación, se describe los colores que representan al imagotipo.

Tabla 17: Significado de los colores

	
<p>Este color secundario, es tranquilizante, equilibrado y rejuvenecedor. El verde representa la estabilidad e inspira a la posibilidad.</p> <p>El verde representa la estabilidad e inspira a la posibilidad, por tanto, se puede aplicar para representar balance y armonía en un diseño.</p>	<p>El azul representa la fiabilidad, confianza y seguridad. También se puede caracterizar la calma y espiritualidad.</p> <p>Los azules oscuros, son excelentes para las empresas, y diseños de zonas turísticas. Los tonos más claros, se puede utilizar para los sitios web sociales que representan calma y amistad.</p>
	<p>El azul es verdad, sabiduría, inteligencia, está asociado al recogimiento, al espacio, cielo y agua como elementos representatorios de paz y quietud.</p> <p>Es el color del infinito y simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna; mezclando con el blanco es pureza, fe y cielo; siendo un color óptimo para la aplicación para aplicaciones web.</p>

Elaborado por: La Investigadora

13.8 Colores web

Estos serán los colores utilizados en el producto multimedia.

Tabla 18: Colores web



Elaborado por: La Investigadora

13.9 Tipografías para medios de difusión on-line

El uso de las tipografías en la mayoría de los medios on-line se vuelven complicadas en la mayoría de los ordenadores. Por tanto, se hace necesario recurrir a fuentes de sistema para las aplicaciones multimedia, presentaciones e intercambio electrónico será, por tanto, el conjunto completo Arial, Helvética y Verdana, en este orden.

Tabla 19: Tipografías para medios de difusión on-line

Arial
A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, Ñ, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, ñ, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 "!\$.%&/()-?¿*^:;, '"/*-+
Helvetica
A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, Ñ, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, ñ, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 "!\$.%&/()-?¿*^:;, '"/*-+
Verdana
A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, Ñ, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, ñ, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 "!\$.%&/()-?¿*^:;, '"/*-+

Elaborado por: La Investigadora

Habitantes:

La Maná está constituida por habitantes que se dedican a la compra y venta de bienes y servicios en sectores estratégicos del centro de la ciudad sabiendo que, disponen de una amplia variedad de zonas turísticas, tal es el caso de las Chorreras del Zapanal, es uno de los lugares que mayor cantidad de visitantes tiene a diario en el recinto La Envidia.

Turistas:

Las Chorreras del Zapanal es el atractivo con mayor índice de turistas cercanos lo visitan al igual que turísticas nacionales acuden al sitio a deleitarse de su belleza natural.

13.9.1 Requerimientos técnicos

En un principio se tomó a consideración el uso de un ordenador con conectividad a internet con el propósito de utilizar el navegador Chrome para investigar información en relación al tema de investigación.

Para el desarrollo de la propuesta de una guía multimedia se aplicó técnicas de ilustración vectorial, retoque fotográfico, optimización de imágenes, diseño y maquetación en conjunto con la programación HTML5.

13.10 Alcance

13.10.1 Descripción de la propuesta

La propuesta de guía multimedia está constituida por elementos gráficos como: íconos, fotografías digitales, textos y el color creado por el imagotipo de las Chorreras del Zapanal con el fin de generar mayor alcance a nivel visual por la distribución de elementos.

El producto multimedia ofrece al usuario contenidos informáticos en relación a: cascadas, flora, fauna, ubicación geográfica e información importante sobre hospedajes y restaurantes.

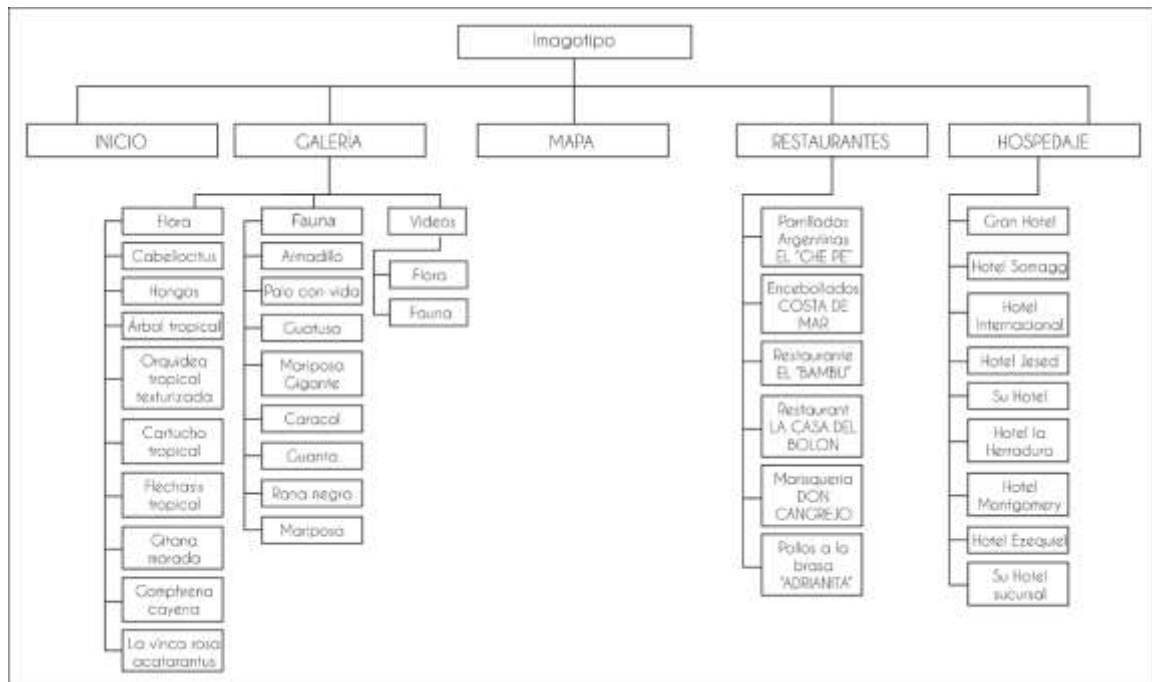
13.10.2 Requisitos funcionales del sistema

Esta guía multimedia presta una serie de información en beneficio del usuario, el mismo que puede informarse sobre cómo llegar a las Chorreras del Zapanal mediante una impresión de un mapa infográfico, de la misma manera puede encontrar una descripción de cada una de las cascadas con su respectiva imagen sin olvidar que también está a su disposición información de hoteles y sus diferentes servicios que ofertan y en sus alrededores una cantidad de 6 restaurantes que ofrecen comidas típicas y platos a la carta del cantón La Maná.

13.10.3 Árbol de navegación

Se identifica y aplica para el desarrollo de propuesta de guía multimedia de las Chorreras del Zapanal un sistema de navegación jerárquica, con el fin de dar libertad de selección por parte del usuario y organización de la información; a continuación, se presenta una ilustración gráfica de este sistema.

Tabla 20: Árbol de navegación

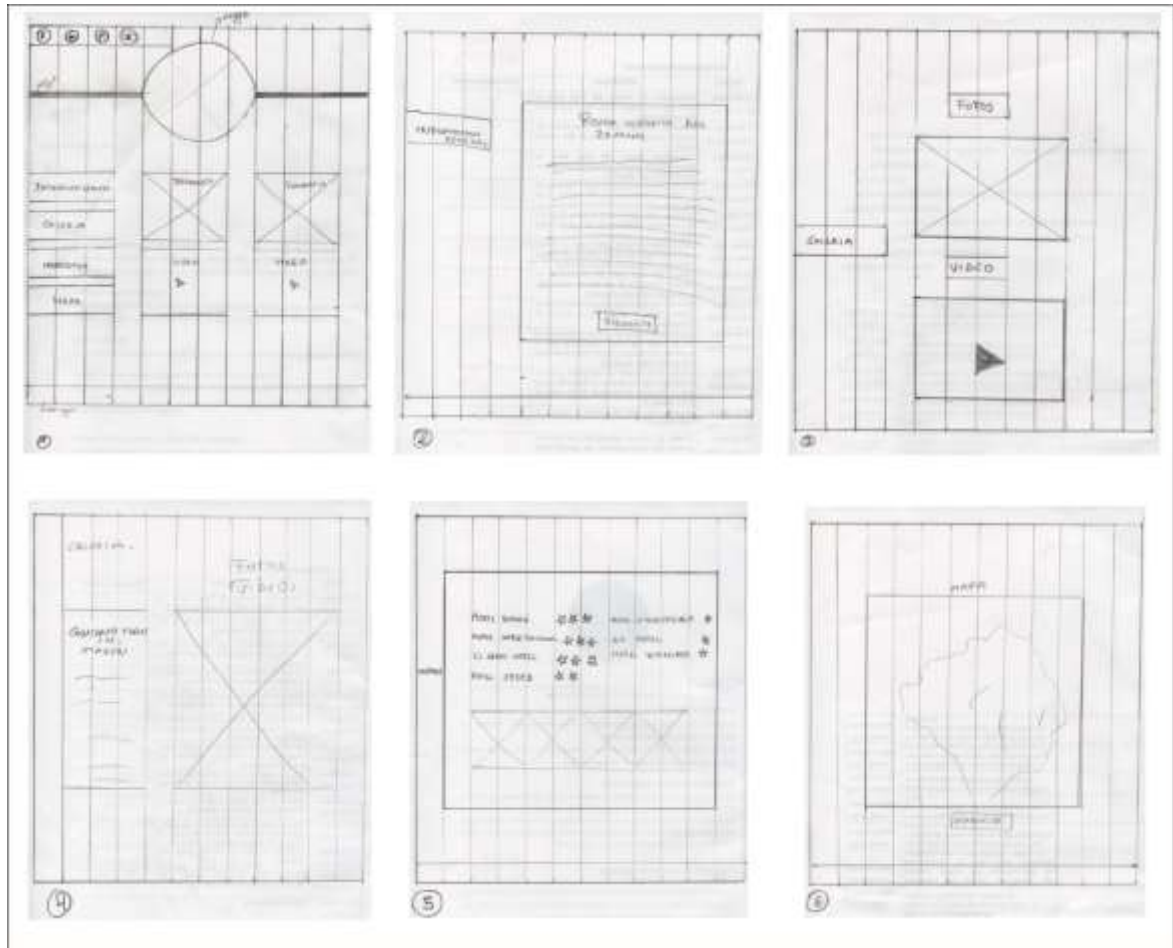


Elaborado por: La investigadora

13.11 Estructura

13.11.1 Prototipo de baja fidelidad

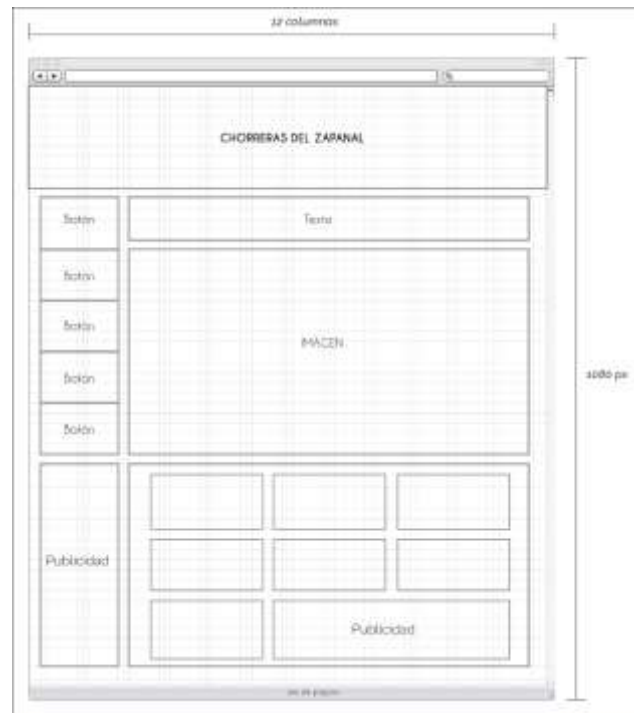
Estos prototipos de baja fidelidad realizados en papel, permiten realizar los primeros test de usabilidad obteniendo resultados finales de nuestro producto multimedia.

Tabla 21: Prototipo de baja fidelidad

Elaborado por: La investigadora

13.11.2 Retícula

A continuación, se presenta un prototipo en papel aplicado en la retícula del sistema de 960 Grid de 12 columnas; en el mismo se plasma los módulos a utilizar para el contenido de imágenes y texto que se encontrarán en las interfaces.

Tabla 22: Retícula

Elaborado por: La investigadora

13.11.3 Esqueleto

13.11.3.1 Las interfaces según Jese James

Especifica que es de importancia definir un diseño centrado en el usuario, que vaya dirigido a un target que pueda lograr objetivos de un producto multimedia. Con este método se busca ayudar al problema propuesto en el proyecto, esto se realiza mediante la obtención de información textual y fotográfica que permita evidenciar y documentar información evidente y real para el desarrollo de la guía multimedia

13.11.3.2 Descripción de los botones

13.11.3.2.1 Inicio

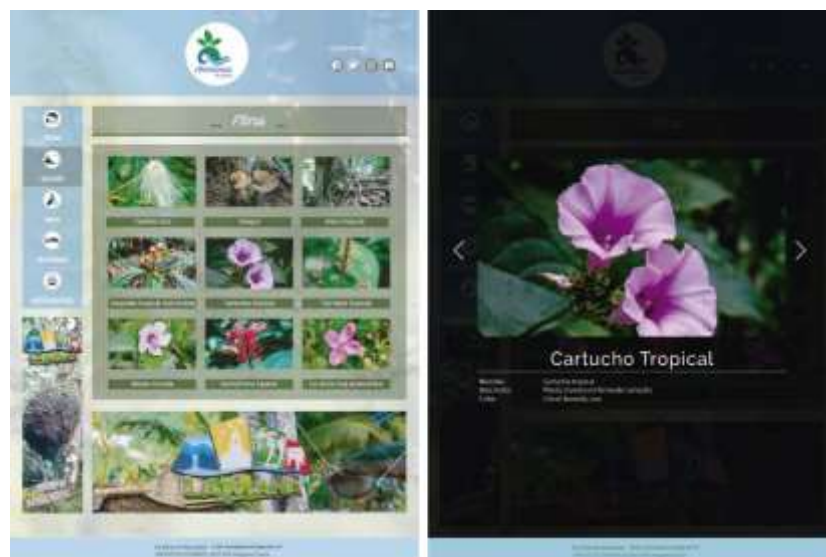
En los gráficos correspondientes al botón inicio está constituido por un banner de las Chorreras del Zapanal, seguido por la botonera principal: inicio, galería, mapa, hospedaje y restaurantes donde que el usuario al momento de presionar un clic en las flechas de la imagen se obtiene una imagen diferente; en el cuerpo del texto se podrá ubicar una de las imágenes de las cascadas con una descripción de la cascada; el mismo sistema se aplica para cada una de las imágenes de la interfaz de inicio.

Tabla 23: Inicio

Elaborado por: La investigadora

13.11.3.2.2 Galería flora

El usuario podrá ubicar en la galería un despliegue de flora, fauna y videos; en la interfaz de la flora puede encontrar el banner en conjunto con la botonera siendo el cuerpo del contenido 9 fotografías digitales de diversas plantas de las Chorreras del Zapanal, si en caso desea informarse un poco más sobre los detalles de la planta podrá seleccionar una de ellas, esta imagen se expandirá en el centro de la interfaz ofreciendo detalles textuales sobre la misma; el mismo sistema se aplica para cada una de las imágenes de la interfaz de la flora.

Tabla 24: Galería flora

Elaborado por: La investigadora

13.11.3.2.3 Galería fauna

El usuario podrá ubicar en fauna un banner en conjunto con la botonera siendo el cuerpo del contenido 8 fotografías digitales de diversos animales que habitan en las Chorreras del Zapanal, si en caso quiere informarse un poco más sobre los detalles de cada uno, podrá seleccionar una de ellas y esta imagen se expandirá en el centro de la interfaz ofreciendo detalles textuales sobre el mismo.

Tabla 25: Galería fauna

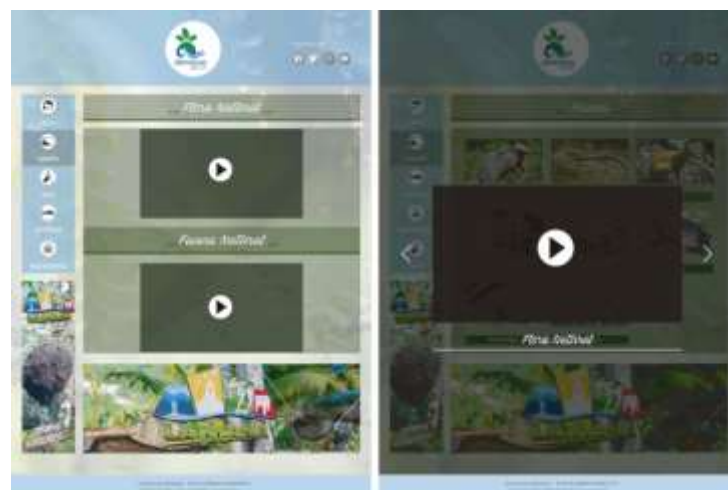


Elaborado por: La investigadora

13.11.3.2.4 Galería videos

El usuario encontrara en esta interfaz 2 videos pertenecientes a la flora y fauna y podrá seleccionarlos con el fin de que esta se expanda y que puede observar el video.

Tabla 26: Galería videos



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.2.5 Mapa

Esta se caracteriza por disponer y ofrecer una infografía de cómo llegar a las Chorreras del Zapanal desde el ingreso al recinto La Envidia recorriendo los puntos de la Playita, la Libertad, Estero Hondo la Envidia y aun kilómetro de caminata puede ubicar las Chorreras del Zapanal, sin embargo, también dispondrá de una opción de imprimir el mapa con el fin de ubicación y posteriormente acudir a este atractivo turístico.

Tabla 27: Mapa



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.2.6 Hospedaje

Esta interfaz dispondrá de 9 fotografías digitales de hoteles más importantes del cantón La Maná, clasificados según las características en cinco, cuatro y tres estrellas; si el usuario desea saber sobre los servicios de hotelería y ubicación podrá seleccionar un hotel a su gusto, teniendo como resultado una interfaz con contenido diferente como detalles de ubicación del sitio y 3 imágenes diferentes con los 3 tipos de habitaciones al gusto del usuario conjuntamente con el valor destinado hasta la fecha; no obstante, al presionar en una de estas tres fotografías se expandirá ofreciendo detalles informativos con características que dispone cada una de estas habitaciones; esta misma dinámica se aplica para cada uno de las opciones de hotel.

Tabla 28: Hospedaje

Elaborado por: La investigadora

13.11.3.2.7 Restaurantes

La opción de restaurantes perteneciente a la guía turística de las Chorreras del Zapanal se caracteriza por estar estructurada por el banner, botonera principal por el cuerpo del contenido constituido por 6 sitios en donde alimentarse, una publicidad y el pie de página; si el usuario desea informarse de la variedad de opciones que ofrece cada una de estos lugares podrá seleccionar teniendo una interfaz diferente en relación a la sección del contenido la misma que se caracteriza por disponer de desayunos, almuerzos, meriendas, platos a la carta y bebidas a su elección al igual el usuario podrá informarse del precio estimado de elección de lo que puede ofrecer el lugar alimenticio; esta misma dinámica se aplica para cada uno de sus opciones.

Tabla 29: Restaurantes

Elaborado por: La investigadora

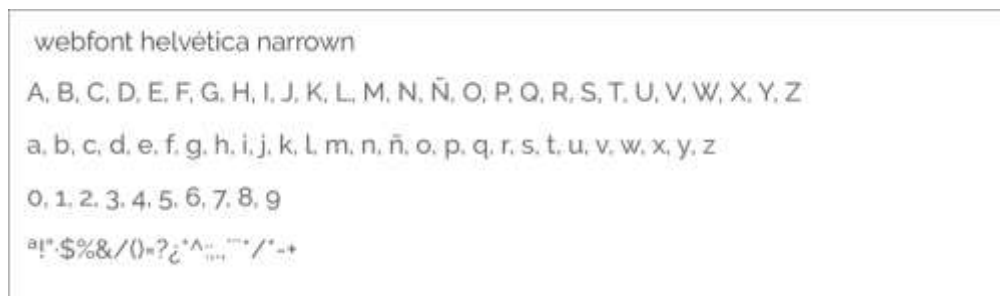
13.11.3.3 Interfaz

El diseño integral del producto multimedia está constituido por elementos gráficos como: imágenes, colores web, textos e íconos; a continuación, se detalla en tamaños por columnas de estos elementos gráficos conforme se encuentre estructurado las dimensiones del producto multimedia y a una resolución de 72 ppp.

13.11.3.3.1 Tipografía

En el desarrollo de la propuesta de guía multimedia se aplica la tipografía webfont helvética narrow para los contenidos digitales.

Tabla 30: Tipografía



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.2 Cromática

Se aplica en el producto multimedia una cromática de código hexadecimal que parte del imagotipo de las Chorreras del Zapanal, constituido por.

Tabla 31: Cromática



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.3 Íconos

Tabla 32: Íconos inicio



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.4 Interfaz inicio

Tabla 33: Íconos interfaz inicio



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.5 Galería flora

Tabla 34: Íconos galería flora



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.6 Galería fauna

Tabla 35: Íconos galería fauna



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.7 Galería videos

Tabla 36: Íconos galería videos



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.8 Hospedaje

Tabla 37: Íconos hospedaje



Elaborado por: La investigadora

13.11.3.3.9 Restaurantes

Tabla 38: Restaurantes



Elaborado por: La investigadora

14 IMPACTOS (SOCIALES, ECONÓMICOS)

14.1 Social

El proyecto tiene un impacto social, puesto que ayudará a difundir el atractivo turístico de las Chorreras del Zapanal a través de un producto multimedia a nivel local y nacional contribuyendo con la sociedad; por ello, se quiere incentivar a que el turista nacional conozca más acerca de esta zona turística.

14.2 Económico

El impacto económico que generará el proyecto se evidenciará en la multitud de visitantes que se presente a visitar esta belleza natural.

15 PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

15.1 Recursos económicos

Tabla 39: Costos de reproducción

DETALLE	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel Bond	2.000	0,5	100,00
Uso de internet	400/horas	0,60	240,00
Lápices	2	0,75	1,50
Cuadernos	2	1,50	3,00
Esferos	5	0,50	2,50
Impresiones	2.000	0,15	300,00
Copias	80	0,05	4,00
Anillados	4	1,75	7,00
TOTAL			658,00

Elaborado por: La investigadora

15.2 Recursos indirectos

Tabla 40: Costos en producción

COSTOS INDIRECTOS	
DETALLE O DESCRIPCIÓN	VALOR
Transporte	300,00
Alimentación	200,00
Imprevistos	100,00
TOTAL	600,00

Elaborado por: La investigadora

15.3 Costos indirectos

Tabla 41: Recursos tecnológicos

RECURSOS TECNOLÓGICOS	
DETALLE O DESCRIPCIÓN	VALOR
Equipo Fotográfico	300,00
Flash memory 16gb	15,00
Computadora	400,00
TOTAL	715,00

Elaborado por: La investigadora

15.4 Costos de guía multimedia

Tabla 42: Costos de guía multimedia

COSTOS DE GUÍA MULTIMEDIA	
DETALLE O DESCRIPCIÓN	VALOR
Software (Adobe lustrador, Photoshop, Lightroom)	300,00
Diseño y maquetación web	700,00
Programación	800,00
Dominio (anual)	300
Hosting	50
Administración del sitio	500
TOTAL	2.650,00

Elaborado por: La investigadora

15.5 Costos de implementación

Tabla 43: Total de costos

TOTAL DE COSTOS	
DETALLE O DESCRIPCIÓN	VALOR
Costos de preproducción	658,00
Costos indirectos	600,00

Recursos tecnológicos	715,00
Costos de guía multimedia	2.650,00
Costos de implementación	350,00
TOTAL	4.973,00

Elaborado por: La investigadora

16 CONCLUSIONES

- La investigación realizada permitió recopilar la información visual y teórica de la flora y la fauna las Chorreras del Zapanal y poner en evidencia las bondades y ventajas de las de las nuevas tecnologías de la información y comunicación sobre el sector turístico.
- Con los resultados obtenidos se pudo establecer el estado actual de la afluencia de turistas a las Chorrera del Zapanal y contrastar como la difusión de información como un papel determinante al momento de elegir un lugar de destino.
- La elaboración de una guía multimedia para difundir la flora y fauna del sector Chorreras del Zapanal se proyecta como una alternativa a la difusión convencional, mejorando las posibilidades de visibilización y afluencia turística.

17 RECOMENDACIONES

- A través de esta investigación se identificó que existe una variedad de nuevas tecnologías sobre las que puede apoyarse para el desarrollo de productos multimedia como; frameworks de desarrollo web, librerías, entre otros. Sin embargo, hay que identificar las herramientas que permita la versatilidad y el trabajo óptimo debido a que pueden quedar obsoletas en muy corto tiempo por la naturaleza misma de la tecnología.

- Realizar otros proyectos de investigación que incluya todo lo relativo a señalética, capacitación para el reconocimiento de la flora y fauna que existe en el lugar o generar productos editoriales sobre la riqueza natural, cultural, gastronómica, entre otros.
- Se recomienda realizar una estrategia de difusión de la guía multimedia en centros turísticos y otros, para mejorar los niveles de visibilización de este atractivo natural y que permita ser un referente para otras iniciativas locales.

18 BIBLIOGRAFÍA

- Aguiar Morón, D. A. (octubre de 1994). Multimedia en educación. *Comunicar*(3), 81-87. Recuperado el 1 de noviembre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800311>
- Belloch Ortí, C. (2011). Aplicaciones multimedia interactivaS: Clasificación. *Unidad de Tecnología Educativa*, 1-7. Recuperado el 15 de noviembre de 2016, de <http://www.uv.es/bellochcpdfpwctic3.pdf>
- Camus, J. C. (5 de noviembre de 2009). Manual para escribir en sitios web. *Tienes 5 segundos*, 1-120. Recuperado el 15 de enero de 2017, de www.tienes5segundos.cl.
- Carrión, O., González, F., Romero, F., Sobejano, J., Blanco, J., Sánchez, C., . . . Jiménez, R. (s.f.). *Cómo Internet y el protagonismo de los viajeros han revolucionado el sector turístico*. Obtenido de Minube: www.lanubederaulesverde.com.
- Díaz Tigse, K. (2015). Accesibilidad turística en el recinto la envidia y su incidencia en el desarrollo turístico sostenible de las siete cascadas del zapanal en el cantón la maná, provincia de CotopaxI. *Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación: Carrera de turismo y hotelería*, 1-168. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12861/1/FCHE-THP-217.pdf>
- García Sánchez, E., Vite Chávez, O., Navarrate Sánchez, M., García Sánchez, M., & Torres Cosío, V. (julio-diciembre de 2016). Metodología para el desarrollo de software multimedia educativo MEDESME CPU-e. *Revista de Investigación Educativa*(23), 216-226. Recuperado el 5 de diciembre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283146484011>
- Gómez Cruz, E. (diciembre de 2012). La fotografía digital como una estética sociotécnica: el caso de la Iphoneografía. *Aisthesis*(52), 393-406. Recuperado el 1 de noviembre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=163227577020>

- Gómez Cruz, E. (diciembre de 2012). La fotografía digital como una estética sociotécnica: el caso de la Iphoneografía. *Aisthesis*(52), 393-406. Recuperado el 15 de noviembre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=163227577020>
- López Guimera, E., & Pineda Diéguez, C. (2012). *Reflexiones del diseño gráfico en la actualidad*. Madrid, España: Agencia h2e.es. Recuperado el 15 de enero de 2017
- Lúquez, P., López, L., Blanchard, R., & Sánchez, M. (mayo-agosto de 2006). La fotografía: una experiencia para el aprendizaje de la geografía turística y la promoción del turismo en el Zulia. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 7(16), 189-205. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170118726010>
- Molina de Paredes, O. R. (enero de 2007). Diseño del multimedia sistema de costos predeterminados. *Actualidad Contable Faces*, 10(4), 95-103. Recuperado el 2 de noviembre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701409>
- RAMÍREZ VERD, A. (2010). *Estudio de las marcas* (Vol. 2). España: Gráfico. Recuperado el 15 de enero de 2017
- Rodríguez Garay, G. (2012). El lenguaje y expresión multimedia: usos, aplicaciones y tendencias desde una perspectiva comunicativa en la frontera norte de México. *Universidad de Sevilla: Facultad de comunicación*, 1-260. Recuperado el 15 de diciembre de 2016, de http://fondosdigitales.us.es/mediathesis1871P_T.D.PROV11-capitulo2.pdf
- Sánchez Guerrero, D. (2010). Guía turística en formato impreso para dinamizar la corriente turística que visita el cantón Cevallos período mayo – junio del 2009. *Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación*, 1-155. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2508/1/t_ma_eco_819.pdf
- Villareal, N. (Enero de 2013). La Maná turística. *Atractivos y servicios turísticos*, 3, 1-48. Recuperado el 22 de diciembre de 2016, de https://issuu.com/papingo.com/docs/guia_turistica_de_la_mana_2013

19 ANEXOS

Diseñadora
Magister en Diseño Multimedia
Marcela Ximena Parra Pérez



Datos personales

C.I. : 010293729-9
 Fecha de nacimiento: Cuenca, 12 de febrero
 Edad: 36 años
 Dirección: Latacunga
 Teléfono: 2270-204
 Celular: 0990028120
 Correo electrónico: marcela.parra@utc.edu.ec

Formación

Instrucción Primaria: Escuela Fiscal Luis Roberto Bravo
 Instrucción Secundaria: Colegio Nacional Técnico Ecuador
 Título: Contador Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración.
 Instrucción Superior: Universidad del Azuay
 Título: Diseñador
 Instrucción Posgrado: Universidad del Azuay
 Título: Magister en Diseño Multimedia

Cursos realizados

- Seminario Internacional de Pedagogía, Aprendizaje y Docencia Universitaria
- Seminario - Taller Internacional Semiótica del Diseño Andino
- Segundo Encuentro Internacional de Diseño: Postproducción Premier
- Segundo Encuentro Internacional de Diseño: Sostenibilidad y Nuevas Tendencias
- Adobe Tour 2013 Cuenca
- Festival de Diseño y Artes Aplicadas Taller: Negocio de la Creatividad (Cromia)
- Seminario de Plataformas Móviles: Developers Challenge UDA
- Curso de Diseño Gráfico Photoshop
- Curso de Diseño de Páginas Web
- Curso de Auto Cad 2D
- Curso de Auto Cad 3D

Experiencia Laboral como Diseñador

Diario El Tiempo (Cargo de Diseñador)
Diario La Tarde (Cargo de Diseñador – Diagramador)
Makro Publicidad (Cargo de Diseñador)
Diseño de páginas web (Frelance)

Experiencia Laboral como Docente

Universidad Técnica de Cotopaxi (Docente de la Carrera Diseño Gráfico Computarizado 2014 - 2016)
Universidad Técnica de Ambato (Docente Carrera Diseño Gráfico Publicitario 2014)
Universidad de Cuenca (Docente 2013)
Instituto Tecnológico Kevin (Docente de Diseño Gráfico 2013)
Centro de Capacitación de Sudamericano (Tutor de Curso de Diseño 2013)
ITSFE (Docente de Diseño Gráfico 2006)

Investigación y Ponencia

Tema: Multimedia Educativa para la enseñanza de la Ortografía, realizada en la Universidad Técnica de Cotopaxi en las Jornadas Científicas en marzo de 2015.

Manejo de Software

Diseño

Adobe Photoshop
Adobe Ilustrador
Adobe Indesign

Diseño Web

Adobe Dreamweaver
Adobe Flash

Animación

3D Autodesk Maya

Dibujo Técnico

Autodesk Autocad 2D y 3D

Audiovisuales

Adobe Premier
Adobe After Effects



Dayra Pilaguano

Con las experiencias obtenidas puedo deducir que el diseño no es solo entender el papel que desempeña la forma y el contenido, sino descubrir que el diseño es un comentario, una opinión, un punto de vista y una responsabilidad social. Diseñar es mucho más que simplemente ensamblar, ordenar e incluso editar es añadir valor y significado

CONOCIMIENTOS

Ilustador
Photoshop
Flash
After Effects
InDesing
Audition
3ds Max
Multimedia

CONTACTOS

Celular:
0984112770
E.mail
dayrapilaguano92@gmail.com
Facebook
Dayra Pilaguano

DATOS PERSONALES

N° CÉDULA
050344936-5
ESTADO CIVIL
Soltera
FECHA DE NACIMIENTO
02 de Mayo de 1992
DIRECCIÓN DOMICILIARIA
Pujilí av Velazco Ibarra y teófilo Segovia

ESTUDIOS REALIZADOS

PRIMARIOS
Primaria-Escuela Ciudad de Asunción Malqui
SECUNDARIOS
Agronomía - Colegio Técnico Agropecuario Pucayacu
SUPERIORES
Ingeniera en Diseño Gráfico Computarizado - Universidad Técnica de Cotopaxi

EXPERIENCIA LABORAL

UNIGRAF/ Diseñadora Gráfica
Diseñadora Gráfica en la empresa ejecutiva dedicada a la publicidad y marketing
GOBIERNO DESENTRALIZADO PUJILÍ "GAD PUJILÍ"
Diseñadora Gráfica en el departamento de Realciones Públicas, Área Diseño, Ilustración, Edición

CERTIFICADOS

CERTIFICADO/ Semiótica del Diseño Andino
Certificado en la Universidad Técnica de Cotopaxi del Área de Diseño Gráfico y Comunicación Social, por haber participado y aprobado al Seminario - Taller internacional "Semiótica del Diseño Andino" desarrollado en el 2014
CERTIFICADO/ Preproducción y Producción de Cortometraje
Certificado en la Universidad Técnica de Cotopaxi del Área de Diseño Gráfico por la participación en la Producción del cortometraje La Loca Viuda desarrollado en el 2015

Dayra Alicia Pilaguano
FIRMA

Anexo 1: Encuesta a la Sra. Hilda Astudillo moradora del recinto La Envidia



Anexo 2: Encuesta al Sr. Jaime Intriago morador del recinto la Envidia



Anexo 3: Encuesta a la Sra. Paola Ríos moradora del recinto La Libertad



Anexo 4: Entrevista a la Sra. María Durán propietaria del restaurante “La Casa del Bolón”



Anexo 5: Entrevista al Sr. Sebastián Mesa propietario del restaurante “La Casa del Bolón”



Anexo 6: Llegada a la comuna Zapanal (7 cascadas)



Anexo 7: Fotografía de la cascada La Escondida



Anexo 8: Fotografía de la Cascada La Muerte



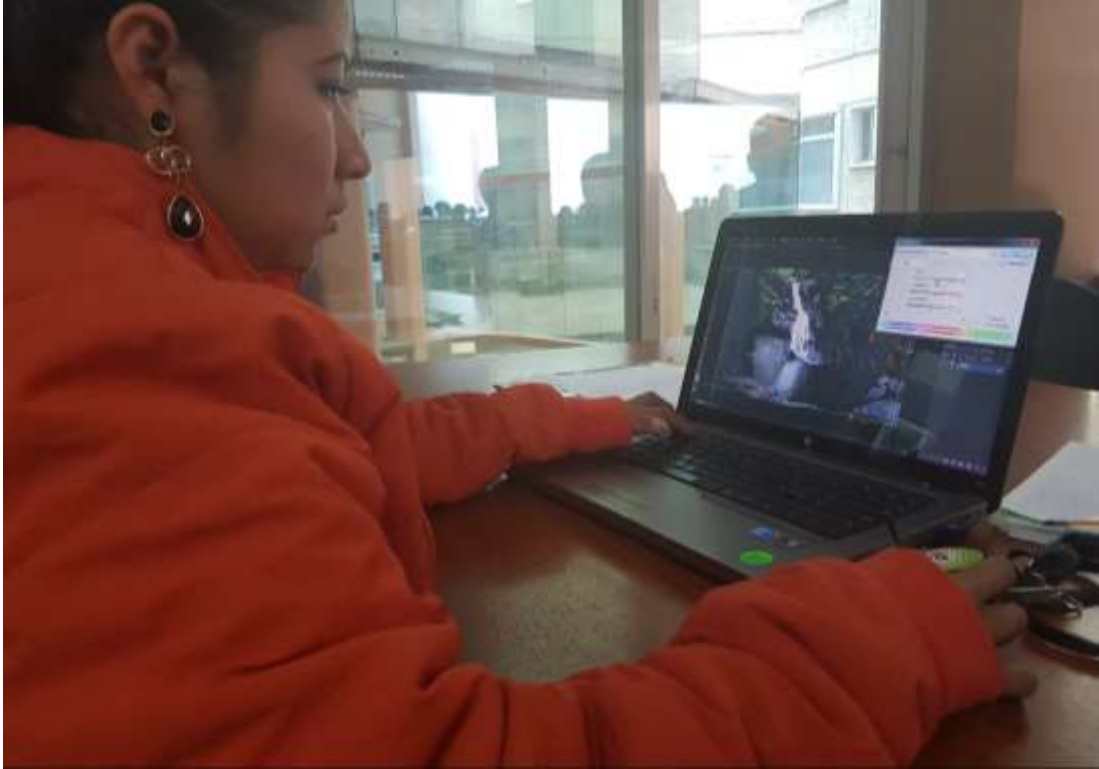
Anexo 9: Ingreso a la Cascada El Mirador



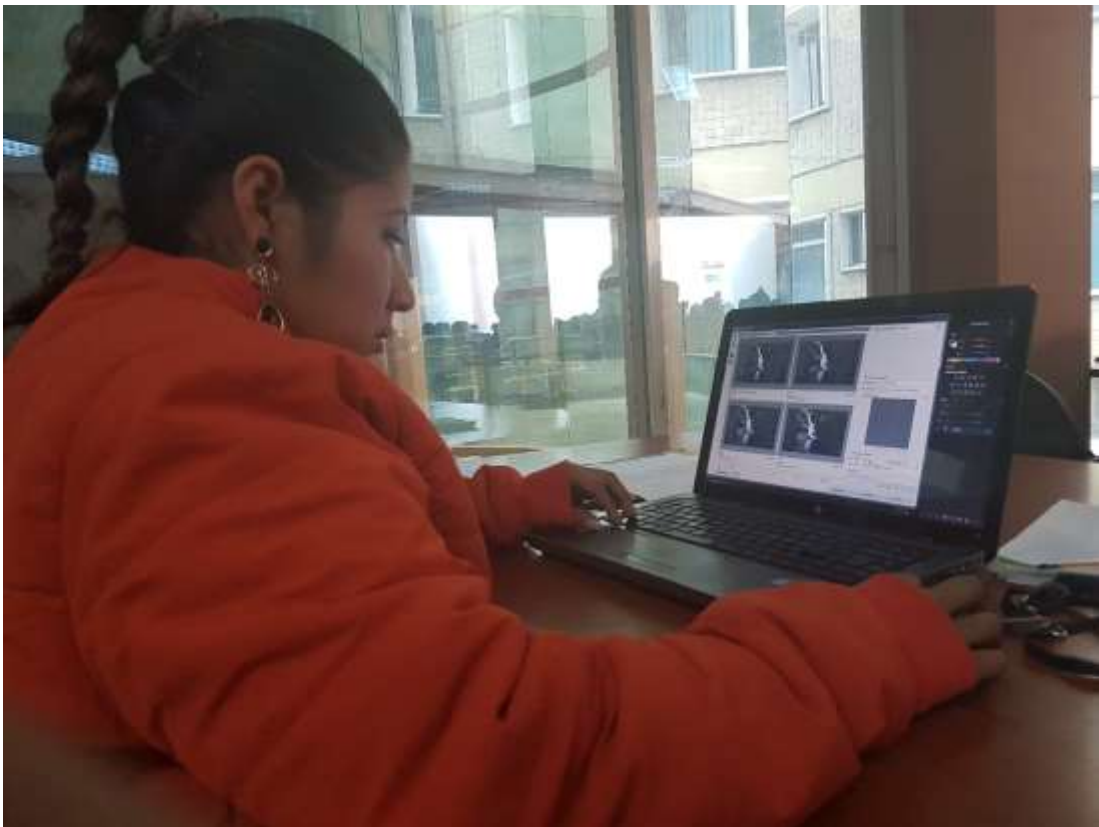
Anexo 10: Fotografía de la Cascada El Amor



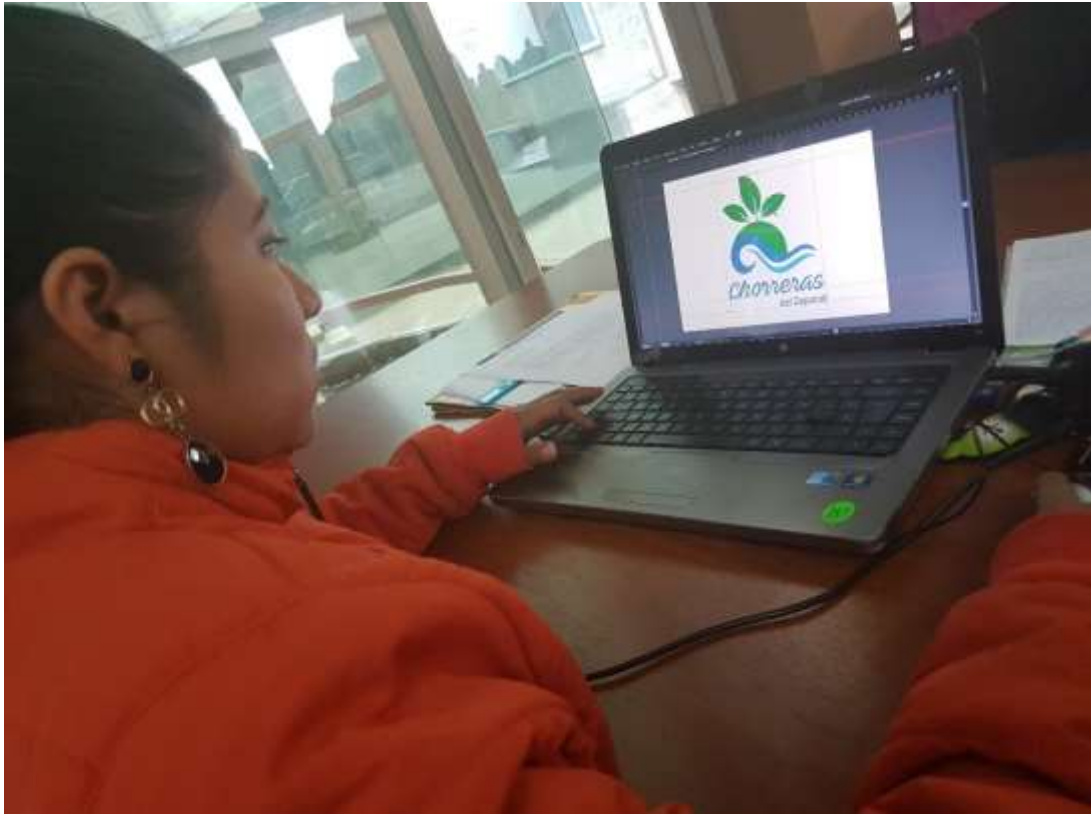
Anexo 11: Proceso de retoque fotográfico



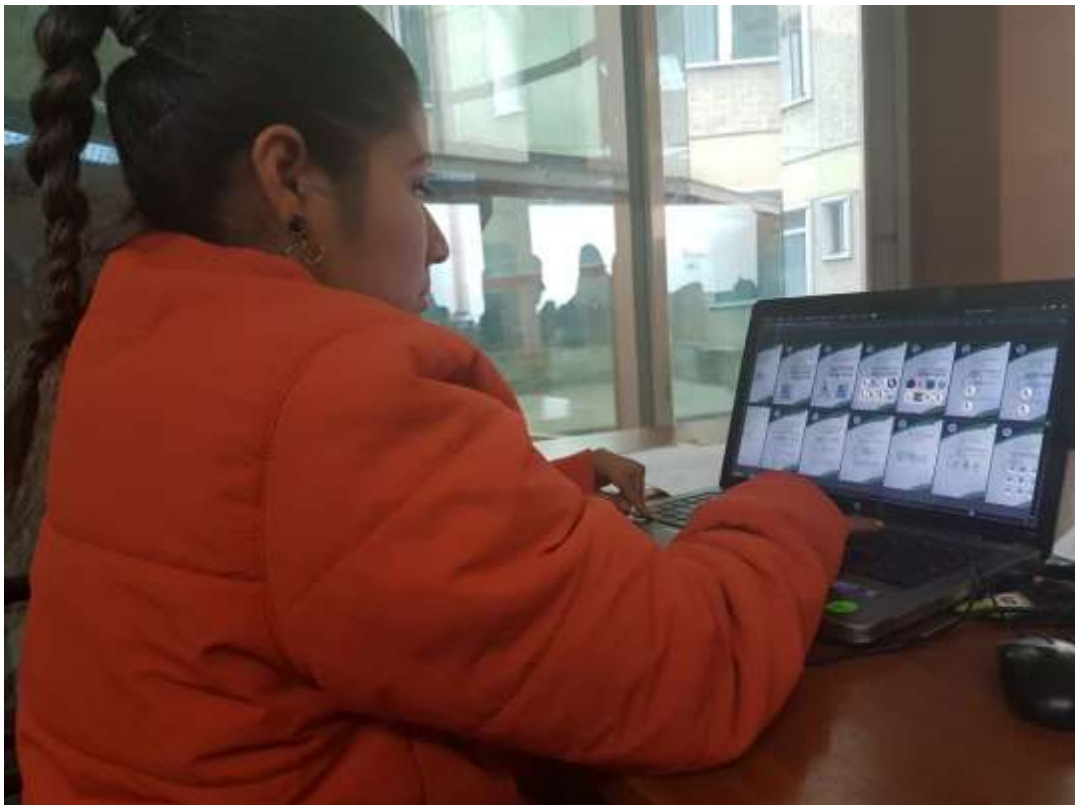
Anexo 12: Proceso de optimización de imágenes para web



Anexo 13: Creación de imago tipo de las Chorreras del Zapanal



Anexo 14: Creación de Línea Gráfica de las Chorreras del Zapanal



Anexo 15: Diseño de interfaces web**Anexo 16:** Entrevista al Sr. Julio Paúl Pino Gallo – controlador del medio de transporte Río San Pablo

Anexo 17: Datos geográficos de las Chorreras del Zapanal (GPS)**Anexo 18:** Datos informativos

DATOS INFORMATIVOS	
Recorrido del camino	14km.
Transporte de ingreso al sector	Cooperativa Rio San Pablo
Valor de los pasajes	\$1.00
Horario de ingreso:	Todos los días
Lunes a viernes	5.30am, 8.00am, 11,00am, 1.30pm,
Sábados y domingos	4.00pm, 7.00pm
	5.30am, 8.00am, 11,00am, 1.30pm,
	4.00pm
Duración del camino:	40min.
Temperatura:	25°C
Tipo de acceso:	Terrestre
Subtipo:	Lastrado

Estado:	Regular
Tipo de señalética:	No Existe


Fuente: Sr. Julio Paúl Pino Gallo / Pilaguano Dayra

Anexo 19: Informativo

UBICACIÓN	
Cantón:	La Maná
Dirección:	Av. La Libertad
Latitud Sur:	0°56,689''
Longitud Oeste:	79°14,841
Altitud:	196msnm


Fuente: Pilaguano Dayra

Anexo 20: Coordenadas geográficas de la cascada San Martín

COORDENADAS GEOGRÁFICAS DE LA CASCADA SAN MARTÍN	
Latitud Sur:	1°0,302''
Longitud Oeste:	79°14,270''
Altitud:	300msnm
UBICACIÓN	
Cantón:	La Maná
Sector:	La Envidia
Nombre de la cascada:	San Martín
	

Fuente: Pilaguano Dayra

Anexo 21: Coordenadas geográficas de la cascada la Escondida

COORDENADAS GEOGRÁFICAS DE LA CASCADA LA ESCONDIDA	
Latitud Sur:	1°0,302''
Longitud Oeste:	79°14,270''
Altitud:	300msnm
UBICACIÓN	
Cantón:	La Maná
Sector:	La Envidia
Nombre de la cascada:	La Escondida
	

Fuente: Pilaguano Dayra

Anexo 22: Coordenadas geográficas de la cascada la Muerte

COORDENADAS GEOGRÁFICAS DE LA CASCADA LA MUERTE	
Latitud Sur:	1°0,342''
Longitud Oeste:	79°14,206''
Altitud:	420msnm
UBICACIÓN	
Cantón:	La Maná
Sector:	La Envidia
Nombre de la cascada:	La Muerte



Fuente: Pilaguano Dayra

Anexo 23: Coordenadas geográficas de la cascada el Amor

COORDENADAS GEOGRÁFICAS DE LA CASCADA EL AMOR	
Latitud Sur:	1°0,455''
Longitud Oeste:	79°14,135''
Altitud:	418msnm
UBICACIÓN	
Cantón:	La Maná
Sector:	La Envidia
Nombre de la cascada:	El Amor

Fuente: Pilaguano Dayra


Anexo 24: Coordenadas geográficas de la cascada el Tobogán

COORDENADAS GEOGRÁFICAS DE LA CASCADA EL TOBOGÁN	
Latitud Sur:	1°0,506''
Longitud Oeste:	79°14,141''
Altitud:	493msnm

UBICACIÓN	
Cantón:	La Maná
Sector:	La Envidia
Nombre de la cascada:	Tobogán
	

Fuente: Pilaguano Dayra

Anexo 25: Coordenadas geográficas de la cascada el Lago

COORDENADAS GEOGRÁFICAS DE LA CASCADA EL LAGO	
Latitud Sur:	1°0,320''
Longitud Oeste:	79°14,235''
Altitud:	490msnm
UBICACIÓN	
Cantón:	La Maná
Sector:	La Envidia
Nombre de la cascada:	Tina de Piedra o Lago
	

Fuente: Pilaguano Dayra

Anexo 26: Informativo del sendero

INFORMATIVO DEL SENDERO	
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Río
Subtipo:	Cascada, catarata o saltos.
Estado de conservación del atractivo:	Conservado
Ubicación:	La Envidia
Acceso:	Trekking
Distancia total:	1km
Tipo de camino:	Sendero
Nivel físico:	Medio
Punto de partida:	Parqueadero de la primera cabaña
Punto de llegada:	Cascada Tina de Piedra
Clima:	Subtropical
Época recomendada:	Todo el año
Vestimenta adecuada:	Ropa ligera, zapatos cómodos, gorra, repelente y crema solar.
Alternativas de uso:	Trekking, Camping, recreación.
Servicios permanentes	Alimentación
Servicios ocasionales:	Guianza
Atractivos principales:	Vista panorámica, observación de flora y fauna
Modalidad:	Familiar, grupal, amigos.
Edad:	Toda edad

Tipo de señalización interna:	No existe
Seguridad:	No existe
Baterías sanitarias:	Si existe solo al ingresar a las cascadas
Visitas guiadas:	Ocasionalmente
Propietarios:	Byron Herrera, Jorge San Martín y Alfonso Herrera.

Fuente: Pilaguano Dayra