

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “Información turística en medios digitales y la planificación de viajes.”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciada en Turismo

AUTORA: Lima Campes Johanna Elizabeth

TUTOR: Ing. Caicedo Rosero Diego Marcelo, MSc.

Tulcán, 2022

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Johanna Elizabeth Lima Campues con el número de cédula 1726112673 ha elaborado bajo mi dirección el TIC titulado: “Información turística en medios digitales y la planificación de viajes”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación, por lo tanto, autorizo la sustentación de la presentación para la calificación respectiva.



f.....

Caicedo Rosero Diego Marcelo, MSc.

TUTOR

Tulcán, marzo de 2022

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente TIC constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.

Yo, Johanna Elizabeth Lima Campues con cédula de identidad número 1726112673 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f. 

Lima Campues Johanna Elizabeth
AUTORA

Tulcán, marzo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TIC

Yo, Johanna Elizabeth Lima Campues declaro ser autora de los criterios emitidos en el TIC: “Información turística en medios digitales y la planificación de viajes” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f. 

Lima Campues Johanna Elizabeth

AUTORA

Tulcán, marzo de 2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por haberme permitido cumplir con mis sueños profesionales. Igualmente, a todos los docentes de la escuela de Turismo que formaron parte de mi vida universitaria aportando con sus conocimientos y experiencia.

Agradezco, también a mi tutor de tesis MSc. Diego Caicedo quien supo guiarme y ayudarme durante todo este proceso, también, agradezco a mis amigos con los que compartí buenos y malos momentos en la universidad.

Finalmente, agradezco a todos por formar parte de este paso importante en mi vida profesional y por todo el apoyo brindado durante de este tiempo.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres; Franklin Lima y Norma Campues, quienes han sabido guiarme y quienes han confiado en mí desde el principio, es indudable que sin su apoyo incondicional no hubiera podido continuar con mis estudios. También quiero dedicar este trabajo a mis hermanos quienes han confiado en mí siempre. Ustedes son la base de mi vida tanto profesional como personal y siempre estaré agradecida por todo lo que han hecho por mí.

Asimismo, quiero dedicarle este trabajo a todas las personas que formaron parte de este sueño y que aportaron de manera significativa con sus conocimientos para poder llegar hasta este punto tan importante en mi vida.

Lima Campues Johanna Elizabeth

ÍNDICE

RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN.....	16
I. PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	21
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	21
2.2. MARCO TEÓRICO	25
2.2.1. Problemática de la información turística.....	25
2.2.2. Historia de la información turística	25
2.2.3. Importancia de la información turística.....	26
2.2.4. ¿Qué es la información turística?	26
2.2.5. ¿Qué son los medios digitales?.....	27
2.2.6. Tipos de medios digitales	27
2.2.7. Información turística en redes sociales.....	29
2.2.8. Importancia de la información turística en redes sociales.....	29
2.2.9. ¿Qué son los sitios web y páginas web?.....	30
2.2.10. Información en sitios web	30
2.2.11. Importancia de la información turística en los sitios y páginas web.....	30
2.2.12. Planificación de viajes	31
2.2.13. En que consiste la planificación de viajes	31

2.2.14. La importancia de la planificación de viajes.....	32
2.2.15. Beneficios de la planificación de viajes.....	32
2.2.16. El turista.....	32
2.2.16.1. Factores motivadores para un viaje.....	33
2.2.17. El comportamiento de los turistas a la hora de planificar sus viajes.....	33
2.2.18. Pasos para planificar.....	34
III. METODOLOGÍA.....	36
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	36
3.1.1. Enfoque.....	36
3.1.2. Tipos de Investigación.....	36
3.2. IDEA A DEFENDER.....	37
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	37
3.3.1. Definición de variables.....	37
3.3.2. Operacionalización de variables.....	38
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	40
3.4.1. Población y muestra.....	40
3.4.2. Técnicas e instrumentos de investigación.....	43
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	44
4.1. RESULTADOS.....	44
4.1.1. Resultados de fichas de observación de los medios digitales.....	44
4.1.2. Resultado de la ficha de observación de Cayambe Turismo.....	44
4.1.3. Resultado de la ficha de observación de la Guía Turística de Cayambe.....	45
4.1.4. Resultado de la ficha de observación de Cayambe Turismo - Instagram.....	46
4.1.5. Resultados de los indicadores de las fichas de observación de redes sociales.....	47
4.1.6. Resultado de la ficha de observación del sitio web Cayambe Turismo.....	54
4.1.7. Resultado de la ficha de observación de la Prefectura de Pichincha.....	56
4.1.8. Resultado de la ficha de observación del Gad San José de Ayora.....	57
4.1.9. Resultado de la ficha de observación de la Parroquia de Olmedo Pesillo.....	58

4.1.10. Resultado de la ficha de observación de Portal servicios (MINTUR)	59
4.1.11. Resultado de la ficha de observación de GoRaymi	60
4.1.12. Resultado de la ficha de observación de EcuRed	62
4.1.13. Resultado de la ficha de observación de ViajandoX	63
4.1.14. Resultado de la ficha de observación de Ecuador Turístico	64
4.1.15. Resultado de la ficha de observación de Lugares Turísticos.....	65
4.1.16. Resultado de la ficha de observación de Minube	66
4.1.17. Resultado de la ficha de observación de Tripadvisor	67
4.1.18. Resultado de la ficha de observación de TravelAgenciesFinder	68
4.1.19. Resultado de la ficha de observación de Ecuador Travel	69
4.1.20. Resultado de la ficha de observación de GlobalNPO.....	70
4.1.21. Resultado de los apartados analizados de la ficha de observación aplicada a Páginas web	71
4.1.22. Resultados de medios digitales.....	74
4.1.23. Resultados de encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Cayambe....	76
4.2. DISCUSIÓN	84
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
5.1. CONCLUSIONES.....	92
5.2. RECOMENDACIONES.....	93
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
VII. ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Redes sociales con más usuarios.....	28
Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente	38
Tabla 3. Operacionalización de la variable dependiente.....	39
Tabla 4. Redes sociales	41
Tabla 5. Sitio - Páginas Web.....	41
Tabla 6. Técnicas e instrumentos	43
Tabla 7. Ficha de observación - Cayambe Turismo.....	44
Tabla 8. Puntaje y resultado – Cayambe Turismo	44
Tabla 9. Ficha de observación - Guía Turística	45
Tabla 10. Ficha de observación - Cayambe Turismo Instagram.....	46
Tabla 11. Puntaje y resultado – Cayambe Turismo	46
Tabla 12. Identificador visual - Redes sociales.....	47
Tabla 13. Fotografía o video - Redes sociales	47
Tabla 14. Autor - Redes sociales	48
Tabla 15. Geolocalización - Redes sociales.....	49
Tabla 16. Ubicación - Redes sociales	50
Tabla 17. Atractivos - Redes sociales	50
Tabla 18. Hashtags - Redes sociales	51
Tabla 19. Contactos - Redes sociales.....	52
Tabla 20. Descripción breve - Redes sociales.....	53
Tabla 21. Ficha de observación - Cayambe Turismo - Sitio web.....	54
Tabla 22. Puntaje y resultado	55
Tabla 23. Ficha de observación - Prefectura de Pichincha	56
Tabla 24. Puntaje y resultado	57
Tabla 25. Ficha de observación - Gad San José de Ayora.....	57
Tabla 26. Puntaje y resultado	58
Tabla 27. Ficha de observación - Parroquia de Olmedo Pesillo	58
Tabla 28. Resultado y puntaje.....	59
Tabla 29. Ficha de observación – Portal servicios (MINTUR)	59
Tabla 30. Resultado y puntaje.....	60
Tabla 31. Ficha de observación - GoRaymi.....	61
Tabla 32. Puntaje y resultado	61
Tabla 33. Ficha de observación - EcuRed.....	62

Tabla 34. Puntaje y resultado	62
Tabla 35. Ficha de observación - ViajandoX	63
Tabla 36. Puntaje y resultado	63
Tabla 37. Ficha de observación - Ecuador Turístico	64
Tabla 38. Puntaje y resultado	65
Tabla 39. Ficha de observación - Lugares Turísticos	65
Tabla 40. Puntaje y resultados	66
Tabla 41. Ficha de observación - Minube	66
Tabla 42. Puntaje y resultado	67
Tabla 43. Ficha de observación - Tripadvisor	67
Tabla 44. Puntaje y resultado	68
Tabla 45. Ficha de observación - TravelAgenciesFinder	68
Tabla 46. Puntaje y resultado	69
Tabla 47. Ficha de observación - Ecuador Travel	69
Tabla 48. Puntaje y resultado	70
Tabla 49. Ficha de observación - GlobalNPO	70
Tabla 50. Puntaje y resultado	71
Tabla 51. Identificación - Páginas web	71
Tabla 52. Descripción general - Páginas web	72
Tabla 53. Información útil - Páginas web.....	73
Tabla 54. Idiomas - Páginas web.....	74
Tabla 55. Medios digitales	74
Tabla 56. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 1	76
Tabla 57. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 2	77
Tabla 58. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 3	77
Tabla 59. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 4	78
Tabla 60. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 5	79
Tabla 61. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 6	80
Tabla 62. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 7	81
Tabla 63. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 8	82
Tabla 64. Ficha de observación - Redes sociales	101
Tabla 65. Ficha de observación - Sitio web.....	102
Tabla 66. Ficha de observación - Página web	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Identificador visual - Redes sociales	47
Figura 2. Fotografía o video - Redes sociales	48
Figura 3. Autor - Redes sociales	48
Figura 4. Geolocalización - Redes sociales	49
Figura 5. Ubicación - Redes sociales	50
Figura 6. Atractivos cercanos - Redes sociales	51
Figura 7. Hashtags - Redes sociales	52
Figura 8. Contactos - Redes sociales	53
Figura 9. Descripción breve	54
Figura 10. Identificador visual	72
Figura 11. Descripción General	72
Figura 12. Información útil del destino	73
Figura 13. Idiomas	74
Figura 14. Medios digitales	75
Figura 15. Tiempo de anticipación para viajar	76
Figura 16. ¿Cómo planifica su viaje?	77
Figura 17. Mes en el que prefiere viajar	78
Figura 18. Fuentes de información turística	79
Figura 19. Información necesaria para viajar	80
Figura 20. Servicio que requiere	81
Figura 21. Actividad que prefiere realizar	82
Figura 22. ¿Con quién realiza su viaje?	83
Figura 23. Encuesta aplicada a los turistas	107
Figura 24. Encuestado	107
Figura 25. Aplicando encuesta	108

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Acta de la sustentación de predefensa del TIC	99
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas	100
Anexo 3: Fichas de observación.....	101
Anexo 4: Encuesta	104
Anexo 5: Encuesta aplicada a los turistas.....	107

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se inicia a partir del análisis de la información turística y la planificación de viajes enfocado en el cantón Cayambe, en el año 2021. Los objetivos principales de esta investigación se orientaron principalmente en examinar la calidad de información turística que se presenta en medios digitales como Facebook, Instagram, Sitios Web y Páginas web e identificar como se planifican los viajes hacia el cantón Cayambe. Para ello se utilizó una metodología cualitativa, enfocada en una investigación descriptiva, documental y de campo, se utilizó para la variable independiente la técnica la observación y como instrumento la escaña de estimación, mientras que para la variable dependiente se utilizó la técnica de encuesta oral y como instrumento la guía de encuesta. Los resultados obtenidos en la investigación, es que el 50% medios digitales analizados cuentan con información de buena calidad y el 17% restante cuenta con información de excelente calidad, información que es útil para los turistas al momento de planificar sus viajes. Además, se identificó cuál es la forma en la que planifican sus viajes los turistas hacia el cantón Cayambe, cabe mencionar que los turistas que visitan el cantón gastan en promedio por día 20 a 60 dólares y se quedan en promedio 1 noche, los turistas que visitan el cantón tiene una edad de 24 a 30 años en su mayoría. Además, la mayoría que visita Cayambe son mujeres y en un menor porcentaje hombres, planifican su viaje con 1 mes o menos de anticipación, lo hacen por cuenta propia, escogen el mes de junio para viajar, del mismo modo, un gran porcentaje utiliza las redes sociales para informarse, la mayoría requiere información sobre; ubicación, actividades, servicio de transporte, alojamiento, restauración del lugar, se inclinan también por el turismo cultural, sus viajes los realizan con familia y amigos.

Palabras claves: Información turística, medios digitales, planificación de viajes.

ABSTRACT

The present research work begins from the analysis of tourist information and travel planning focused on the Cayambe canton, in 2021. The main objectives of this research were mainly oriented to examine the quality of tourist information that is presented in digital media such as Facebook, Instagram, Websites and Web Pages and identify how trips to the Cayambe canton are planned. For this, a qualitative methodology was used, focused on a descriptive, documentary and field research, the observation technique was used for the independent variable and the estimation scale as an instrument, while for the dependent variable the oral survey technique was used and the survey guide as an instrument. The results obtained in the research is that 50% of the digital media analyzed have good quality information and the remaining 17% have excellent quality information, information that is useful for tourists when planning their trips. In addition, it was identified what is the way in which tourists plan their trips to the canton Cayambe, it is worth mentioning that tourists who visit the canton spend on average per day 20 to 60 dollars and stay on average 1 night, tourists who visit the canton are mostly 24 to 30 years old. In addition, the majority who visit Cayambe are women and in a smaller percentage men, plan their trip 1 month or less in advance, do it on their own, choose the month of June to travel, in the same way, a large percentage uses social networks to inform themselves, most require information about; location, activities, transport service, accommodation, restoration of the place, they are also inclined to cultural tourism, their trips are made with family and friends.

Keywords: Tourist information, digital media, travel planning.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en el análisis de las características de las variables de investigación, variable independiente que corresponde a información turística y la variable dependiente que hace referencia a planificación de viajes. Esta investigación es de relevancia debido a que se podrá reconocer como está plasmada la información turística del cantón Cayambe en los medios digitales como Facebook, Instagram, Sitios Web y Páginas web, además se podrá identificar como planifican los turistas sus viajes hacia el cantón.

Para ello es fundamental entender en primera instancia que es la información turística, según Morales (2018) satisface la necesidad de información, orientación y asesoramiento a los usuarios y de paso promueve al destino turístico. Es decir, la información es de suma importancia dentro del turismo debido a que orienta y sirve de guía al turista cuando desea visitar un lugar.

Por otra parte, también la planificación de viajes crea una mayor familiaridad con el destino, en este punto se consideran las necesidades o preferencias de los turistas (Kuo et al, 2011).

Considerando lo anterior, la presente investigación tiene como tema “La información turística en medios digitales y la planificación de viajes”, para el desarrollo de esta investigación se han considerado los siguientes objetivos dentro de la investigación como son examinar la información turística que se presenta en medios digitales como Facebook, Instagram, Sitios Web y Páginas Web para el reconocimiento de su utilidad e identificar como se planifican los viajes hacia el cantón Cayambe para el reconocimiento de las necesidades de los turistas.

Además, para esta investigación se ha tomado en cuenta siete capítulos los cuales se han desarrollado conforme ha ido avanzando el trabajo de investigación, en el capítulo I, se define el problema de investigación y los objetivos. En el capítulo II se fundamentan las variables de investigación de forma teórica. En el capítulo III se presenta la metodología y la operacionalización de las variables de investigación. De manera continua, en el capítulo IV se da a conocer los resultados y discusión de la investigación. En el capítulo V se muestran las conclusiones y recomendaciones. En el capítulo VI se presentan las referencias bibliográficas utilizadas para el desarrollo de la investigación y finalmente en el capítulo VII se muestran los anexos que corresponde a información extra de la presente investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador es uno de los países con más diversidad.(Conde y Pazmiño, 2003) afirman.

El Ecuador está ubicado en América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, al oeste con el Océano Pacífico. La capital de Ecuador es Quito, además, está dividido en cuatro regiones costa, sierra, oriente y región insular.

La información turística es muy necesaria para poder realizar un viaje. (Majó y Galí, 2002) mencionan.

La necesidad de información es una de las desventajas que más se notan en el sector turístico, debido a que el turista requiere de información al momento de planificar un viaje. Esta necesidad no solo se da cuando se inicia el viaje, sino también durante el viaje.

La información turística detalla varios puntos que son parte importante del turismo y que es necesario dar a conocer a los turistas.

La información turística es muy parecida a otro tipo de información, lo que la distingue es que está enfocada en el sector turístico y es de utilidad en el mismo. Por lo tanto, se puede considerar información turística a aquella que detalla datos sobre la oferta turística de un destino, sus precios o también la que explica sobre las tendencias y necesidades que tiene la demanda. Indudablemente, lo que importa a la hora de buscar información turística es que sea fiable y útil, según se necesite para escoger unas vacaciones o planificar algún viaje (Turmero, 2011).

Lo más importante es que la información sea real para lograr motivar y ayudar al turista a que decida realizar un viaje hacia algún lugar en específico. Además se debe tomar en cuenta que la información turística es la carta de presentación de los destinos, debido a que el primer paso que efectúa el turista es buscar información del sitio que quiere visitar y para esto es conveniente dar a conocer detalles del destino.

Pichincha es una de las provincias más relevantes del Ecuador. (Gestión de Comunicación, 2017)

Pichincha es una de las provincias que forma parte de Ecuador, la capital de esta provincia es la ciudad de Quito y está ubicada al norte del país, además es una de las provincias que cuenta con atractivos de suma importancia para el país.

La información turística que se presenta en los medios digitales de los cantones de la provincia de Pichincha es limitada, esto debido a que no se consideran todos los datos de los atractivos turísticos, generando dificultades al momento de buscar información, pues necesitan suficiente

información como; la ubicación del sitio, la distancia que existe de un punto a otro, medios de transporte en caso de que lo requieran, aspectos que son valiosos al momento de planificar un viaje.

Hay que tomar en cuenta que la provincia de Pichincha cuenta con atractivos turísticos de alto potencial, pero al no proporcionar información suficiente al turista se limita la visita a los sitios. El cantón Cayambe o más conocido como tierra de los bizcochos. (Gestión de Comunicación, 2017) menciona.

El cantón Cayambe se encuentra al oriente de la provincia de Pichincha, este cantón limita al norte con Imbabura, al sur con la ciudad de Quito, al este con Napo y al oeste con Pedro Moncayo, además cabe mencionar que el cantón Cayambe cuenta con ocho parroquias; Cayambe, Ayora, Juan Montalvo, Santa Rosa de Cusubamba, Olmedo, Cangahua, Otón y Ascáubi.

El turismo debe adaptarse a las necesidades que presentan los turistas, en este caso la necesidad de información, que es de suma importancia debido a que el turista se puede guiar al momento de planificar sus viajes hacia el cantón Cayambe.

Al no existir información turística suficiente, el turista no puede identificar el lugar, las actividades, la oferta. Esto es importante al momento de planificar un viaje. Tomando en cuenta esto se ha identificado que en los medios digitales no se plasma la información necesaria para los turistas y que el mismo pueda planificar su viaje.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La deficiente información turística en medios digitales (Facebook, Instagram, Sitio web y Páginas web), provoca un desconocimiento de la oferta turística por parte del turista, generando una inadecuada planificación de viajes hacia el cantón Cayambe en el año 2021.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la información turística sobre el cantón Cayambe que se da conocer en los medios digitales como Facebook, Instagram, Sitios Web y Páginas Web, además también se pretende analizar la planificación de viajes hacia el cantón Cayambe.

Para ello se hará el análisis de las variables de investigación en donde se realizará la examinación de la calidad de la información turística sobre el cantón Cayambe, se podrá también reconocer si posee una estructura adecuada para informar al turista de forma adecuada. Asimismo, se identificará como planifican los turistas sus viajes hacia el cantón Cayambe, los resultados que se obtendrán darán las pautas para poder identificar si la información que se

presenta en los medios digitales es de utilidad e igualmente se podrá reconocer cuáles son las necesidades de los turistas al momento de viajar hacia el cantón Cayambe.

Por lo tanto, resulta factible el desarrollo de esta investigación debido a que aportarán soluciones, de manera que la información turística que se presenta en medios digitales tenga una mejor estructura, esto con el fin de que se difunda de forma adecuada, así también que sea suficiente y que de ese modo sea más fácil guiarse. En cuanto a lo que se refiere a la planificación de viajes, se podrá tener una guía de cuáles son las necesidades de los turistas que visitan el cantón Cayambe.

La ventaja de realizar esta investigación es que se centrará en informar de una manera adecuada a los turistas que visitan el cantón Cayambe y que haya también por ende más información acerca de la oferta turística que tiene el cantón, considerando que de ese modo también se podrá vincular los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, así también ampliando el conocimiento de acuerdo con esta investigación.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Analizar la información turística sobre el cantón Cayambe que se presenta en los medios digitales (Facebook, Instagram, Sitio web y Páginas web) y la planificación de viajes para el reconocimiento de cada una de sus características.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Definir bibliográficamente sobre la información turística y la planificación de viajes para la comprensión de cada una de las variables.
- Examinar la calidad de la información turística sobre el cantón Cayambe que se presenta en medios digitales (Facebook, Instagram, Sitio web y Páginas web) para el reconocimiento de su utilidad.
- Identificar como se planifican los viajes hacia el cantón Cayambe para el reconocimiento de las necesidades de los turistas.
- Determinar si la información turística en medios digitales (Facebook, Instagram, Sitio web y Páginas web) mejora la forma en la que los turistas planifican sus viajes hacia el cantón Cayambe.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿En qué consiste la información turística y la planificación de viajes?
- ¿Es de calidad la información turística sobre el cantón Cayambe se presenta en los medios digitales (Facebook, Instagram, Sitio web y Páginas web)?

- ¿Cómo planifican los turistas sus de viajes hacia el cantón Cayambe?
- ¿La información turística mejora la forma en la que los turistas planifican sus viajes hacia el cantón Cayambe?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En el trabajo de grado; “Estudio de las páginas web de destinos turísticos de costa en la provincia de Valencia “según Herrero (2013) este trabajo tiene como objetivo principal realizar una evaluación y estudios de las páginas web, además de evaluar las páginas web de los destinos turísticos seleccionados a partir de un sistema elaborado. La metodología que se ha utilizado es el enfoque cualitativo, la técnica que se utilizó es la observación de las distintas páginas web seleccionadas para el estudio de sus características y poder valorarlas mediante la lista de indicadores previamente establecidos.

En el trabajo de Marrero y Abdul (2011), denominada Turismo Cultural y Planificación del Viaje: Un Estudio de Caso. Indican que el campo de estudio es San Cristóbal de La Laguna, proclamado patrimonio de la Humanidad en 1999. Como muestra, 420 personas tomando en cuenta a los turistas que visitan la ciudad. La técnica que se utilizó para esta investigación fue la encuesta estructurada. El cuestionario incluyó preguntas del perfil de los turistas, su comportamiento, motivaciones, conocimiento previo de la historia del lugar e importancia de su proclamación como ciudad patrimonio de la Humanidad y la valoración de diferentes aspectos de la visita.

En el artículo denominado; Tecnologías de Información y Comunicación al servicio del turismo en Mazatlán, Sinaloa, México, según Santillán, Velarde y Obombo (2015), mencionan que existe una gran cantidad de información que se procesa en la industria turística. El objetivo del presente estudio fue examinar la capacidad de Mazatlán como destino turístico que enriquezca la experiencia de viaje del turista. Se adoptó por el enfoque cualitativo, mediante el análisis de datos primarios generados de las entrevistas y foros con actores estratégicos del ámbito de las tecnologías y el turismo, así como el análisis de la calidad y disponibilidad de tecnología de información en el destino. Se encontró que Mazatlán carece de un portal Web oficial administrado localmente y de una limitada presencia en redes sociales. El destino necesita un sistema de inteligencia turística eficiente, así como modernizar sus puntos de información turística de vanguardia.

En la investigación; El impacto cambiante de Internet en el comportamiento de la planificación de viajes, según Wang et al. (2016) indican que el objetivo de este estudio se logró mediante el examen de los conjuntos de datos que describen los viajes estadounidenses, basándose en encuestas que constaban de una serie de preguntas relacionadas la frecuencia del viaje, información encontrada, el uso de la tecnología, tipos de fuentes de información en línea utilizadas, los beneficios percibidos. La otra parte de la encuesta se enfocó en la planificación de viajes, que constaba de identificar la edad, el género, los ingresos y el estado familiar, la utilización de información, canales de comunicación como redes sociales de los viajeros.

En el artículo científico denominado; Sistema de ayuda al turista: Modelo para la planificación de un viaje personalizado, según Rodríguez y Caballero (2017), en el sector turístico se han presentado grandes cambios, logrando que el turismo se desarrolle en estos últimos años, además de que ha tenido una transformación muy evidente tanto en las preferencias y en la conducta de los turistas. En la actualidad los turistas no se trasladan por un solo motivo, sino que buscan otras actividades que el destino puede ofrecer, no solo conocer los atractivos turísticos en el destino o hacer uso de paquetes turísticos, sino que desean opciones más personalizadas, acordes a sus necesidades. Esto se ha debido al acercamiento con las nuevas tecnologías, las cuales ofrecen una gran variedad de información turística, en donde se detalla todo lo que el destino ofrece. Sin embargo, ante la cantidad de información, el turista no puede estudiar todas las alternativas para planificar un viaje a su medida.

En la investigación denomina; Estudio de los sistemas de información turística en el municipio de Oropesa del Mar, según Gayete (2017), menciona que tiene como objetivo primordial examinar cada uno de los sistemas de información en las organizaciones públicas como también en las privadas, tanto, los objetivos específicos están enfocadas en identificar los sistemas de información turística, además determinar los aspectos positivos y negativos de las herramientas de información, adicional a ello establecer estrategias de mejoras para la información en función de las necesidades de los turistas. La metodología en la que se basa esta investigación es el enfoque cualitativo para el análisis de las páginas web turísticas del destino, utilizando la observación como técnica y así mismo herramientas de valoración obtenidas de trabajos similares.

En el artículo científico denominado; Planificación de viajes turísticos con preferencias y restricciones difusas, según Brito, Expósito y Moreno (2017), los turistas planifican un viaje basándose en sus preferencias personales y en la información de puntos de interés del destino. Este trabajo propone un problema de planificación en de rutas turísticas de múltiples días donde las preferencias sobre los puntos de interés y las restricciones de duración de las rutas son consideradas difusas. Una metodología de Soft Computing es propuesta para resolver este modelo que integra métodos de optimización difusa con una metaheurística constructiva.

En la investigación; Problema de planificación de viajes, considerando la selección del sitio y la elaboración del itinerario, según Jiaoman, Lei y Xiang (2018) mencionan que el desarrollo del turismo se ha convertido en una actividad indispensable para la vida diaria de las personas. Se estudió la elección del destino y el problema del itinerario para la planificación de viajes autónomos. Luego, los turistas pueden elegir la planificación del viaje de acuerdo con su gusto. Se presenta una programación dinámica integrada con un procedimiento eficiente de inspección de restricciones. Los resultados muestran que el diseño de planificación de viajes es aplicable y efectivo.

En el artículo denominado; Apropiación de las redes sociales en el sector turístico en Morelia, según Madrigal, Alfaro y Madrigal (2018), el objetivo central de esta investigación es mostrar de manera descriptiva como el uso de las redes sociales y en qué medida ha ido apropiándose en su estrategia de marketing y comunicación. Esta investigación es mixta, descriptiva, de diseño no experimental y transversal. En primera instancia, se realizó una investigación documental y netnográfico. En la primera fase de la investigación se llevó a cabo la recolección de datos a través de la observación de la cuenta de Facebook, interacción en las publicaciones, y caracterización de las publicaciones, simplemente se verificó si la empresa ejecutaba la acción o no.

En el artículo científico denominado; Influencia de la tecnología en el turismo: El internet, según Piguave (2018), afirma que la presente investigación trata de la influencia de la tecnología en el sector del turismo con énfasis en el uso del internet. Asimismo, considera las proyecciones de la Organización Mundial del Trabajo con relación a la digitalización de los viajes, transporte y turismo en general, entre 2016 y 2025. Para su desarrollo se llevó a cabo una investigación documental bibliográfica. La búsqueda de información, paquetes, promociones, destinos, en general la planificación del viajero se realiza en su mayoría por

medio del internet. Esta tendencia no únicamente se limita a la etapa antes del viaje, también es mantenida durante y después del mismo, por tanto, es imperioso mantener al viajero conectado al instante.

En la investigación denominada; Sitios web y social media en la comunicación de los destinos turísticos de Costa de Marfil, Clément (2018), menciona que la presente tesis doctoral tiene como objetivo analizar el uso de los canales de comunicación online a la hora de promocionarse como destino turístico y comunicar su marca. La muestra está compuesta por 6 sitios web, 5 páginas de Facebook, 5 cuentas de Twitter. La metodología está enfocada la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos.

En el artículo científico denominado; Las relaciones entre la información turística y las tecnologías de la información y la comunicación, según Lemos et al. (2018), mencionan que las tecnologías de la información y la comunicación son una realidad en la actividad turística, sea por la creciente adhesión de turistas al buscar información sobre una localidad o sea como factor de competitividad de los destinos. Adicional, se obtuvo como principal resultado que la relación establecida entre los dos conceptos en la literatura es la transmisión de la información turística a través del uso de las TIC y que estas actúan como catalizadores del flujo de información turística entre los agentes presentes en el turismo.

En artículo científico denominado; Antecedentes y efectos sobre la satisfacción de la autonomía del turista en la planificación del viaje. El papel moderador de la crisis económica, según Fernández (2019), el estudio de la autonomía del turista en la planificación del viaje es el objeto central de investigación de esta tesis doctoral. Se define como el comportamiento independiente del turista en la preparación del viaje, de modo que la búsqueda de información, la realización de reservas turísticas y el pago los lleva a cabo por su cuenta, sin hacer uso de intermediarios turísticos físicos tradicionales. Constituye un fenómeno transformador de la comercialización de productos y destinos turísticos. La investigación se articula a través de tres ejes principales: el estudio de los antecedentes de la autonomía, su relación con la satisfacción global del turista y la consideración del escenario de la crisis económica como contexto condicionante.

El artículo científico denominado; Análisis y manejo del contenido de información turística en medios digitales del cantón General Villamil Playas en tiempos de COVID-19, según León,

Fajardo y Dick (2020), aseguran que esta investigación tiene como objetivo analizar el contenido de información turística y de cómo se manejan actualmente los medios digitales en el cantón General Villamil Playas. Esta investigación tiene como enfoque de investigación el uso del método deductivo - inductivo porque extrae conclusiones lógicas del porqué serviría implementar información turística en un medio digital, para que los visitantes obtengan mayor conocimiento del cantón, se puede llegar a una conclusión con la acumulación de datos que se obtuvieron de la observación y estudios bibliográficos. La técnica que se aplicó fue la observación para recopilar la información sobre el producto turístico mediante el cual se determinan las falencias, carencias y desconocimiento.

El artículo científico denominado; La información turística online a escala local. Análisis de las webs oficiales de los ayuntamientos de Mallorca, según Coll, Seguí y Fuster (2020), para esta investigación se ha diseñado una metodología basada en indicadores para los cuales se han establecido parámetros en cuanto al inicio, idiomas y contenido de las webs, además de parámetros relacionados con redes sociales, aplicaciones móviles y geolocalización. Cada uno de estos parámetros identificados se han evaluado desde una comprobación de ausencia y presencia hasta escalas más complejas de valoración cualitativa, adicional a ello se ha asignado un valor de 0 a 1 para cada uno de estos parámetros de manera que se ha obtenido una puntuación conjunta.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Problemática de la información turística

El principal problema de la información turística es que no está estructurada de una forma adecuada, según Núñez (2002), la calidad y la necesidad de evaluar cuidadosamente la información electrónica son problemáticas que solucionar con las que cuentan los datos adquiridos en internet. La calidad de la información se debería evaluar, sin embargo, en términos generales, lo que se hace es valorar la calidad en términos de cuán entretenido o bello es un sitio, en lugar de cuán instructiva o válida es la información que contiene.

2.2.2. Historia de la información turística

La información turística ha estado en constante evolución con el pasar del tiempo, además facilitando la obtención de información, según Gayete (2017), menciona que hace varios años la información turística se podía obtener en varios puntos como agencias, revistas o ferias. El obtener información de un destino era más rudimentaria.

Sin embargo, con el pasar de los años la forma de difundir la información turística ha ido cambiado, hoy en día los turistas tienen la posibilidad de involucrarse en la actividad turística,

esto es posible gracias a las nuevas tecnologías, que han ido adaptándose a las necesidades de información de los turistas.

Se puede determinar que en la actualidad la información es un elemento importante dentro de la actividad turística. Sin embargo, es más importante hablar de una sociedad en la cual la información en medios adquiere un valor determinante. Es necesario tener en cuenta que los datos turísticos en cuanto a atractivos, destinos o servicios deben estar bien estructurados y elaborados, ya que de ese modo se podrá brindar una información más fiable y apropiada acorde a las necesidades del turista. (Gaibor, 2018).

2.2.3. Importancia de la información turística

La información turística es de suma importancia en el turismo, para poder llevar a cabo cualquier actividad, y aún resulta más necesaria en el ámbito turístico. La información se considera una actividad de naturaleza turística, y su objetivo principal, es proporcionar determinados contenidos e indicadores sobre los recursos y sobre el destino, de una forma neutra, para que visitantes y turistas puedan tomar una decisión en relación con la forma de viajar. Se trata, por tanto, de dar a conocer hechos, situaciones, procesos, transmitiéndolos al público de un modo comprensible. (González, 2018).

Adicional, la información turística es un elemento relevante dentro del turismo debido a que hay varias posibilidades para transmitir la información y llegar de manera más rápida al turista o visitante que la requiera, considerando las necesidades de cada uno. La información turística, además, es un componente decisivo a la hora que el turista desea escoger un destino. Por ende, la adecuada presencia en información turística ha resultado imprescindible para el turista. El turismo ha sido una industria muy intensa a nivel informativo por su propia característica de fomentar el viajar. La distancia existente entre el lugar de residencia del turista y el destino al que viaja, esto genera una necesidad de conocimiento. No obstante, con el desarrollo de internet ha cambiado radicalmente la forma con la que se distribuye la información turística, y la manera en la que la gente se organiza y consume el viaje. Internet se ha convertido en el principal canal de información turística (Coll, Seguí y Fuster, 2020).

2.2.4. ¿Qué es la información turística?

En el contexto de información turística, esta tiene la capacidad de direccionar a los turistas hacia los puntos de interés, según Doffourt et al. (2011) explican que la información se distingue de los datos por sus características de utilidad. La información contiene datos de utilidad para poder generar más información, para poder tomar decisiones o incluso, para poder razonar, adicional a ello, la información turística no es diferente de cualquier otra información.

También, hay que contextualizar el término información turística, como lo ha hecho Jiménez (2012) el cual menciona que es aquella que posee datos útiles para el visitante o turista, antes, durante y después de su estadía o visita.

Mientras que Morales (2018) puntualizó: “La información turística satisface la necesidad de información, orientación y asesoramiento a los usuarios y de paso promueve al destino turístico”.

Adicional a ello, Alcaraz y Hughes (2006) mencionan que la información turística sirve para informar y orientar al turista durante su viaje o su estancia en destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías intérprete, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemática, como medios digitales o la telefonía móvil.

2.2.5. ¿Qué son los medios digitales?

Los medios digitales hoy en día son de suma importancia para las empresas debido a que facilita la difusión de información.

Acosta (2018) asegura “los medios digitales son aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y conservar la información en una gran variedad de dispositivos electrónicos digitales”.

En tanto que Pérez (2010) indicó en su Diccionario de comunicaciones que “el medio consiste en un sistema de transmisión que provee información a uno o varios usuarios con una variedad de objetivos como informar sobre un hecho, compartir un conocimiento o divertir y culturizar”.

Los medios digitales están facilitando la difusión masiva de información, esto quiere decir que no llega solo a un usuario, sino que llega un sin número de usuarios que buscan información para poder solventar dudas y de igual manera tener el primer acercamiento con el destino que seleccionaron.

2.2.6. Tipos de medios digitales

2.2.6.1. Redes sociales

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya, 2008).

“Red social son grupos de personas o comunidades conectadas entre sí enfocadas en algún tipo de relación o interés común” (Acosta, 2018).

Existen varias redes sociales enfocadas en diferentes aspectos, pero las que se han considerado para la siguiente investigación son:

- Facebook: es la red social que más usuarios tienen en el mundo, en esta red puedes encontrar personas conocidas, participar en grupos de interés, compartir contenido, enviar y recibir mensajes, hacer contactos, realizar búsquedas, anunciar (Gonçalves, 2016).

El aspecto de Facebook que se va a considerar para la investigación es la de compartir contenido, en este caso enfocado en el ámbito turístico, contenido o información que va a ser examinado basándose en algunos indicadores.

- Instagram: es una de las redes sociales más utilizada en la cual se puede compartir con las personas imágenes o vídeos de corta duración, compartir contenidos relacionados con viajes, arquitectura, decoración, estilo, arte, comida, manualidades, belleza, música, televisión, deportes (Castro, 2021).

El contenido que se va a examinar en Instagram es aquel que está relacionado con el contenido de viajes, para lo que se ha tomado en cuenta varios indicadores.

2.2.6.2. Redes sociales con más usuarios en Ecuador

Las redes sociales con más usuarios en el Ecuador se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1. Redes sociales con más usuarios

Red social	Usuarios
Facebook	13,7 millones
Instagram	5,8 millones
Tik tok	3,76 millones
Spotify	3,3 millones
LinkedIn	3,2 millones
Twitter	1,5 millones
Pinterest	1,3 millones
Snapchat	0,26 millones

Fuente: (Del Alcázar, 2021)

En lo que lleva del año estas han sido las redes sociales con más usuarios en todo el país, considerando que Facebook es la red social con más seguidores y la segunda red con más seguidores es Instagram, es importante tener en cuenta estos datos al momento de escoger el medio por el que se va a difundir información turística, tomando en cuenta que la información debe ser útil para el turista que la requiera. Adicional a ello, cabe mencionar que las redes sociales hoy en día son una herramienta imprescindible para el turismo, ya que han cambiado la forma tradicional de comunicación.

2.2.7. Información turística en redes sociales

Las redes sociales son fundamentales al momento de la difusión de información turística debido a que son de fácil acceso y son de uso continuo.

Dentro del fenómeno internet las redes sociales son medios que ayudan al vínculo entre dos o más usuarios, en ellas los individuos interactúan no solo socialmente sino también con el envío y recepción de información y no es raro que en la actualidad no solo personas naturales usen este medio eficaz de contacto sino también personas jurídicas, empresas u organismos para lograr más llegada con el público al que se quieren dirigir (Gaibor, 2018).

Las redes sociales son relevantes en el turismo. Gaibor (2018) explica que las redes sociales están superando a los medios tradicionales de información, los cuales son importantes dentro del turismo para poder informar de una manera más oportuna a los turistas, considerando que las redes sociales son fuentes de información.

Del mismo modo, las redes sociales tienen un rol relevante dentro del turismo al momento de difundir la información turística.

En los últimos años, la influencia de las redes sociales en turismo ha incrementado exponencialmente, más aún cuando se han convertido en el canal ideal para acceder a información sobre viajes y destinos. Gracias a ellas, los viajeros pueden descubrir los lugares más adecuados a sus preferencias, favoreciendo la implementación de estrategias que garanticen una experiencia personalizada para cada cliente (Ostelea, 2020).

La información turística que se va a considerar para examinar en redes sociales es la siguiente:

- Información turística genérica: de imagen (logotipos) y temática de contenidos turísticos generales como descripción breve, sugerencia de otros atractivos (González, 2015).
- Información turística específica: contenidos específicos como localización, fotografías o videos, contactos, hashtags (González, 2015).

De la información anteriormente expuesta se van a realizar los indicadores para la ficha de observación que se aplicará posteriormente.

2.2.8. Importancia de la información turística en redes sociales

Las redes sociales han desplazado a los medios tradicionales de información, en este caso enfocados al turismo. Gutiérrez, Sánchez Galiano (2018).

La información turística es de suma importancia, sobre todo en redes sociales debido a que en estos medios ha logrado obtener y difundir información sobre experiencias de

viaje, siendo de gran influencia para los turistas a la hora de tomar una decisión, además, las redes sociales en la actualidad son fundamentales, debido al gran número de personas dispuestas a viajar a un destino turístico y eligen las alternativas de comunicación y planificación, entre las que destacan las redes.

2.2.9. ¿Qué son los sitios web y páginas web?

“Todo sitio web está constituido por diversos documentos que contienen texto, fotos, videos, etc., que se organizan cuidadosamente para que pueda llamar la atención del visitante. Cada uno de estos documentos recibe el nombre de página web” (Malavé, 2019).

“En tanto que la página web conforma el sitio, estas también poseen diferentes tipos de contenidos que se organizan de una forma adecuada” (Malavé, 2019).

2.2.10. Información en sitios web

Según Gayete (2017) menciona la estructura que se deben tomar en cuenta para organizar el contenido de información turística:

- Descripción general del destino: hace referencia a la página, logotipo de marca o del destino, fotografía principal, variedad de idiomas en la que encuentra la información, mapa del destino, información sobre atractivos turísticos, fotos sobre los atractivos, videos, información sobre gastronomía, historia, cultura, galería de fotos, enlaces de interés.
- Tipología de la información útil: es información de utilidad como el clima, geografía, como llegar, alojamiento, restauración, transporte, horarios de transporte, alquileres, itinerarios, calendarios de eventos, contactos, actividades, entre otro tipo de información.

Esta es la información que se va a tomar en cuenta para realizar la ficha de observación que se aplicara posteriormente.

2.2.11. Importancia de la información turística en los sitios y páginas web

La información turística que se difunde en sitios y páginas web es fundamental para los turistas al momento que desean elegir un destino.

La web es eficaz e importante como medio de información y canal de venta a nivel mundial, además, que es una herramienta importante para el turismo debido a que posee abundante contenido útil para el usuario y este contenido es original. La web cumple un papel valioso en el tratamiento, procesamiento y difusión de la información turística con el fin de llegar a los turistas (Celi, 2015).

2.2.12. Planificación de viajes

La planificación de viajes de forma autónoma. Según Kuo et al. (2011):

Los turistas pueden experimentar una sensación positiva de sus expectativas, es decir, un rendimiento mejor de lo esperado, si se comprometen ellos mismos con los preparativos del viaje, porque la autonomía en la planificación de viajes crea una mayor familiaridad con el proceso de planificación y las diferentes alternativas. Con tal autonomía, los turistas deberían poder obtener un mejor ajuste entre el desempeño real y sus necesidades o preferencias. Es decir, la selección autónoma debería proporcionar un mejor ajuste, e incluso podría ser más económica, por lo que el turista goza de mayor eficiencia.

Al momento de que el turista desea planificar un viaje de manera autónoma, puede considerar sus necesidades reales para poder planificar el viaje acorde a lo que desea y ajusta el viaje en función de sus necesidades y su tiempo.

Sin embargo, hay que considerar que la planificación de viajes no es proceso fácil debido a que aquí se consideran varios elementos. Rodríguez y Caballero (2017) mencionan que hay varios factores que influyen al momento de planificar un viaje, uno de ellos es la variedad de alternativas existentes en la actualidad y cuya información es accesible para el turista de un modo sencillo, gracias a las nuevas tecnologías. Dentro de la oferta turística se engloban una gran variedad de actividades que intentan cubrir el conjunto de motivaciones que incentivan al visitante a desplazarse. Entre dicha oferta destaca el alojamiento, la restauración y la oferta complementaria, cultural, parques de ocio, y en cada uno de estos grupos se encuentran distintas modalidades que van a satisfacer a los distintos tipos de turistas.

2.2.13. En que consiste la planificación de viajes

La planificación de viajes es una de las partes más fundamentales para desarrollar la actividad turística, según Montero (2013) explica. “La planificación es un el punto más importante debido a que las personas empiezan a buscar información en diferentes medios como foros, webs, guías, intentando escoger el lugar a visitar”.

Por otro lado, según Westreicher (2020) menciona que la planificación es la estructuración de una serie de acciones que se llevan a cabo para cumplir determinados objetivos.

Entonces, en el caso del turismo, la planificación de viajes sería la estructuración de las actividades turísticas que se van a realizar dentro del destino con la finalidad de cumplir con lo previamente establecido.

2.2.14. La importancia de la planificación de viajes

La planificación de viajes anticipada ayuda a disfrutar del viaje a de una manera adecuada, según Kuo et al. (2011).

Es importante la planificación de viajes, ya que facilita reconocer los riesgos o dificultades que se pueden presentar al momento de desplazarse, con una buena planificación se puede establecer alternativas durante el viaje, además permite el tener el primer acercamiento con el destino al momento de planificar el viaje. Además, mediante la planificación se puede realizar una labor inteligente y detallada de planeación que permitirá controlar el cuándo, cómo y dónde se van a realizar las vacaciones o viajes. Hacerlo así permitirá ahorrar un poco, siempre y cuando tu viaje haya sido bien planificado.

Por ende, la planificación de viajes sea más gratificante, ya que se organizan los tiempos, además, de que se disminuyen el impacto de los imprevistos, molestias y retardos innecesarios.

2.2.15. Beneficios de la planificación de viajes

Dentro de la planificación de viajes existen varios beneficios, según Kuo et al. (2011) hacen referencia a lo siguiente:

- Ahorro de tiempo: se puede considerar el tiempo de anticipación con el que se desea planificar el viaje.
- Tarifas más bajas: aquí se considera uno de los principios básicos de esta parte de la planeación de un viaje, que mientras más tiempo falte para la fecha de tu viaje, encontrarás mejores tarifas.
- Conocer mejor el destino: si se planea los viajes con tiempo, se puede investigar todo acerca del destino seleccionado. Averiguar cuáles son los museos, restaurantes, festividades, actividades.
- Plan de contingencia: un beneficio muy valioso de planear tus viajes con tiempo es la posibilidad de seleccionar diversas alternativas para imprevistos. Siempre es bueno tener, más opciones.
- Motivación: permite que la planificación del próximo viaje te motive a trabajar, ahorrar y soñar. Una buena estrategia es colocar una postal o cartel de tu destino en algún lugar visible como recordatorio de tu objetivo a mediano plazo.

2.2.16. El turista

Es importante tomar en cuenta cuáles son los factores que motivan al turista al momento de planificar un viaje con fin de poder tomar decisiones en el instante que desear viajar, hay varios

factores que influyen en la elección del lugar, fecha, duración del viaje, acompañantes y gastos. Además, se consideran factores externos y que tienen que ver con el ámbito personal.

Los elementos motivaciones, se los puede definir como aquellos que establecen las necesidades por las cuales los turistas se mueven desde su lugar de residencia hacia otro sitio.

2.2.16.1. Factores motivadores para un viaje

Hay varios factores que deben tener presente al momento de querer realizar un viaje. Según Panosso y Lohnman (2012).

- Físicos: afines con el descanso y la salud, con los deportes y todo lo que pueda ayudar a disminuir la tensión del presente. En este sentido, el turismo se convierte en una necesidad básica.
- Culturales: deseo de aprender o conocer algo nuevo, como otras culturas u otros idiomas. El mercado de la educación ha impulsado con fuerza el segmento del turismo cultural.
- Interpersonales: deseo de conocer otras personas (hacer amigos, encontrar pareja, visitar parientes y amigos, entre otros).

Cabe mencionar que estos factores son cambiantes dependiendo del momento en el que se encuentre el turista, el factor depende de lo que al turista le motive realizar para su viaje, adicional a ello es importante considerar que con el tiempo las motivaciones de los turistas han ido evolucionando y enfocándose en diferentes aspectos, pero los que básicamente presentan son los anteriormente expuestos.

2.2.17. El comportamiento de los turistas a la hora de planificar sus viajes

El comportamiento de los turistas ha ido cambiando con la aparición de las nuevas tecnologías, según, Hernández (2019).

El turista ha cambiado su comportamiento, en la actualidad es cada vez más independiente en cuanto a la planificación del viaje, dado que los turistas buscan la información, realizan las reservas, así también como el pago de estas, todo esto sin usar intermediarios turísticos. La planificación independiente se ha convertido en un fenómeno para el turismo, el turista tiene la posibilidad de elegir varias alternativas, además de valorar su experiencia en el destino y difundir esa experiencia, esta información influye de una manera u otra en la decisión de potenciales turistas.

Uno de los factores que han influido en el comportamiento del turista, es el aspecto tecnológico, el cual ha permitido al turista tener mayor accesibilidad a la información en Internet, su uso ha determinado de cierta manera el comportamiento autónomo del turista (Hernández, 2019).

Esto ha hecho que los turistas cambien su comportamiento, según European Commission (2016) menciona que los turistas han disminuido el empleo de agentes físicos y que de ese modo aumenta el comportamiento autónomo del turista en la planificación del viaje. El comportamiento autónomo altera el funcionamiento tradicional del sector turístico, provocando cambios en la cadena de valor y muy específicamente en la comercialización del turismo.

Los turistas han cambiado la forma en la que planifican sus viajes desde la aparición del internet, este también ha sido un factor que ha provocado el cambio de comportamiento a la hora de planificar los viajes, esto dado que el internet ha proporcionado las facilidades necesarias para poder organizar un viaje de una manera adecuada.

2.2.18. Pasos para planificar

Zeneida (2016) menciona algunos pasos para poder planificar un viaje:

- Elección del destino: se consideran realizar una lista de varios sitios para ir durante el viaje.
- Fechas para planificar el viaje: es importante considerar esto, para poder determinar cuándo se va a tener tiempo libre para poder viajar.
- Informarse sobre el destino y las actividades a realizar: esta información es fundamental para la planificación de los viajes, aquí se consideran las actividades que se pueden realizar en el destino.
- Medios de transporte y distancias: esto es fundamental para conseguir planificar o viajar de forma efectiva.

Búsqueda o reserva de servicios turísticos como alojamiento, restauración, entre otros. Además, también se puede considerar otros pasos para la planificación del viaje:

- Fuentes de información del viaje
- Servicios que requiere y actividades
- Forma social de viajar

2.2.19. El papel de la información turística en la planificación de viajes

La información desempeña un papel importante dentro de la planificación de viajes, por ese motivo se deben buscar nuevos canales para difundir la misma.

Desde que apareció el internet, la planificación de viajes ha sido una de las principales razones por las cuales las personas utilizan internet, además de buscar información, los consumidores utilizan internet para investigar y efectuar las reservas con los prestadores de servicios turísticos. Es decir, lo que surgió a base de esto es la desintermediación (Díaz y Da Silva, 2020).

Considerando esto cabe mencionar que la tecnología le ha facilitado la planificación de viajes al turista.

Por ese motivo, el turista puede acceder a información del destino y las actividades que ofrece, todo esto debido a que la información está disponible en internet. Esta información facilita al turista a planificar sus viajes, siendo los testimonios de otros usuarios de gran utilidad para el turista, ya que proceden de personas con conocimientos y puntos de vista muy distintos y pueden servir para complementar la información que ofrecen los intermediarios turísticos, de hecho, los turistas cada vez más confían en la opinión de otros turistas (Rodríguez y Caballero, 2017).

Montero (2013) menciona algunas de los puntos que se debe considerar para la planificación de los viajes; Para la planificación de viajes lo que se considera es la información del destino para poder decidir qué lugar visitar, luego se empieza a distribuir, además hay que procurar leer mucha información para tener un dominio mejor a la hora de emprender el viaje.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

El enfoque se ha tomado en cuenta para esta investigación es el cualitativo, según Sánchez (2019).

La investigación bajo el enfoque cualitativo se sustenta en evidencias que se orientan más hacia la descripción profunda del fenómeno con la finalidad de comprenderlo y explicarlo a través de la aplicación de métodos y técnicas derivadas de sus concepciones, además se utiliza varias técnicas como la observación, entrevistas, encuestas que forman parte de este enfoque.

“El enfoque cualitativo es aquella cuyos métodos, observables, técnicas, estrategias e instrumentos se encuentran en lógica de observar algún aspecto de la realidad. Su unidad de análisis fundamental es la cualidad (o característica), de ahí su nombre: cualitativa” (Vargas, 2011).

Para este trabajo se ha tomado a consideración el enfoque cualitativo debido a que se realizara una descripción de cada una de las variables de investigación, para posteriormente explicar cuál es el comportamiento tanto de la variable independiente denominada información turística y la variable dependiente, la cual hace referencia a la planificación de viajes.

3.1.2. Tipos de Investigación

Para esta investigación se tomará en cuenta la investigación descriptiva, documental y de campo, las cuales ayudarán de forma significativa al desarrollo de este trabajo investigativo.

3.1.2.1. Investigación descriptiva

“La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (Arias, 2012).

Se ha considerado este tipo de investigación debido a que se va a describir las características de cada una de las variables de investigación, en este caso de la variable de información turística y de planificación de viajes. Este tipo de investigación ayudará a establecer la estructura de cada una de las variables y por en el comportamiento de estas.

3.1.2.2. Investigación documental

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales, impresas, audiovisuales o electrónicas (Arias, 2012).

Para este trabajo se utilizó la investigación documental debido a que se buscó datos de otros investigadores para poder fundamentar de manera adecuada la investigación.

3.1.2.3. Investigación de campo

Según Arias (2012) define a la investigación de campo como aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren hechos, sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes.

Se ha tomado en cuenta este tipo de investigación debido a que no se ha manipulado los resultados de ninguna de las variables de investigación.

Se ha tomado en cuenta este tipo de investigación debido a que se desea probar si existe una relación entre las variables, es decir, si existe una relación entre la información y la planificación de viajes, conociendo de ese modo cuál es el comportamiento de estas.

3.2. IDEA A DEFENDER

La información turística en medios digitales mejora la forma en la que los turistas planifican sus viajes hacia el cantón Cayambe.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

Información turística

Es aquella que orienta e informa acerca de los aspectos más importantes del destino al cual se va a dirigir el turista.

Planificación de viajes

Es establecer un plan de viaje conforme a las actividades que se van a realizar dentro de un destino o atractivos turísticos.

3.3.2. Operacionalización de variables

La operacionalización de la variable independiente se presenta en la Tabla 2.

Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
	Información genérica (Facebook e Instagram)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificadores visuales • Temática de contenidos (Descripción general, sugerencia de atractivos) 		
	Información Específica (Facebook e Instagram)	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos específicos (Localización, fotografías o videos, contactos, hashtags) 		
Variable independiente	Descripción general del destino (Sitios y páginas web)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificadores visuales • Fotografía principal • Variedad de idiomas • Mapa del destino • Información sobre atractivos turísticos • Fotos sobre los atractivos • Videos • Información sobre gastronomía, historia, cultura • Galería de fotos • Enlaces de interés. 	Observación directa	Escala de estimación
Información turística (Medios digitales)	Tipología de la información (Sitios web y páginas web)	<ul style="list-style-type: none"> • Clima • Geografía • Como llegar • Información sobre alojamiento, restauración, transporte, alquileres • Itinerarios • Calendarios de eventos • Contactos • Actividades 		

La operacionalización de la variable dependiente se presenta en la Tabla 3.

Tabla 3. Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
	Forma social de viajar	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de anticipación • Forma de planificar el viaje • Fecha • Con quien viaja 		
Variable Dependiente Planificación de viajes	Fuentes de información del viaje	<ul style="list-style-type: none"> • Fuente de información • Tipo de información que requiere 	Encuesta	Cuestionario
	Servicios que requiere y actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de servicio que requiere • Actividades 		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Los métodos son de suma importancia para direccionar de mejor manera la investigación, para este trabajo se tomará como referencia el presente método.

No experimental

“Es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables; se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, fenómenos o contextos que ya ocurrieron o se dieron sin la intervención directa del investigador” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Este método se clasifica en dos transeccional y longitudinal, para esta investigación se ha tomado en cuenta la investigación transeccional según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El propósito de la investigación transeccional es describir variables y analizar su influencia e interrelación en un momento dado. Pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores y se pueden dividir en 3 tipos: Exploratorias, Descriptivas y Correlacionales.

Para este trabajo se ha seleccionado la investigación de tipo transeccional descriptiva, es un procedimiento que consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción.

3.4.1. Población y muestra

3.4.1.1. Muestreo por conveniencia

Para la variable independiente se ha considerado el muestreo no probabilístico y la técnica de muestreo por conveniencia, según Otzen y Manterola (2017).

Permite seleccionar una muestra, de manera que sea útil para el investigador, debido a que resulta más fácil examinar objetos, elementos, que están disponibles, hay que tomar en cuenta que esta muestra se escoge según sea conveniente, accesible y de proximidad.

Se ha tomado en cuenta este tipo de muestra por conveniencia para esta investigación debido a que se seleccionara los medios digitales que difundan información turística sobre el cantón Cayambe.

Los nombres de redes sociales seleccionadas se presentan en la Tabla 4.

Tabla 4. Redes sociales

Red social	Nombre	Medio oficial	Medio no oficial	Enlace
Facebook	Cayambe Turismo	X		https://www.facebook.com/viajacayambe/
Facebook	Guía Turística de Cayambe		X	https://www.facebook.com/TurismoCayambe
Instagram	Cayambe Turismo	X		https://www.instagram.com/cayambe_turismo/

Cabe mencionar que solamente se han seleccionado en este caso 2 páginas de Facebook y 1 página de Instagram que contienen información turística sobre el cantón Cayambe.

Adicional a ello se han considerado 1 sitio web y 14 páginas web que poseen información sobre el cantón Cayambe, entre los que están:

Los nombres de los sitios web y páginas web se presentan en la Tabla 5.

Tabla 5. Sitio - Páginas Web

Sitio web/ Página web	Sitio oficial	Sitio no oficial	Enlace
Cayambe Turismo	X		https://cayambeturismo.gob.ec/
Prefectura de Pichincha	X		https://www.pichincha.gob.ec/cantones/cayambe
Gad San José de Ayora	X		http://www.gadpsanjosedeayora.gob.ec/inicio/#
Parroquia de Olmedo Pesillo	X		https://olmedopesillo.gob.ec/
Servicios del turismo (MINTUR)	X		https://www.viajaecuador.com.ec/cayambe/
GoRaymi		X	https://www.goraymi.com/es-ec/pichincha/cayambe/ciudades/cayambe-ecuador-af5n6b2nb
EcuRed		X	https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Cayambe_(Ecuador)
ViajandoX		X	https://ec.viajandox.com/pichincha/cayambe-C62
Ecuador turístico		X	https://www.ecuador-turistico.com/2012/07/cuales-son-los-lugares-turisticos-de_3175.html
Lugares Turísticos		X	https://www.lugaresturisticos.org/cayambe/
Minube		X	https://www.minube.com/viajes/ecuador/pichincha/cayambe
Tripadvisor		X	https://www.tripadvisor.es/Tourism-g940020-Cayambe_Pichincha_Province-Vacations.html
TravelAgenciesFinder		X	https://www.travelagenciesfinder.com/EC/Cayambe/246107098809629/Informaci%C3%B3n-Tur%C3%ADstica-del-Cant%C3%B3n-Cayambe
Ecuador Travel		X	https://ecuador.travel/press/cayambe-un-destino-para-conocer-la-cultura-y-disfrutar-la-naturaleza/
GlobalNPO		X	https://www.globalnpo.org/EC/Cayambe/236248433106722/Gu%C3%ADa-Tur%C3%ADstica-de-Cayambe

3.4.1.2. Población

Para la investigación se utiliza a la población que ha planificado un viaje hacia el cantón Cayambe en lo que lleva en el año 2021.

3.4.1.3. Muestra

Para el cálculo que se ha tomado en cuenta para esta investigación la muestra para la población infinita o también conocida como población desconocida, esto por el motivo de que no hay un registro del número de turistas que visitan el cantón Cayambe, esto quiere decir que se desconoce la muestra que se quiere calcular, para el cálculo de la muestra para población infinita se ha considerado la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e_2}$$

De acuerdo con la fórmula se detallan cada uno de los componentes de la fórmula donde:

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q: Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

he: Error de estimación máximo aceptado

Para el siguiente trabajo de investigación se utilizará la fórmula planteada anteriormente con los siguientes valores:

Z= 95% de confianza es = 1,96

P= 0,50

P=0,50

E= 0,05

$$n = \frac{1,96^2 0,50 * 0,50}{0,05^2}$$

n= 384,1

El cálculo de la muestra de población infinita se lo realizo para determinar el número exacto de turistas que se deben encuestar.

3.4.2. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas y los instrumentos ayudan a obtener datos o la información que se requiere para la investigación. Según Arias (2012) menciona:

Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información y un instrumento de recolección de datos en cualquier recurso, dispositivo o formato en papel o digital, que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.

Las técnicas e instrumentos de la investigación se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6. Técnicas e instrumentos

Diseño	Técnicas	Instrumentos
Diseño de investigación de campo	<p>Observación:</p> <p>La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos.</p> <p>Encuesta oral:</p> <p>es un interrogatorio “cara a cara” o por vía telefónica, en el cual el encuestador pregunta y el encuestado responde.</p>	<p>Escala de estimación:</p> <p>Este instrumento consiste en una escala que busca medir cómo se manifiesta una situación o conducta.</p> <p>Guía de encuesta:</p> <p>Esta modalidad utiliza como instrumento una tarjeta contentiva de las preguntas y opciones de respuesta, la cual siempre es llenada por el encuestador</p>

Fuente: Arias (2012) El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica

Acorde a lo expuesto en la tabla, se empleará para la variable independiente denominada información turística, la técnica de observación y como instrumento la escala de estimación, en cambio, para la variable dependiente que tiene que ver con la planificación de viajes se utilizara la técnica de encuesta oral y como instrumento guía de encuesta.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Los medios digitales poseen gran cantidad de información turística, esto permite que los turistas conozcan lo que el destino posee, además de que los medios digitales permiten la conexión rápida tanto con la información que se transmite del destino. Las ventajas que poseen los medios digitales al momento de transmitir información turística:

- Permiten el acceso a información del lugar a las personas que deseen visitar el cantón.
- Permiten interactuar y conocer las experiencias de visitantes y turistas.

4.1.1. Resultados de fichas de observación de los medios digitales

Facebook

1. Cayambe Turismo

Total, de seguidores: 4.681

Área: Centro de información turística · Agencia de turismo

Tipo de información: Atractivos del cantón Cayambe.

4.1.2. Resultado de la ficha de observación de Cayambe Turismo

Resultado de la ficha de observación/Cayambe Turismo se presenta en la Tabla 7.

Tabla 7. Ficha de observación - Cayambe Turismo

Indicadores	Número de publicaciones	Mínimo	Máximo	Suma	Media
Identificador visual	243	10	10	2430	10
Fotografía o video	243	10	10	2430	10
Autor de la fotografía o video	243	0	10	720	2,96
Geolocalización	243	0	0	0	0
Ubicación	243	0	10	250	1,03
Atractivos cercanos	243	0	10	200	,82
Hashtags	243	0	10	900	3,70
Contactos	243	0	10	345	1,42
Descripción breve	243	0	10	1745	7,18
Total	243	20	60	9020	37,11

El puntaje y resultado de la ficha de observación se presenta en la Tabla 8.

Tabla 8. Puntaje y resultado – Cayambe Turismo

Puntaje	Resultado
0 a 30	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
31 a 60	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
61 a 90	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Según los resultados alcanzados en función de la ficha de observación que se aplicó a Cayambe Turismo, se analizaron las publicaciones correspondientes a los meses de enero hasta diciembre del 2021, la puntuación que dio como resultado es de 37,11 sobre 90 puntos, esto significa que la información turística es de buena calidad, sin embargo, la página debe mejorar significativamente, ya que la puntuación de igual manera se acerca bastante al resultado de 0 a 30 lo que hace referencia a que la calidad de la información puede ser deficiente, por ese motivo es fundamental que se consideren varios elementos para que la información sea de excelente calidad y que ayude a los turistas a orientarse de mejor manera.

Facebook

2. Guía Turística de Cayambe

Total, de seguidores: 30.268

Área: Negocio Local

Tipo de información: El tipo de información que contienen las publicaciones tiene que ver con noticias, información sobre algunos de los atractivos que posee el cantón, información de eventos que se realizan en el cantón, entre otros.

4.1.3. Resultado de la ficha de observación de la Guía Turística de Cayambe

Resultado de la ficha de observación/Guía Turística de Cayambe se presenta en la Tabla 9.

Tabla 9. Ficha de observación - Guía Turística

Indicadores	Número de publicaciones	Mínimo	Máximo	Suma	Media
Identificador visual	228	0	0	0	0
Fotografía o video	228	10	10	2280	10
Autor de la fotografía o video	228	0	10	830	3,66
Geolocalización	228	0	10	100	,44
Ubicación	228	0	10	500	2,19
Atractivos cercanos	228	0	10	230	1,01
Hashtags	228	0	10	940	4,12
Contactos	228	0	10	325	1,43
Descripción breve	228	0	10	1720	7,54
Total	228	10	60	6925	30,37

El puntaje y resultado de la ficha de observación se presenta en la Tabla. 10.

Tabla 10. Puntaje y resultado - Guía Turística

Puntaje	Resultado
0 a 30	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
31 a 60	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
61 a 90	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Según los resultados alcanzados, basándose en la ficha de observación que se aplicó a las publicaciones correspondientes a los meses de enero hasta diciembre del 2021, la puntuación que dio es de 30,37 sobre 90 puntos, esto significa que la información turística es deficiente en cuanto a la calidad, la página debe mejorar significativamente, es fundamental que se consideren varios elementos para que la información sea de excelente calidad y que ayude a los turistas a orientarse de mejor manera.

Instagram

3. Cayambe Turismo

Total, de seguidores: 1.487

Área: Guía de Turismo

Tipo de información: El tipo de información que contienen las publicaciones de turismo, gastronomía, deporte, aventura y fotografía del cantón Cayambe.

4.1.4. Resultado de la ficha de observación de Cayambe Turismo - Instagram

Resultado de la ficha de observación/ Cayambe Turismo se presenta en la Tabla 11.

Tabla 11. Ficha de observación - Cayambe Turismo Instagram

Indicadores	Número de publicaciones	Mínimo	Máximo	Suma	Media
Identificador visual	125	10	10	1250	10
Fotografía o video	125	0	10	1240	9,92
Autor de la fotografía o video	125	0	10	270	2,16
Geolocalización	125	0	10	150	1,2
Ubicación	125	0	10	270	2,16
Atractivos cercanos	125	0	10	170	1,36
Hashtags	125	0	10	1130	9,04
Contactos	125	0	10	40	,32
Descripción breve	125	0	10	745	5,96
Total	125	20	65	5265	42,12

El puntaje y resultado de la ficha de observación se presenta en la Tabla 12.

Tabla 12. Puntaje y resultado – Cayambe Turismo

Puntaje	Resultado
0 a 30	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
31 a 60	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
61 a 90	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Según los resultados de las publicaciones correspondientes a los meses de enero hasta diciembre del 2021, se obtuvo una puntuación de 42,12 sobre 90 puntos, sin embargo, la página debe mejorar la información turística que transmite hacia los turistas debido a que, a

pesar de ser de buena calidad, hay varios elementos que todavía no se han tomado en cuenta para que la información sea de excelente calidad.

4.1.5. Resultados de los indicadores de las fichas de observación de redes sociales

1. Identificador visual

El apartado de si contiene o no Identificador visual se presenta en la Tabla 13.

Tabla 13. Identificador visual - Redes sociales

	Contiene	No contiene
Cayambe Turismo (IG)	1	
Cayambe Turismo (FB)	1	
Guía Turística de Cayambe (FB)		1

El apartado de Identificador visual se presenta en la Figura 1.

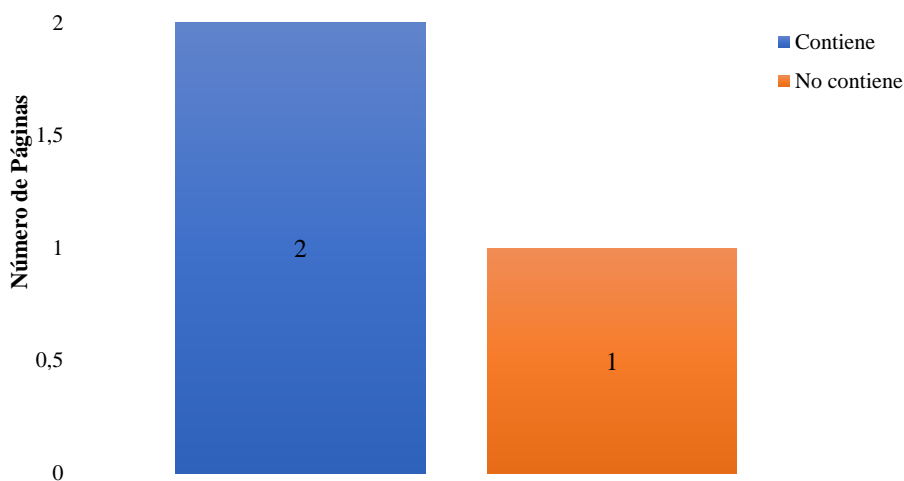


Figura 1. Identificador visual - Redes sociales

Interpretación: Las dos páginas de Cayambe Turismo, tanto de Facebook como de Instagram poseen un identificador visual en el cual se ha fusionado el nombre en este caso de Cayambe Turismo y el símbolo del nevado Cayambe. Mientras que la página Facebook de Guía Turística de Cayambe no posee ningún tipo de identificador visual.

2. Fotografía o video

El apartado de si contiene o no Identificador visual se presenta en la Tabla 14.

Tabla 14. Fotografía o video - Redes sociales

	Contiene	No contiene
Cayambe Turismo (IG)	1	
Cayambe Turismo (FB)	1	
Guía Turística de Cayambe (FB)	1	

El apartado de Fotografía o video se presenta en la Figura 2.

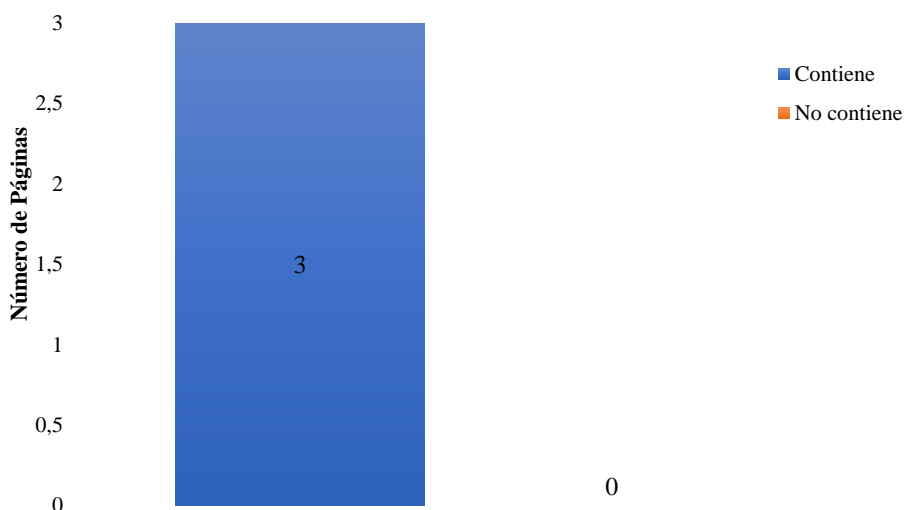


Figura 2. Fotografía o video - Redes sociales

Interpretación: Todas las publicaciones analizadas tanto de Cayambe Turismo (FB), Cayambe Turismo (IG) y Guía Turística de Cayambe (FB) poseen fotografías de los atractivos naturales y culturales del cantón Cayambe, así mismo como videos de los atractivos del cantón, los cuales ayudan a los turistas a conocer la oferta que posee el cantón.

3. Autor de la fotografía o video

El número de publicaciones analizadas del apartado de Autor se presenta en la Tabla 15.

Tabla 15. Autor - Redes sociales

	Número de publicaciones
Cayambe Turismo (IG)	27
Cayambe Turismo (FB)	72
Guía Turística de Cayambe (FB)	83

El apartado de autor de la fotografía o video se presenta en la Figura 3.

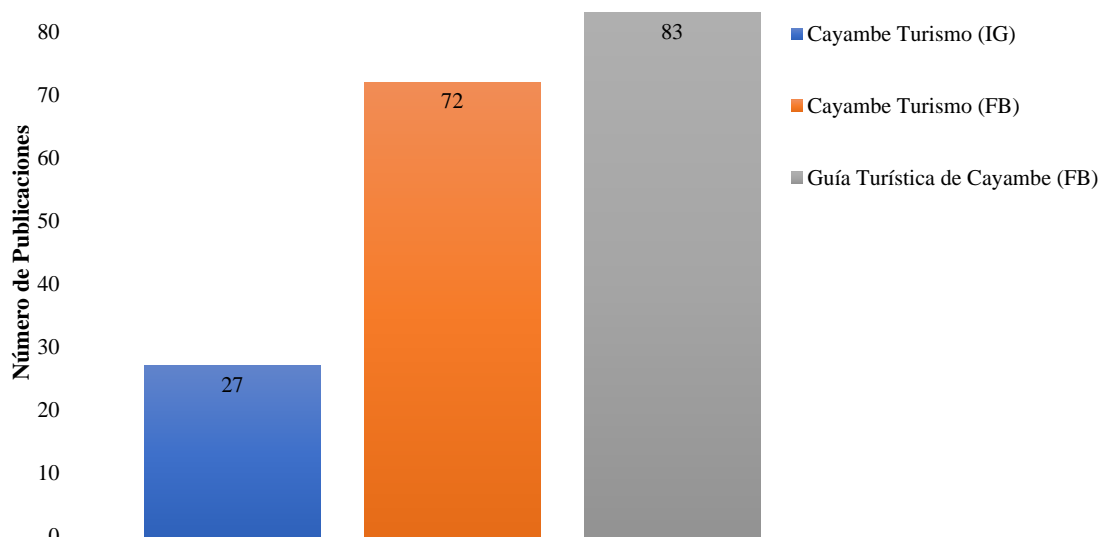


Figura 3. Autor - Redes sociales

Interpretación: En la página de Cayambe Turismo (IG) se analizaron 125 publicaciones, de las cuales 27 poseen el autor de las fotografías o videos, mientras que de la página de Cayambe Turismo (FB) se examinaron 243 publicaciones, de las cuales 72 tienen el autor, en cambio, en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) se analizaron 228 publicaciones de las cuales solo 83 poseen el autor de la fotografía o video. Es importante que se le dé el reconocimiento adecuado a los autores y su trabajo.

4. Geolocalización

El número de publicaciones analizadas del apartado Geolocalización se presenta en la Tabla 16.

Tabla 16. Geolocalización - Redes sociales	
	Número de publicaciones
Cayambe Turismo (IG)	15
Cayambe Turismo (FB)	0
Guía Turística de Cayambe (FB)	10

El apartado de Geolocalización se presenta en la Figura 4.

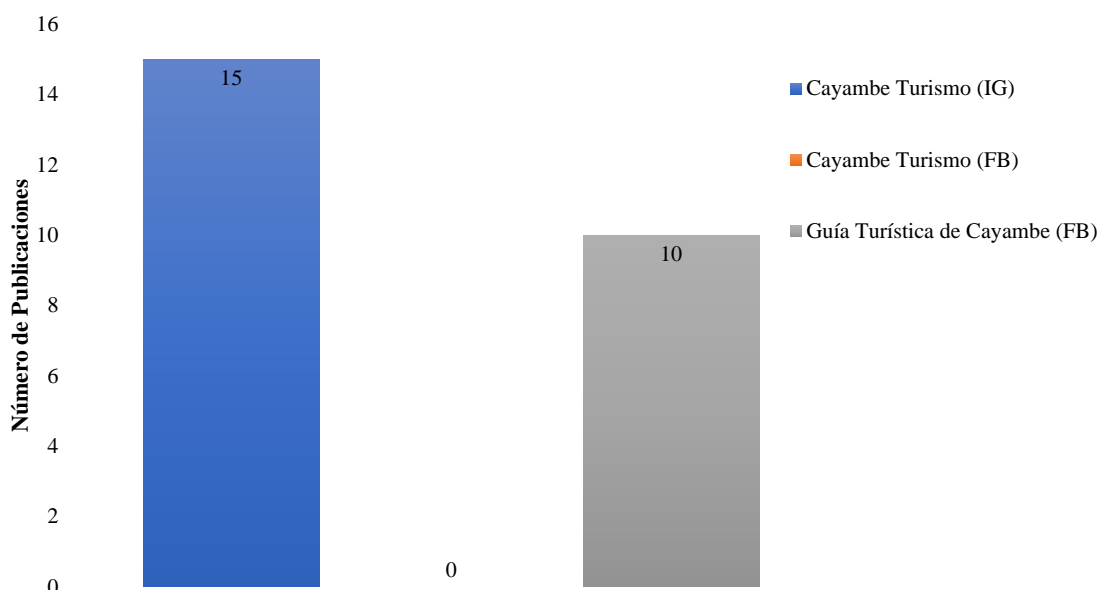


Figura 4. Geolocalización - Redes sociales

Interpretación: En la página de Cayambe Turismo (IG) se analizaron 125 publicaciones, de las cuales 15 poseen geolocalización, mientras que de la página de Cayambe Turismo (FB) se examinaron 243 publicaciones, de las cuales ninguna tiene geolocalización, en cambio, en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) se analizaron 228 publicaciones de las cuales solo 10 poseen geolocalización. Esto es un resultado negativo debido a que pocas publicaciones poseen este apartado que sería importante para orientar a los turistas al momento de planificar su viaje.

5. Ubicación

El número de publicaciones analizadas del apartado de Ubicación se presenta en la Tabla 17.

Tabla 17. Ubicación - Redes sociales

	Número de publicaciones
Cayambe Turismo (IG)	27
Cayambe Turismo (FB)	25
Guía Turística de Cayambe (FB)	50

El apartado de ubicación se presenta en la Figura 5.

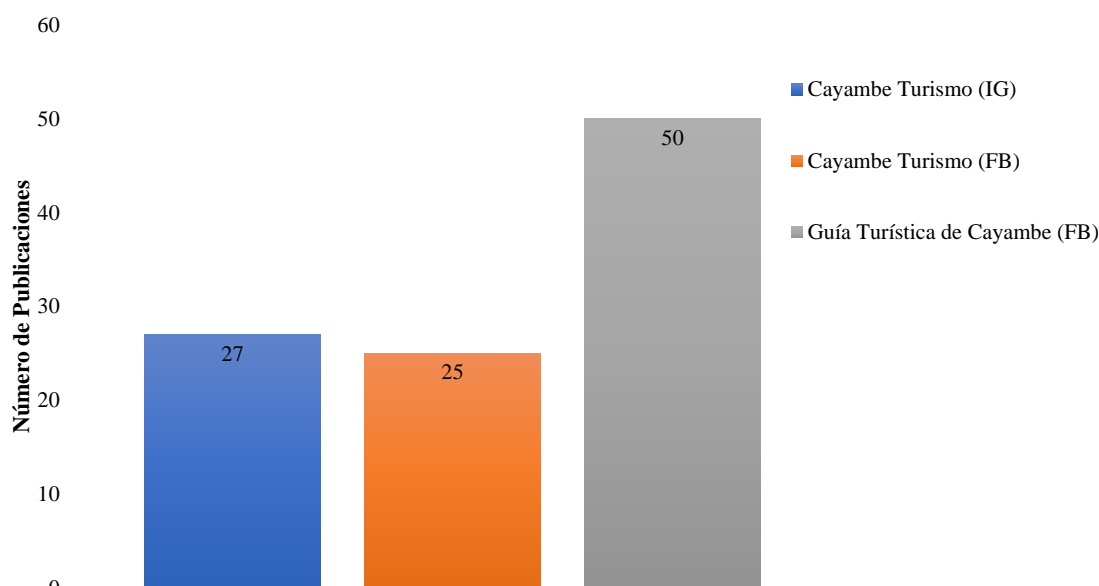


Figura 5. Ubicación - Redes sociales

Interpretación: En la página de Cayambe Turismo (IG) se analizaron 125 publicaciones de las cuales 27 ubicación, mientras que de la página de Cayambe Turismo (FB) se examinaron 243 publicaciones de las cuales 25 tienen ubicación, en cambio, en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) se analizaron 228 publicaciones de las cuales solo 50 poseen ubicación. Esto es un resultado negativo debido a que pocas publicaciones poseen este apartado en el que se detalla la ubicación del atractivo turístico o recursos, este apartado sería útil para que el turista se oriente y pueda llegar al destino que seleccione para visitar.

6. Atractivo Cercanos

El número de publicaciones analizadas del apartado Atractivos se presenta en la Tabla 18.

Tabla 18. Atractivos - Redes sociales

	Número de publicaciones
Cayambe Turismo (IG)	17
Cayambe Turismo (FB)	20
Guía Turística de Cayambe (FB)	23

El apartado de Atractivos cercanos se presenta en la Figura 6.

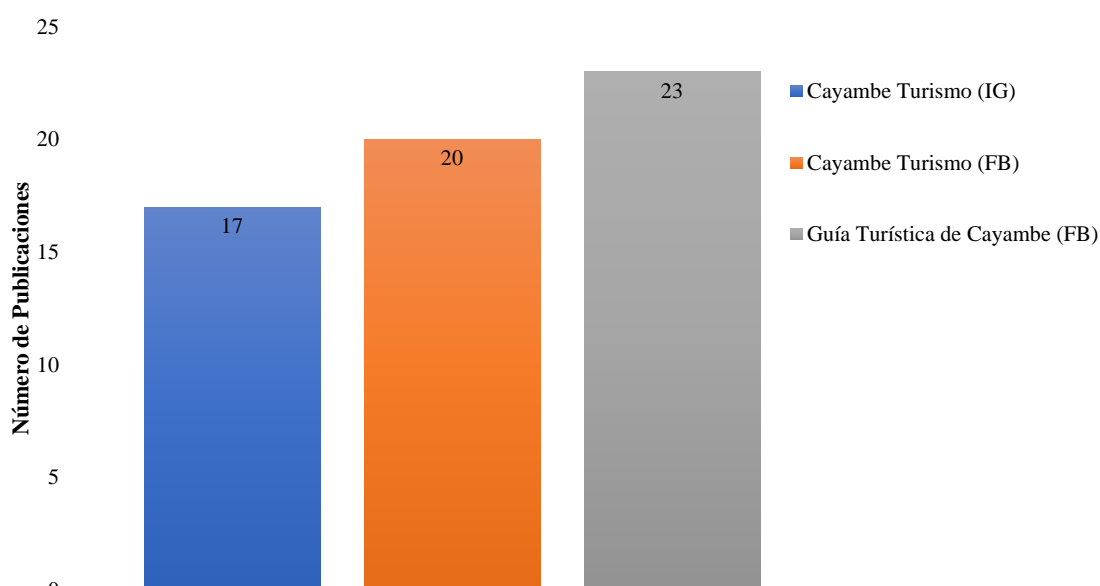


Figura 6. Atractivos cercanos - Redes sociales

Interpretación: En la página de Cayambe Turismo (IG) se analizaron 125 publicaciones, de las cuales en 17 publicaciones se sugieren otros atractivos, en cambio, en la página de Cayambe Turismo (FB) se examinaron 243, pero solamente en 20 se sugieren otros atractivos y en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) se analizaron 228, pero en 23 se recomiendan otros atractivos. Esto es un resultado negativo debido a que pocas publicaciones sugieren otros atractivos, aparte de que se está dando la información turística, sin embargo, es fundamental este apartado debido a que de ese modo se da a conocer más de lo que tiene en este caso el cantón Cayambe.

7. Hashtags

El número de publicaciones analizadas del apartado Hashtags se presenta en la Tabla 19.

Tabla 19. Hashtags - Redes sociales

	Número de publicaciones
Cayambe Turismo (IG)	113
Cayambe Turismo (FB)	90
Guía Turística de Cayambe (FB)	94

El apartado de Hashtags se presenta en la Figura 7.

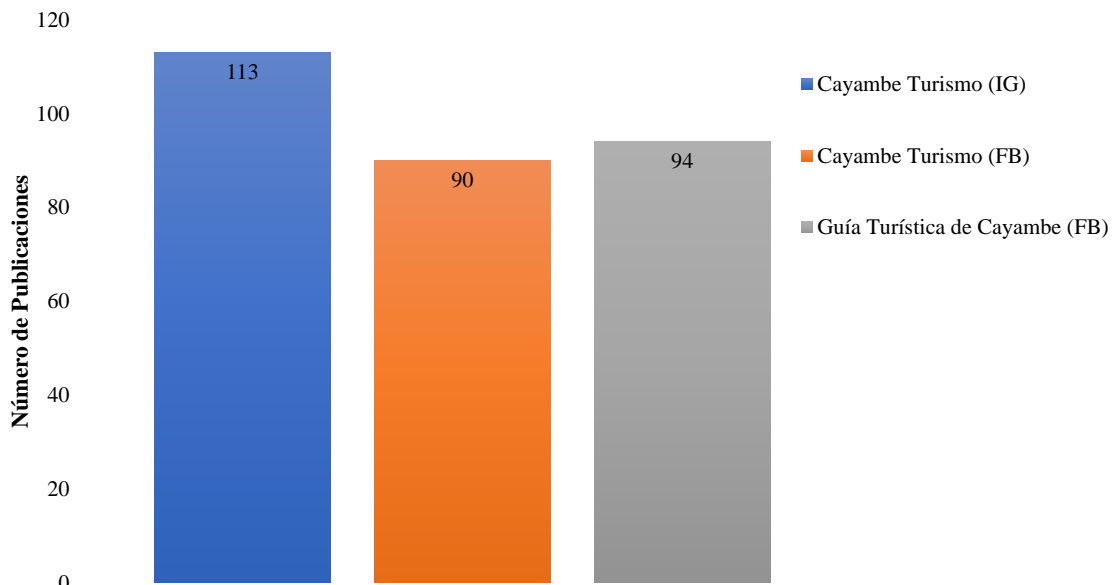


Figura 7. Hashtags - Redes sociales

Interpretación: En la página de Cayambe Turismo (IG) se analizaron 125 publicaciones de las cuales 113 poseen hashtags, los más utilizados son: #cayambeturismo, #AlcaldíadeCayambe, #cayambepueblomágico, #PuebloMágico, #cayambe, en cambio, en la página de Cayambe Turismo (FB) se examinaron 243, pero solamente 90 tienen hashtags, los más utilizados son: #cayambeturismo; #alcaldíadecayambe; #cayambepueblomagico y en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) se analizaron 228, pero 94 poseen hashtags, los más utilizados son: #cayambe, #somosturismo, #turismocayambe, #turismocultural, #latitudO° #findesemana. Este resultado es favorable debido a que la mayoría de las publicaciones tienen hashtags relacionados con el cantón Cayambe, además, que esto ayuda a que las publicaciones tengan mayor visibilidad en las redes sociales.

8. Contactos

El número de publicaciones analizadas del apartado Contactos se presenta en la Tabla 20.

Tabla 20. Contactos - Redes sociales

	No contiene	Contiene poco	Contiene
Cayambe Turismo (IG)	118	6	1
Cayambe Turismo (FB)	187	43	13
Guía Turística de Cayambe (FB)	173	45	10

El apartado de Contactos se presenta en la Figura 8.

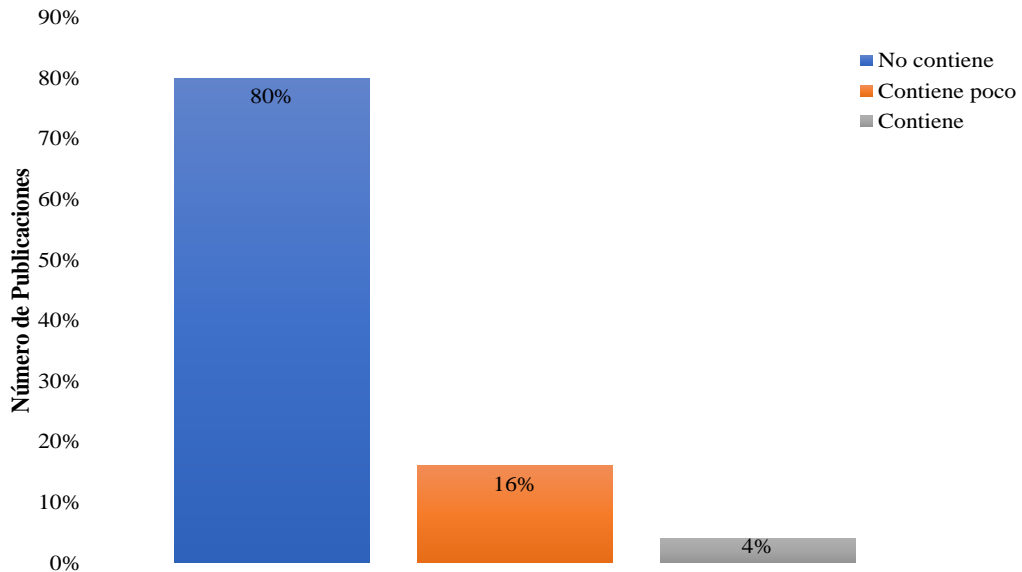


Figura 8. Contactos - Redes sociales

Interpretación: El 80% de las publicaciones no poseen contactos a los cuales los turistas podrían comunicarse en caso de que requieran más información turística, mientras que un 16% de las publicaciones poseen información de contactos, sea un teléfono, correo o enlace, en cambio, el 4% de las publicaciones analizadas poseen dos opciones de contactos o tres. Este resultado es bastante negativo debido a que en un mayor porcentaje las publicaciones no poseen esta información, la cual es importante para el turista y se debería de implementar.

9. Descripción breve

El número de publicaciones analizadas del apartado Descripción breve se presenta en la Tabla 21.

Tabla 21. Descripción breve - Redes sociales

	No contiene	Contiene poco	Contiene
Cayambe Turismo (IG)	29	43	53
Cayambe Turismo (FB)	23	91	129
Guía Turística de Cayambe (FB)	12	88	128

El apartado de Descripción breve se presenta en la Figura 9.

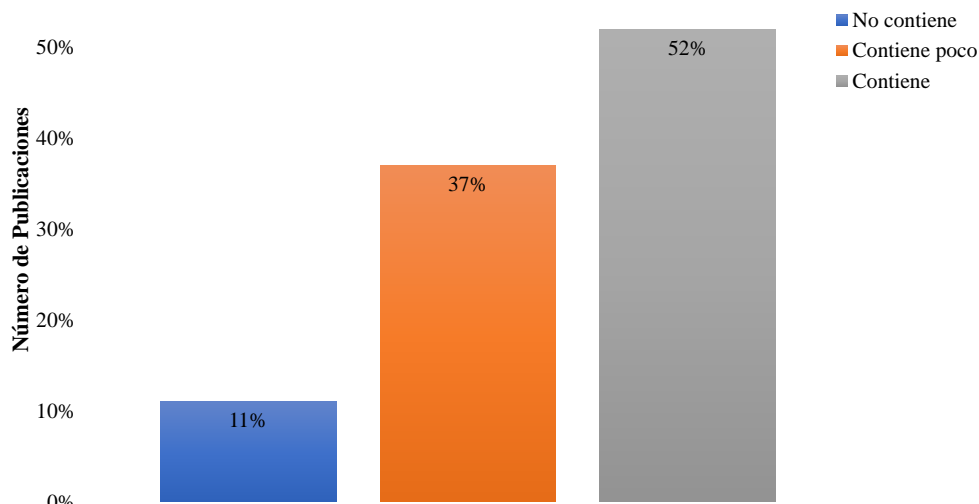


Figura 9. Descripción breve

Interpretación: El 11% de las publicaciones no poseen descripción de los atractivos, mientras que un 37% de las publicaciones, poseen la descripción en poca cantidad, es decir, tiene menos de 200 caracteres y en cambio el 52% de las publicaciones poseen más de 200 caracteres, esto resulta favorable debido a que la mayoría de las publicaciones dan más información de los atractivos, considerando que esto también orienta al turista al momento de planificar sus viajes.

Sitio web y páginas web

1. Cayambe Turismo

Tipo de información: El tipo de información que contienen las publicaciones tiene que ver con información sobre atractivos que posee el cantón, información de eventos que se realizan en el cantón, información sobre servicios turísticos, entre otros.

Link: <https://cayambeturismo.gob.ec/>

4.1.6. Resultado de la ficha de observación del sitio web Cayambe Turismo

La ficha de observación se presenta en la Tabla 22.

Tabla 22. Ficha de observación - Cayambe Turismo - Sitio web

FICHA DE OBSERVACIÓN: SITIO WEB			
ACCESO	Sitio web turístico propio		Apartado turístico dentro de la web del municipio
	No contiene	Contiene poco	Contiene
	10		
IDENTIFICADOR VISUAL			
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			10

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				
Menú	NC/C			10
Fotografía principal de la página				10
Mapa del destino		No contiene	Mapa estático 5	Mapa GPS integral
Información sobre atractivos turísticos	NC/C			10
Fotos de atractivos turísticos	NC/C			10
Videos de atractivos turísticos	NC/C			10
Información sobre gastronomía	NC/C			10
Información sobre historia	NC/C			10
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)	NC/C			10
Galería de fotografías		No contiene	Hasta 10 5	Más de 10
Enlaces de interés	NC/C			10
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				
Clima	NC/C			10
Geografía	NC/C			10
Como llegar al destino	NC/C			10
Alojamientos		No contiene	Hasta 3	Más de 3
Restaurantes				10
Transporte público en el destino	NC/C	0		10
Horarios de transporte	NC/C	0		10
Actividades	NC/C			10
Alquileres	NC/C	0		10
Itinerarios propuestos	NC/C			10
Calendario de eventos	NC/C			10
Contactos		No contiene	Teléfono/ correo/ enlace	Tel + correo electrónico o enlace 10
IDIOMAS		1 solo idioma	De 2 a 3 idiomas	Más de 3
Variedad de idiomas			10	
TOTAL				220

El puntaje y resultado se presenta en la Tabla 23.

Tabla 23. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 87	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
88 a 176	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
177 a 265	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos, el sitio web de Cayambe Turismo, obtuvo una puntuación de 215 sobre 265 puntos, lo que quiere decir que el sitio web cuenta con

la mayoría de los ítems establecidos en la ficha de observación como; acceso, identificador visual, variedad de idiomas, fotografías, descripción, información útil del destino, enlaces de interés, puntos que son importantes al momento que el turista busca información sobre el cantón Cayambe, este sitio web cuenta con información de excelente calidad, lo que es fundamental al momento que el turista desea planificar su viaje.

Páginas web

2. Prefectura de Pichincha

Tipo de información: El tipo de información sobre la parroquia de Ayora, posee un apartado de turismo.

Link: <http://www.gadpsanjosedeyora.gob.ec/inicio/#>

4.1.7. Resultado de la ficha de observación de la Prefectura de Pichincha

La ficha de observación de la Prefectura de Pichincha se presenta en la Tabla 24.

Tabla 24. Ficha de observación - Prefectura de Pichincha

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos				0	
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía					10
Información sobre historia				0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)					10
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima				0	
Geografía					10
Como llegar al destino				0	
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
				0	Contiene (Más de 3)
Restaurantes				0	
Actividades				0	
IDIOMAS				1 solo idioma	De 2 a 3
Variedad de idiomas				5	Más de 3 idiomas
TOTAL					55

El puntaje y resultado se presenta en la Tabla 25.

Tabla 25. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados, el puntaje de la página de la Prefectura de Pichincha es de 55, esto significa que la información es de buena calidad, debido a que se ha incluido información fundamental en este caso del cantón Cayambe, sin embargo, es importante que se considere más información dentro de esta página web,

3. Gad San José de Ayora

Tipo de información: El tipo de información sobre la parroquia de Ayora, posee un apartado de turismo.

Link: <https://www.pichincha.gob.ec/cantones/cayambe>

4.1.8. Resultado de la ficha de observación del Gad San José de Ayora

La ficha de observación de la Prefectura de Pichincha se presenta en la Tabla 26.

Tabla 26. Ficha de observación - Gad San José de Ayora

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		10
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos				0	
Fotos de atractivos turísticos				0	
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	
Información sobre historia				0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)				0	
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima				0	
Geografía				0	
Como llegar al destino				0	
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
				0	Contiene (Más de 3)
Restaurantes				0	
Actividades				0	

IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas	5		
TOTAL		15	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 27.

Tabla 27. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados, el puntaje de la página oficial del Gad de San José de Ayora es de 15, en lo que corresponde a identificador visual e idioma, el sitio web tiene un apartado de turismo al cual no se puede acceder, por esa razón la información resulta de deficiente calidad, debido a que no se puede observar las cualidades del apartado, es decir no cuenta con información turística que útil para el visitante.

4. Parroquia de Olmedo Pesillo

Tipo de información: Información sobre la parroquia, posee un apartado de turismo en donde se existe información turística de la parroquia.

Link: <https://olmedopesillo.gob.ec/>

4.1.9. Resultado de la ficha de observación de la Parroquia de Olmedo Pesillo

La ficha de observación de la Prefectura de Pichincha se presenta en la Tabla 28.

Tabla 28. Ficha de observación - Parroquia de Olmedo Pesillo

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		10
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página					10
Información sobre atractivos turísticos				0	
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	
Información sobre historia					10
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)					10
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima					10
Geografía					10

Como llegar al destino		0	
Alojamientos	No contiene	Contiene poco (Hasta 3)	Contiene (Más de 3)
Restaurantes	0		
Actividades	0		
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas	5		
TOTAL		75	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 29.

Tabla 29. Resultado y puntaje

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados, el puntaje de la Parroquia de Olmedo Pesillo es de 75, que resulta que posee información de buena calidad, sin embargo, le hace falta considerar varios puntos como la información de atractivos, videos, información sobre gastronomía, información sobre cómo llegar al destino, información de alojamiento, restauración, actividades, existen algunos apartados destinados para cierta información, pero no se la ha considerado aún.

5. Servicios de turismo (MINTUR)

Tipo de información: Información sobre el cantón Cayambe y todo lo que posee como pueblo mágico.

Link: <https://www.viajaecuador.com.ec/cayambe/>

4.1.10. Resultado de la ficha de observación de Portal servicios (MINTUR)

La ficha de observación Servicios de turismo (MINTUR) se presenta en la Tabla 30.

Tabla 30. Ficha de observación – Portal servicios (MINTUR)

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página					10
Información sobre atractivos turísticos				0	

Fotos de atractivos turísticos			10
Videos de atractivos turísticos		0	
Información sobre gastronomía			10
Información sobre historia			10
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)			10
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN		No contiene	Contiene
Clima		0	
Geografía			10
Como llegar al destino			10
Alojamientos	No contiene	Contiene poco (Hasta 3)	Contiene (Más de 3)
	0		
Restaurantes	0		
Actividades			10
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas	5		
TOTAL		85	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 31.

Tabla 31. Resultado y puntaje

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados, el puntaje de la página de Servicios de turismo es de 85, resulta que posee información de buena calidad, pero le hace falta tomar en cuenta algo muy importante como la información de los atractivos, nombra a cada atractivo, pero no hay información de estos, además, no han considerado algún video del destino, entre otros puntos que son importantes para orientar al turista de una forma adecuada.

6. GoRaymi

Tipo de información: información sobre destinos turísticos y comercialización de productos y servicios turísticos.

Link: <https://www.goraymi.com/es-ec/pichincha/cayambe/ciudades/cayambe-ecuador-af5n6b2nb>

4.1.11. Resultado de la ficha de observación de GoRaymi

La ficha de observación de GoRaymi se presenta en la Tabla 32.

Tabla 32. Ficha de observación - GoRaymi					
FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB					
IDENTIFICADOR VISUAL				No contiene	Contiene
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página					10
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía					10
Información sobre historia					10
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)					10
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima				0	
Geografía					10
Como llegar al destino					10
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
					5
Restaurantes					5
Actividades				0	
IDIOMAS				1 solo idioma	De 2 a 3
Variedad de idiomas					10
TOTAL					110

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 33.

Tabla 33. Puntaje y resultado	
Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados el puntaje de la página de GoRaymi es de 110, resulta que posee información de excelente calidad, es importante que se tome en cuenta incluir videos del destino, información sobre clima, además, es necesario añadir más opciones en cuanto a alojamiento, restauración, actividades a realizar dentro del destino. Es relevante mencionar que esta página tiene información turística muy buena, la cual orienta de manera adecuada al turista debido a todo lo que posee.

7. EcuRed

Tipo de información: Información turística sobre el cantón Cayambe y de todo lo que posee.

Link: [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Cayambe_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Cayambe_(Ecuador))

4.1.12. Resultado de la ficha de observación de EcuRed

La ficha de observación de EcuRed se presenta en la Tabla 34.

Tabla 34. Ficha de observación - EcuRed

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos				0	
Fotos de atractivos turísticos				0	
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía					10
Información sobre historia					10
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)					10
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima					10
Geografía					10
Como llegar al destino				0	
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
				0	Contiene (Más de 3)
Restaurantes				0	
Actividades				0	
IDIOMAS				1 solo idioma	De 2 a 3
Variedad de idiomas				5	Más de 3 idiomas
TOTAL					65

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 35.

Tabla 35. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados, el puntaje de la página de EcuRed es de 65, resulta que posee información de buena calidad, aunque, se podría mejorar en cuanto a agregar fotografías, videos, sugerencias a alojamiento, restauración, actividades, además, debería haber más variedad de idiomas para poder satisfacer las necesidades de otro tipo de turistas.

8. ViajandoX

Tipo de información: Información de turismo en donde se expone los destinos turísticos y emprendimientos de comunidades y pueblos, así como los negocios relacionados con el turismo.

Link: <https://ec.viajandox.com/pichincha/cayambe-C62>

4.1.13. Resultado de la ficha de observación de ViajandoX

La ficha de observación de ViajandoX se presenta en la Tabla 36.

Tabla 36. Ficha de observación - ViajandoX

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos					10
Información sobre gastronomía					10
Información sobre historia					10
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)					10
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima					10
Geografía					10
Como llegar al destino					10
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
				0	
Restaurantes				0	
Actividades					10
IDIOMAS				1 solo idioma	De 2 a 3
Variedad de idiomas					10
TOTAL					120

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 37.

Tabla 37. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados, el puntaje de la página de ViajandoX es de 120, resulta que posee información de excelente calidad y orienta de la mejor manera a los turistas que desean visitar el cantón Cayambe, sin embargo, sería recomendable que dentro de la página se sugiera lo que respecta a alojamiento y restauración para que la información sea mucho más completa.

9. Ecuador Turístico

Tipo de información: Viajes turismo aventura y lugares turísticos de Ecuador Playas

Link: https://www.ecuador-turistico.com/2012/07/cuales-son-los-lugares-turisticos-de_3175.html

4.1.14. Resultado de la ficha de observación de Ecuador Turístico

La ficha de observación de Ecuador Turístico se presenta en la Tabla 38.

Tabla 38. Ficha de observación - Ecuador Turístico

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	
Información sobre historia				0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)				0	
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima				0	
Geografía				0	
Como llegar al destino				0	
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
				0	Contiene (Más de 3)
Restaurantes				0	
Actividades				0	
IDIOMAS				1 solo idioma	De 2 a 3
Variedad de idiomas				5	Más de 3 idiomas
TOTAL					50

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 39.

Tabla 39. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Conforme a los resultados, en este caso 50 sobre 155 puntos Ecuador Turístico, posee información deficiente debido a que no se ha incluido cierta información que es esencial para el turista al momento de elegir el lugar al que desean viajar en este caso al cantón Cayambe, es fundamental que se tome en cuenta más información para orientar de mejor forma al turista, se sugiere incluir más información para mejorar la página web.

10. Lugares Turísticos

Tipo de información: Información de viajes y turismo en el mundo.

Link: <https://www.lugaresturisticos.org/cayambe/>

4.1.15. Resultado de la ficha de observación de Lugares Turísticos

La ficha de observación de Lugares Turísticos se presenta en la Tabla 40.

Tabla 40. Ficha de observación - Lugares Turísticos

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	
Información sobre historia				0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)				0	
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima				0	
Geografía				0	
Como llegar al destino				0	
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
				0	
Restaurantes					5
Actividades				0	Contiene (Mas de 3)

IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Mas de 3 idiomas
Variedad de idiomas	5		
TOTAL		40	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 41.

Tabla 41. Puntaje y resultados

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Según los resultados Lugares Turísticos, posee información deficiente es decir un puntaje de 40 sobre 155 lo que es perjudicial debido a que no se ha incluido cierta información que es primordial para el turista al momento de escoger el lugar de interés, es por eso por lo que es importante que se tome en cuenta más información sobre el destino.

11. Minube

Tipo de información: Información sobre experiencias, opiniones y fotos.

Link: <https://www.minube.com/viajes/ecuador/pichincha/cayambe>

4.1.16. Resultado de la ficha de observación de Minube

La ficha de observación de Minube se presenta en la Tabla 42.

Tabla 42. Ficha de observación - Minube

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	
Información sobre historia				0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)				0	
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima				0	
Geografía				0	
Como llegar al destino				0	
Alojamientos				No contiene	Contiene poco (Hasta 3)
				0	Contiene (Más de 3)
Restaurantes					5

Actividades	0		
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas	5		
TOTAL		40	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 43.

Tabla 43. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Según los resultados el puntaje de minube es de 40 sobre 155, es decir, cuenta con información deficiente, debido a que no se ha incluido información esencial en este caso del cantón Cayambe, es fundamental que se considere más información para dar a conocer de mejor forma al turista lo que posee el cantón.

12. Tripadvisor

Tipo de información: Proporciona reseñas de contenido relacionado con viajes.

Link: https://www.tripadvisor.es/Tourism-g940020-Cayambe_Pichincha_Province-Vacations.html

4.1.17. Resultado de la ficha de observación de Tripadvisor

La ficha de observación de Tripadvisor se presenta en la Tabla 44.

Tabla 44. Ficha de observación - Tripadvisor

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos				0	
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	
Información sobre historia				0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)				0	
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN				No contiene	Contiene
Clima				0	
Geografía				0	
Como llegar al destino				0	

	No contiene	Contiene poco (Hasta 3)	Contiene (Más de 3)
Alojamientos			10
Restaurantes			10
Actividades	0		
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas			15
TOTAL		55	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 45.

Tabla 45. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Acorde a los resultados, el puntaje que obtuvo Tripadvisor fue de 55 sobre 155, cuenta con información de buena del cantón Cayambe, sin embargo, es importante que se añada información de los atractivos, videos, información sobre historia, gastronomía, cultura, además es necesario que se expongan las actividades que se pueden realizar dentro del destino.

13. TravelAgenciesFinder

Tipo de información: El tipo de información sobre atractivos que posee el cantón, información sobre servicios turísticos, entre otros.

Link: <https://www.travelagenciesfinder.com/EC/Cayambe/246107098809629/Informaci%C3%B3n-Tur%C3%ADstica-del-Cant%C3%B3n-Cayambe>

4.1.18. Resultado de la ficha de observación de TravelAgenciesFinder

La ficha de observación de TravelAgenciesFinder se presenta en la Tabla 46.

Tabla 46. Ficha de observación - TravelAgenciesFinder

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página				0	
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	
Información sobre historia					10
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)					10

TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN		No contiene	Contiene
Clima		0	
Geografía		0	
Como llegar al destino		0	
Alojamientos	No contiene	Contiene poco (Hasta 3)	Contiene (Más de 3)
	0		
Restaurantes	0		
Actividades	0		
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas	5		
TOTAL		55	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 47.

Tabla 47. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: De acuerdo con los resultados, el puntaje de la página de Travel Agencies Finder es de 55, esto quiere decir que la información es de buena calidad, pero se acerca bastante a la al puntaje de la deficiente información, debido a que no se ha tomado en cuenta diversa información importante del destino.

14. Ecuador Travel

Tipo de información: Posee información turística de todo el Ecuador.

Link: <https://ecuador.travel/press/cayambe-un-destino-para-conocer-la-cultura-y-disfrutar-la-naturaleza/>

4.1.19. Resultado de la ficha de observación de Ecuador Travel

La ficha de observación de Ecuador Travel se presenta en la Tabla 48.

Tabla 48. Ficha de observación - Ecuador Travel

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página					10
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10
Videos de atractivos turísticos				0	
Información sobre gastronomía				0	

Información sobre historia		0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)		0	
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN		No contiene	Contiene
Clima		0	
Geografía		0	
Como llegar al destino		0	
Alojamientos	No contiene	Contiene poco (Hasta 3)	Contiene (Más de 3)
	0		
Restaurantes	0		
Actividades			10
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas			15
TOTAL		65	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 49.

Tabla 49. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: Acorde a los resultados de Ecuador Travel, cuenta con información de buena calidad, esto permite que el turista pueda orientarse más fácil al momento de escoger como lugar de destino el cantón Cayambe, aunque, es necesario que haya más información de en cuanto a alojamiento, restauración, que es importante dar a conocer.

15. GlobalNPO

Tipo de información: Información del cantón Cayambe.

Link: <https://www.globalnpo.org/EC/Cayambe/236248433106722/Gu%C3%ADa-Tur%C3%ADstica-de-Cayambe>

4.1.20. Resultado de la ficha de observación de GlobalNPO

La ficha de observación de GlobalNPO se presenta en la Tabla 50.

Tabla 50. Ficha de observación - GlobalNPO

FICHA DE OBSERVACIÓN: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
IDENTIFICADOR VISUAL					
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo		
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		10
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la página					10
Información sobre atractivos turísticos					10
Fotos de atractivos turísticos					10

Videos de atractivos turísticos		0	
Información sobre gastronomía		0	
Información sobre historia		0	
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)		0	
TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN		No contiene	Contiene
Clima		0	
Geografía		0	
Como llegar al destino		0	
Alojamientos	No contiene	Contiene poco (Hasta 3)	Contiene (Más de 3)
	0		
Restaurantes	0		
Actividades		5	
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3	Más de 3 idiomas
Variedad de idiomas	5		
TOTAL		50	

El puntaje y el resultado se presenta en la Tabla 51.

Tabla 51. Puntaje y resultado

Puntaje	Resultado
0 a 50	Resulta deficiente en cuanto a la calidad de la información turística
51 a 102	Resulta buena en cuanto a la calidad de la información turística
103 a 155	Resulta excelente en cuanto a la calidad de la información turística

Interpretación: De acuerdo con los resultados de Global NPO, posee información de deficiente calidad, es importante tomar en cuenta más información sobre el cantón Cayambe para poder informar de mejor forma. Es necesario que haya más información de alojamiento, restauración, videos del destino para orientar de mejor forma al turista.

4.1.21. Resultado de los apartados analizados de la ficha de observación aplicada a Páginas web

1. Identificación visual de la página web

La frecuencia y el porcentaje del apartado de Identificación visual se presenta en la Tabla 52.

Tabla 52. Identificación - Páginas web

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Puntaje malo	0	0%
	Puntaje bueno	0	0%
	Puntaje excelente	14	100%
	Total	14	100%

El apartado de Identificación se presenta en la Figura 10.

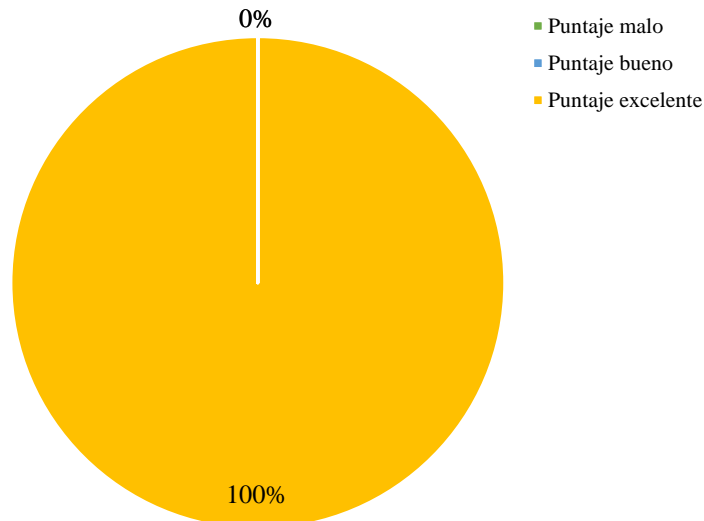


Figura 10. Identificador visual

Interpretación: Un 100% de las páginas analizadas tienen poseen entre logotipo que hace referencia el nombre de la página, imagotipo que es el logotipo y símbolo separado, así también como el isologo que combina el logotipo y el símbolo, esto es de suma importancia debido a que de ese modo se puede identificar de mejor forma a las páginas.

2. Descripción general

La frecuencia y el porcentaje del apartado Descripción general se presenta en la Tabla 53.

Tabla 53. Descripción general - Páginas web

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Puntaje malo	5	36%
	Puntaje bueno	6	43%
	Puntaje excelente	3	21%
	Total	14	100%

El apartado de Descripción general se presenta en la Figura 11.

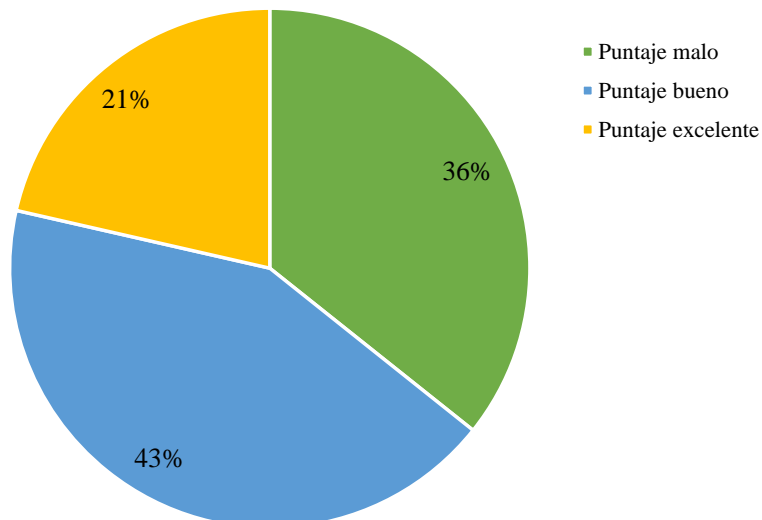


Figura 11. Descripción General

Interpretación: El 36% de páginas no cuentan con la información suficiente del apartado de descripción general, son Gad de San José de Ayora, Tripadvisor, Lugares Turísticos, Ecuador Travel y Minube. Mientras que el 43% de las páginas que poseen un poco más información son GlobalNPO, Ecuador Travel, Prefectura de Pichincha, EcuRed, TravelAgenciesFinder, Parroquia de Olmedo Pesillo. Finalmente, las páginas que poseen información general son Portal de servicios, ViajandoX y GoRaymi.

3. Tipología de la información

La frecuencia y el porcentaje del apartado Tipología de la información se presenta en la Tabla 54.

Tabla 54. Tipología de la información - Páginas web

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Puntaje malo	11
	Puntaje bueno	3
	Puntaje excelente	0
	Total	14

El apartado de Información útil del destino se presenta en la Figura 12.

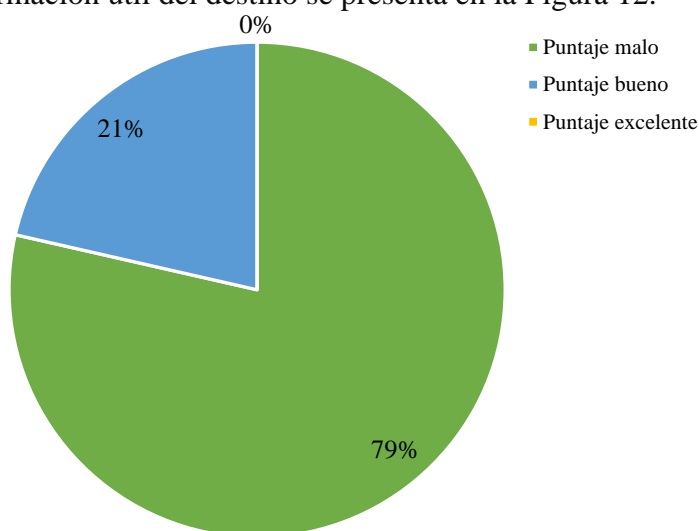


Figura 12. Tipología de la información

Interpretación: El 79% de las páginas correspondientes a Gad San José de Ayora, Tripadvisor, Lugares Turísticos, Ecuador Turísticos, Minube, GlobalNPO, Ecuador Travel, Prefectura de Pichincha, EcuRed, TravelAgenciesFinder, Parroquia de Olmedo Pesillo, no cuentan con la información adecuada en el apartado de información útil del destino. Mientras que el 21% de las páginas analizadas corresponden a GoRaymi, ViajandoX y Portal servicios, cuentan con información suficiente.

4. Idiomas

La frecuencia y el porcentaje del apartado de Idiomas se presenta en el Tabla 55.

Tabla 55. Idiomas - Páginas web

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Puntaje malo	10	72%
	Puntaje bueno	2	14%
	Puntaje excelente	2	14%
	Total	14	100%

El apartado de Idiomas se presenta en la Figura 13.

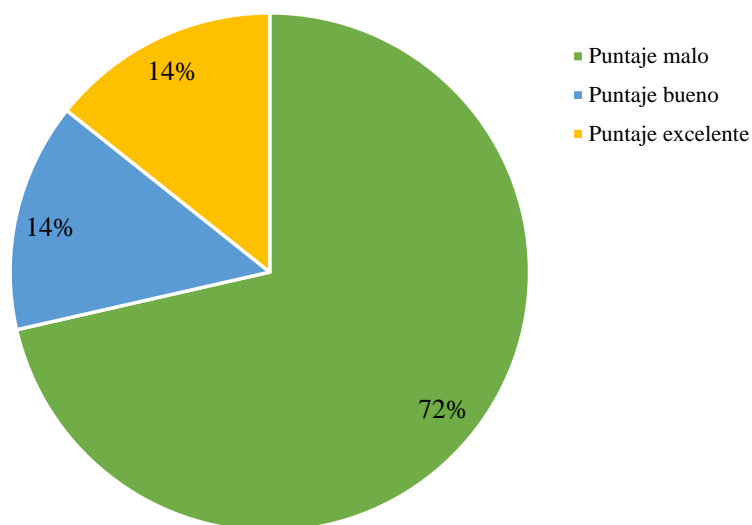


Figura 13. Idiomas

Interpretación: El 72% de las siguientes páginas web denominadas Portal servicios, Parroquia de Olmedo Pesillo, TravelAgenciesFinder, EcuRed, Prefectura de Pichincha, GlobalNPO, Minube, Ecuador Turístico, Lugares Turísticos, Gad San José de Ayora, no han agregado otro idioma, mientras que el 14% correspondientes a GoRaymi y ViajandoX han considerado dentro de sus páginas el idioma inglés. Finalmente, el 14% de las páginas web analizadas como Tripadvisor tienen más de tres idiomas como el inglés, portugués, italiano, francés, entre otros idiomas, en cambio, Ecuador Travel posee igual más de tres idiomas como el inglés, francés, alemán, entre otros.

4.1.22. Resultados de medios digitales

El resultado de las fichas aplicadas a medios digitales se presenta en la Tabla 56.

Tabla 56. Medios digitales

Medio digital	Nombre	Puntaje	Resultado
Sitio web	Cayambe Turismo	220/265	Información de excelente calidad
Página web	ViajandoX	120/155	Información de excelente calidad
Página web	GoRaymi	110/155	Información de excelente calidad

Página web	Portal de servicios	85/155	Información de buena calidad
Página web	Parroquia de Olmedo Pesillo	75/155	Información de buena calidad
Página web	Ecuador Travel	65/155	Información de buena calidad
Página web	EcuRed	65/155	Información de buena calidad
Página web	TravelAgenciesFinder	55/155	Información de buena calidad
Página web	Tripadvisor	55/155	Información de buena calidad
Página web	Prefectura de Pichincha	55/155	Información de buena calidad
Instagram	Cayambe Turismo	42/90	Información de buena calidad
Facebook	Cayambe Turismo	37/90	Información de buena calidad
Facebook	Guía Turista de Cayambe	30/90	Información de deficiente calidad
Página web	Minube	40/155	Información de deficiente calidad
Página web	Lugares Turísticos	40/155	Información de deficiente calidad
Página web	Ecuador Turísticos	50/155	Información de deficiente calidad
Página web	GlobalNPO	50/155	Información de deficiente calidad
Página web	Gad San José de Ayora	15/155	Información de deficiente calidad

La representación del resultado de medios digitales se presenta en la Figura 14.

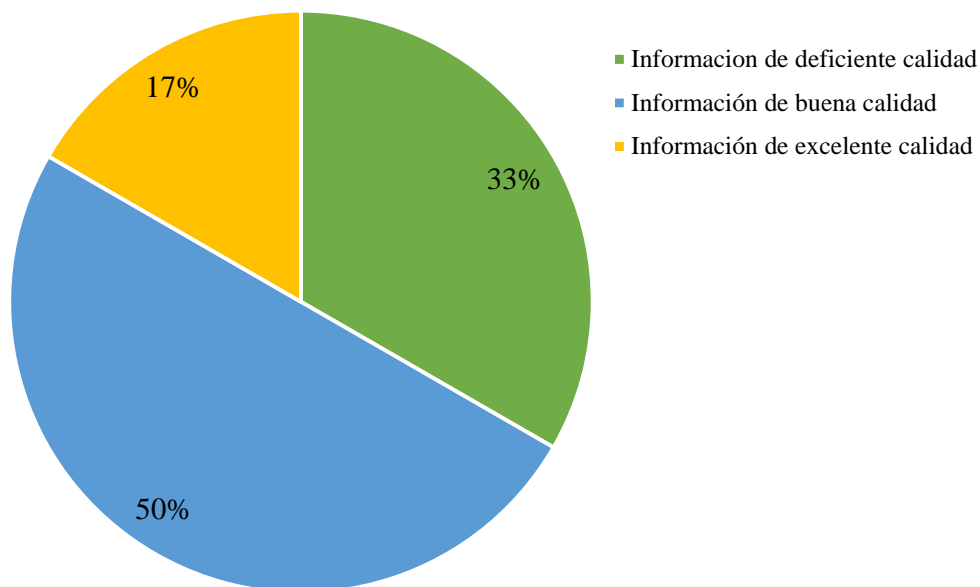


Figura 14. Medios digitales

Interpretación: Según los resultados, 33% de los medios digitales que se analizaron poseen deficiente calidad de información turística, la cual no es información útil, el otro 50% en cambio, cuentan con buena calidad de información, esto podría ser útil para el turista y el 17% restante tiene una excelente calidad de información turística, la cual de suma utilidad para los turistas debido a que poseen la mayoría de los indicadores para orientar al turista.

4.1.23. Resultados de encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Cayambe

Datos generales

Quillupangui (2019) menciona que los turistas que visitan el cantón Cayambe oscilan entre los 24 y 30 años, siendo el mayor género el femenino; mientras que el menor porcentaje corresponde al género masculino.

GADIP del Municipio del cantón Cayambe (2018) menciona que la estadía promedio de los turistas que visitan el cantón Cayambe es de 1 noche, además indica que el gasto promedio es de 20 a 60 dólares. Adicional a ello, señala, los turistas que visitan el cantón Cayambe provienen de las ciudades de Quito, Ibarra, Otavalo, en su mayor porcentaje.

1. ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su viaje hacia el cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 1 se presentan en la Tabla 57.

Tabla 57. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 1

	Frecuencia	Porcentaje
Opciones		
1 mes o menos	311	81,0%
De 2 a 4 meses	72	18,8%
Más de 5 meses	1	0,3%
Total	384	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 1 se presentan en la Figura 15.

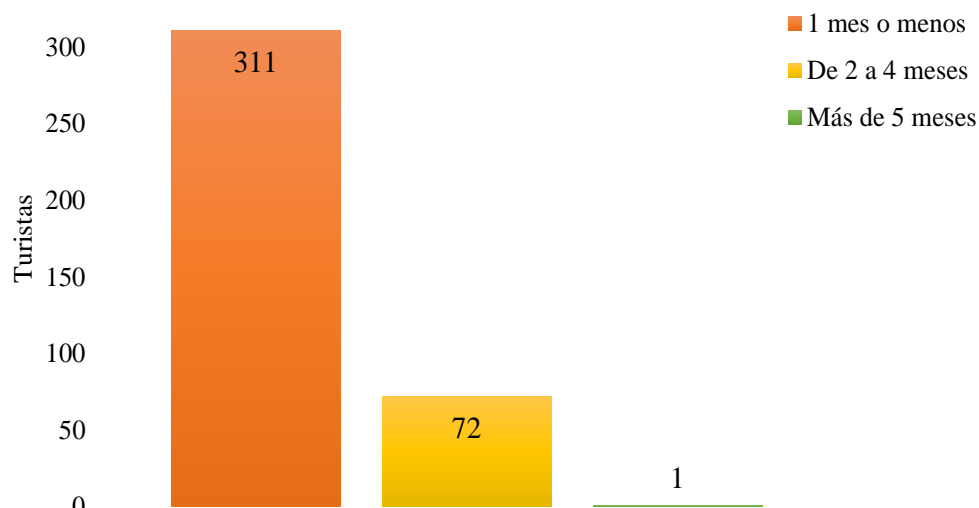


Figura 15. Tiempo de anticipación para viajar

Interpretación: Acorde a los resultados, muy pocas personas han planificado su viaje hacia el cantón Cayambe con 2 o 4 meses de anticipación, mientras que una persona planificó su viaje con 5 meses de anticipación. Sin embargo, la mayoría de las personas que se encuestaron han preferido planificar su viaje hacia el cantón con 1 mes o menos de anticipación.

2. ¿Cómo planifica su viaje hacia el cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 2 se presentan en la Tabla 58.

Tabla 58. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Mediante agencia de viajes	0	0%
	Por cuenta propia	384	100%
	Total	384	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 2 se presentan en la Figura 16.

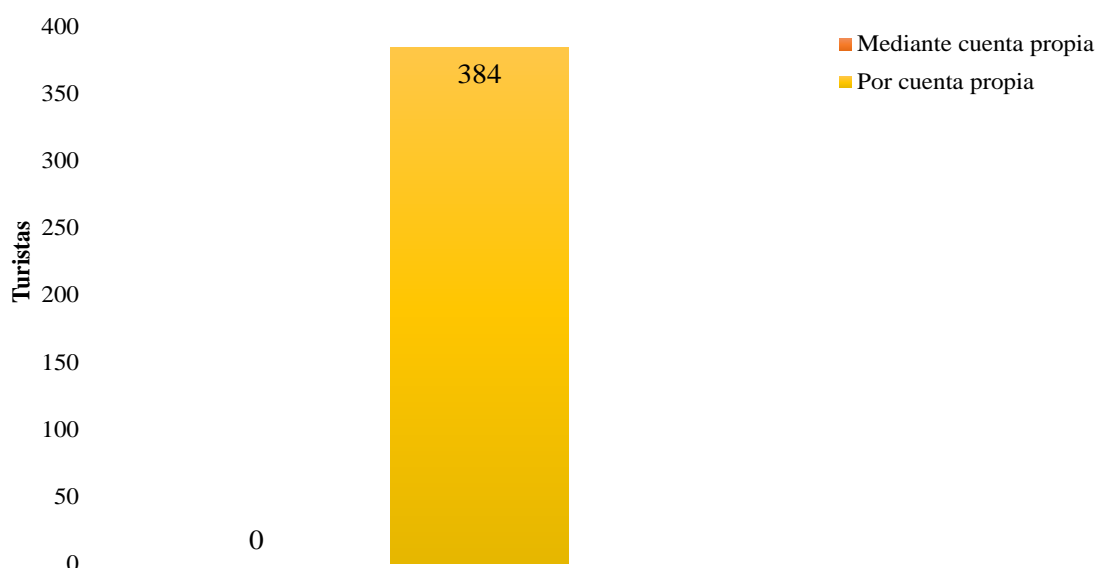


Figura 16. ¿Cómo planifica su viaje?

Interpretación: Conforme a los resultados, todas las personas que visitaron el cantón Cayambe planificaron su viaje por cuenta propia, sin considerar una agencia de viajes como opción para poder viajar al cantón.

3. ¿En qué meses prefiere viajar hacia el cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 3 se presentan en la Tabla 59.

Tabla 59. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje
Opciones	Marzo	1	,3%
	Abril	2	,5%
	Mayo	4	1,0%
	Junio	190	49,5%
	Julio	60	15,6%
	Agosto	31	8,1%

Septiembre	22	5,7%
Octubre	68	17,7%
Diciembre	6	1,6%
Total	384	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 3 se presentan en la Figura 17.

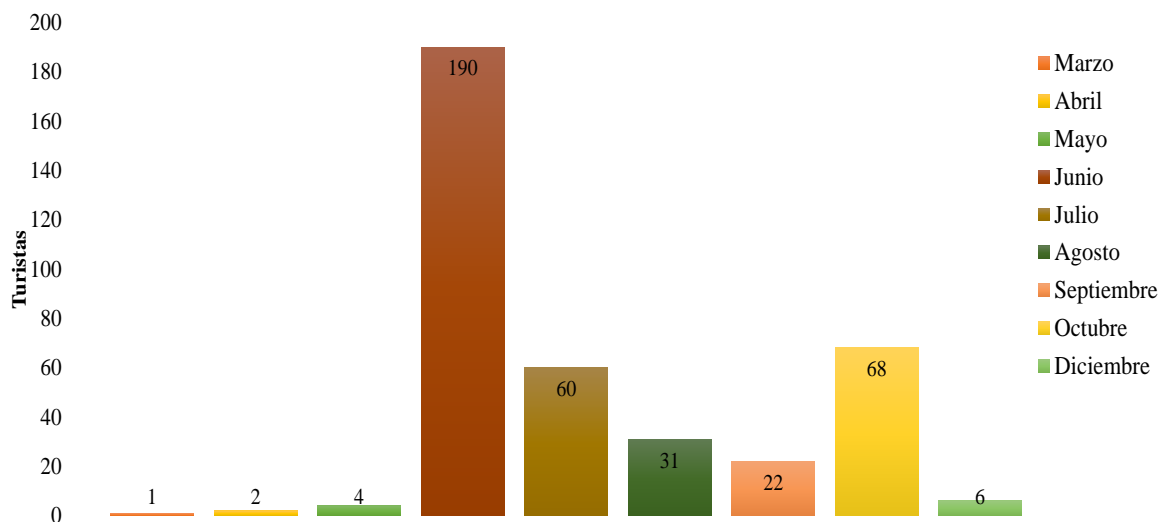


Figura 17. Mes en el que prefiere viajar

Interpretación: Según los resultados, un bajo porcentaje de personas ha tomado en cuenta los meses de marzo, abril, mayo, agosto, septiembre y diciembre para viajar al cantón Cayambe, mientras que el mayor porcentaje de personas ha mencionado que prefieren viajar en los meses de junio, julio y octubre, debido a que son meses en los que se presentan menos precipitaciones y es por ello por lo que prefieren viajar en esos meses.

4. ¿Qué fuente de información utiliza para planificar su viaje hacia el cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 4 se presentan en la Tabla 60.

Tabla 60. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje
Información transmitida por amigos	108	28,1%
Folletos	5	1,3%
Oficinas de turismo	1	,3%
Medios digitales	236	61,5%
Internet	34	8,9%
Total	384	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 4 se presentan en la Figura 18.

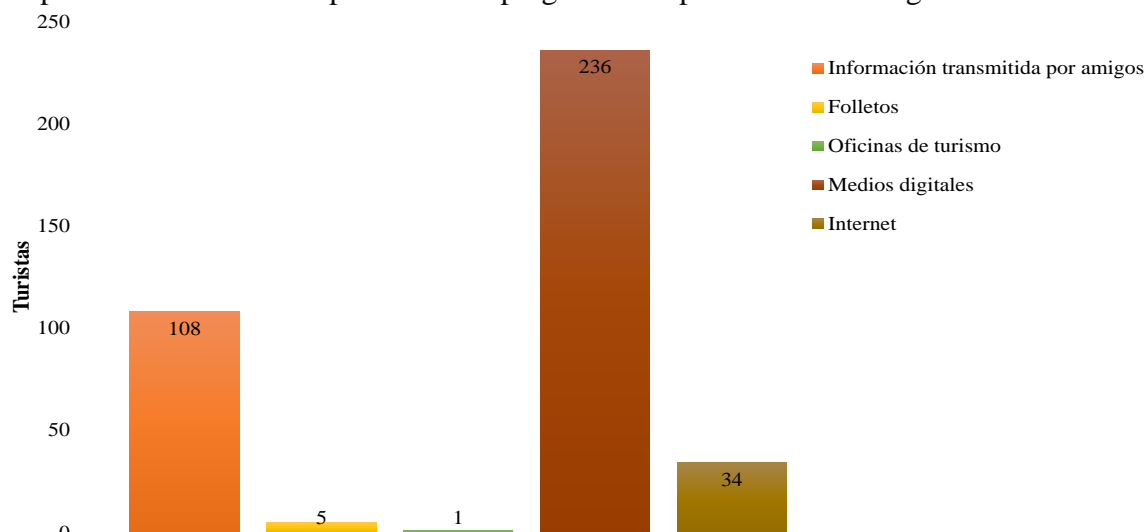


Figura 18. Fuentes de información turística

Interpretación: Acorde a los resultados, muy pocas personas mencionaron que han utilizado como fuente de información folletos, oficinas de turismo e internet, mientras que la mayoría de las personas que fueron encuestadas escogieron como fuente de información medios digitales y de igual manera la información que les transmiten amigos, al momento de planificar un viaje hacia el cantón Cayambe.

5. ¿Qué información necesita para poder planificar su viaje al cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 5 se presentan en la Tabla 61.

Tabla 61. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje
Descripción breve del lugar de interés	301	34,6%
Ubicación del lugar	227	26,1%
Información sobre el clima	34	3,9%
Información sobre transporte	68	7,8%
Información sobre geografía	3	,3%
Opciones Información sobre gastronomía	2	,2%
Información sobre las actividades a realizar	112	12,9%
Información sobre cultura	1	,1%
Información sobre la historia	1	,1%
Información y fotografías de los atractivos turísticos	118	13,6%
Calendario de eventos	2	,2%
Total	869	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 5 se presentan en la Figura 19.

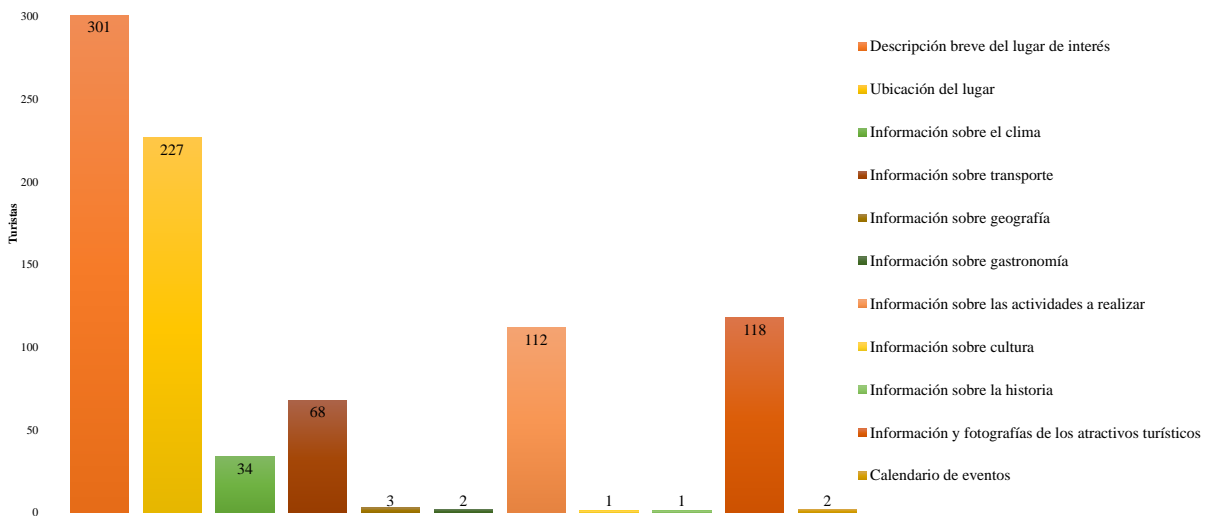


Figura 19. Información necesaria para viajar

Interpretación: En cuanto a la información que se requiere para planificar un viaje hacia el cantón Cayambe, algunas personas han considerado que la información que requieren para planificar su viaje es la información sobre transporte, esto debido a que cuando desean visitar el nevado Cayambe requieren vehículos 4x4, sin embargo, pocas personas requieren información sobre geografía, información sobre gastronomía, información sobre cultura, información sobre historia y lo que respecta a calendario de eventos; mientras que la mayoría de las personas consideran importante para planificar sus viajes hacia el cantón Cayambe la descripción breve del lugar de interés, ubicación del lugar, información sobre el clima, información sobre actividades a realizar e información y fotografías de los atractivos turísticos, cabe mencionar que varias personas escogieron varias opciones.

6. ¿Qué tipo de servicio requiere usted al momento de planificar su viaje hacia el cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 6 se presentan en la Tabla 62.

Tabla 62. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje
Servicio de transporte	227	45,8%
Servicio de alojamiento	106	21,4%
Servicio de restauración	105	21,2%
Opciones Alquiler de vehículos	52	10,5%
Servicio de guianza	3	,6%
Otros	3	,6%
Total	496	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 6 se presentan en la Figura 20.

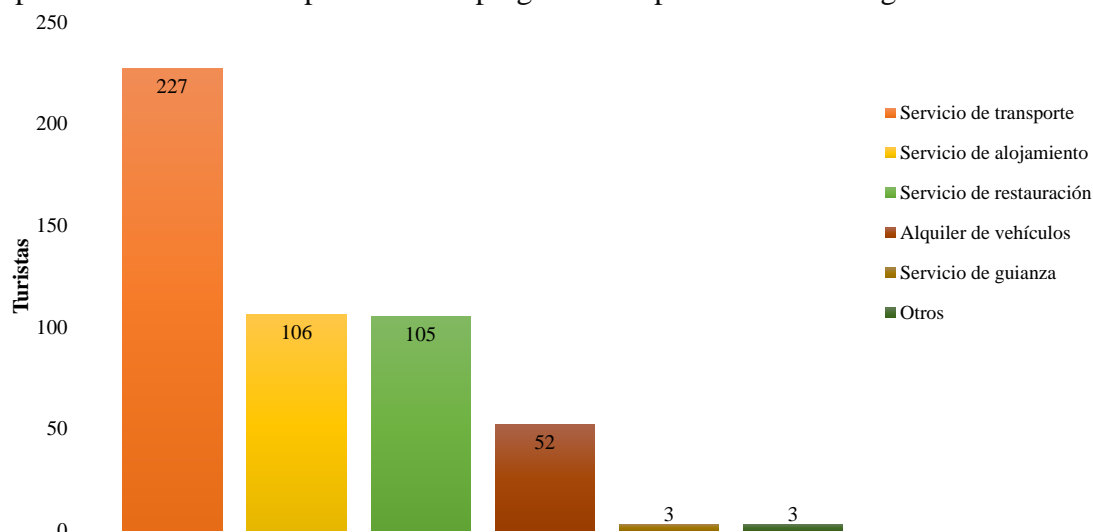


Figura 20. Servicio que requiere

Interpretación: Conforme a los resultados, la menor parte de los turistas que se encuestaron se decidieron por el servicio de guianza u otros, mientras que la mayoría de los turistas al momento de planificar su viaje hacia el cantón requieren servicios de transporte, alojamiento, restauración y alquiler de vehículos esto debido a que la mayoría de las personas visitan el nevado Cayambe y requieren servicio de transporte o alquiler de vehículos para subir a este atractivo debido a que la vía es de tercer orden y se requiere para movilizarse vehículos 4x4.

7. ¿Qué actividad considera al momento de planificar su viaje hacia el cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 7 se presentan en la Tabla 63.

Tabla 63. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje
Turismo Cultural	261	67,6%
Ecoturismo	55	14,2%
Opciones Turismo Comunitario	66	17,1%
Otros	4	1,0%
Total	386	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 7 se presentan en la Figura 21.

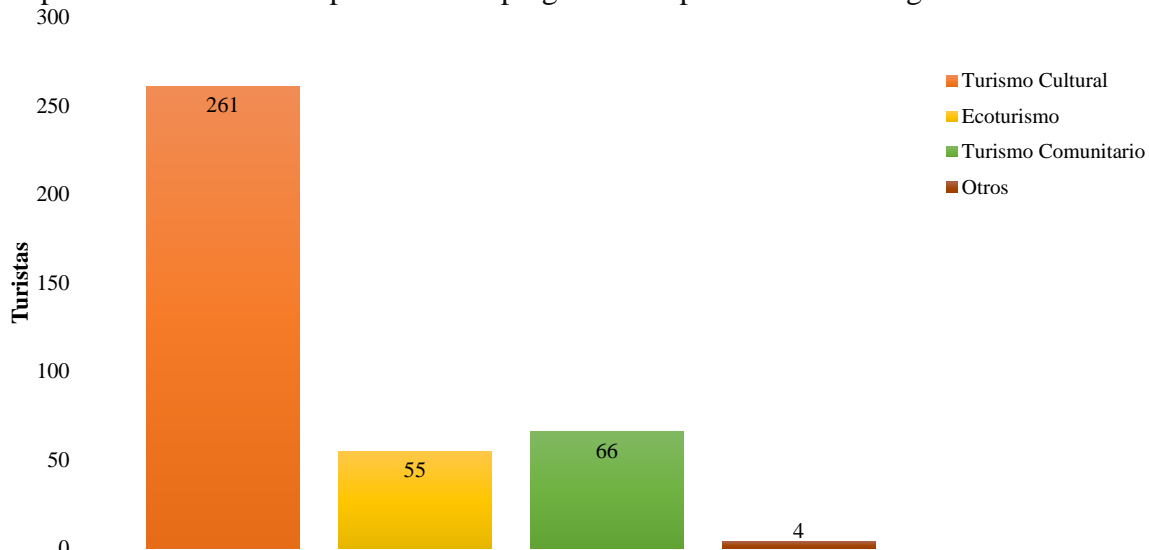


Figura 21. Actividad que prefiere realizar

Interpretación: De acuerdo con los resultados, la mayoría de los turistas han considerado que se inclinan por realizar turismo cultural que tiene mucho que ver con la cultura, tradiciones, fiestas que tiene el cantón, otra parte se inclina por el Ecoturismo, y otros por el turismo comunitario que se desarrolla mucho dentro del cantón en las comunidades rurales, mientras que un pequeño grupo de personas se inclina por otro tipo de actividades. Finalmente, un porcentaje menor desea realizar turismo de aventura, son los únicos que han considerado otra actividad, aparte de las propuestas como opciones.

8. ¿Con quién realiza su viaje hacia el cantón Cayambe?

Las opciones y las respuestas de la pregunta 8 se presentan en la Tabla 64.

Tabla 64. Frecuencia y porcentaje - Pregunta 8

	Frecuencia	Porcentaje
Solo/a	11	2,4%
Con su pareja	22	4,7%
Opciones	282	60,3%
Con familia	153	33,7%
Con amigos	153	33,7%
Total	468	100%

La representación de las respuestas de la pregunta 7 se presentan en la Figura 22.

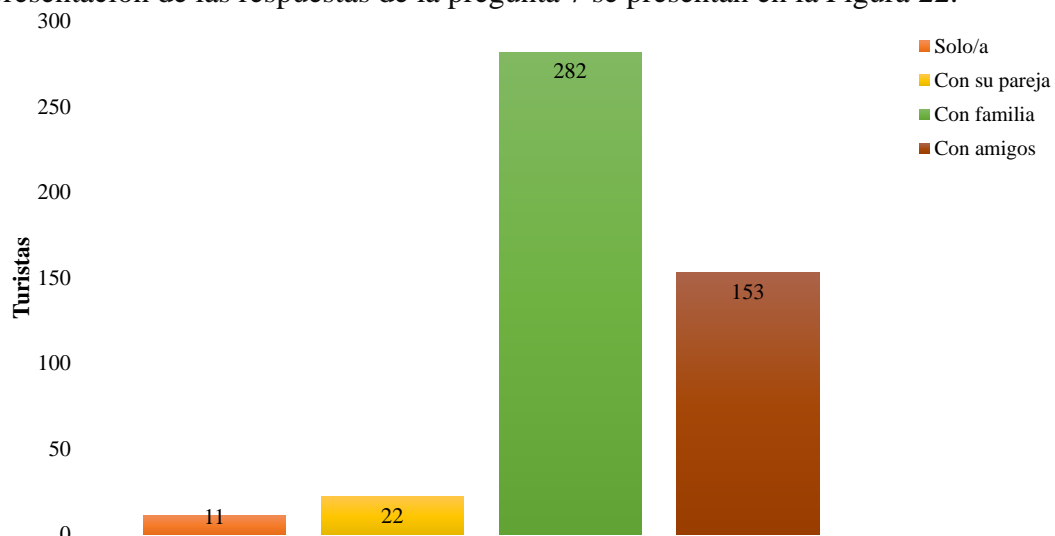


Figura 22. ¿Con quién realiza su viaje?

Interpretación: La mayoría de las personas prefieren viajar con la familia y con los amigos, mientras que muy pocas personas prefieren viajar solos y en pareja, cabe mencionar que aquí las personas consideraron más de una opción.

4.2. DISCUSIÓN

Posteriormente, se analiza acerca de los resultados obtenidos luego de la aplicación de la ficha de observación y encuesta. De acuerdo con estos instrumentos de recolección de datos, se pudo examinar la calidad de la información turística de los medios digitales, en función de los indicadores propuestos anteriormente, además, se ha logrado identificar como planifican los turistas sus viajes hacia el cantón Cayambe.

Conforme a lo antes mencionado, es importante reconocer la calidad de la información de cada uno de los medios digitales previamente analizados; pero sobre todo saber cuáles poseen información de excelente, buena y deficiente calidad. Además, es fundamental conocer como planifican los viajes los turistas y de ese modo conocer cuáles son sus necesidades principales al momento de viajar hacia el cantón Cayambe.

Por otra parte, en III denominado Metodología en el apartado de operacionalización de variables se estableció para la variable de Información turística las siguientes dimensiones correspondientes a información genérica, específica, descripción general del destino y tipología de la información.

Para la examinación de la información turística en redes sociales se han tomado en cuenta las siguientes dimensiones:

Información genérica en redes sociales

- Identificador visual

Las páginas de Cayambe Turismo, Facebook e Instagram poseen como identificación el isologo en el cual se fusionan el nombre y el símbolo, mientras que la página de la Guía Turística de Cayambe no posee ningún tipo de identificador visual.

Es importante tomar en cuenta que la imagen o un identificador visual de una zona o producto, esto genera atracción y posicionamiento en la mente de los turistas, además cabe recalcar que los medios de difusión son importantes para dar a conocer la oferta del destino (Ramón, 2018).

- Atractivos cercanos

La página Cayambe Turismo (IG) posee 17 de 125 publicaciones en la cuales se sugieren otros atractivos, en cambio, en la página de Cayambe Turismo (FB) solamente en 20 de 243 se sugieren otros atractivos, mientras que en la Guía Turística de Cayambe (FB) en 23 de 228 publicaciones se sugirieron otros atractivos.

Es importante que se sugieran otros atractivos en las publicaciones debido a que de ese modo los turistas pueden considerar más opciones para visitar dentro del destino, no solamente los atractivos más conocidos, sino también aquellos que no son tan frecuentados.

- Descripción breve

El 11% de las publicaciones no poseen descripción, mientras que un 37% de las publicaciones poseen la descripción menor a 200 caracteres, en cambio, el 52% de las publicaciones poseen más de 200 caracteres, esto resulta favorable debido a que la mayoría de las publicaciones dan más información de los atractivos turísticos.

Es fundamental que las publicaciones cuenten con una breve descripción de lo más importante del destino turístico, debido a que una serie de descripciones rápidas permiten al usuario o en este caso al turista a crear una idea rápida de lo que posee el destino (Gayete, 2017).

Información específica en redes sociales

- Fotografía o video

Todas las publicaciones de Cayambe Turismo (FB), Cayambe Turismo (IG) y Guía Turística de Cayambe (FB) poseen fotografías o videos de los atractivos naturales y culturales del cantón Cayambe.

Las fotografías o videos que aparecen en redes sociales son fundamentales dado que permiten al turista comprobar si el paisaje que se va a encontrar será de su agrado, por esto es indispensable que las fotografías o videos que representen la realidad de los atractivos o del destino.

- Autor de la fotografía o video

En la página de Cayambe Turismo (IG), 27 de 125 publicaciones poseen el autor, mientras que en la página de Cayambe Turismo (FB), 72 de 243 publicaciones tienen el autor, en cambio, en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB), 83 de 228 poseen el autor de la fotografía o video.

El necesario dar el reconocimiento a los autores, en este caso de las fotografías o videos que se publican en redes sociales, reconociendo que son los creadores de este contenido para no tener inconvenientes en un futuro.

- Geolocalización

En la página de Cayambe Turismo (IG), 15 de 125 poseen geolocalización, mientras que de la página de Cayambe Turismo (FB) ninguna de las publicaciones tiene geolocalización y en cambio en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) solamente 10 de 228 poseen geolocalización.

La geolocalización es la forma que se tiene de situar objetos o personas en el territorio mediante unas coordenadas de latitud, longitud y altura, quedando plasmada en un mapa. Pero con la

llegada de Internet, la geolocalización ha cobrado un nuevo impulso y se ha convertido en una herramienta imprescindible para la localización (Beltrán, 2014).

- Ubicación

En la página de Cayambe Turismo (IG), 27 de 125 publicaciones poseen ubicación, mientras que de la página de Cayambe Turismo (FB), 25 de 243 tienen ubicación, en cambio, en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) solo 50 de 228 publicaciones poseen ubicación.

Es importante detallar en donde se encuentran los atractivos turísticos, es decir, se puede considerar la provincia, cantón, parroquia, calles o referencias del lugar en el que se localiza el atractivo o destino.

- Hashtags

En la página de Cayambe Turismo (IG), 113 de 125 publicaciones poseen hashtags, los más utilizados son: #cayambeturismo, #AlcaldíadeCayambe, #cayambepueblomágico, #PuebloMágico, #cayambe, en cambio, en la página de Cayambe Turismo (FB) 90 de 243 publicaciones tienen hashtags, los más utilizados son: #cayambeturismo; #alcaldíadecayambe; #cayambepueblomagico y en la página de la Guía Turística de Cayambe (FB) 94 de 228 poseen hashtags, los más utilizados son: #cayambe, #somosturismo, #turismocayambe, #turismocultural, #latitudO° #findesemana.

Los hashtags con palabras clave, las cuales se han transformado en un hipervínculo que dirigen la búsqueda de un contenido en específico. Es decir, es una manera práctica de agrupar diversos contenidos sobre un tema determinado, facilitando la búsqueda sobre el tema deseado (Drubscky, 2015).

- Contactos

El 80% de las publicaciones no poseen contactos, mientras que un 16% de las publicaciones poseen información de contactos, sea un teléfono, correo o enlace, en cambio, el 4% de las publicaciones analizadas poseen dos opciones de contactos o tres.

La información de contacto es fundamental debido a que el turista puede comunicarse de manera oportuna para obtener más información de la que se difunde y de ese modo poder planificar su viaje de mejor manera.

Por otra parte, para la variable de información turística en sitios y páginas web se han tomado en cuenta las siguientes dimensiones, descripción general del destino y tipología de la información.

Descripción general de destino

- Identificador visual

Un 100% de las páginas analizadas tienen poseen entre logotipo que hace referencia el nombre de la página, imagotipo que es el logotipo y símbolo separado, así también como el isologo que combina el logotipo y el símbolo, esto es de suma importancia debido a que de ese modo se puede identificar de mejor forma a las páginas.

El identificador visual pueden ser símbolos y unos valores que se tratan de asociar a un territorio representando su identidad, con el objetivo de crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente de sus públicos (Herrero, 2013).

- Idiomas

Las siguientes páginas web denominadas Portal servicios, Parroquia de Olmedo Pesillo, TravelAgenciesFinder, EcuRed, Prefectura de Pichincha, GlobalNPO, Minube, Ecuador Turístico, Lugares Turísticos, Gad San José de Ayora, no han agregado otro idioma, mientras que las páginas correspondientes a GoRaymi y ViajandoX han considerado dentro de sus páginas el idioma inglés. Finalmente, las páginas web como Tripadvisor tienen más de tres idiomas como el inglés, portugués, italiano, francés, entre otros idiomas, en cambio, Ecuador Travel posee igual más de tres idiomas como el inglés, francés, alemán, entre otros.

La cantidad de idiomas que se pueden seleccionar en web resulta relevante a la hora de valorar, cuantos más idiomas tenga este mayor será la utilidad entre los usuarios, esto con el fin de poder llegar a un mayor número de personas de diferentes (Herrero, 2013).

- Descripción general

El 36% de páginas no cuentan con la información suficiente del apartado de descripción general, son Gad de San José de Ayora, Tripadvisor, Lugares Turísticos, Ecuador Travel y Minube. Mientras que el 43% de las páginas que poseen un poco más información son GlobalNPO, Ecuador Travel, Prefectura de Pichincha, EcuRed, TravelAgenciesFinder, Parroquia de Olmedo Pesillo. Finalmente, las páginas que poseen información general son Portal de servicios, ViajandoX y GoRaymi.

Para la información de la descripción general se ha tomado en cuenta lo principal como información de atractivos, información sobre gastronomía, historia, cultura, esta información pueda atraer a los turistas. Además de información, debe contener imágenes, videos, etc. (Herrero, 2013).

Tipología de la información

El 79% de las páginas correspondientes a Gad San José de Ayora, Tripadvisor, Lugares Turísticos, Ecuador Turísticos, Minube, GlobalNPO, Ecuador Travel, Prefectura de Pichincha,

EcuRed, TravelAgenciesFinder, Parroquia de Olmedo Pesillo, no cuentan con la información adecuada en el apartado de información útil del destino. Mientras que el 21% de las páginas analizadas corresponden a GoRaymi, ViajandoX y Portal servicios, cuentan con información suficiente.

La importancia de transmitir información de un destino turístico aumenta si este tiene una cultura o costumbres particulares que los posibles visitantes deban conocer. Asimismo, también es importante la información sobre cómo llegar a un destino, su clima, acontecimientos, es muy importante para las personas que no tienen una base de conocimiento sobre el destino (Herrero, 2013).

Mientras que Gayete (2017) menciona que en la tipología de la información se puede añadir contenido relevante en cuanto a información básica del destino en cuanto a la accesibilidad, horarios de los servicios, los eventos que se van a realizar, etc. Por ello, para el turista que visita el destino por primera vez resulta esencial una cantidad valiosa de información, aunque sea básica, del destino.

En cambio, lo que tiene que ver con la variable de planificación de viajes, es fundamental destacar que se ha logrado identificar las necesidades de los turistas que viajan hacia el cantón Cayambe, las dimensiones que se han tomado en cuenta para esta variable es forma social de viajar, fuentes de información y lo que respecta a servicios requeridos y actividades.

Datos generales

Quillupangui (2019) menciona que los turistas que visitan el cantón Cayambe oscilan entre los 24 y 30 años, siendo el mayor genero el femenino; mientras que el menor porcentaje corresponde al género masculino.

GADIP del Municipio del cantón Cayambe (2018) menciona que la estadía promedio de los turistas que visitan el cantón Cayambe es de 1 noche, además indica que el gasto promedio es de 20 a 60 dólares. Adicional a ello, señala, los turistas que visitan el cantón Cayambe provienen de las ciudades de Quito, Ibarra, Otavalo, en su mayor porcentaje.

Mientras que Marrero y Abdul (2011) dan a conocer los resultados en cuanto a las características de como los viajes los turistas que visitan la ciudad, el 60,7% son hombres y el 39,3% mujeres; y la media de edad es 35,7 años (moda 30 años).

Forma social de viajar

- Tiempo de anticipación

Acorde a los resultados, muy pocas personas han planificado su viaje hacia el cantón Cayambe con 2 o 4 meses de anticipación, mientras que una persona planificó su viaje con 5 meses de

anticipación. Sin embargo, la mayoría de las personas que se encuestaron han preferido planificar su viaje hacia el cantón con 1 mes o menos de anticipación.

Es muy importante planificar los viajes con anticipación para poder aprovechar los mejores precios, las mejores ubicaciones, disponibilidad en todos los tipos de habitaciones y sobre todo porque tienes más tiempo de programar todas tus actividades en el destino que vayas a conocer (Loreto, 2015).

- Forma de planificar el viaje

Conforme a los resultados, todas las personas que visitaron el cantón Cayambe planificaron su viaje por cuenta propia, sin considerar una agencia de viajes como opción para poder viajar al cantón.

El turista ha cambiado su comportamiento, según Hernández (2019) indica que hoy en día el turista es cada vez más independiente al momento de realizar la planificación del viaje, dado buscan la información, realizan las reservas, todo esto sin acudir a las agencias de viajes, además que cuando planifican sus viajes tienen la posibilidad de elegir de entre varias alternativas, además de valorar su experiencia en el destino y difundir esa experiencia, esta información influye de una manera u otra en la decisión de potenciales turistas.

- Fecha

Según los resultados, solamente 1 persona prefiere viajar el mes de marzo, 2 en abril y 4 en mayo, 31 en agosto, 22 en septiembre y 6 en diciembre, mientras que 190 personas han mencionado que prefieren viajar en los meses de junio, 60 en julio y 68 en octubre, debido a que son meses en los que se presentan menos precipitaciones y es por ello por lo que prefieren viajar en esos meses.

Según González (2015) menciona que al momento de seleccionar una fecha para viajar se debe mantener la inspiración durante el periodo previo a la fecha de partida, contribuirá con un impulso necesario para resolver los problemas e inconvenientes que se puedan presentar previo al viaje o durante el viaje, en el que debes estar totalmente concentrado.

- Con quien viaja

La mayoría de las personas prefieren viajar con la familia y con los amigos, mientras que muy pocas personas prefieren viajar solos y en pareja, cabe mencionar que aquí las personas consideraron más de una opción.

Es importante examinar a uno mismo, es necesario elegir una persona que disfrute de viajar, es importante conocer las expectativas que tienen y discutir de los lugares que quieren conocer, las actividades que quieren hacer y el tiempo que planean durar en cada destino. Se debe conocer el estilo de vida para reconocer las limitantes al viajar y de ese modo pensar en

alternativas que no perjudiquen a los viajeros con los que se desea planificar (Entorno Turístico, 2017).

Fuentes de información

- Fuente de información

Acorde a los resultados, muy pocas personas mencionaron que han utilizado como fuente de información folletos, oficinas de turismo e internet, mientras que la mayoría de las personas que fueron encuestadas escogieron como fuente de información medios digitales y de igual manera la información que les transmiten amigos, al momento de planificar un viaje hacia el cantón Cayambe.

Fernández et al. (2020) mencionan que el uso de las fuentes de información turística es fundamental para los turistas, hoy en día las redes sociales son las más usadas en la preparación del viaje, así mismo como la web que tiene impacto significativo debido a que son fáciles de utilizar. Es decir, los turistas se han conectado a internet para preparar su viaje, esto explica al menos parcialmente por qué la gran mayoría de los canales de comunicación más empleados son digitales.

- Tipo de información

En cuanto a la información que se requiere para planificar un viaje hacia el cantón Cayambe, algunas personas han considerado que la información que requieren aquella que se relaciona con el transporte, esto debido a que cuando desean visitar el nevado Cayambe requieren vehículos 4x4, sin embargo, pocas personas requieren información sobre geografía, información sobre gastronomía, información sobre cultura, información sobre historia y lo que respecta a calendario de eventos; mientras que la mayoría de las personas consideran importante para planificar sus viajes hacia el cantón Cayambe la descripción breve del lugar de interés, ubicación del lugar, información sobre el clima, información sobre actividades a realizar e información y fotografías de los atractivos turísticos.

Mientras que Possebon y Cervi (2019) afirman que la información que buscan los turistas es sobre destinos turísticos y hospedaje. Esto acontece debido a la rapidez de internet para buscar esa información, además de la diversidad de información que es posible encontrar y la flexibilidad de las búsquedas, afirman que la presencia de información sobre viajes en la web y redes sociales normalmente va acompañada de los relatos de la experiencia. Esta característica peculiar permite conocer experiencias positivas y negativas de otros viajeros y visualizar recomendaciones y evaluaciones de destinos turísticos.

Servicios requeridos y actividades

- Tipos de servicios requeridos

Conforme a los resultados, la menor parte de los turistas que se encuestaron se decidieron por el servicio de guianza u otros, mientras que la mayoría de los turistas al momento de planificar su viaje hacia el cantón requieren servicios de transporte, alojamiento, restauración y alquiler de vehículos esto debido a que la mayoría de las personas visitan el nevado Cayambe y requieren servicio alquiler de vehículos para subir a este atractivo debido a que la vía es de tercer orden y se requiere para movilizarse vehículos 4x4.

Es crucial que exista información sobre los servicios para que los turistas puedan guiarse de mejor manera, considerando que este tipo de información ayuda al turista a elegir que tipo de servicio desea, además de conocer la oferta de servicios que poseen los destinos.

Por lo tanto, es importante recalcar que la mayoría de las personas planifican sus viajes utilizando los medios digitales, pero solo se ha tomado en cuenta la información de servicios de alojamiento y restauración, mientras que la información que no se ha considerado es la de servicios de transporte y alquiler de vehículos.

- Actividades

De acuerdo con los resultados, la mayoría de los turistas se inclinan por realizar turismo cultural que tiene mucho que ver con las tradiciones, fiestas que tiene el cantón, otra parte se inclina por el Ecoturismo, y otros por el turismo comunitario que se desarrolla mucho dentro del cantón en las comunidades rurales y finalmente, un porcentaje menor desea realizar turismo de aventura. Es necesario que los turistas tomen en cuenta otro tipo de actividades para desarrollar dentro del destino, debido a que el destino posee una gran variedad de opciones para realizar y fundamental aprovechar tanto atractivos turísticos, cultural y naturales.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES.

- El objetivo principal de la investigación fue analizar la información turística sobre el cantón Cayambe que se presenta en los medios digitales como Facebook, Instagram, Sitio web y Páginas web, esto con el fin de reconocer si se difunde información de calidad y en cuanto se identificó como planificación planifican los turistas los viajes hacia el cantón Cayambe, con el fin de conocer cuáles son las necesidades de los turistas.
- Gracias a la examinación de la información turística sobre el cantón Cayambe que se presenta en medios digitales como Facebook, Instagram, Sitio web y Páginas web se pudo determinar que la información turística que se presenta en; Portal de servicios, Parroquia de Olmedo Pesillo, Ecuador Travel, EcuRed, Travel Agencies Finder, Tripadvisor, Prefectura de Pichincha, Cayambe Turismo (FB) y Cayambe Turismo (IG) en un 50% es de buena calidad, mientras que la información turística que se presenta en; Cayambe Turismo sitio web, ViajandoX y GoRaymi en un 17% es de excelente calidad, información que es útil para orientar de forma adecuada a los turistas.
- A través de la identificación de las necesidades de los turistas se pudo distinguir la manera en cómo los turistas planifican los turistas sus los viajes hacia el cantón Cayambe, acorde a esto: la mayoría de los turistas que visitan el cantón Cayambe gastan alrededor de 20 a 60 dólares, se quedan en promedio 1 noche y tiene una edad de 24 a 30 años. Además, el tiempo de anticipación para planificar el viaje que es con 1 mes o menos, lo hacen por cuenta propia, la mayoría prefiere el mes de junio para viajar, un gran porcentaje utiliza los medios digitales para informarse, la mayoría requiere información del lugar, ubicación del lugar, información sobre actividades, un gran porcentaje requiere servicio de transporte, alojamiento, restauración, optan por el turismo cultural y sus viajes lo realizan con la familia y amigos en su mayor parte.
- Acorde a los resultados se pudo determinar que la información turística en medios digitales es una buena calidad debido a que poseen aspectos importantes del destino que son útiles para el turista, mejorando de ese modo la forma en la que los turistas planifican sus viajes hacia el cantón Cayambe, esto debido a que la mayoría de los turistas planifican sus viajes empleando como fuente de información principal los medios digitales.

5.2. RECOMENDACIONES

- Los administradores de los medios digitales en donde se difunde información turística sobre el cantón Cayambe deben considerar toda la información que necesita el turista al momento de planificar su viaje hacia el cantón.
- Incentivar los estudios que pudieran plantearse con el fin de conocer mejor la forma en la que se difunde la información turística en medios digitales y de cómo puede aportar a la planificación de viajes.
- Seguir mejorando la calidad de la información turística sobre el cantón Cayambe en medios digitales como Facebook, Instagram, Sitios y Páginas Web, a pesar de que haya buena calidad de información, se debe examinar constantemente para que siga siendo de utilidad para los turistas.
- Promover el uso de viajes a las agencias para planificación de viajes, esto con el fin de darles la importancia que se merecen, además ofertar actividades turísticas en los meses que menos afluencia de turistas haya, adicional se debe ofertar otro tipo de actividades para que los turistas tengan más opciones de donde elegir, además de las actividades tipo cultural debido a que Cayambe posee varios atributos tanto de carácter cultural como natural.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, C. (20 de 04 de 2018). *Entreperiodistas*. Obtenido de Entreperiodistas: <http://www.entreperiodistas.com/medios-digitales-herramientas-utiles/>
- Alcaraz, E., & Hughes, B. (2006). *Diccionario de terminos de Turismo y Ocio*. Ariel.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Venezuela: EPISTEMA.
- Beltrán, G. (2014). *Geomarketing; Geolocalización, redes sociales y turismo*. España.
- Brito, J., Expósito, A., & Moreno, J. (2017). Planificación de viajes turísticos con preferencias y restricciones difusas . *Investigación Operacional*, 10.
- Buhalis, D. (2008). Progreso en la tecnología de la información y la gestión del turismo: 20 años después y 10 años después de Internet: el estado de la investigación del Turismo. *Gestión turística*, 19.
- Castro, A. (10 de Marzo de 2021). *mitricool*. Obtenido de mitricool: <https://metricool.com/es/que-es-instagram/>
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la Web 2.0*. España: Grupo Planeta.
- Celi, Á. (2015). *Ánisis de la importancia que han adquirido las páginas web en los últimos años en el sector turístico*. Loja.
- Charne, U. (2012). *Turismo y nuevas tecnologías: el desafío de las instituciones educativas*. Argentina .
- Clément, B. (2018). *SITIOS WEB Y SOCIAL MEDIA EN LA COMUNICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE COSTA DE MARFIL*. Costa de Marfil .
- Coll, M., Seguí, M., & Fuster, M. (2020). La información turística online a escala local. Análisis de las webs oficiales de los ayuntamientos de Mallorca, España. *Investigaciones Turísticas*, 19.
- Del Alcázar Ponce, J. (2021). *Ecuador Estado Digital Enero/2021*.
- Del Alcázar, J. (2021). *Ecuador Estado Digital Oct/21*.
- Dias, I., & Da Silva, I. (2020). LA EXPERIENCIA DEL USUARIO EN EL PROCESO DE ADQUIRIR INFORMACIÓN PARA PLANEAR EL VIAJE El caso del chatbot de Kayak. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26.
- Doffourt, G., García, N., Centeno, H., González, E., Gómez, G., Granado, L., . . . Pérez, D. (2011). *Sistemas de información turísticos*. Puerto Ordaz.

- Drubsky, L. (21 de Julio de 2015). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/hashtags/#:~:text=Los%20hashtags%20son%20como%20palabras,con%20un%20hashtag%20en%20espec%C3%ADfico>.
- Entorno Turístico. (20 de septiembre de 2017). *ENTORNO TURÍSTICO HABLEMOS DE TURISMO* . Obtenido de ENTORNO TURÍSTICO HABLEMOS DE TURISMO : <https://www.entornoturistico.com/5-consejos-para-elegir-al-companero-de-viaje-perfecto/>
- European Commission. (2016). *Preferences of Europeans towards tourism* .
- Fernández, J., Vinyals , M., Fernández , A., Weber, W., & Pedraza, R. (2020). Fuentes de información para los turistas en distintas etapas del viaje. *El profesional de la información*.
- Fernández, M. (2019). *Antecedentes y efectos sobre la satisfacción de la autonomía del turista en la planificación del viaje. El papel moderador de la crisis económica*. Salamanca.
- GADIP del Municipio del cantón Cayambe. (2018). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe 2017 - 2022*. Cayambe.
- Gaibor , I. (2018). *LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN IBARRA COMO EJE DE DESARROLLO DEL TURISMO*. Ibarra.
- Gayete , C. (2017). *Estudio de los sistemas de informacion turistica en el municipio de Oropesa del Mar: Analisis y propuesta de mejora*. Gandía.
- Gonçalves, W. (1 de Septiembre de 2016). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>
- González , P. (2015). *Organización del Servicio de Información Turística Local*. Logroño.
- González, A. (2015). *Tips para tu viaje*. Obtenido de Tips para tu viaje: <https://tipsparatuviage.com/como-planificar-un-viaje/>
- González, P. (2018). *Organización del servicio de información turística local*. Logroño: Tutor Fomación.
- Guillén , O. (2015). *“ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA TOMA DE DECISIONES DE ALOJAMIENTO POR LOS VISITANTES EXTRANJEROS DE LA CIUDAD DE CUENCA*. Cuenca.
- Gutiérrez , G., Sánchez, M., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía* .
- Hernández, R. (2019). *Antecedentes y efectos sobre la satisfacción de la autonomía del turista en la planificación del viaje. Papel moderador de la crisis económica*. Salamanca .

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-HILL.
- Herrero, I. (2013). “*Estudio de las páginas Web de destinos turísticos de costa en la provincia de Valencia*”. Valencia.
- Jiaoman, D., Lei, L., & Xiang, L. (2018). Problema de planificación de viajes considerando la selección del sitio y la elaboración del itinerario. *Association for Computing Machinery*.
- Jiménez, M. (2012). *ANÁLISIS DE LA NECESIDAD DE INFORMACION TURISTICA DEL PAIS EN LOS HABITANTES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Guayaquil.
- Kuo, C.-T., Hung, Y.-H., Hou, Y.-H., & Chang, F.-H. (2011). Elucidating leisure constraints and experience, satisfaction and revisiting willingness among tourists to Dong-Shi Fisherman’s Wharf in Taiwan . *Full Length Research Paper*, 9.
- Lemos, E., Moscardi, E., Alves, M., & Nakatani, M. (2018). LAS RELACIONES ENTRE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. *Estudios y Perspectivas en Turismo* , 19.
- León, F., Fajardo, S., & Dick, N. (2020). Análisis y manejo del contenido de información turística en medios digitales del cantón General Villamil Playas en tiempos de COVID-19. *Revista Cubana de Información y comunicación* , 24.
- Lomas, K., Trujillo, C., & Naranjo, M. (s.f.). *Investigacion Cualitativa* .
- Lopez, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION SOCIAL CUANTITATIVA*. Barcelona: Creative Commons.
- Loreto, M. (30 de Octubre de 2015). *América economía* . Obtenido de América economía : <https://www.americaeconomia.com/articulos/los-beneficios-de-planificar-las-vacaciones-con-tiempo>
- Madrigal, S., Alfaro, G., & Madrigal, F. (2018). Apropiación de las redes sociales en el sector turístico en Morelia, México. *Revista Espacios* , 9.
- Malavé, M. (2 de Agosto de 2019). *neolo*. Obtenido de neolo: <https://www.neolo.com/blog/que-es-un-sitio-web.php>
- Marrero, R., & Abdul, B. (2011). Turismo Cultural y Planificación del viaje: Un Estudio de Caso . *Tourism & Management Studies*.
- Montero, S. (13 de 03 de 2013). *Viajando Imágenes y sensaciones* . Obtenido de Viajando Imágenes y sensaciones : <https://viajandoimagenesysensaciones.com/2013/03/13/como-planificar-un-viaje-en-10-pasos/>

- Morales, M. (2018). *Servicios de información turística*. Madrid: Paraninfo.
- Neill , D., Cortez, L., & Quezada, C. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación*. Machala: UTMACH.
- Núñez, M. (2002). Criterios para la evaluación de la calidad de las. *SCIELO*.
- Ostelea. (22 de 12 de 2020). *Ostelea Tourism Management School* . Obtenido de Ostelea Tourism Management School : <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/las-redes-sociales-estrategias-de-marketing-turistico>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Chile: Int.J.Morphol.
- Panosso , A., & Lohnman, G. (2012). *Teoría del Turismo Conceptos, modelos y sistemas*. México : Trillas.
- Peréz, J. (2010). *Diccionario de comunicaciones*. Medellín: Sello . Obtenido de Diccionario de comunicaciones.
- Piguave, C. (2018). Influencia de la tecnología en el turismo: El internet. *Polo del conocimiento* , 12.
- Possebon, J., & Cervi, C. (2019). Factores que influyen en la decisión de la compra de viajes turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*.
- Quillupangui, S. (2019). *Análisis de la gestión del turismo comunitario en la comunidad Cariacu, parroquia San José de Ayora, cantón Cayambe, provincia de Pichincha*. Quito.
- RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/>
- Ramón, D. (2018). *El storytelling como herramienta para la promoción turística de la provincia de Cotopaxi* . Ambato.
- Rilo, C. (2019). *Organización del servicio de información turística local*. Madrid: Editorial Elearning.
- Rodríguez, B., & Caballero, R. (2017). Sistema de ayuda al turista: Modelo para la planificación de un viaje personalizado. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19.
- Sakulsureeyadej, A. (2011). *Tecnología y Turismo*. Madrid .
- Sánchez , F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *SCIELO Perú*.

- Santillán, M., Velarde, M., & Obombo, K. (2015). Tecnologías de Información y Comunicación al servicio del turismo en Mazatlán, Sinaloa, México. *Ciencias Holguín*, 11.
- Vargas, X. (2011). *¿Cómo hacer investigación cualitativa?*. Jalisco: ETXETA.
- Wang, D., Park, S., Zach, F., & Fesenmaier, D. (2016). El impacto cambiante de Internet en el comportamiento de la planificación de viajes. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*.
- Westreicher, G. (25 de agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/planificacion.html>

VII. ANEXOS

Anexo 1: Acta de la sustentación de predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO



ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:

NOMBRE LIMA CAMPUES JOHANNA ELIZABETH
NIVEL/PARALELO: 0

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1726112673
PERIODO ACADÉMICO: 2021B

TEMA DEL TIC: "INFORMACIÓN TURÍSTICA EN MEDIOS DIGITALES Y LA PLANIFICACIÓN DE VIAJES"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC.GUEVARA GUEVARA ELIZABETH JOSEFINA
DOCENTE TUTOR: MSC.LUCERO GUSTAVO ARMANDO
DOCENTE: MSC.ITURRALDE VALLEJOS JAIME ALEJANDRO

De acuerdo al artículo 32: Una vez entregados los documentos; y, cumplidos los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director/a de Carrera designará el Tribunal, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS 4 **AULA:** 206
FECHA: MIERCOLES, 09 DE MARZO DE 2022
HORA: 15H00


Obteniendo las siguientes notas:

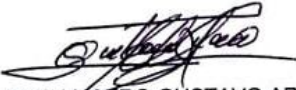
1) Sustentación de la predefensa:	4,85
2) Trabajo escrito	2,50
Nota final de PRE DEFENSA	7,35

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el MIERCOLES, 09 DE MARZO DE 2022


MSC.GUEVARA GUEVARA ELIZABETH JOSEFINA
PRESIDENTE


MSC.LUCERO GUSTAVO ARMANDO
DOCENTE TUTOR


MSC.ITURRALDE VALLEJOS JAIME ALEJANDRO
DOCENTE

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Johanna Elizabeth Lima Campues

Fecha de recepción del abstract: 23 de marzo de 2022

Fecha de entrega del informe: 23 de marzo de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
EDISON BOANERGES
PENAFIEL ARCOS

**Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc.
Coordinador del CIDEN**

Anexo 3: Fichas de observación





Facebook e Instagram

Escala de Valoración

Contiene: 10 puntos; No contiene: 0; Contiene Poco: 5 puntos

El modelo de ficha de observación de Facebook e Instagram se presenta en la Tabla 65.

Tabla 65. Ficha de observación - Redes sociales
FICHA DE OBSERVACION: FACEBOOK E INSTAGRAM

				Contiene	No contiene
Contiene	Contiene	Contiene	Contiene		
Logo	Imagotipo	Isotipo	Isologo		
					
FOTOGRAFÍA O VIDEO				Contiene	No contiene
Fotografía del lugar de interés o video					
Autor de la fotografía o video					
LOCALIZACIÓN				Contiene	No Contiene
Geolocalización					
Detalle de ubicación					
ATRATIVOS TURÍSTICOS				Contiene	No Contiene
Sugerencia de otros atractivos cercanos					
HASHTAGS				Contiene	No contiene
Contiene hashtags					
CONTACTOS				Contiene poco (Teléfono / correo)	Contiene (Teléfono + correo electrónico o enlace)
DESCRIPCIÓN BREVE				Contiene poco (200 caracteres o menos)	Contiene (Mas de 200 caracteres)
Descripción del lugar de interés					
TOTAL					

Sitio Web

Escala de Valoración

Contiene: 10 puntos; No contiene: 0; Contiene Poco: 5 puntos

El modelo de ficha de observación del Sitio web se presenta en la Tabla 66.

Tabla 66. Ficha de observación - Sitio web

FICHA DE OBSERVACION: SITIO WEB			
ACCESO	Sitio web turístico propio		Apartado turístico dentro de la web del municipio
	No contiene	Contiene poco	Contiene
Identificación			
Contiene Logo	Contiene Imagotipo	Contiene Isotipo	Contiene Isologo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DESCRIPCIÓN GENERAL			
Menú	NC/C		
Fotografía principal de la pagina			
Mapa del destino	No contiene	Mapa estático	Mapa GPS integral
Información sobre atractivos turísticos	NC/C		
Fotos de atractivos turísticos	NC/C		
Videos de atractivos turísticos	NC/C		
Información sobre gastronomía	NC/C		
Información sobre historia	NC/C		
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)	NC/C		
Galería de fotografías	No contiene	Hasta 10	Mas de 10
Enlaces de interés	NC/C		
INFORMACIÓN UTIL DEL DESTINO			
Clima	NC/C		
Geografía	NC/C		
Como llegar al destino	NC/C		
Alojamientos	No contiene	Hasta 3	Mas de 3
Restaurantes			
Transporte público en el destino	NC/C		
Horarios de transporte	NC/C		
Actividades	NC/C		
Alquileres	NC/C		
Itinerarios propuestos	NC/C		
Calendario de eventos	NC/C		
Contactos	No contiene	Teléfono / correo/ enlace	Tel + correo electrónico o enlace
			10
IDIOMAS	1 solo idioma	De 2 a 3 idiomas	Mas de 3
Variedad de idiomas			
TOTAL			

Página web

Escala de Valoración

Contiene: 10 puntos; No contiene: 0; Contiene Poco: 5 puntos

El modelo de ficha de observación de la Pagina Web se presenta en la Tabla 67.

Tabla 67. Ficha de observación - Página web

FICHA DE OBSERVACION: PÁGINA WEB				No contiene	Contiene
Contiene	Contiene	Contiene	Contiene		
Logo	Imagotipo	Isotipo	Isologo		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
DESCRIPCIÓN GENERAL				No contiene	Contiene
Fotografía principal de la pagina					
Información sobre atractivos turísticos					
Fotos de atractivos turísticos					
Videos de atractivos turísticos					
Información sobre gastronomía					
Información sobre historia					
Información sobre cultura (fiestas populares, tradiciones...)					
INFORMACIÓN UTIL DEL DESTINO				No contiene	Contiene
Clima					
Geografía					
Como llegar al destino					
Alojamientos				No contiene	Contiene (Mas de 3)
Restaurantes					
Actividades					
IDIOMAS				De 2 a 3	Mas de 3 idiomas
Variedad de idiomas					
TOTAL					

Anexo 4: Encuesta

Objetivo: Identificar como se planifican los viajes hacia el cantón Cayambe para el reconocimiento de las necesidades de los turistas.

1. ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifica su viaje hacia el cantón Cayambe?

- a) 1 mes o menos
- b) De 2 a 4 meses
- c) Mas de 5 meses

2. ¿Cómo planifica su viaje hacia el cantón Cayambe?

- a) Mediante agencia de viajes
- b) Por cuenta propia

3. ¿En qué meses prefiere viajar hacia el cantón Cayambe?

- a) Enero
- b) Febrero
- c) Marzo
- d) Abril
- e) Mayo
- f) Junio
- g) Julio
- h) Agosto
- i) Septiembre
- j) Octubre
- k) Noviembre
- l) Diciembre

4. ¿Qué fuente de información utiliza para planificar su viaje hacia el cantón Cayambe?

- a) Agencia de viajes
- b) Información transmitida por amigos
- c) Folletos Oficinas de turismo
- d) Artículos, periódicos o revistas
- e) Programas de televisión
- f) Guías turísticas
- g) Anuncios, campañas publicitarias
- h) Medios digitales

- i) Internet
- j) Otras fuentes de información; especifique cuales

5. ¿Qué información necesita para poder planificar su viaje al cantón Cayambe?

1. Descripción breve del lugar de interés
2. Ubicación del lugar
3. Información sobre el clima
4. Información sobre transporte
5. Información sobre alojamiento
6. Información sobre restaurantes
7. Información sobre la geografía
8. Información sobre gastronomía
9. Información sobre las actividades a realizar
10. Información sobre cultura
11. Información sobre la historia
12. Información y fotografías de los atractivos turísticos
13. Información sobre itinerarios
14. Calendario de eventos
15. Otros; especifique cuales

6. ¿Qué tipo de servicio requiere usted al momento de planificar su viaje hacia el cantón Cayambe?

- a) Servicio de transporte
- b) Servicio de alojamiento
- c) Servicio de restauración
- d) Servicio de guianza
- e) Otros; especifique cuales.....

7. ¿Qué actividad considera al momento de planificar su viaje hacia el cantón Cayambe?

- a) Turismo cultural
- b) Ecoturismo
- c) Turismo Comunitario
- d) Otros; especifique cuales.....

8. ¿Con quién realiza su viaje hacia el cantón Cayambe?

- a) Solo/a
- b) Con su familia

c) Con amigos

d) Otros; especifique cuales.....

Anexo 5: Encuesta aplicada a los turistas



Figura 23. Encuesta aplicada a los turistas



Figura 24. Encuestado



Figura 25. Aplicando encuesta