



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TEMA:

**Implementar una comunidad virtual para contribuir al
fomento del turismo en el Cantón Playas de la Provincia del
Guayas**

AUTORES:

**Garzon Burgos, Christian Gonzalo
Mera Benavides, Jhonny Eugenio**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Ingeniero en Comercio Electrónico**

TUTOR:

Ing. Alvarado Bustamante Jimmy Salvador, MGET

Guayaquil, Ecuador

11 de Septiembre del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Garzon Burgos, Christian Gonzalo y Mera Benavides, Jhonny Eugenio**, como requerimiento para la obtención del Título de Ingeniero en Comercio Electrónico.

TUTOR

f. _____

Ing. Alvarado Bustamante Jimmy Salvador, MGET

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Ulloa Armijos Ana del Rosario, MAE

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Garzon Burgos, Christian Gonzalo y Mera Benavides, Jhonny Eugenio.**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Implementar una comunidad virtual para contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas de la provincia del Guayas**, previo a la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018

AUTOR

AUTOR

f. _____
Garzón Burgos, Christian Gonzalo

f. _____
Mera Benavides, Jhonny Eugenio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Garzon Burgos, Christian Gonzalo y Mera Benavides, Jhonny Eugenio.**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Implementar una comunidad virtual para contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas de la provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018

AUTOR

AUTOR

f. _____
Garzón Burgos, Christian Gonzalo

f. _____
Mera Benavides, Jhonny Eugenio

REPORTE DE URKUND

URKUND

Documento [Tesis_Final_Garzon_Mera.docx](#) (D40974817)

Presentado 2018-08-25 21:44 (-05:00)

Presentado por christiangb1995@hotmail.com

Recibido isabel.cruz.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje Revisión Final [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de estas 27 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
>	TESISLALANGUIYLLANDAN.docx
	http://gte.uib.es/oaape/gte/sites/gte.uib.es/oaape/gte/files/COMUNIDADES%20VIRTUALES%20...
	http://www.centrocp.com/comunidades-virtuales-de-aprendizaje/
	https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x
	http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8492/INTERNET%20DE%20LAS%20C...
	http://repositorio.uicra.edu.ec/handle/47000/330

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

Comunidades Virtuales

Promocionadas por una organizacion

Comercial

Sin ánimos de lucro

Gubernamental

Iniciadas por los miembros

Social

Profesional

Herramientas Entorno Virtual Herramientas de comunicacion Herramientas Colaborativas Herramientas Organizativas Herramientas Distribucion de Informacion

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO ELECTRONICO

TFMA: Implementar una comunidad virtual para impulsar el turismo en el cantón Plajas de la provincia del

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi padre Gonzalo Garzón que con sus esfuerzos me ha dado una excelente educación ayudándome a seguir adelante en mis estudios, a mi madre Silvia Burgos que es el pilar fundamental en mi vida, apoyándome y dándome consejos para seguir adelante, esforzarme y no rendirme hasta alcanzar mis metas.

Agradezco a mi hermanita Andrea que sin su apoyo incondicional no podría llegar hasta donde estoy quiero ser un ejemplo a seguir para ella y demostrarle que cada día se puede superar más.

Agradezco a todos mis amigos y compañeros que me brindaron ayuda y ánimo, al Ing. Jimmy Alvarado por su apoyo y paciencia para la culminación de esta tesis. A las autoridades del Cantón Playas la Presidenta de la Cámara de Turismo Sra. Esperanza López y al Director de Turismo Ing. William Apolinario que nos brindaron la información necesaria.

Agradezco a Importadora Electrónica Guido S.A. que me ayudo a culminar mis logros debido a las facilidades de estudiar y trabajar sin ningún inconveniente estos 5 años a lo largo de mi carrera Universitaria.

Christian Gonzalo Garzón Burgos

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgen del Cisne por haberme dado salud, sabiduría y determinación para culminar mis estudios de la mejor manera, por darme el empeño, dedicación y fuerza pese a momentos difíciles que atravesaba la carrera.

Agradezco a mis padres Johnny W. Mera Arteaga y Ofelia Benavides Romero por haberme dado el impulso necesario gracias a sus consejos y amor pude salir adelante en cada momento, además por el esfuerzo y sacrificio a diario que han realizado para que pueda estar en esta prestigiosa universidad y haya culminado mis estudios.

Agradezco a todos mis amigos y compañeros de clase que me dieron su apoyo en algún momento que lo haya necesitado, a mi tutor Ing. Jimmy Alvarado por su ayuda durante el proceso de tesis y haberla culminado de la mejor manera.

Agradezco a las autoridades del Cantón Playas al Director de Turismo Ing. William Apolinario y a la Presidenta de la Cámara de Turismo Sra. Esperanza López por habernos brindado valiosa información para el proceso de tesis.

Jhonny E. Mera Benavides

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mis padres Gonzalo Garzón y Silvia Burgos que con sus esfuerzos, apoyo y todo el cariño que pueden dar me ayudaron a culminar mis estudios, que sepan que los amo mucho y le agradezco infinitamente por todo.

Se lo dedico a mi hermana Andrea Garzón que sepa que con esfuerzo y dedicación todo es posible y espero que ella también pueda culminar sus estudios.

A una persona en especial que me apoyó en la culminación de mis estudios, a seguir adelante y no rendirme.

A mi familia que siempre aportaron con un granito de arena para alcanzar mi meta, a mis compañeros de clases que lograron culminar sus estudios y los que aún están desarrollándola que la puedan culminar.

Christian Gonzalo Garzón Burgos

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis va dedicado en primer lugar a Dios y la Virgen del Cisne por haberme dado mucha salud, haberme permitido durante este largo proceso avanzar sin ninguna complicación, por haber conocido buenas personas que me han brindado su apoyo.

A mis padres Johnny W. Mera Arteaga y a Ofelia Benavides Romero que me han brindado su apoyo y han dado todo su esfuerzo cada día para que pueda terminar mi carrera. Los amo mucho, estoy agradecido por todo lo que han hecho por mí y darles esta enorme satisfacción de hacer que se sientan orgullo de mí.

A mi hermana María José Mera Benavides y Hermano Jhonny X. Mera Benavides les dedico este gran logro, ya que han sido un pilar fundamental durante mi proceso de estudio.

A toda mi familia por haberme dado valiosos consejos y el apoyo necesario de poder continuar mis estudios para ser una persona de bien, le dedico esto a ustedes.

A mis amigos y compañeros por su apoyo y que puedan culminar sus estudios también de la mejor manera.

Jhonny E. Mera Benavides



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Alvarado Bustamante Jimmy Salvador, MGET

TUTOR

f. _____

Ing. Cruz Luzuriaga María Isabel, MSIG

OPONENTE

f. _____

Ing. Tafur Avilés Guillermo Cesar, MAI

MIEMBRO DEL TRIBUNAL #2

f. _____

Ing. Ulloa Armijos Ana del Rosario, MAE

MIEMBRO DEL TRIBUNAL #1

INDICE GENERAL

1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Justificación del Proyecto	2
1.3 Descripción de la situación problema	3
1.3.1 FODA.	3
1.4 La formulación del problema.....	5
1.5 Delimitación del problema	6
1.6 OBJETIVOS	6
1.6.1 Objetivo General	6
1.6.2 Objetivo Específicos.....	6
1.7 Relación del proyecto con el programa de estudio	7
1.7.1 Materias Administrativas	7
1.7.2 Materias de Comercio Electrónico.....	7
1.7.3 Materias de Diseño	7
1.7.4 Materias de Investigación.....	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Comercio Electrónico	7
2.2 Comunidad Virtual.....	8
2.2.1 Aspectos importantes para desarrollar una comunidad virtual. ...	10
2.2.2 Tipos de comunidades virtuales.....	10
2.2.3 Herramientas en los entornos virtuales.	11
2.2.4 Diferencia entre redes sociales y comunidades virtuales	12
2.3 Turismo	13
2.3.1 Turismo en Internet.....	13
2.4 Internet.....	14
2.4.1 Dominio	15
2.4.2 Hosting	15
2.4.2.1 Base datos	15
2.4.3 Posicionamiento Web	15
2.5 Herramienta WordPress	16

2.5.1	Plugins.....	17
2.5.2	Ejemplo de Plugins para una comunidad virtual.....	17
2.6	Gestor de Contenidos	18
2.7	Recorridos Virtuales	19
2.8	Diseño web	19
2.8.1	Diseño de una página web.....	20
2.8.2	Boceto.	20
2.8.3	Organización de la Página web.	20
2.9	Diseño Gráfico	20
2.9.1	Diseñador Gráfico.....	20
2.10	Marketing Digital (E-Marketing)	21
2.11	Seguridad.....	21
2.11.1	Identidad Digital.	21
3.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	22
3.1	Diseño Metodológico	22
3.1.1	Hipótesis.....	22
3.1.2	Enfoque metodológico.	23
3.1.3	Diseño de la investigación.	23
3.1.4	Población.....	23
3.1.5	Cálculo de la muestra.	24
3.2	Métodos y técnicas de investigación	25
3.2.1	Métodos.....	25
3.2.2	Técnicas.	25
3.2.3	Resultados.....	25
7.	PROGRAMA DE TRABAJO.....	33
7.1.	Cronograma de Actividades	33
7.2	Recursos.....	33
7.3	Presupuesto	34
8.	La propuesta.....	34
8.1	Introducción.....	34
8.2	Público objetivo	35

8.3 Diseño del sitio	35
8.4 Contenido del sitio	35
8.4 Publicación del sitio	36
8.5 Administración del sitio	37
8.6 Definición de recursos físicos	37
8.7 Impacto social y ambiental.	37
8.8 Plan de Marketing para dar a conocer la comunidad virtual	37
8.9 Legislación.	38
8.10 Seguridad.....	38
9. Conclusiones y Recomendaciones	39
9.1 Conclusiones.	39
9.2 Recomendaciones.	40
10. Referencias	41
11. Anexos.....	44

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Tipología de comunidades virtuales	11
<i>Figura 2.</i> Herramientas de una comunidad virtual	12
<i>Figura 3.</i> Calculo de muestra	44
<i>Figura 4.</i> Edad de los encuestados	47
<i>Figura 5.</i> Sexo de los encuestados.	48
<i>Figura 6.</i> Playas que los encuestados prefieren visitar.	49
<i>Figura 7.</i> <i>Motivo por el cual prefieren visitar la playa mencionada.</i>	50
<i>Figura 8.</i> Encuestados que han usado una Comunidad Virtual	51
<i>Figura 9.</i> Tipo de Comunidad Virtual usada por encuestados.....	52
<i>Figura 10.</i> Interesados a unirse a una Comunidad Virtual.	53
<i>Figura 11.</i> Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante fotos.	54
<i>Figura 12.</i> Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante videos.	55
<i>Figura 13.</i> Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante comentarios.....	56
<i>Figura 14.</i> Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante imágenes 360°	57
<i>Figura 15.</i> Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante un Calendario de Actividades.	58
<i>Figura 16.</i> Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante Blogs.	59
<i>Figura 17.</i> Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante Foros.....	60
<i>Figura 18.</i> Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante Mensajería Instantánea.	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Clasificación herramientas comunicación</i>	11
Tabla 2. <i>Grupo de Sectores Municipales de Guayaquil No. 3</i>	24
Tabla 3. <i>Cronograma de Actividades</i>	33
Tabla 4. <i>Presupuesto</i>	34
Tabla 5. <i>Recursos Físicos</i>	37
Tabla 6. <i>Edad de los encuestados</i>	47
Tabla 7. <i>Sexo de los encuestados</i>	48
Tabla 8. <i>Playas que los encuestados prefieren visitar</i>	49
Tabla 9. <i>Motivo por el cual prefieren visitar la playa mencionada</i>	50
Tabla 10. <i>Encuestados que han usado una Comunidad Virtual</i>	51
Tabla 11. <i>Tipo de Comunidad Virtual usada por encuestados</i>	52
Tabla 12. <i>Interesados a unirse a una Comunidad Virtual</i>	53
Tabla 13. <i>Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante fotos</i>	54
Tabla 14. <i>Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante videos</i>	55
Tabla 15. <i>Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante comentarios</i>	56
Tabla 16. <i>Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante imágenes 360°</i>	57
Tabla 17. <i>Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante un Calendario de Actividades</i>	58
Tabla 18. <i>Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante Blogs</i>	59
Tabla 19. <i>Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante Foros</i>	60
Tabla 20. <i>Interesados en ver información adicional en la comunidad virtual mediante Mensajería Instantánea</i>	61

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Muestra.....	44
Anexo 2. Cuestionario de encuestas.	45
Anexo 3. Resultado de la encuesta.	47
Anexo 4. Capturas del Sitio Web	62

RESUMEN

Nuestro proyecto de una comunidad virtual empezó con el propósito de contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas, donde los usuarios puedan registrarse de forma gratuita y obtener información turística, para esto se obtuvo una muestra en el sector de Urdesa que pertenece a la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

Los métodos utilizados para la obtención de la información es el método de muestreo probabilístico, así como las técnicas de encuestas y la entrevista que facilitó a la realización de la información cuantitativa y cualitativa.

El resultado que se obtuvo mediante la encuesta arrojó datos muy positivos donde los usuarios estarían interesados en unirse a una comunidad virtual y recibir información para conocer, los lugares turísticos del Cantón Playas por medio de recorridos virtuales.

Al concluir el presente proyecto de una Comunidad Virtual los usuarios podrán interactuar entre ellos, también brindarán información sobre los lugares turísticos del Cantón que se realicen en la misma.

Palabras claves: Comunidad Virtual, Turismo, Cantón Playas, Viaje, Online.

ABSTRACT

The project of starting a virtual community started with the sole purpose of contributes the promotion of tourism in Playas. In this community users would have the facility of registering for free, obtaining information tourism related. The following information was given by a small amount of people living in Urdesa belonging to Tarqui parish, located in Guayaquil City.

The methods used to obtain information is the methods called “probabilistic sampling”, as well the techniques of survey and interviews that allowed the realization of quantities and quality information.

The result given by the survey provided us with very positive data: most of the people were inclined to join the virtual community to received information to know the touristics places that Playas offered by virtual tours.

To conclude the project of this virtual community, the users can interact between them; also they will provide information about the touristics places in “Canton Playas”

Key words: Virtual Community, Tourism, Canton Playas, Travel, Online

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Antecedentes

El Cantón Playas se encuentra ubicado al suroeste del Ecuador en la provincia del Guayas, sus límites son al norte el cantón Guayaquil, al este con el cantón Santa Elena, al sur y al oeste con el Océano Pacífico, según los datos estadísticos del último censo del INEC realizados en el 2010 el Cantón Playas consta con una población de 41.935 habitantes. En cuanto a la distancia entre las principales ciudades del Ecuador, de acuerdo a información consultada mediante Google Maps se encuentra a 92.1 km de la Ciudad de Guayaquil que equivale a 1 hora 16 minutos, en cuanto a la ciudad de Quito tiene una distancia de 519.6 km que es 8 horas 22 minutos y de la ciudad de Cuenca está a la distancia de 288.3 km, 4 horas 42 minutos.

Este cantón es uno de los principales atractivos turísticos del Ecuador en cuanto a la zona de la costa Ecuatoriana, por sus hermosas playas, actividades y artesanías, cuenta con hoteles, hostales, condominios para visitantes nacionales y extranjeros, abarca 14 km de playa blanca y paisajes hermosos los cuales son desde General Villamil hasta el sector de Data de Posorja, posee también paisajes como, Playa El Faro, Punta el Pelado, Playa Paraíso, Isla de los pájaros, Cerro El Muerto, Puerto Engabao, entre otros.

El turismo es un factor que ayuda mucho a los habitantes de este cantón porque mueve la economía y genera fuentes de empleo a las personas que habitan en el sector. La actividad turística no evade de la necesidad y la

posibilidad de la filosofía del marketing, con base esencial en alcanzar la satisfacción de los deseos y necesidades de disfrute, placer y gozo del turista, siendo esta actividad la clave del éxito la diferencia de lo que ofrece un destino y que lo diferencie del resto (Albarracín, 2011).

Debido a lo anteriormente descrito se ha analizado la implementación de una comunidad virtual con el fin de contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas, ya que en la actualidad estas ayudan a la integración de personas siendo un instrumento de tecnología, esparcimiento y socialización, gracias a esto ayudan al turista nacional y extranjero para conocer mediante noticias actualizadas lugares de recreación para ser visitados.

1.2 Justificación del Proyecto

Las comunidades virtuales hoy en día son una herramienta importante de desarrollo tecnológico relacionado con el internet por ser innovadoras porque ayuda a la interacción entre personas al tratar el mismo tema de interés, esto en el turismo del Cantón Playas siendo un principal aporte para dar a conocer el cantón, en cuanto a sus bondades, a nivel nacional e internacional en este mundo globalizado.

El Cantón Playas al momento no cuenta con una comunidad virtual para dar a conocer sus lugares turísticos, tampoco tiene información detallada de los sitios a los cuales pueden llegar los turistas, sin embargo con la realización de esta plataforma los turistas podrán obtener información sobre estos sitios, para los usuarios registrados en la comunidad virtual interactuaran entre ellos tomando como referencia los puntos de interés,

debido a las opciones de los lugares que se pueden visitar y las actividades que se puedan realizar en determinadas fechas.

1.3 Descripción de la situación problema

Actualmente el turismo en el Cantón Playas no ha incrementado porque carece de la apropiada publicidad en internet dirigido al área turística se podría decir que no poseen de las herramientas tecnológicas, ya que muy pocos hogares tienen acceso al internet, además por parte del G.A.D (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas) que no ha mejorado las estructuras de algunas fachadas, tampoco se han mejorado las calles y, el alumbrado al ingreso del cantón.

1.3.1 FODA.

En lo que respecta al Cantón Playas hemos realizado el siguiente análisis FODA que nos ayudará a encontrar la solución frente a las Amenazas y Debilidades presentadas, también podríamos mejorar las Fortalezas y Debilidades.

Fortalezas

- Múltiples sitios turísticos, siendo relevantes la presencia de algunas playas.
- Se encuentra ubicada en la zona litoral del Ecuador cerca de Guayaquil una de las principales ciudades del Ecuador.
- El turismo genera ingresos a los habitantes del cantón.
- Los recursos naturales que posee el Cantón Playas son esenciales porque con ellas se pueden realizar artesanías para fomentar el turismo.

- Ayudar en el desarrollo tecnológico de las personas al conocer las nuevas herramientas de una comunidad virtual en la web 2.0
- Fomentar la interacción y socialización de las personas que integran esta comunidad.
- Ayuda por parte de las instituciones públicas y privadas para la actividad turística del Cantón Playas.
- Su población es servicial, amable, generosa, amigable.

Oportunidades

- Aumentar el desarrollo turístico en el Cantón Playas.
- Inversión del sector privado en el turismo
- Adaptar el uso de las herramientas web para facilitar el desarrollo y aprendizaje.
- Disponer de una gran capacidad de espacio en la nube virtual para almacenar los recursos web (comentarios, imágenes, videos, imágenes 360).
- Poseer originalidad y facilitar ideas para promover el turismo.
- Fomentar el interés por lado del mercado turístico, investigando nichos de interés.

Debilidades

- Carece de ayuda de las instituciones gubernamentales.
- Déficit en el acceso vial a ciertas playas (caminos no asfaltados).
- Falta de colaboración de los propios habitantes para mantener limpias y en ordenas las calles y playas (conservación del medio ambiente).
- Falta de apoyo para realizar diversas actividades recreativas y

deportivas para promover el turismo.

- Falta de apoyo para fomentar los lugares turísticos del cantón mediante la publicidad.
- Mínima señalización en la red vial de acceso a las playas.
- Carencia de sistema de agua potable.
- Falta de infraestructuras públicas para promover el turismo.
- Deficiencia en la presentación de las fachadas de hostales, hoteles.
- Escasez de unidades de las cooperativas de transporte que llegan a este cantón son escasas.

Amenazas

- Mínima inversión pública para fomentar el turismo.
- Carecen de publicidad habitual (vallas publicitarias, periódicos, revistas, televisión, radios, folletos)
- El descuido de los habitantes al mantener limpias las playas.
- La cultura propia del Cantón Playas se está perdiendo, por el motivo que las culturas de otros lugares se están introduciendo en este.

1.4 La formulación del problema

Con la finalidad de contribuir al fomento del turismo, ya que el cantón no posee el medio tecnológico necesario como una comunidad virtual, la misma que ayudará al sector turístico, debido a que los propios habitantes contribuirán al desarrollo del turismo suministrando información de su cantón tales como: lugares turísticos, cultura y actividades.

Muchos turistas cuando escogen visitar Playas no conocen información acerca de los hoteles y restaurantes por lo que eligen a visitar otras playas.

1.5 Delimitación del problema

Este proyecto se lo realiza con el fin de contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas ya que últimamente no ha incrementado, por motivos de que existen otras playas del Ecuador con mayores atractivos y mejores infraestructuras hoteleras.

Con el fin de emprender este proyecto se apoyará contribuyendo al fomento del turismo en este cantón, por el medio habitual mediante internet y su herramienta como tal es una comunidad virtual.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General

Implementación de una comunidad virtual para contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas.

1.6.2 Objetivo Específicos

- Analizar cuales lugares turísticos se presentarán a la comunidad.
- Diseñar un foro en el cual las personas puedan opinar sobre las diferentes actividades turísticas del cantón.
- Diseñar un entorno virtual en el cual los turistas podrán ver los lugares en forma de recorrido 3D.
- Diseñar un entorno virtual en la cual se conoce información en detalle y actualizada del sitio turístico.
- Crear un entorno virtual en el cual los usuarios podrán compartir fotos, videos y emitir comentarios que aporten al crecimiento del turismo, acoplándose a las herramientas tecnológicas de la actualidad.

1.7 Relación del proyecto con el programa de estudio

El siguiente proyecto tiene relación con las materias adquiridas durante el trayecto de aprendizaje de la carrera de Ingeniería en Comercio Electrónico las cuales han ayudado para poder implementar la siguiente comunidad virtual y contribuir para el fomento del turismo en el Cantón Playas.

1.7.1 Materias Administrativas

Enfoque Online, Gestión y Evaluación de proyectos, Administración de Entornos.

1.7.2 Materias de Comercio Electrónico

Estrategias de Promoción Online, Programación Web, Servidor Web.

1.7.3 Materias de Diseño

Diseño y gestión de contenido, Fotografía y video, Diseño gráfico.

1.7.4 Materias de Investigación

Probabilidad y Estadística, Metodología de la Investigación, Investigación de Servicio web, Comunidad Virtual e Interfaz Web.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Comercio Electrónico

El comercio electrónico también conocido como e-commerce es el proceso de transacciones en línea ya sea compra y venta de productos o servicios también lo que es parte del marketing en internet, gracias a que el acceso a internet se está expandiendo a gran velocidad a nivel global, las transacción en internet incrementa, gracias a esto las empresas están recurriendo a tener sus tiendas online para llegar al consumidor final, a las empresas esto les ayuda en las ventas y ahorran una gran cantidad de

egresos como el gasto de un espacio físico donde exhibir o tener sus productos.

2.2 Comunidad Virtual

Una comunidad virtual está integrada por un grupo de personas con la finalidad de llegar a un mismo tema en común en el cual se puede conversar charlar en un espacio virtual como lo es el internet, entre los miembros se dialoga, debate, opinan o discuten estos temas pueden ser sobre gustos musicales, fines educativos, entretenimiento, etc.

La comunidad virtual emerge en el momento que un conjunto de personas usa los sistemas informáticos para ampliar y mantener la comunicación entre ellos. El motivo que se pueda interactuar entre personas reales a través de los sistemas informáticos es lo que define a la comunicación virtual, disponiendo de una red en la cual cambian información ya sea esta informal o formal y la circulación de información en la comunidad virtual constituye partes esenciales (Pazos, Pérez & Salinas, 2001).

El desarrollo de las comunidades virtuales llegó a surgir desde que se renovó a la web 2.0, integrando las herramientas del correo electrónico, los chats, mensajería instantánea ayudando a los usuarios a interactuar entre sí, es importante mencionar que hace dos décadas atrás las comunidades virtuales eran usadas con fines científicos por expertos informáticos para debatir temas, a comienzos del siglo 90's se desarrolló y se expandió para el público en general.

En base a lo mencionado anteriormente se puede decir que una comunidad virtual es un lugar en el internet en el cual los diferentes sujetos o grupos pueden desarrollar varias necesidades que deseen como:

- Participar y aportar con información, experiencia, conocimientos del tema de la comunidad virtual
- Compartir información, fotos, videos, comentarios con la razón a la que está desarrollada la comunidad virtual
- Ser funciones de administradores y usuarios de la comunidad, ejerciendo su respectivo rol de cada cliente
- Comunicarse o relacionarse con otros usuarios para satisfacer las necesidades

Como un punto de vista nos indican Pazos, Pérez & Salinas (2001) que se consideran a las comunidades virtuales como un ambiente con base en la web que junta personas en común con un asunto específico compartiendo recursos y documentos.

Incluso una Comunidad Virtual nace cuando un conjunto de personas existentes, sean estudiantes, un grupo de aficionados o profesionales con intereses similares, usando los sistemas informáticos para ampliar conocimientos y mantener comunicación. El hecho que la interacción de personas se pueda realizar entre ellos físicamente, aunque unidos a los sistemas informáticos es lo que hace relacionar con una comunidad virtual (Salinas, 2003).

2.2.1 Aspectos importantes para desarrollar una comunidad virtual.

Por medio de estas definiciones que mencionamos anteriormente podemos identificar que las comunidades virtuales tienen tres aspectos en común: son el grupo de personas, el interés en común y la comunicación mediante medios tecnológicos.

2.2.2 Tipos de comunidades virtuales.

Con respecto a los tipos de comunidades virtuales tomaremos en cuenta una reciente clasificación de Porter (2004) propuso la siguiente tipología que se basa en 2 niveles, la primera está relacionada desde donde se promueve o se inicia la comunidad virtual, el segundo nivel trata sobre el tipo de relación o interés que incentiva a la comunidad, distinguiéndose que una es promovida por una organización y la otra iniciada por los miembros.

- Las comunidades iniciadas por una organización: Cuando existe un grupo que la implementa para crear un interés y sacarle beneficios, la organización es la que crea el tema de interés para los usuarios, estos pueden ser con finalidad gubernamental, comercial y sin ánimos de lucro.
- Las comunidades iniciadas por los miembros: definida por los mismos integrantes de la comunidad ya sean que traten sobre un tema social o un tema profesional, pero ellos son los que adoptan estos temas dependiendo el interés que tengan.

A continuación, un cuadro en el cual se resumen la tipología de las comunidades virtuales.

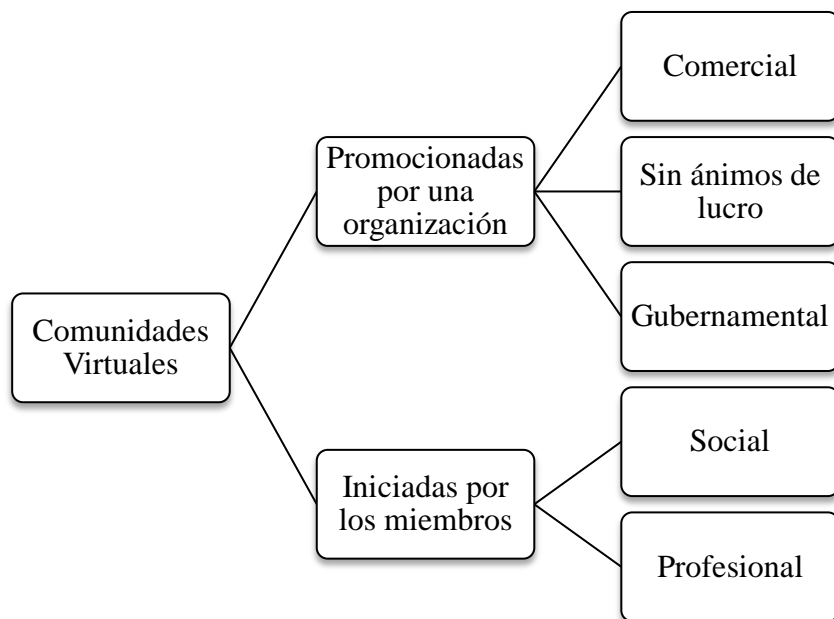


Figura 1. Tipología de comunidades virtuales

Fuente: (Porter, 2004)

2.2.3 Herramientas en los entornos virtuales.

Herramientas de comunicación: Hacen referencia a las que ayudan a facilitar la comunicación entre usuario del entorno, recurriendo al tiempo de conversar en tiempo real o dejando mensajes, e informar actividades a otros Chat.

A Continuación, se detalla mediante el siguiente cuadro las herramientas de la comunicación en una comunidad virtual.

Tabla 1. Clasificación herramientas comunicación.

Sincrónicas	Asíncronas
Chat	Correo Electrónicos
Mensajería Instantánea	Foros
Videoconferencia	Lista de Distribución
Audio conferencia	Calendario/Agenda
Pizarra Compartida	Grupo de Noticias

Fuente: Adaptado de (De Benito, 2000)

Herramientas colaborativas: estas herramientas permiten la comunicación entre los miembros, cooperación y coordinación para solucionar problemas con respecto a temas en común.

Herramientas organizativas: Permiten la organización de actividades, coordinación y eventos que serán relacionados con la comunidad como calendarios, agendas.

Herramientas de distribución de información: Enfocadas a la distribución y publicación de información esta herramienta abarca lo que son los blogs, noticias, RSS (Really simple Syndication) en español Sindicación Realmente simple.

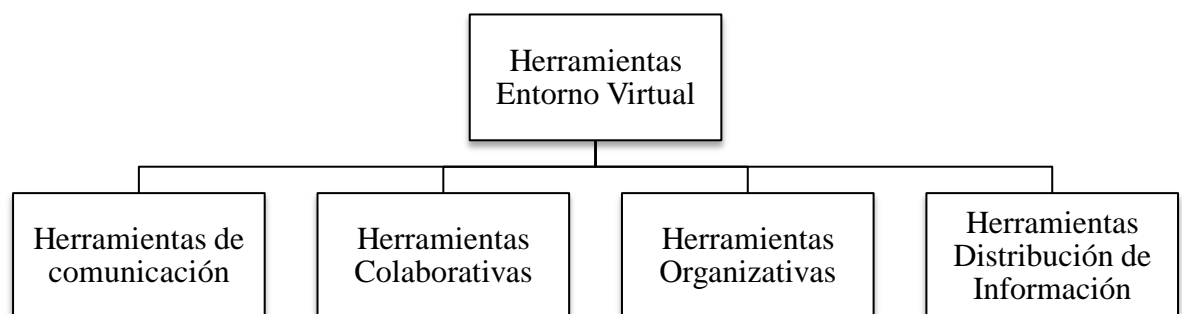


Figura 2. Herramientas de una comunidad virtual

2.2.4 Diferencia entre redes sociales y comunidades virtuales

Una comunidad virtual se diferencia de una red social por la diferencia de conversaciones de un mismo tema entre un mismo grupo, canjear ideas, sucesos e información. En cambio, la red social se caracteriza por abarcar muchos temas, ideas entre diversos usuarios donde los temas no son concretos.

2.3 Turismo

El turismo resalta las actividades que realizan personas ya sea en grupo o solo, el turismo comprende la visita a varios destinos por diferentes tipos de motivos, cultural, social, negocios. La cual esta deja como resultado un ingreso económico y un buen impacto cultural y social para futuras visitas de diferentes personas.

En relación a destinos turísticos los definen como:

Combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Tradicionalmente, los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad. Sin embargo, cada vez más se reconoce que un destino puede ser concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores, en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa.

(Bigné, Alcañiz, Font, & Andreu, 2000, p. 30)

2.3.1 Turismo en Internet

El turismo en internet es una variante, una salida a la explotación al sector turístico, donde los usuarios interactúan, crean, comparten información mediante el internet. Los más beneficiados son las empresas turísticas donde emplean sus anuncios y atraen al usuario para brindarles conocimientos de lugares turísticos mediante una comunidad virtual o redes sociales.

(Furió Blasco y Alonso Pérez) asevera que:

Internet es un gestor de intercambio de experiencias entre viajeros que influye en la elección del destino. Internet ha tenido múltiples consecuencias en el negocio turísticos. Entre otras, ha alterado el poder y la capacidad de decisión del cliente. La presencia en Internet pasa, en muchas ocasiones, por el desarrollo de una estrategia en buscadores, pues a través de los cuales se produce el 40% de las visitas a las webs de viajes. Al contrario que en otros medios, en los buscadores es el propio cliente el que busca la publicidad. (p36)

2.4 Internet

Zamora (2014) afirma que:

Internet es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos. El protocolo de comunicaciones que utiliza Internet se denomina TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo).

También el internet ha sido hasta ahora una red que permite el acceso a los diversos sitios web, aplicaciones o servicios. El negocio, usuario o persona, accedía a esta y sencillamente consultaba lo que deseaba saber, encontraba información e indagaba por los distintos sitios web, de misma forma que la tecnología ha ido evolucionando se le hace más fácil acceder a esta, sea ante dispositivos, equipos y objetos se han integrado a la red. (Cuzme, 2015)

2.4.1 Dominio

Dominio también conocido como dirección de internet está conformado por un conjunto de caracteres alfanuméricos que forman parte de esta dirección. Los dominios son únicos ya que su sistema no permite que estos se repitan ya sea para personas, empresas u organizaciones.

2.4.2 Hosting

Significa Hospedaje o Alojamiento, esta información se almacena en servidores en el cual su infraestructura está conformada por parte técnica y parte humana para su correcto control y este seguro, estos servidores son seleccionados por las mismas empresas que requieran el servicio a como mejor se les facilite para el acceso de sus usuarios.

2.4.2.1 Base datos

Consiste en una colección de datos de información alojada en un sistema que permite recolectar segmentos de información organizada. Creada para brindar soporte a una pequeña parte o a toda la parte de información como contenedor o conjunto de datos computarizados. “La información es cuestión puede ser cualquier cosa que sea de importancia para el individuo u organización; en otras palabras, todo lo que sea necesario para auxiliarlo en el proceso general de su administración.”(Date, 2001, pág.5)

2.4.3 Posicionamiento Web

El posicionamiento web también conocido como SEO por sus siglas en inglés (Search Engine Optimization) es la parte más importante a la hora de administrar una página web.

Villanueva Luis (s.f) indica que: “Podríamos definir este término como un conjunto de técnicas que debemos realizar alrededor de nuestro proyecto Web con el fin de aumentar su visibilidad en los diferentes motores de búsqueda.” (p.3). Como técnica fundamental reconocer las palabras claves o principales para cada segmento del sitio web además crear metas individuales para potenciar el posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) y como último punto el posicionamiento pago por click que cumple la función de exhibirse de primordial en el buscador.

2.5 Herramienta WordPress

WordPress es un sistema de plataforma web basado en los estándares de usabilidad, con un software gratuito que les permite a varios usuarios poder beneficiarse de herramientas de forma sencilla. WordPress nos permite poseer una base de datos donde podemos alojar todo tipo de información.

Según (Chirinos, Vera & De Luque, 2013) esta se encuentra concretamente dentro de las herramientas de la web 2.0 en los blogs, que ayudan al desenvolvimiento a los modelos metacognitivos igualmente ayudara a los resultados de los objetivos trazados en el desarrollo investigativo. De todas las aplicaciones para desarrollar blogs que hay en la red se ha decidido por la herramienta Wordpress, por ser una amplia y muy útil plataforma de difusión personal basada en los estándares web, la estética y usabilidad. La misma herramienta por ser gratuita y libre ayudara que el modelo metacognitivo desempeñado llegue al alcance de todos los usuarios.

2.5.1 Plugins.

Los plugins son pequeños programas que complementan y ayudan a las páginas web, para que tengan menos tamaño y no sean lentos al cargar, mejora su desarrollo en el parte del panel de administrador (separando y facilitando la codificación y no sea compleja de entenderla), completando el gestor de contenidos y en la interfaz con el usuario (reproductores de audio, video, etc.)

2.5.2 Ejemplo de Plugins para una comunidad virtual.

A continuación, se detalla un ejemplo de plugin que ayudara a desarrollar esta comunidad virtual en WordPress.

BuddyPress. - Es una de las principales herramientas y más usados por diseñadores web de comunidades este nos permite adicionar ciertas características extras para hacer más funcional una comunidad realizada en WordPress entre esas características destacan las siguientes:

- Configuración de Cuentas. - Permite editar los ajustes de sus notificaciones y su cuenta.
- Ampliación de Perfiles. - Se Puede personalizar sus perfiles.
- Conexiones de Amigos. - Permite que los usuarios interactúen y se conecten entre ellos.
- Mensajes privados. - Ayuda a comunicarse entre usuarios enviando y recibiendo mensajes privados.
- Secuencia de Actividades. - Permite la interacción personal, global y seguimiento de grupos con comentarios encadenados, publicaciones directas, enlazar favoritos, y realizar menciones/etiquetas.

- Notificaciones. - Informa a los miembros de las actividades relevantes que se realizan en torno a sus publicaciones y perfiles mediante una barra de herramientas y/o correo electrónico.
- Grupos de Usuarios. - Ayuda a los usuarios a crear grupos para organizarse con fines públicos o privados y que traten temas en común por los miembros de la lista del grupo.
- Seguimiento del Sitio. - Permite llevar un registro de actividades sobre las publicaciones nuevas y también para los comentarios.

2.6 Gestor de Contenidos

El gestor de contenidos se lo conoce como CMS (Counter Management Systems) es una herramienta que ayuda a la página web a administrar especialmente el contenido que se publica. Si retomamos un poco en el pasado las páginas que se realizaban en la web 1.0 eran dos tipos de sitios el primero en el cual las empresas creaban sus sitios gracias a programadores que solo usaban codificación con el objetivo informativo y comercial-propagandístico, el segundo tipo eran sitios web rudimentario en el cual la desarrollaban programadores rústicos con simples códigos sin mucha interacción y la desarrollaron para sus propios beneficios personales, cuando surgió la web 2.0 no se necesitó de expertos programadores que tengan conocimientos de css (Cascading Style Sheets), lenguaje de programación, html y base de datos, aquí abarca lo que es el gestor de contenidos que ayuda a la creación y diseño de la página web.

2.7 Recorridos Virtuales

Los recorridos virtuales son una reproducción de un lugar virtual agregando una combinación de imágenes que nos permite visualizar de forma panorámica (Otero y Vargas, 2015) indican que:

Los recorridos 360°, son soluciones digitales que permiten crear experiencias de tours virtuales interactivos de propiedades o lugares de interés. Permite explorar en profundidad entornos visuales en forma interactiva, simple y efectiva. Los recorridos se fundamentan en imágenes que se convierten en vistas panorámicas, que permiten la visión completa de un espacio donde el usuario experimenta la sensación de entorno real, por medio del control del movimiento dentro del área, apoyado de un puntero o teclas de un computador. (p.61)

Los recorridos 360 o visitas virtuales tanto de exteriores (paisajes, rutas turísticas, paradores...) como de interiores (museos, teatros, exposiciones, instalaciones deportivas...) permiten apreciar que estas imágenes panorámicas, producto ya sea del cosido o de los hardware especializados, pueden generar movimiento en todos los rincones del espacio que queremos mostrar. (Otero y Vargas, 2015).

2.8 Diseño web

El diseño web es el encargado de la parte de la experiencia del usuario donde define los objetivos del proyecto y las exigencias de los usuarios. Determina la arquitectura web donde se establece las experiencias del usuario.

2.8.1 Diseño de una página web.

El diseño web es un arte creativo de parte del creador como objetivo tiene que ser de fácil uso para los usuarios, donde la información se organiza por secciones para una mayor organización.

2.8.2 Boceto.

El boceto de la página web es un esquema previo a realizar el sitio web está diseñada con forma de figuras geométricas donde cada sección estará detallada con su nombre previo, simulando donde irá cada tipo de información.

2.8.3 Organización de la Página web.

La organización de la página web es fundamental esta es creadas con plantillas ya sean personalizadas por el usuario. Su estructura se compone tradicionalmente por un logo en la parte superior, una barra de búsqueda, menú donde estará la información clasificada y también pueden contener banners publicitarios en el pie de página.

2.9 Diseño Gráfico

“Es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”(Piazza, 2008)

2.9.1 Diseñador Gráfico

La función de él es solucionar inconvenientes de comunicación visual del consumidor, es como un tipo de guía entre el diseño y el consumidor, el mismo se encarga de llevar conceptos, e ideas a un lenguaje visual que es

entendido por el consumidor. Dicho mensaje es el resultado de la evolución del diseño, el mensaje gráfico es un grupo de símbolos extraídos de un código visual determinado (Ramírez, 2018).

2.10 Marketing Digital (E-Marketing)

Marketing Digital o también conocido como e-marketing es un medio referente al uso de internet como proceso de comercialización de marca, tiene como un objetivo principal captar nuevos clientes, conversar clientes potenciales y extender afinidad a su marca.

También (Gaitán & Pruvost, s. f., p. 91) nos define que:

Las herramientas de marketing digital o e-marketing presentan características inmejorables para los objetivos del marketing, permitiendo un diálogo interactivo de ida y vuelta con el cliente, capturando datos vitales de los mismos durante el proceso, abriendo nuevos canales de comercialización y estableciendo presencia de marca a escala mundial.

2.11 Seguridad

2.11.1 Identidad Digital.

(Bubniak, Eden, Medina, & Jesús, 2015) nos afirman que:

El conjunto de características propias de un individuo o de un colectivo en un medio de transmisión digital se conoce como "identidad digital". Teniendo esto en consideración, podemos identificar que la identidad formada en Internet, como por ejemplo en las redes sociales, respondería al concepto de construcción o invención de la identidad, y ya no a la identidad material que está predefinida por el

cuerpo. Es así, como hoy existe la posibilidad de inventar una nueva identidad, muchas identidades, o bien, no revelar esta identidad digital. (p.79)

Tal y como se ha comentado, la identidad de un usuario en la Red está formada por una gran diversidad de información, que se encuentra distribuida en un amplio número de sistemas, empresas, organismos e instituciones.

Como nos indica (Sáinz Peña, 2013):

Dependiendo de la naturaleza de estos datos, la percepción de los usuarios en cuanto al grado de privacidad de esta será diferente. Por ello, se puede encontrar desde información que los usuarios no perciben como datos excesivamente privados y cuyo conocimiento por terceras personas o empresas no es visto como un aspecto negativo, hasta datos que son considerados muy sensibles y, por lo tanto, no susceptibles de ser transmitidos o usados fuera del entorno originario. (p.27)

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Diseño Metodológico

3.1.1 Hipótesis.

Con la implementación de esta comunidad virtual se dará a conocer los lugares turísticos del Cantón Playas, ya que esta contará con una guía confiable y actualizada de las principales playas, ayudando a que los turistas conozcan más del cantón.

3.1.2 Enfoque metodológico.

El enfoque metodológico por el cual se ha escogido para el desarrollo del presente documento, es un enfoque mixto, abordando los puntos de vista cualitativos y cuantitativos, para que de esta manera analizar y entender las respuestas de las personas en la investigación con objetividad.

3.1.3 Diseño de la investigación.

El diseño de investigación a seguir es un diseño no experimental: transeccional descriptivos, el cual permitirá la recolección de datos de las variables de interés para luego reportar los datos obtenidos.

3.1.4 Población.

Se tomará en consideración a las personas que residen en la ciudadela Urdesa perteneciente a la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, en este sector residen un total de 28,060 individuos, este dato se obtuvo de la siguiente tabla de Grupos de Sectores Municipales de Guayaquil realizada por el Centro de Estudios e Investigaciones Estadísticas ICM-ESPOL.

Tabla 2. Grupo de Sectores Municipales de Guayaquil No. 3

No.	Orden Geográfico	Sector Municipal	No de Zonas por Sector	Población Total	Proporción referida a la Población del Grupo
1	15	La Florida	6	33710	0,102
2	18	Prosperina	6	37396	0,113
3	26	Los Ceibos	6	28629	0,087
4	29	Miraflores Y Paraíso	1	6409	0,019
5	34	San Eduardo	3	10919	0,033
6	30	Urdesa	7	28060	0,085
7	31	Atarazana	2	11994	0,036
8	35	Bellavista	2	10751	0,032
9	36	Tarqui	2	8205	0,025
10	37	Cerro del Carmen	1	4397	0,013
11	38	Las Peñas	1	4360	0,013
12	39	Roca	2	7343	0,022
13	40	Pedro Carbo	2	5248	0,016
14	41	Nueve de Octubre Oeste	2	7530	0,023
15	43	Sucre	4	14907	0,045
16	47	Febres Cordero	18	85305	0,258
17	48	Urdaneta	6	25794	0,078
TOTAL			71	330957	1,00

Fuente: Centro de Estudios e investigaciones Estadísticas ICM-ESPOL

6.1.5 Cálculo de la muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra se usaron los siguientes

parámetros:

Margen de error: 5%

Nivel de confianza: 95%

Población: 28.060

Muestra: 379

Dando de esta manera el tamaño de la muestra para la realización de las encuestas un total de 379. (Anexo1)

6.2 Métodos y técnicas de investigación

6.2.1 Métodos.

El método usado para obtener la información de relevancia para el proyecto es un método de muestreo probabilístico.

6.2.2 Técnicas.

La técnica de investigación que emplearemos en este proyecto son las encuestas porque las mismas son una técnica que se la utilizada ampliamente como proceso de investigación, ya que permite elaborar y obtener datos de modo rápido y eficaz, estas fueron solicitadas llenar a las personas residentes del sector Urdesa.

Cabe anotar que también se empleó la técnica de entrevistas, las cuales fueron aplicadas a:

- Ing. William Apolinario - Director de Turismo del Municipio de Playas
- Sra. Esperanza López - Presidenta de la Cámara de Turismo del Guayas - Sector Playas.

6.2.3 Resultados.

Como se señaló en el punto anterior, para la adquisición de la información significativa para este proyecto, se realizó las encuestas a 379 personas en la Ciudad de Guayaquil, sector Urdesa, perteneciente a la parroquia Tarqui, para aquello se elaboró un formulario con 5 preguntas que se usaron en las encuestas. Ver en Anexo 2

Entre los resultados de las encuestas (Anexo3). En cuanto a la edad podemos analizar (Figura 4) que:

- El 46,44% de los encuestados, representan casi la mitad de la información analizada y poseen edades entre 30 y 45 años.
- El siguiente valor casi similar al anterior pudimos analizar que el 43,80% de los encuestados tienen edades entre 15 y 29 años de edad
- Con un 9,76% el menor porcentaje de las encuestas tienen edades de 46 años en adelante.

En cuanto a los encuestados según el sexo se pudo observar los resultados (Figura 5)

- El 50,66% de las personas encuestadas son de género femenino.
- El resultado restante 49.34% de los encuestados son de género masculino.

Con esto queremos acotar que se encuestó a 192 mujeres y 187 hombres, lo cual indican los resultados que existe un pequeño porcentaje más por parte del género femenino.

Orientándonos a las preguntas de interés realizadas en la encuesta, se pudo analizar que, en base a la pregunta, ¿Cuál de estas playas usted prefiere visitar? Podemos observar (Figura 6) que:

- El 42,74% prefieren visitar Salinas.
- El 37,73% respondieron que preferirían visitar General Villamil Playas.
- El 13,46% de preferencia tiende a visitar Ayangué.
- Con el 6,70% siendo el dato más bajo prefiere visitar Olon.

Con relación a la pregunta anterior queríamos medir porque prefieren visitar la playa que eligieron y los resultados fueron (Figura 7):

- El 44,85% prefieren la organización y limpieza en una playa
- El 26,39% de las personas encuestadas prefieren las playas cercanas.
- Con el 18,73% prefieren visitar por sus alimentación y hospedaje económico.
- Mientras que el 10,03% prefieren visitarla por referencias de otras personas.

A las personas encuestadas una vez conocido el concepto de Comunidad Virtual se les pregunto por medio de la encuesta si ¿Alguna vez han usado una comunidad virtual?, lo cual se obtuvo resultados positivos (Figura 8)

- Con un 71,50% dijeron que SI han usado alguna vez una comunidad virtual.
- Mientras que una menor parte con 28,50% indicó que NO habían usado una.

A las personas que respondieron que, si han utilizado una comunidad virtual, se les pidió que definiera que tipo y en base a esto se pudo analizar que (Figura 9):

- La mayoría de personas encuestadas 150 utilizan una comunidad virtual de tipo educativo ya sea mediante la

plataforma de su universidad o la de los colegios con un 39,58%.

- En cuanto a 69 personas equivalente al 18,21% mencionó que ha utilizado de tipo entretenimiento.
- El 12,93% de los encuestados indicaron que han usado de tipo informativo esto quiere decir 49 personas.
- Mientras que una pequeña parte 2 personas con el 0,50% indican que han usado a una comunidad virtual de tipo social.
- Y una persona con el 0,26% de tipo gastronomía.
- Quedando 108 personas de las encuestadas con porcentaje del 28,50% no han usado una comunidad virtual.

Uno de los resultados más interesantes que proyectaron las encuestas (Figura 10) es que:

- Del total de encuestados 297 equivalente al 78,36%, respondieron que estarían interesados en unirse a una comunidad virtual donde puedan obtener información de su sitio turístico de interés.
- Mientras que un 21,64% de los encuestados indicaron que no estarían interesados.

Esto da como resultado que existe interés de parte de los encuestados a pertenecer a una comunidad virtual.

Entre los resultados obtenidos según la escala de Liker se pudo percibir que:

- Con un 45,65% de los encuestados le gustaría mediante fotos conocer lugares turísticos valorándolo como extremadamente interesante.
- En cuanto al 16,36% indicaba que le era muy interesante.
- El 10,03% de los encuestados indicaron que le parecía algo interesante.
- Con 3,43% cifra muy baja indicaron que le es poco interesante.
- Y el 2,90% no les pareció interesante.

Con estos datos podemos ver una gran aceptación de nuestros encuestados al recibir información mediante fotos. Ver Figura 11

También percibimos que tan interesados están en conocer un sitio turístico mediante videos y el resultado de los encuestados (Figura 12) fueron que:

- El 37,47% siendo extremadamente interesante le gustaría conocer lugares turísticos mediante videos.
- Con un 22,16% lo ve muy interesante
- El 13,72% de la muestra indico que es algo interesante
- Mientras que el 3,96% indico que le parece poco interesante.
- Y con una cifra mínima 1,06% indico nada interesante.

Así mismo tomando los datos de los encuestados, dijeron que les gustaría conocer lugares turísticos mediante comentarios (Figura 13):

- El 25,86% siendo el valor considerado como extremadamente interesante.
- Con un 17,68% dijeron que les parecería muy interesante y hubo una igualdad.
- Con 17,68% respondieron que les parecía algo interesante.
- Con 9,76% los encuestados dijeron que poco les interesaría saber de un lugar por comentarios.
- Con una cifra muy baja 7,39% no les parece nada interesante.

Como análisis de los datos podemos percibir que los encuestados tienen poca aceptación de recibir información mediante comentarios.

Uno de los datos más positivos tomados de los encuestados (Figura 14) es que:

- Con un 47,23% prefiere ver información de lugares turísticos mediante recorridos virtuales siendo este extremadamente interesante.
- Con porcentajes bajos como 15,30% muy interesante.
- El 10,82% de datos arrojó que es algo interesante.
- Con un 3,96% siendo poco interesante.
- Y con un 1,06% nada interesante.

Como otros datos tuvimos la pregunta de qué forma le gustaría tener información adicional del lugar turístico.

Y obtuvimos información importante de la pregunta ¿Le gustaría tener información del lugar turístico de interés con un Calendario de Actividades?

Sus respuestas fueron (Figura 15):

- El 35,09% de los encuestados respondieron que les es extremadamente interesantes.
- Una cifra muy pareja que arrojó los datos es que el 16,36% les parece muy interesante.
- Y el 15,04% les pareció algo interesante.
- Con el 6,86% les pareció poco interesante
- Al 5,01% les resulto nada interesante sobre los calendarios de Actividades

Con relación a la pregunta ¿Les gustaría conocer de los lugares turísticos mediante blog? los resultados fueron (Figura 16):

- Con el 16,36% les parece extremadamente interesante.
- Luego 20,32% de los encuestados indicó que es muy interesante.
- El 24,80% le pareció algo interesante.
- El 11,80% les pareció poco interesante.
- Y al final les parece nada interesante al 5,80%

Indicando que la gente no tiene mucho interés en conocer los lugares turísticos mediante Blogs

A la pregunta ¿Les gustaría conocer de los lugares turísticos mediante Foros? los resultados fueron (Figura 17):

- 25,07% les parece algo interesante.
- 19,26% muy interesante.
- 16,09% extremadamente interesante
- 11,35% poco interesante.
- 6,60% nada interesante.

También indicando que la gente no tiene interés en conocer los lugares turísticos mediante Foros.

Como último punto tenemos ¿Les gustaría conocer de los lugares turísticos mediante mensajería instantánea?

Podemos observar (Figura 18) y concluir que:

- El 28,50% prefiere mensajería instantánea como extremadamente interesantes
- El 18,47% como muy interesante
- El 15, 57% indicaron como algo interesante.
- El 9,50% les parece poco interesante.
- El 6,33% Nada interesante.

7. PROGRAMA DE TRABAJO

7.1. Cronograma de Actividades

Tabla 3. *Cronograma de Actividades*

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Antecedentes	X			
Justificación del Proyecto	X			
Descripción de la situación problema	X			
Formulación del Problema	X			
Delimitación del Problema	X			
Objetivos Generales	X			
Objetivos Específicos	X			
Relación del Proyecto con el programa de estudio		X		
Marco Teórico		X		
Métodos y técnicas utilizadas		X		
Criterios para elaborar la propuesta			X	
Cronograma de Actividades			X	
Recursos			X	
Presupuesto			X	
La Propuesta				X
Conclusiones				X
Recomendaciones				X
Referencia				X
Anexos				X
Sitio Web				X
Power Point				X

Fuente: Los autores.

7.2 Recursos

Se utilizaron los siguientes recursos para el desarrollo del presente proyecto:

Recursos tecnológicos

- Computadora
- Cámara Fotográfica
- Cámara Samsung Gear 360°
- Dispositivo Móvil (Aplicación Grabadora)

Herramientas informáticas

- Google Forms
- Herramienta “IBM Statistics SPSS 20”

7.3 Presupuesto

Tabla 4. *Presupuesto*

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Laptop HP Pavilion 14 NoteBook - Intel Core i5	1	\$400,00	\$400,00
Laptop Hp Pavilion 14 NoteBook - Intel Core i7	1	\$900,00	\$900,00
Impresora Samsung M2070 Laser	1	\$450,00	\$450,00
Hosting Anual (Profesional)	1	\$55,00	\$55,00
Dominio	1	\$12,00	\$12,00
Servicio Básico (Internet-Energía Eléctrica)	1	\$45,00	\$45,00
Viáticos (\$25 x3 días)	2	\$75,00	\$150,00
TOTAL			\$2.012,00

Fuente: Los autores.

8. La propuesta

8.1 Introducción

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una comunidad virtual www.comunidadplayas.com para dar a conocer los diferentes lugares turísticos del Cantón Playas de la Provincia del Guayas, en la cual los usuarios podrán interactuar entre sí, mediante blog, foros, comentarios para de esta forma incentivar al turista que visite dicho cantón.

8.2 Público objetivo

Para el estudio de este proyecto se han considerado hombres y mujeres de clase media – alta con disponibilidad de viajar con frecuencia desde diversos sectores del Ecuador hacia el Cantón Playas de la Provincia del Guayas.

Se ha determinado como público objetivo con estas peculiaridades, ya que algunas personas no conocen todo el entorno turístico del cantón por motivos que se encuentran distanciados de ciertos lugares y su acceso debe ser en lo posible mediante vehículo particular, por esto es que se ha delimitado la edad base en 18 años de edad en adelante, por la razón que se debe contar con una licencia de conducción.

8.3 Diseño del sitio

En el sitio web los colores principales son un fondo blanco, el logo es la vista colorida de una playa, fue diseñado bajo el gestor de contenido Wordpress y un diseño web adaptable a cualquier dispositivo para ser apreciado correctamente.

Para la organización del contenido subido por los usuarios se usan varios plugins encargados de las diversas funciones, se trabajó en el CSS de la plantilla y el php como base de datos.

8.4 Contenido del sitio

Inicio: En la página principal del sitio web, se podrá observar un menú, debajo un slider interactivo con botones para ir a las distintas páginas, en la parte inferior se encuentra el espacio para iniciar sesión

Actividades: se podrá visualizar las diferentes actividades que realicen los usuarios registrados, tal como es una comunidad virtual.

Miembros: En esta categoría se visualizará todos los miembros que estén registrados en la misma.

Grupos: Estarán los grupos que se creen dentro de la comunidad, conformados por los mismos usuarios, estos tratarán de diferentes temas referente al Turismo del Cantón Playas.

Blog: Constara de blogs informativos sobre novedades y actividades que identifiquen al Cantón.

Foro: Aquí irán debates consultas y temas de discusión que responderán entre los mismos usuarios.

Lugares Turísticos: Desplegara un sub Menú para ver las distintas playas que posee el cantón, las cuales son Playa El Pelado, Playa Engabao, Gral. Villamil Playas, Playa El Faro, tendrán información de las playas, como llegar, fotos y videos de las actividades que se realizan, e imágenes virtuales 360° para que pueden observar los diferentes puntos de vista.

Eventos: Se visualizará en un calendario los eventos y actividades que se realizan en el Cantón.

Trámites Municipales: En esta sección va un enlace que ira a la página de GAD para realizar diversos trámites en el cantón.

8.4 Publicación del sitio

Para publicar el sitio web se adquirió un dominio y hosting, la cual brinda un amplio soporte de almacenamiento, este alojamiento posee un plan

médium se renueva anualmente, el registro del dominio es www.comunidadplayas.com

8.5 Administración del sitio

La comunidad virtual ha sido implementada por los autores, la página web aceptará que los usuarios se registren de forma gratuita, publiquen contenido apto para el sitio.

8.6 Definición de recursos físicos

Hardware y Software implementado en la comunidad virtual

Tabla 5. *Recursos Físicos*

Descripción	Cantidad
Espacio en disco duro	10 GB
Banda ancha	1.000 GB
Base de datos	10 GB
Dominios adicionales	3
Sub-Dominios	9
Cuentas de Correo Electrónico	Ilimitada

Fuente: Los autores.

8.7 Impacto social y ambiental.

Esta comunidad virtual tiene como objetivo contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas, por medio de esta herramienta tecnológica poder acercar a más turistas de diferentes partes del Ecuador.

8.8 Plan de Marketing para dar a conocer la comunidad virtual

Se planea desarrollar diferentes formas de medios publicitarios (impresos) en los cuales se planea obtener la ayuda del sector público y privado. Mediante los cuales se desarrollarán de la siguiente manera:

Se realizará convenios con los distintos hoteles, bares y restaurantes del Cantón Playas, esto se llevará a cabo mediante un intercambio mutuo de publicidad, donde nuestra página web llevara información de estos sitios para darlos a conocer y a la vez ellos entregaran publicidad de nuestra comunidad a sus clientes.

Otra forma de publicidad que implementaremos es llegar a un acuerdo con el GAD (Municipio de Playas) en el cual ellos brindaran un aporte económico para los distintos proyectos publicitarios que abarca lo que son: banners, rolls-up, folletos, pancartas, etc.

Además, se desarrollará un Fan Page (Página de Facebook) en el cual se promocionará la comunidad virtual e incentivará a que los usuarios se registren.

8.9 Legislación.

Este proyecto se fundamentó en el ámbito del comercio electrónico, mediante las leyes que serán definidas por la “Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos” del Ecuador.

8.10 Seguridad.

Edamhost que es el proveedor del servicio de dominio y hosting, afirma que posee el protocolo SSL (Secure Sockets Layer) o en español capa de conexión segura, este es un protocolo criptográfico que brinda la autenticidad, confidencialidad e integridad en un enlace cliente servidor (Muñoz, 2011).

9. Conclusiones y Recomendaciones

Para concluir con el desarrollo de esta tesis este apartado está dedicado a mostrar las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo de este trabajo. Esto se dará con el fin que se pueda continuar el proyecto y mostrar los beneficios obtenidos.

9.1 Conclusiones.

La finalidad de la presente tesis ha sido la implementación de una comunidad virtual para contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas y gracias a las encuestas realizadas se observó primeramente que 162 personas de los encuestados equivalente al 42,70% prefieren visitar la Playa de Salinas y 143 personas equivalente al 37,70% prefieren visitar General Villamil Playas, con relación al porque eligieron estas playas el 44,90% indico que prefieren una playa con buena organización y limpieza, mientras que el 26,40% las prefieren por su cercanía.

También se pudo observar que 271 personas igual al 71,50% de los encuestados han usado una comunidad virtual siendo esta educativa, informática, de entreteniendo u otros temas de interés por lo tanto saben la modalidad de uso en una comunidad virtual, este fue otro punto favorable para nuestro proyecto.

Por último, se notó que el 78,40% de los encuestados están interesados en la implementación de una comunidad virtual para que conozcan los lugares turísticos de su interés mediante fotos videos y recorridos virtual siendo el ultimo como el favorito de las personas ya que les parece

novedoso e interesante y también para poder conocer más de este punto turístico de interés.

9.2 Recomendaciones.

El uso de la comunidad virtual por parte de los moradores del sector sería de gran ayuda para los turísticas, por el motivo que ellos conocen mejor del cantón y así podrán despejar cualquier inquietud que tenga el turista.

Además, sería importante que por parte de las autoridades pertinentes del cantón incentiven al desarrollo turístico del mismo, podrían imponer ordenanzas municipales para que los habitantes mejoren las fachadas de sus hogares y hoteles, manteniendo limpias las calles y las playas por el motivo que la limpieza de las mismas da un buen aspecto para que los turistas los visiten, ya que en el resultado de las encuestas reflejaron que las personas prefieren una playa organizada y limpia.

También se recomienda hacer publicidad a través de internet porque actualmente es el medio más usado a nivel nacional e internacional, resaltando los lugares de interés y las diversas actividades que se pueden realizar en el cantón para atraer la afluencia de turistas tanto nacionales y extranjeros.

10. Referencias

- Albarracín, P. (2011). *Comunidad virtual sobre los lugares turísticos de la ciudad de cuenca*. Universidad de Israel, Quito. Recuperado de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/220>
- Alonso, M., & Blasco, E. F. (2006). Internet y sus aplicaciones al sector turístico, 80.
- Bigné, J. E., Alcañiz, J. E. B., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC Editorial. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8473562623>
- Bubniak, F., Eden, N., Medina, I., & Jesús, F. (2015). Usurpación de identidad en las redes sociales. Facebook y twitter. Tratamiento legal y jurisprudencial en Chile. *Repositorio Académico - Universidad de Chile*, 452.
- Chirinos Morelo, N., Vera Guadrón, L., & De Luque Sánchez, A. (2013). Empleo de wordpress con estudiantes de postgrado para el diseño de un modelo metacognitivo de enseñanza. *Revista de medios y educación*, 212.
- Cuzme Rodriguez, F. G. (2015). *El internet de las cosas y las consideraciones de la seguridad*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, Quito. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8492/INTERNET%20D E%20LAS%20COSAS%20TESIS%20Y%20CONSIDERACIONES%20DE%20SEGURIDAD%20-%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Date, C. J. (2001). *Introducción a los sistemas de bases de datos*. Pearson Educación. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9684444192>

de Benito, B. (2000). Herramientas para la creación, distribución y gestión de cursos a través de Internet. *Universitat de les Illes Balears*, 12(12), 7.

Gaitán, J. J., & Pruvost, A. G. (s. f.). *El comercio electrónico al alcance de su empresa*. Universidad Nac. del Litoral. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9875081671>

INEC. (2010). Instituto Nacional De Estadísticas Y Censo [Informativa].

Recuperado de www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/

Muñoz, A. (2011, julio). Lección 9: Introducción al protocolo SSL [Informativa].

Recuperado de

<http://www.criptored.upm.es/intypedia/docs/es/video9/DiapositivasIntypedia009.pdf>

Pazos, M., Pérez, A., & Salinas, J. (2001). Comunidades Virtuales: De Las Listas De Discusión a Las Comunidades De Aprendizaje [Informativa]. Recuperado de

<http://gte.uib.es/pape/gte/sites/gte.uib.es.pape.gte/files/COMUNIDADES%20VIRTUALES-%20De%20las%20listas%20de%20discusi%C3%B3n%20a%20las%20comunidades%20de%20aprendizaje.pdf>

Piazza, J. (2008). *El diseño es una mentira*. Redargenta - CommTOOLS.

Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9872375143>

Porter, C. E. (2004). A Typology of Virtual Communities: a Multi-Disciplinary Foundation for Future Research. *Journal of Computer-Mediated*

Communication, 10(1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>

Ramirez Moguel, P. (s. f.). ¿Qué es el diseño gráfico? [Informativa]. Recuperado de http://www.graphia.com.mx/pdf/que_es_diseno.pdf

Sáinz Peña, R. M. (Ed.). (2013). Identidad Digital: El nuevo usuario en el mundo digital, 155.

Salinas, J. (2003). Comunidades Virtuales y Aprendizaje Digital [Informativa].

Recuperado de

<http://gte.uib.es/pape/gte/sites/gte.uib.es.pape.gte/files/Comunidades%20Virtuales%20y%20Aprendizaje%20Digital.pdf>

Vargas Jiménez, D. S., & Otero Foliaco, J. E. (2015). Desarrollo e

Implementación de Recorridos 360° en portales Joomla!, 20(1), 9.

Villanueva, L. (2014). Guía de posicionamiento web, seo on y off page.

Recuperado de [https://luismvillanueva.com/wp-](https://luismvillanueva.com/wp-content/uploads/2014/11/ebook-posicionamiento-seo-lmv.pdf)

[content/uploads/2014/11/ebook-posicionamiento-seo-lmv.pdf](https://luismvillanueva.com/wp-content/uploads/2014/11/ebook-posicionamiento-seo-lmv.pdf)

Zamora Lucio, M. A. (2015). Internet. *Universidad Autonoma del Estado de*

Hidalgo, 2(3), 1.

11. Anexos.

Anexo 1. Muestra.

Figura 3. Calculo de muestra



Calculadora de Muestras

Margen de error:

Nivel de confianza:

Tamaño de Poblacion:

Margen: 5%
Nivel de confianza: 95%
Poblacion: 28060

Tamaño de muestra: 379

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza deseado
- p= Proporcion de la poblacion con la caracteristica deseada (exito)
- q=Proporcion de la poblacion sin la caracteristica deseada (fracaso)
- e= Nivel de error dispuesto a cometer
- N= Tamaño de la poblacion

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Anexo 2. Cuestionario de encuestas.

Edad (Años):

15 - 29

30 - 45

46 o más

Sexo:

Masculino

Femenino

1. ¿Cuáles de estas playas usted prefiere visitar?

Gral. Villamil Playas

Ayangue

Salinas

Olon

2. ¿Qué es lo que más le gusta de la playa antes seleccionada?

Organización/Limpieza

Alimentacion y Hospedaje Economico

Cercania

Referencias

Comunidad Virtual. - Es una plataforma virtual (Espacio alojado en la nube) en la cual sujetos (individuales o colectivos) interactúan entre sí, comentando, debatiendo y compartiendo información con los mismos temas en común, para satisfacer las necesidades de conocimiento.

Ahora que conoce el concepto de "Comunidad Virtual"

3. ¿Alguna vez ha usado una Comunidad Virtual?

Sí

No

Si su respuesta es "Sí" marque el tipo de Comunidad Virtual que ha usado

Educativo

Informativo

Entretenimiento

Otros_____

4. ¿Le interesaría unirse a una Comunidad Virtual en la cual puede obtener información mediante fotos, videos, comentarios y recorridos virtuales de los lugares turísticos de su interés?

Sí No

Si su respuesta es "Sí", Indique mediante escala del 1 al 5

5. ¿Mediante que herramienta le gustaría conocer de los lugares turísticos de su interés?

(1: Nada interesante - 2: Poco interesante - 3: Algo interesante - 4: Muy interesante - 5: Completamente Interesante)

Valoración	1	2	3	4	5
Fotos					
Videos					
Comentarios					
Recorridos Virtuales					

Indique mediante escala del 1 al 5.

6. ¿Qué tipo de contenido adicional le gustaría tener en esta Comunidad Virtual sobre el lugar turístico?

(1: Nada interesante - 2: Poco interesante - 3: Algo interesante - 4: Muy interesante - 5: Completamente Interesante)

Interés	1	2	3	4	5
Calendario de Actividades					
Blog					
Foros					
Mensajería Instantánea					

Anexo 3. Resultado de la encuesta.

Tabla 6. Edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Entre 15 - 29	166	43,80%
	Entre 30 - 45	176	46,44%
	46 en adelante	37	9,76%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

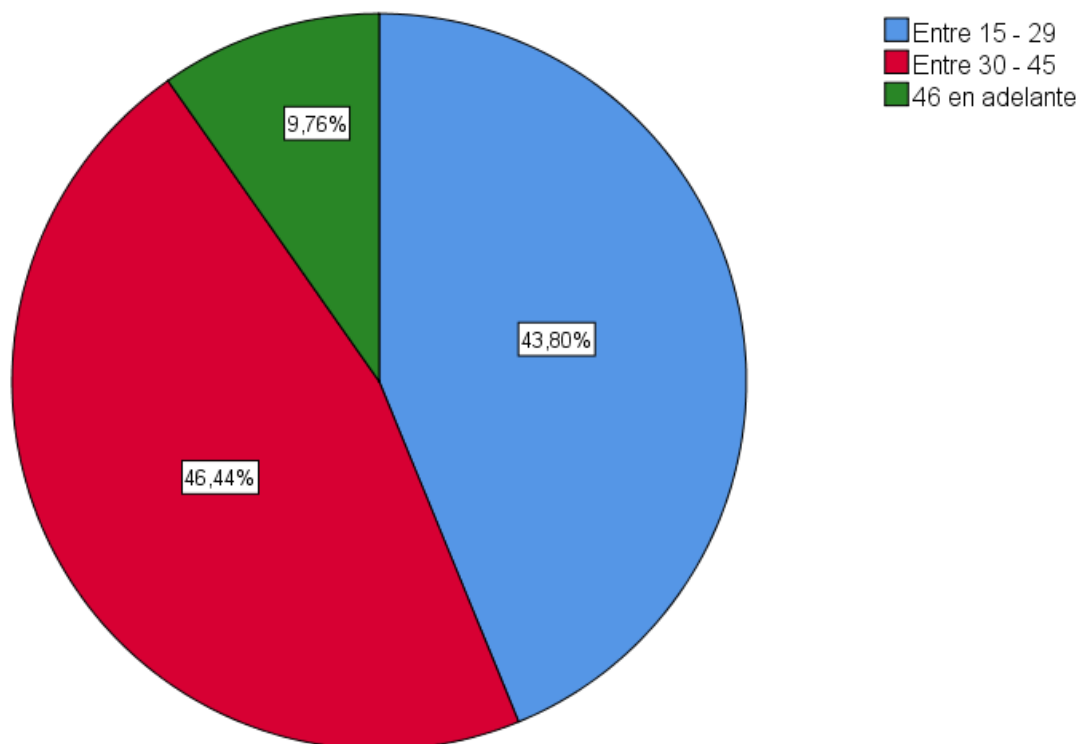


Figura 4. Edad de los encuestados

Elaboración: Por los autores

Tabla 7. Sexo de los encuestados.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	192	50,66%
	Masculino	187	49,34%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

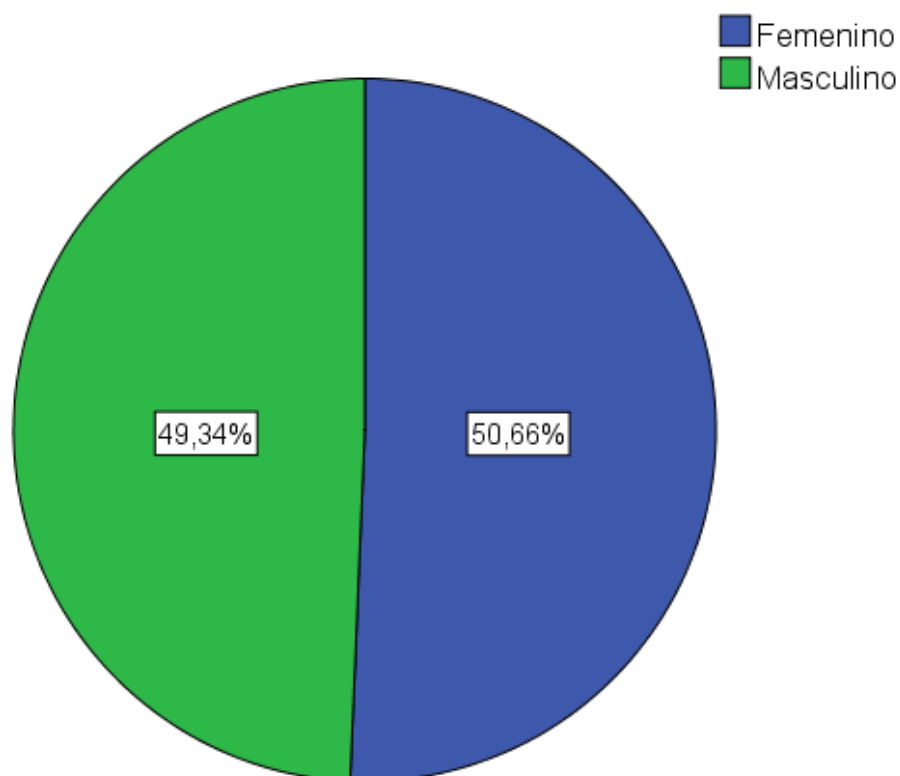


Figura 5. Sexo de los encuestados.

Elaboración: Por los autores

Tabla 8. Playas que los encuestados prefieren visitar.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	General Villamil Playas	143	37,73%
	Ayangue	51	13,46%
	Salinas	162	42,74%
	Olon	23	6,07%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

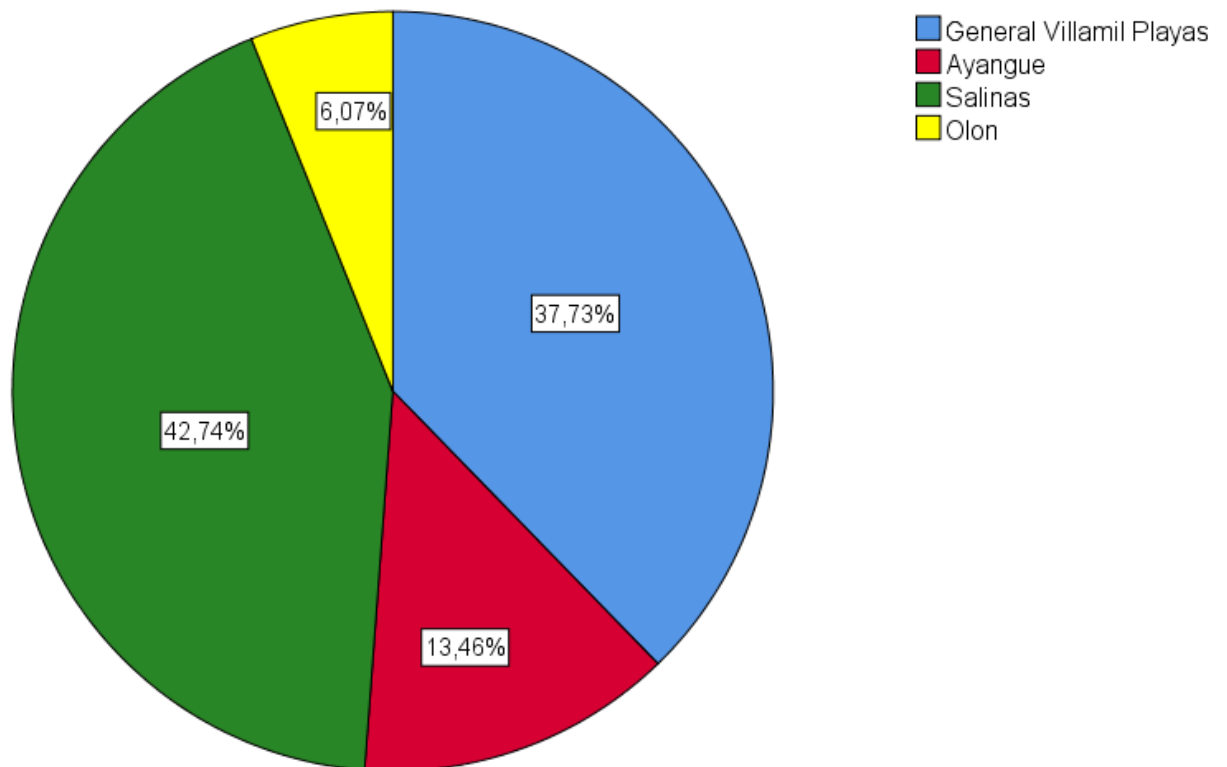


Figura 6. Playas que los encuestados prefieren visitar.

Elaboración: Por los autores

Tabla 9. Motivo por el cual prefieren visitar la playa mencionada.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Organización/Limpieza	170	44,85%
	Bajos Precios	71	18,73%
	Cercanía	100	26,39%
	Referencias	38	10,03%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

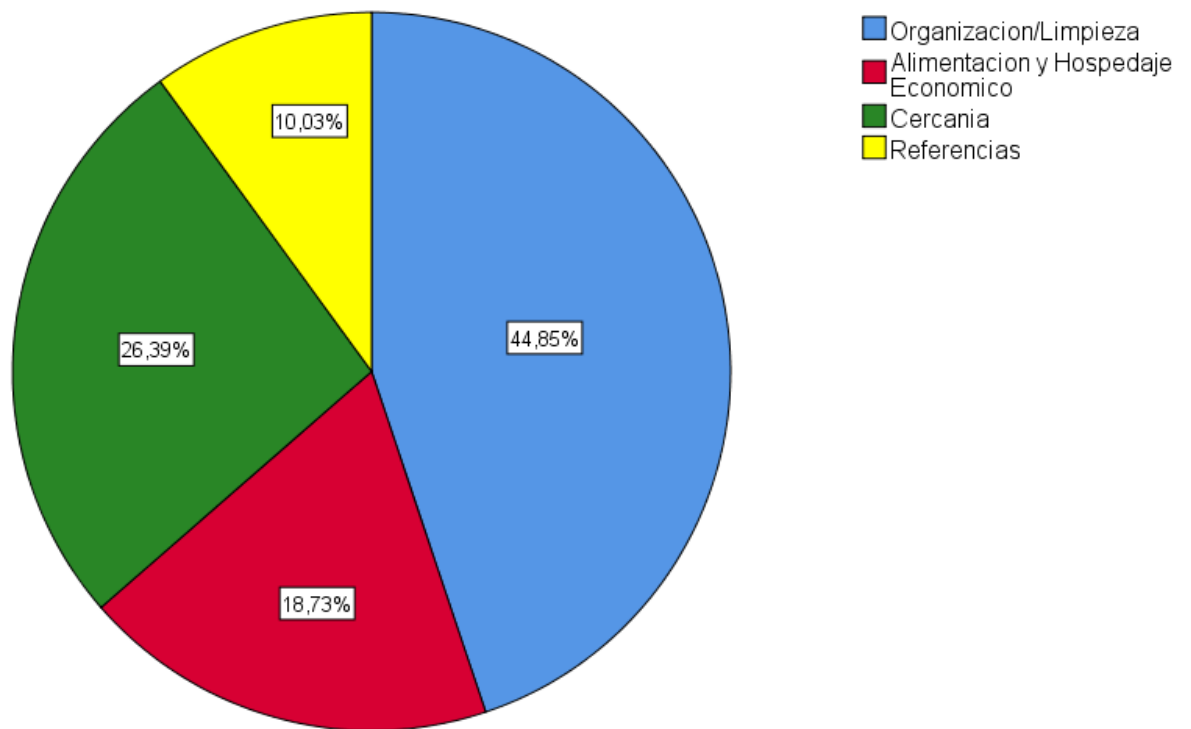


Figura 7. Motivo por el cual prefieren visitar la playa mencionada.

Elaboración: Por los autores

Tabla 10. Encuestados que han usado una Comunidad Virtual

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	271	71,50%
	No	108	28,50%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

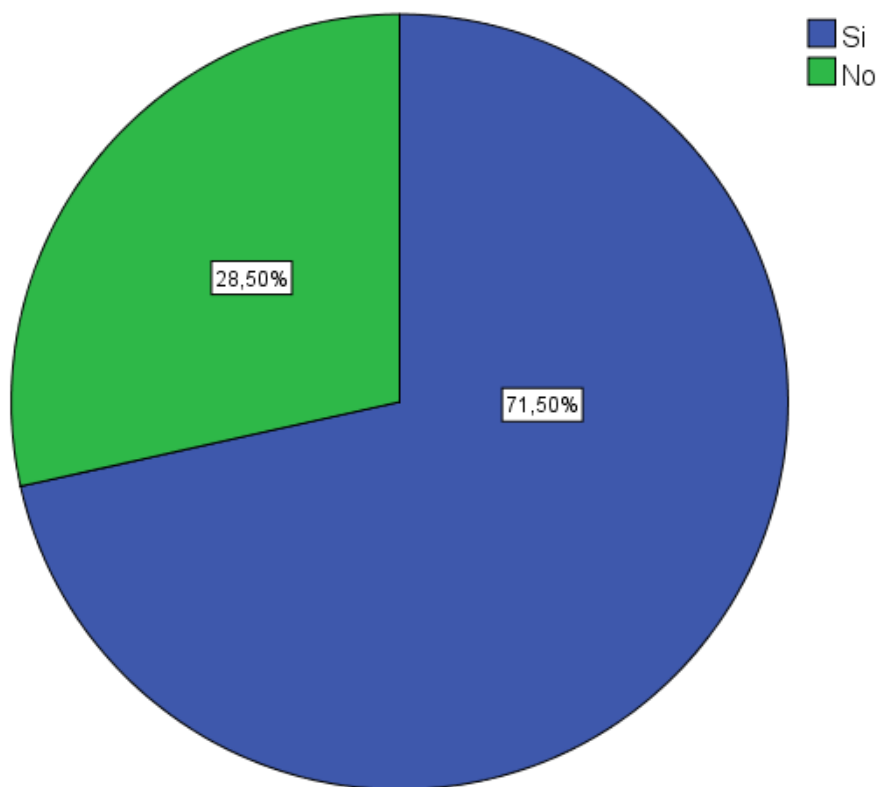


Figura 8. Encuestados que han usado una Comunidad Virtual

Elaboración: Por los autores

Tabla 11. Tipo de Comunidad Virtual usada por encuestados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Educativo	150	39,58%
	Informativo	49	12,93%
	Entretenimiento	69	18,21%
	Social	2	0,52%
	Gastronomía	1	0,26%
	'No Usado'	108	28,50%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

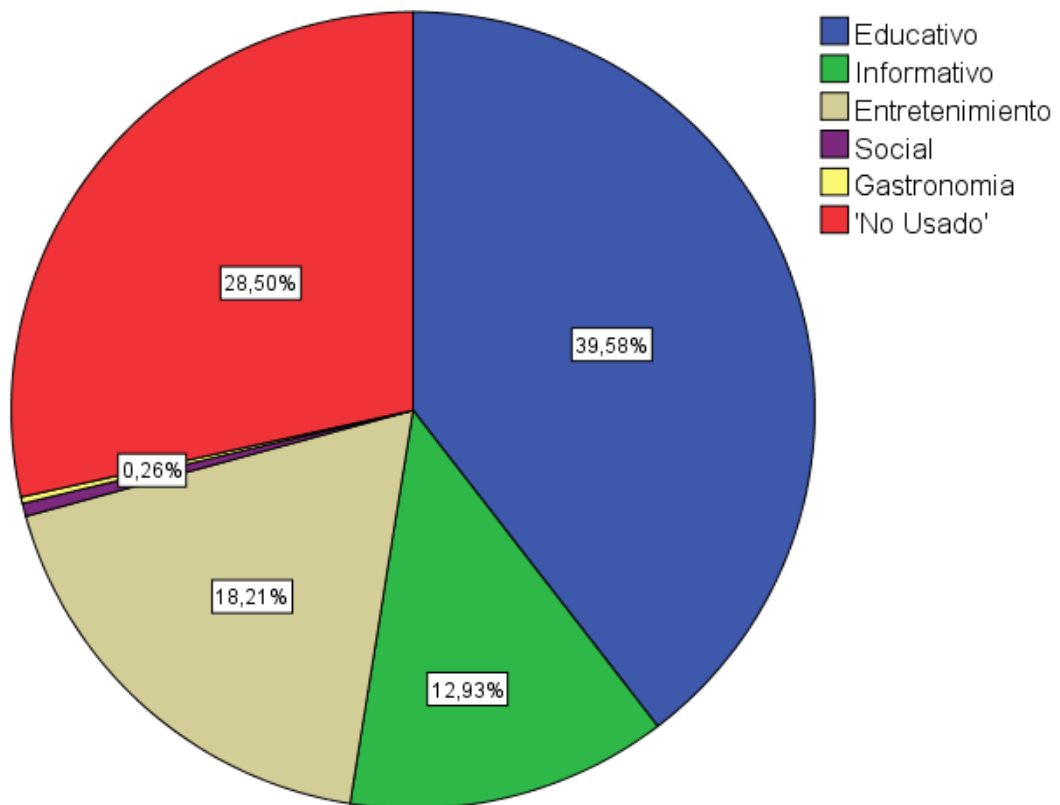


Figura 9. Tipo de Comunidad Virtual usada por encuestados.

Elaboración: Por los autores

Tabla 12. *Interesados a unirse a una Comunidad Virtual*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	297	78,36%
	No	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

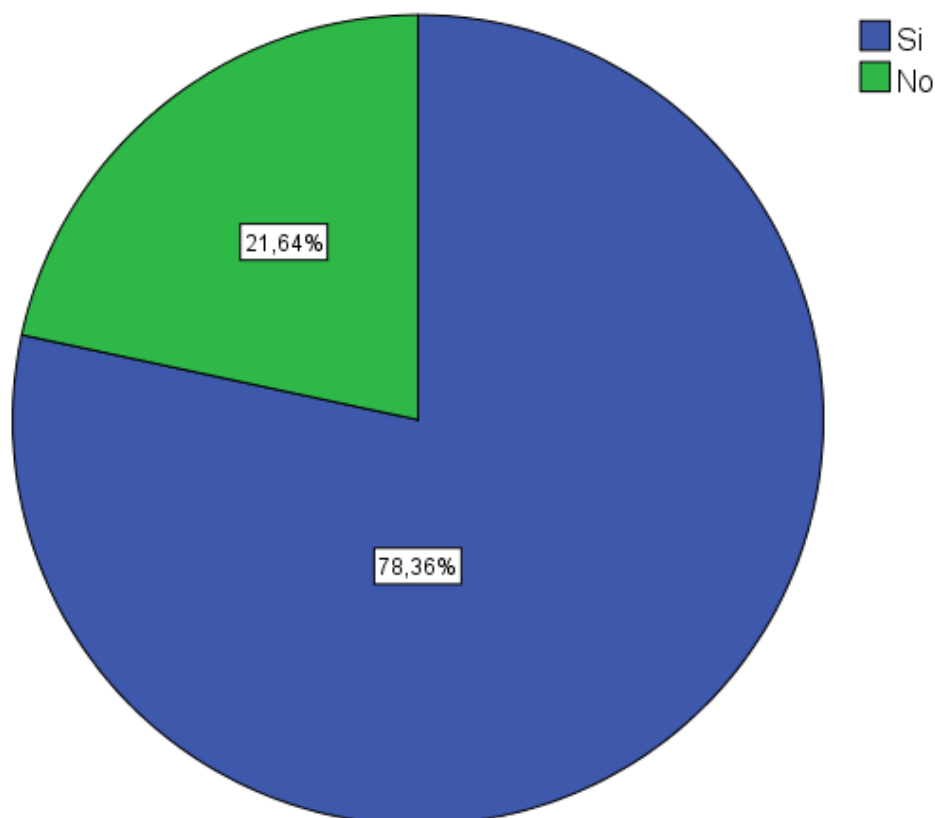


Figura 10. Interesados a unirse a una Comunidad Virtual.

Elaboración: Por los autores

Tabla 13. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante fotos*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Interesante	11	2,90%
	Poco Interesante	13	3,43%
	Algo Interesante	38	10,03%
	Muy Interesante	62	16,36%
	Extremadamente Interesante	173	45,65%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

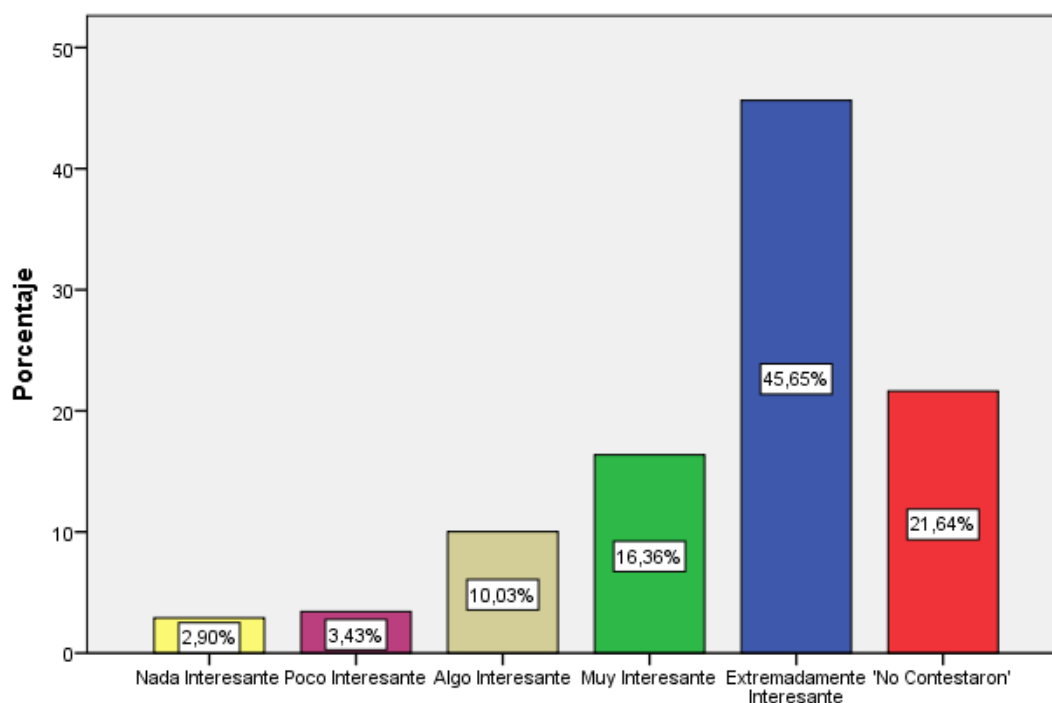


Figura 11. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante fotos.*

Elaboración: Por los autores

Tabla 14. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante videos*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Interesante	4	1,06%
	Poco Interesante	15	3,96%
	Algo Interesante	52	13,72%
	Muy Interesante	84	22,16%
	Extremadamente Interesante	142	37,47%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

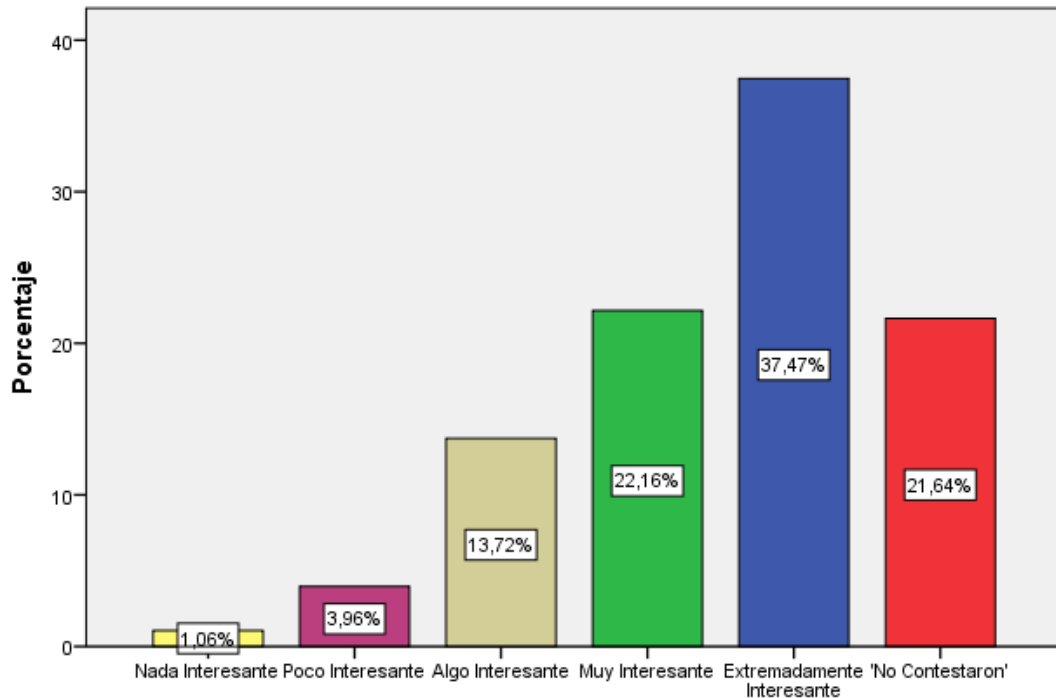


Figura 12. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante videos.*

Elaboración: Por los autores

Tabla 15. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante comentarios*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Interesante	28	7,39%
	Poco Interesante	37	9,76%
	Algo Interesante	67	17,68%
	Muy Interesante	67	17,68%
	Extremadamente Interesante	98	25,86%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

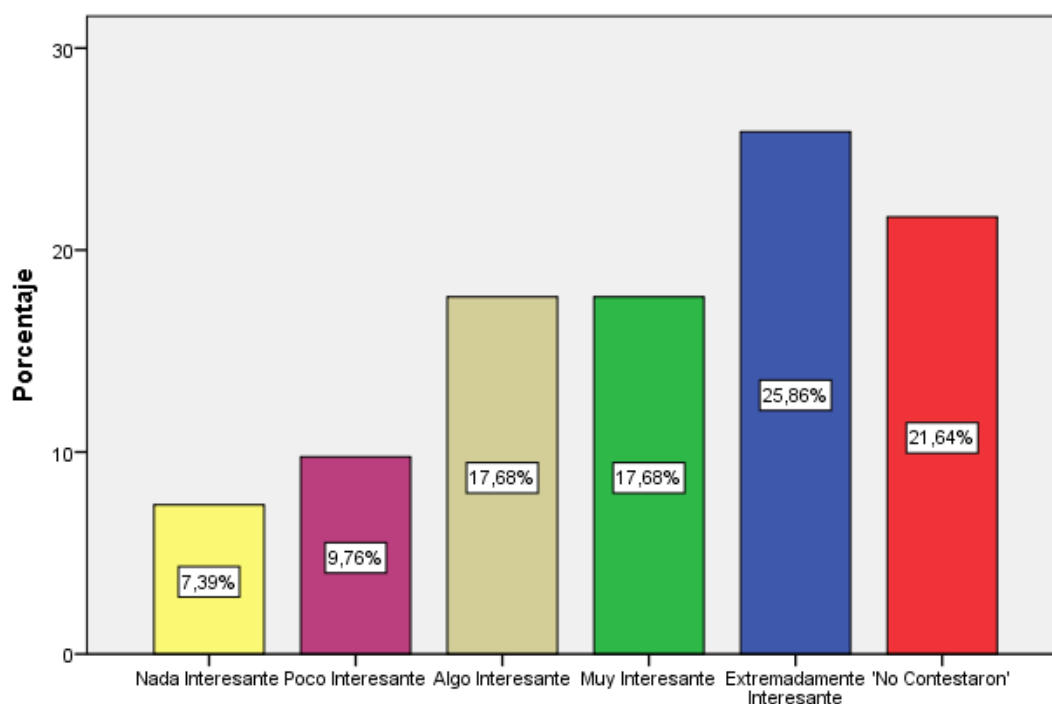


Figura 13. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante comentarios.*

Elaboración: Por los autores

Tabla 16. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante imágenes 360°*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Interesante	4	1,06%
	Poco Interesante	15	3,96%
	Algo Interesante	41	10,82%
	Muy Interesante	58	15,30%
	Extremadamente Interesante	179	47,23%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

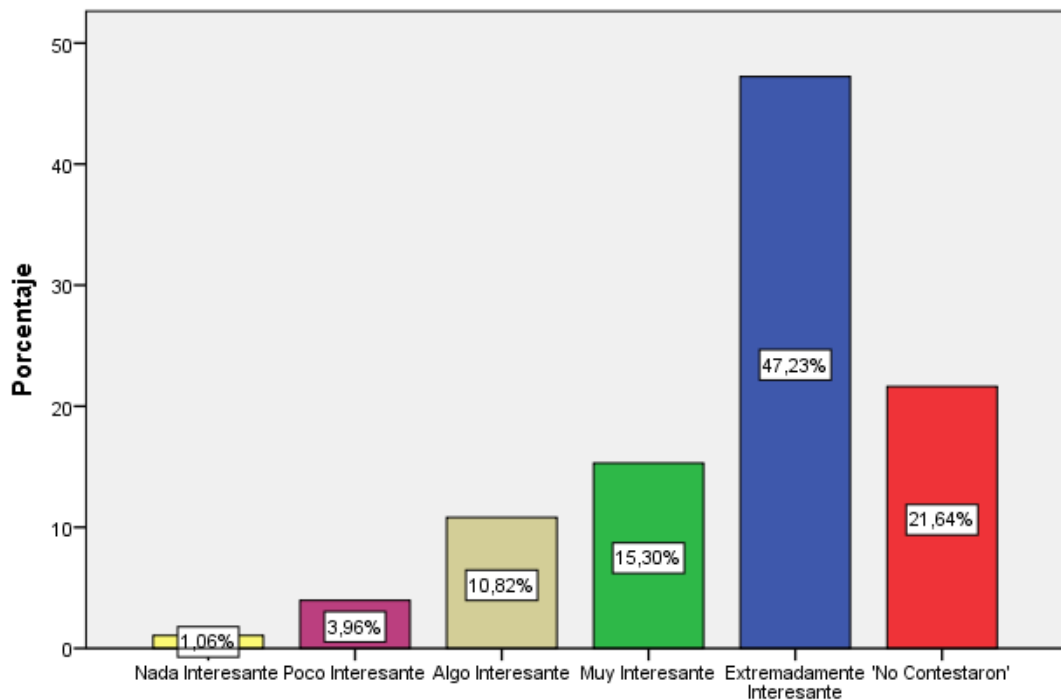


Figura 14. *Interesados en conocer de los lugares turísticos mediante imágenes 360°*

Elaboración: Por los autores

Tabla 17. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante un Calendario de Actividades*

		Frecuencia	Porcentaje
Valido	Nada Interesante	19	5,01%
	Poco Interesante	26	6,86%
	Algo Interesante	57	15,04%
	Muy Interesante	62	16,36%
	Extremadamente Interesante	133	35,09%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

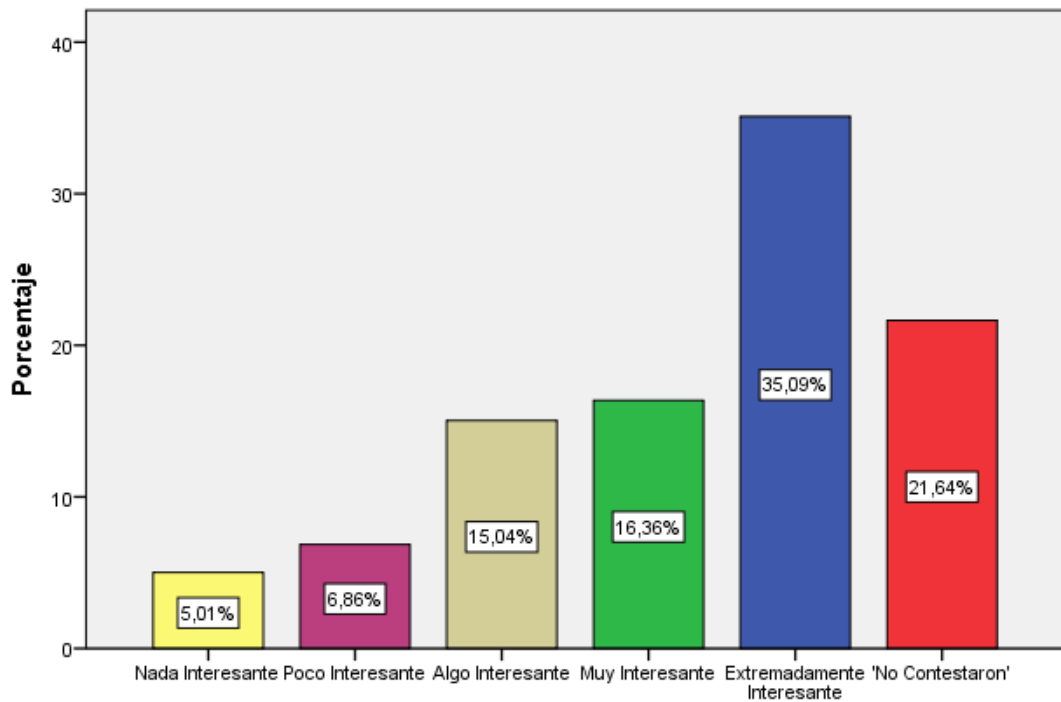


Figura 15. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante un Calendario de Actividades.*

Elaboración: Por los autores

Tabla 18. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante Blogs*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Interesante	22	5,80%
	Poco Interesante	42	11,08%
	Algo Interesante	94	24,80%
	Muy Interesante	77	20,32%
	Extremadamente Interesante	62	16,36%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

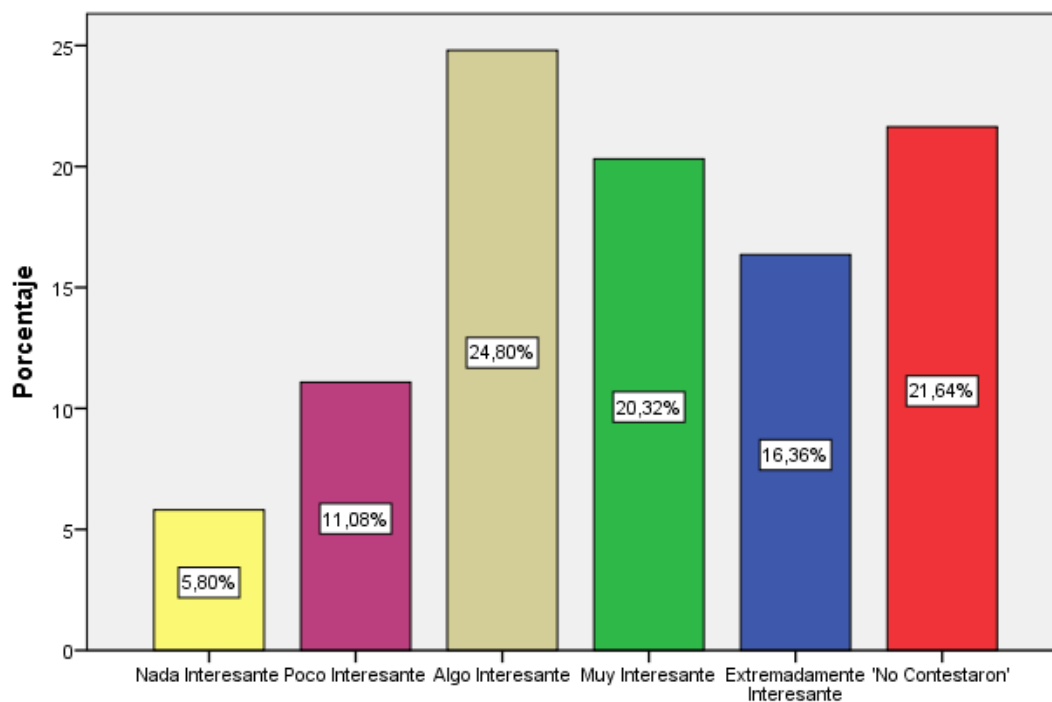


Figura 16. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante Blogs.*

Elaboración: Por los autores

Tabla 19. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante Foros*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Interesante	25	6,60%
	Poco Interesante	43	11,35%
	Algo Interesante	95	25,07%
	Muy Interesante	73	19,26%
	Extremadamente Interesante	61	16,09%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

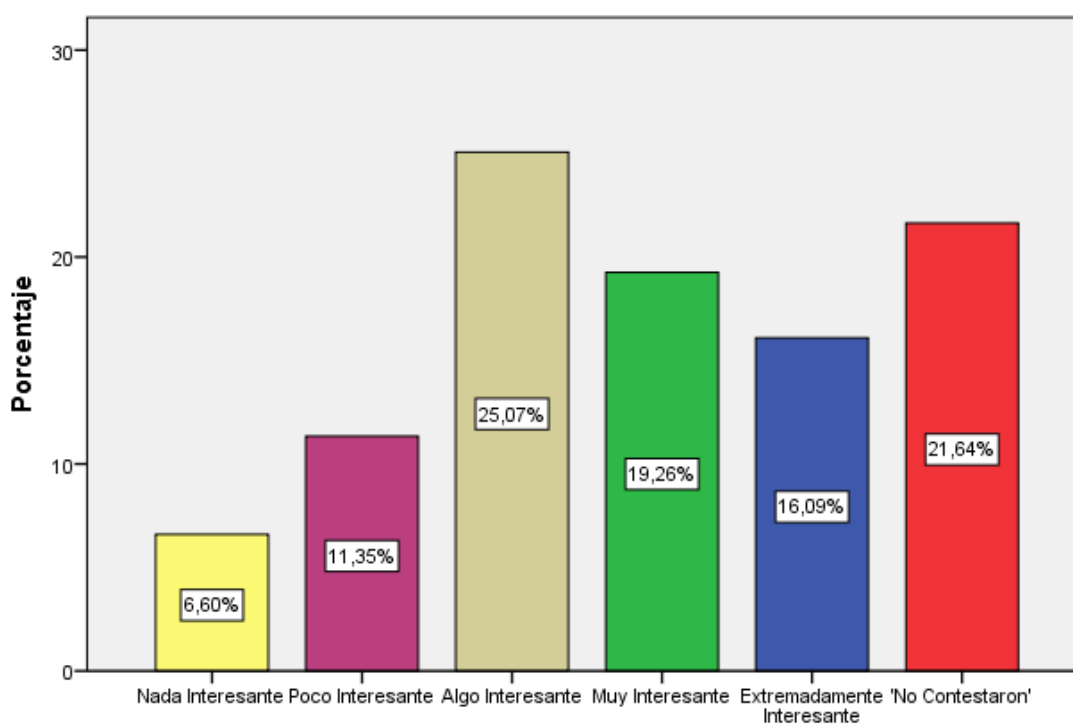


Figura 17. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante Foros.*

Elaboración: Por los autores

Tabla 20. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante Mensajería Instantánea.*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Interesante	24	6,33%
	Poco Interesante	36	9,50%
	Algo Interesante	59	15,57%
	Muy Interesante	70	18,47%
	Extremadamente Interesante	108	28,50%
	'No Contestaron'	82	21,64%
	Total	379	100,00%

Elaboración: Por los autores

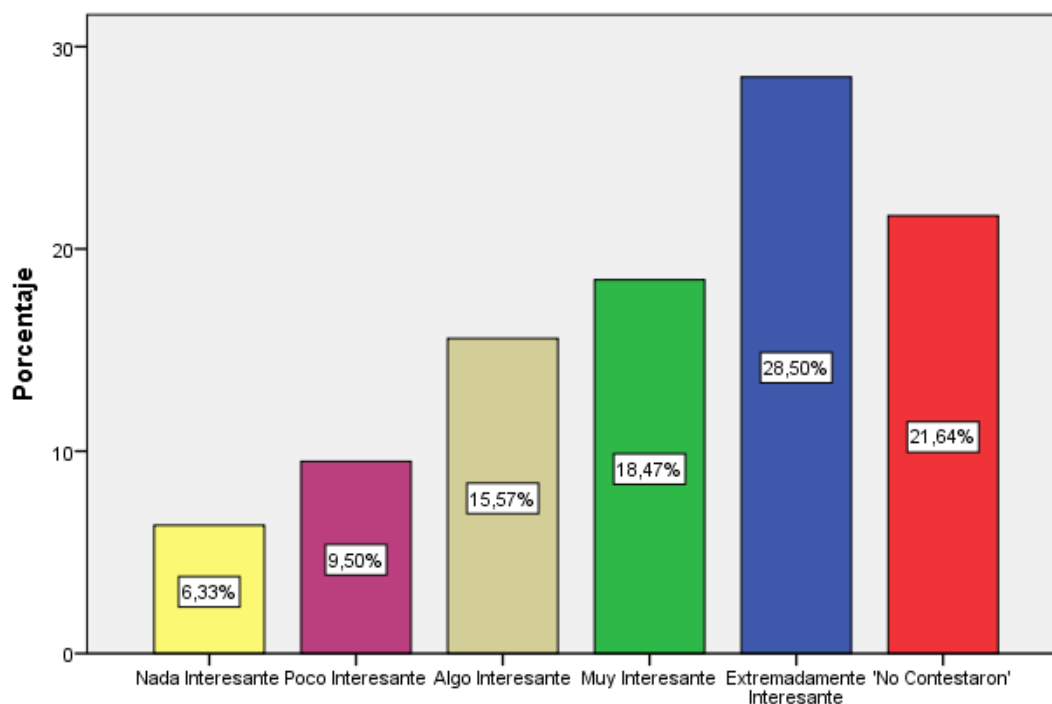
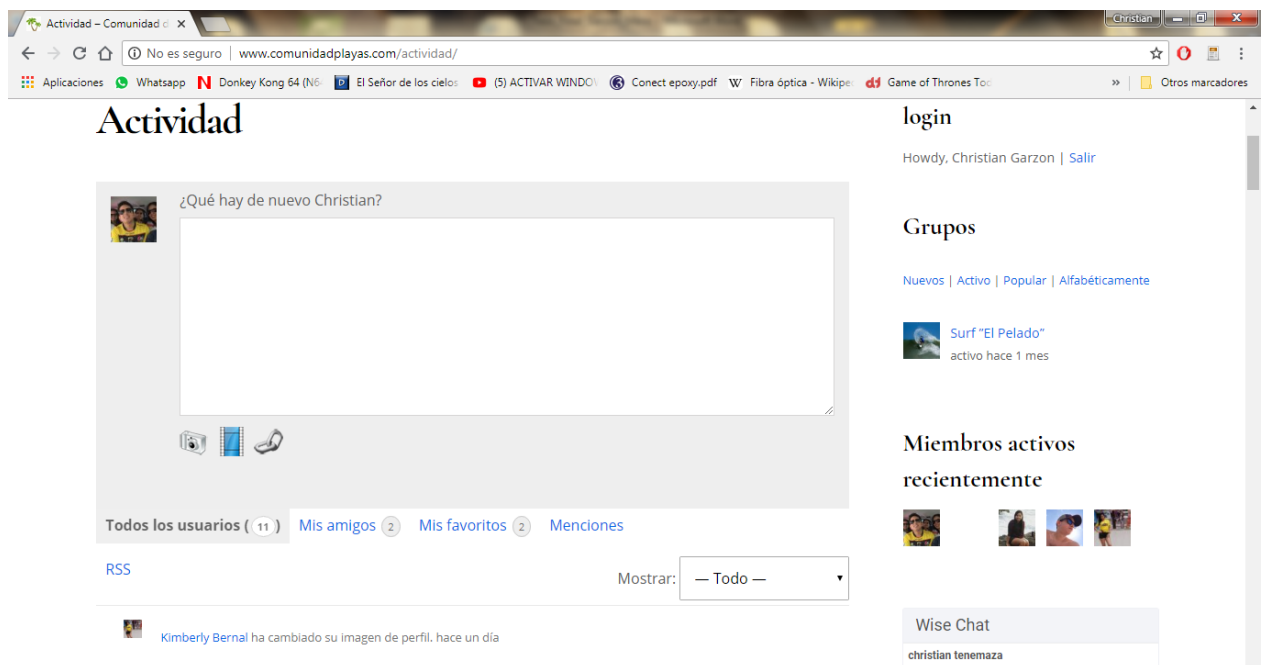
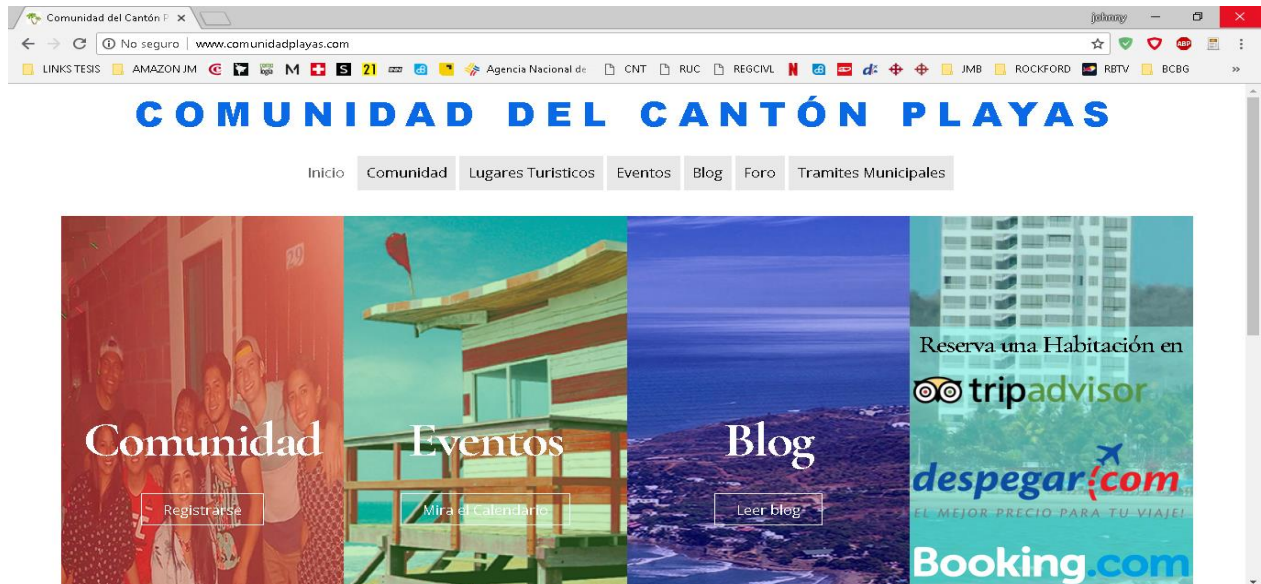


Figura 18. *Interesados en ver información adicional en la Comunidad Virtual mediante Mensajería Instantánea.*

Elaboración: Por los autores

Anexo 4. Capturas del Sitio Web



Miembros – Comunidad

www.comunidadplayas.com/miembros/








Miembros

Buscar usuarios...

Todos los usuarios (11) Mis amigos (2)



Ordenado por: Último activo

Viendo 1 - 11 de 11 miembros activos:

- 
Christian Garzon
 hace 2 minutos
- 
admin
 hace 5 minutos
- 
Sheyla Mite - "Cumpleaños mamá #JoyVpDisotec"
 hace 8 horas
- 
Jhonny Mera
 hace un día
- 
Kimberly Bernal
 hace un día
- 
Edison Valle
 hace 2 días
- 
christian tenemaza
 hace 13 días

login

Howdy, Christian Garzon | [Salir](#)

Contactanos (993) 997356338 (593) 997356253

Grupos – Comunidad de

cielo estrellado en la playa

www.comunidadplayas.com/grupos/


Grupos


Buscar Grupos...

Todos los grupos (2) Mis grupos (1) [Crear un grupo](#)

Ordenado por: Último activo

Viendo 1 - 2 de 2 grupos

- 
Campamentos entre amigos
 hace 7 minutos Grupo privado / 1 usuario



Un grupo para organizar una reunión entre amigos bajos las estrellas, la brisa del mar y la suave arena de colchón
- 
Surf "El Pelado"
 hace un mes

Lo mejor del surf de Playas en "El Pelado"

Viendo 1 - 2 de 2 grupos

login

Howdy, Christian Garzon | [Salir](#)

Contactanos (993) 997356338 (593) 997356253

Blog - Comunidad del C... | blog - Buscar con Google | como-crear-un-blog-737

No es seguro | www.comunidadplayas.com/blog-2/

Aplicaciones | Whatsapp | Donkey Kong 64 (N64) | El Señor de los cielos | (5) ACTIVAR WINDO... | Conect epoxy.pdf | Fibra óptica - Wikipedi... | Game of Thrones Top... | Otros marcadores

Inicio | Comunidad | Lugares Turísticos | Eventos | Blog | **Foro** | Tramites Municipales

UNCATEGORIZED

<p>agosto 26 2018</p> <p>Las balsas, tradición que se mantiene desde las culturas Valdivia y huancavilca</p> <p>Más... ></p>	<p>agosto 26 2018</p> <p>Cabalgatas en el Cantón Playas</p> <p>Más... ></p>	<p>agosto 21 2018</p> <p>Surf en el Cantón Playas</p> <p>Más... ></p>
---	--	--

Foro - Comunidad del C... | johany

No es seguro | www.comunidadplayas.com/foro/

LINKS TESIS | AMAZON JM | Agencia Nacional de | CNT | RUC | REGCIVIL | JMB | ROCKFORD | R8TV | BCBG

COMUNIDAD DEL CANTÓN PLAYAS

Inicio | Comunidad | Lugares Turísticos | Eventos | Blog | **Foro** | Tramites Municipales

Buscar en foros

Términos y Condiciones

Eventos - Comunidad de Playas

www.comunidadplayas.com/eventos/

LINKS TESIS AMAZON JM Agencia Nacional de Cont RUC REGCIVL JMB ROCKFORD RBTV BCBG


COMUNIDAD DEL CANTÓN PLAYAS

Inicio Comunidad Lugares Turísticos Eventos Blog Foro Trámites Municipales

VII Cabalgata de General Villamil Playas

25 de Agosto






Patronal en honor a la Virgen de la Merced

24 de Septiembre

Concierto de Fin de Año




Lugares Turísticos - Comunidad de Playas

www.comunidadplayas.com/pages/

LINKS TESIS AMAZON JM Agencia Nacional de Cont RUC REGCIVL JMB ROCKFORD RBTV BCBG

COMUNIDAD DEL CANTÓN PLAYAS

Inicio Comunidad Lugares Turísticos Eventos Blog Foro Trámites Municipales

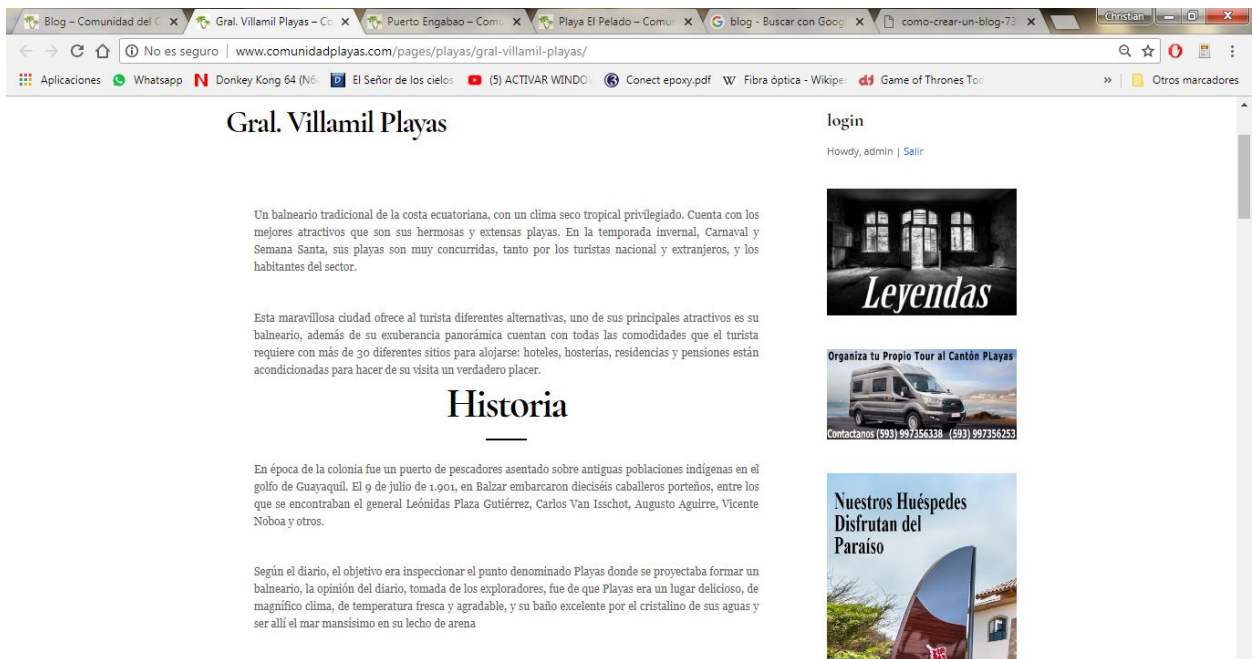


Puerto Engabao

Un paisaje que cautiva con sus grandes olas, ideal para surfistas

[Leer más](#)

General Villamil



Blog - Comunidad del C x Gral. Villamil Playas - C x Puerto Engabao - Comu x Playa El Pelado - Comu x blog - Buscar con Goog x como-crear-un-blog-73 x Cristian


No es seguro | www.comunidadplayas.com/pages/playas/puerto-engabao/

Aplicaciones Whatsapp Donkey Kong 64 (N El Señor de los cielos (5) ACTIVAR WINDO Conect epoxy.pdf Fibra óptica - Wikip Game of Thrones To Otros marcadores

Inicio Comunidad Lugares Turisticos Eventos Blog Foro Tramites Municipales

Puerto Engabao

El celeste y blanco de los cientos de botes pesqueros que bordean la orilla de este puerto resaltan entre los tonos verde oscuro de las olas que golpean las rocas, y el cielo azul que aparece en el intenso sol del mediodía. Con este paisaje, Engabao, recibe cada fin de semana a sus turistas.



Atractivos

login
Howdy, admin | Salir

Leyendas

Organiza tu Propio Tour al Cantón Playas
Contactanos (593) 997256338 (593) 997356253

Nuestros Huéspedes Disfrutan del Paraíso


Playa El Pelado - Comuni x Cristian

No es seguro | www.comunidadplayas.com/pages/playas/playa-el-pelado/

Aplicaciones Whatsapp Donkey Kong 64 (N El Señor de los cielos (5) ACTIVAR WINDO Conect epoxy.pdf Fibra óptica - Wikip Game of Thrones To Otros marcadores


Playa El Pelado

La playa El Pelado via Engabao "Playas - Guayas - Ecuador"



Es una agradable y tranquila playa ideal para caminatas y campamentos con deliciosa comida típica.

Cuenta con un agradable clima tropical que permite a todos sus visitantes gozar de un espléndido sol durante la mayor parte del año. Durante los meses de diciembre a abril la temperatura es bastante cálida, teniendo un promedio de 28°C. De mayo a noviembre, las temperaturas son más templadas, teniendo un promedio de 26°C.



Atardecer en la orilla de Punta El pelado

login
Howdy, admin | Salir

Leyendas

Organiza tu Propio Tour al Cantón Playas
Contactanos (593) 997356338 (593) 997356253

Nuestros Huéspedes Disfrutan del Paraíso

Esperando a www.comunidadplayas.com...



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, Garzón Burgos, Christian Gonzalo, C.C: #0950713768 y Mera Benavides Jhonny Eugenio, C.C: #0931241814 autores del trabajo de titulación: Implementar una comunidad virtual para contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas de la provincia del Guayas previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO ELECTRONICO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de septiembre de 2018

f. _____
Nombre: Garzón Burgos Christian Gonzalo
C.C: 0950713768

f. _____
Nombre: Mera Benavides Jhonny Eugenio
C.C: 0931241814

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Implementar una comunidad virtual para contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas de la provincia del Guayas		
AUTOR(ES)	Garzón Burgos Christian Gonzalo, Mera Benavides Jhonny Eugenio		
REVISOR/TUTOR	Alvarado Bustamante, Jimmy Salvador		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Comercio Electrónico		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio Electrónico		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	11 de Septiembre del 2018	No. DE PÁGINAS:	88
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio electrónico		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comunidad Virtual, Turismo, Cantón Playas, Viaje, Online		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Nuestro proyecto de una comunidad virtual empezó con el propósito de contribuir al fomento del turismo en el Cantón Playas, donde los usuarios puedan registrarse de forma gratuita y obtener información turística, para esto se obtuvo una muestra en el sector de Urdesa que pertenece a la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Los métodos utilizados para la obtención de la información es el método de muestreo probabilístico, así como las técnicas de encuestas y la entrevista que facilitó a la realización de la información cuantitativa y cualitativa.</p> <p>El resultado que se obtuvo mediante la encuesta arrojó datos muy positivos donde los usuarios estarían interesados en unirse a una comunidad virtual y recibir información para conocer, los lugares turísticos del Cantón Playas por medio de recorridos virtuales.</p> <p>Al concluir el presente proyecto de una Comunidad Virtual los usuarios podrán interactuar entre ellos, también brindarán información sobre los lugares turísticos del Cantón que se realicen en la misma.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0995973321 / 0982442853	E-mail: christiangb1995@hotmail.com / Johnny_141095@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. Cruz Luzuriaga María Isabel, MSIG		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.cruz09@cu.ucsg.edu.ec ;		



SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	