



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ESTUDIO SOBRE LA DEMANDA EN IBARRA DE LA POSADA TOURS RUMY HUASY PARA PROMOCIONAR A TRAVÉS DEL USO Y LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS WEB”.

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciada en la Especialidad de Diseño Gráfico.

AUTORA:

NELLY MARGARITA ALARCÓN GUAMÁN

DIRECTOR:

MSc. DAVID ORTIZ D.

Ibarra, 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del Trabajo de Grado titulada **"ESTUDIO SOBRE LA DEMANDA EN IBARRA DE LA POSADA TOURS RUMY HUASY PARA PROMOCIONAR A TRAVÉS DEL USO Y LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS WEB"**. De la señora Nelly Margarita Alarcón Guamán, previo a la obtención del Título de Licenciado en la especialidad de Diseño Gráfico.

A ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puede certificar por ser justo y legal.



MSc. David Ortiz Dávila.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A mis padres queridos que con amor y dedicación han sabido brindarme su apoyo incondicional en todo momento.

A mi esposo César y mi hija Danielita, quienes me han brindado su amor, alegría y esperanza animándome a culminar una etapa más en mi vida.

NELLY MARGARITA

AGRADECIMIENTO

- A mi Director de Trabajo de Grado, MSc. David Ortiz, quien me ha brindado su apoyo y conocimiento para culminar satisfactoriamente este trabajo investigativo.
- A la “UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”.
- A nuestros maestros, quienes me han brindado sus conocimientos y saberes.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE GRÁFICOS	IX
ÍNDICE DE TABLAS	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT.....	XII
CAPÍTULO I.....	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Formulación del problema.....	4
1.4. Delimitación del problema.....	4
1.4.1. Delimitación de las Unidades de Observación.....	4
1.4.2. Delimitación Espacial.....	4
1.4.3. Delimitación Temporal	4
1.5. Objetivos	5
1.5.1 Objetivo General	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Justificación	5
1.7. Factibilidad.....	7
CAPÍTULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Fundamentación Teórica.	9
2.2. Fundamentación de Diseño	9
2.2.1. ¿Qué es Diseño?	9
2.3. Marketing	10
2.4. Oferta	11
2.5. Promoción.....	12
2.6. Posada.....	12
2.7. Definición de publicidad	13

2.7.1. Publicidad	14
2.7.2. La función de la publicidad.....	14
2.7.3 Objetivo de la publicidad	15
2.7.4 Estrategia publicitaria.....	16
2.7.5. La estrategia de comunicación	17
2.7.6. Estrategia de Imagen corporativa	18
2.7.7. Estrategia en Redes sociales.....	18
2.7.8. Materiales promocionales	19
2.7.9. Estrategias creativas.....	19
2.8. Diseño Web	20
2.8.1. Sitio web	21
2.8.2. Página web	22
2.9. Tipografía web	23
2.10. Color para la web.....	24
2.11. Lenguaje de programación web.....	25
2.11.1. ¿Qué es HTML?	25
2.12. Sistemas Gestores de Base de Datos	26
2.13. MYSQL	27
2.14. Joomla	27
2.14.1. ¿Qué es joomla?.....	27
2.15. Características de publicación de páginas web en joomla.....	29
2.16. Editores de Diseño Gráfico.	30
2.16.1. Adobe Photoshop	30
2.16.2. Adobe Ilustrador.....	31
2.14. Posicionamiento Teórico personal.....	31
2.15. Glosario de términos.....	33
CAPÍTULO III	36
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1. Tipo de investigación	36
3.1.1. Investigación documental.....	36
3.1.2. Investigación de campo	36
3.1.3. Investigación Bibliográfica.....	37

3.1.4. Proyecto Factible	37
3.1.5. Tecnológico.....	37
3.2. Métodos	37
3.2.1. Método Descriptivo	38
3.2.2. Método Sistemático	38
3.4.3. Método Empírico	38
3.4.4. Método Analítico – Sintético.....	38
3.4.5. Método Bibliográfico	39
3.4.6. Matemático	39
3.5. Técnicas e instrumentos	39
3.6. Población y Muestra	40
3.6.1. Calculo de la muestra	40
CAPÍTULO IV.....	42
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
4.2. Entrevista a la dueña de la Posada Tours Rummy Huasy	59
CAPÍTULO V.....	62
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
5.1. Conclusiones	62
5.2. Recomendaciones	63
CAPÍTULO VI.....	64
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	64
6.1. Título de la Propuesta.....	64
6.2. Justificación e Importancia.....	64
6.3. OBJETIVOS.....	67
6.3.1. OBJETIVO GENERAL	67
6.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	67
6.4. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.....	68
6.5. ESQUEMA DE LA PROPUESTA.....	69
6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	70
6.7. JUSTIFICACIÓN.....	70
6.7. DESCRIPCIÓN DEL SITIO WEB.....	71

6.8. DIAGRAMA DE FLUJO DEL SITIO WEB “POSADA TOURS RUMY HUASY	72
6.9. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA	75
6.10. ELEMENTOS DE LA PUBLICIDAD BRIEF PUBLICITARIO POSADA TOURS RUMY HUASY.	78
CANTIDAD Y COSTOS / MESES.....	86
6.11. ESTRUCTURA DEL SITIO WEB	87
6.12. SITIO WEB.	89
6.13. DISEÑO DE LA PÁGINA WEB DE INICIO POSADA TOURS RUMY HUASY	108
6.14. LOGO POSADA TOURS RUMY HUASY	109
6.15. MAPA INFORMATIVO SOBRE LA POSADA TOURS RUMY HUASY	114
6.16. IMPACTOS	125
BIBLIOGRAFÍA.....	127
Anexo No. 1 Interrogantes de la investigación.....	130
Anexo N° 2 Árbol de Problemas	131
Anexo N° 3 Encuesta para el Público entre 15 y 45 años en adelante ..	132
Anexo N° 4 Entrevista al dueño de la Posada Tours Rummy Huasy	137
Anexo N° 5 Matriz Categorical.....	141
Anexo N° 6 Matriz coherencia.....	142
Anexo N° 7 Planificación de las fotografías de la Posada.....	143
Anexo N° 8 Fotografía inicio Posada Tours Rummy Huasy.....	144
Anexo N° 9 Fotografía Nosotros	145
Anexo N° 10 Fotografía Paquetes turísticos	145
Anexo N° 11 Fotografía Nuestros Servicios.....	147
Anexo N° 12 Fotografía Tarifas.....	148
Anexo N° 13 Fotografía Galerías	149
Anexo N° 14 Fotografía Contactos y reservaciones	150
Anexo N° 15 CERTIFICACIONES	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. El Diseño	10
Gráfico 2. Estrategia y Desarrollo Digital.	17
Gráfico 3. Sitio Web	21
Gráfico 4. La Tipografía	23
Gráfico 5. El Color.....	24
Gráfico 6. Joomla.....	28
Gráfico 7. Género	42
Gráfico 8. Utiliza Internet	43
Gráfico 9. Edad	44
Gráfico 10. Ocupación	46
Gráfico 11. Decisión de viajar o hacer turismo	48
Gráfico 12. Web Relacionadas al Turismo.....	49
Gráfico 13. Redes sociales que utiliza habitualmente.....	50
Gráfico 14. Ha escuchado de la Posada Tours Rummy Huasi	51
Gráfico 15. Dispuesto a visitar sitios Turísticos.....	52
Gráfico 16. Promoción y servicios que ofrece la Posada.....	53
Gráfico 17. Información que se incluya dentro del sitio.....	54
Gráfico 18. Sitio web ayudaría a una mejor demanda	56
Gráfico 19. Contenido cuando visite un sitio web	57
Gráfico 20. Conocer la Posada Ubicada en Caranqui	58
Gráfico 21. Recibir las ofertas y promociones en su correo electrónico. .	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población	40
Tabla 2 . Género	42
Tabla 3. Utiliza Internet	43
Tabla 4. Edad.....	44
Tabla 5. Ocupación o Profesión del Visitante	45
Tabla 6. Decisión de viajar o hacer Turismo	48
Tabla 7. Web Relacionadas al Turismo	49
Tabla 8. Utiliza Redes Sociales	50
Tabla 9. Ha escuchado de la Posada Tours Rummy Huasy.....	51
Tabla 10. Dispuesto a visitar sitios Turísticos de Ibarra.....	52
Tabla 11. Promoción y Servicios que Ofrece la Posada	53
Tabla 12. Información que se incluya dentro del sitio web.....	54
Tabla 13. Sitio web mejor demanda.....	56
Tabla 14. Contenido cuando visite la web	57
Tabla 15. Conocer la Posada Ubicada En Caranqui.....	58
Tabla 16. Recibir en el correo las ofertas y promociones	59

RESUMEN

El presente Trabajo de Grado tiene como objetivo promocionar y posicionar en el mercado la “Posada Tours Rummy Huasy”, de la comunidad indígena “San Cristóbal Alto”, del cantón Ibarra, provincia de Imbabura; mediante el diseño y aplicación de estrategias web, que implica incorporar elementos utilizados en la publicidad digital, previo un diagnóstico de las necesidades del uso y aplicación de estrategias web, mediante técnicas como encuestas, entrevistas y poder contar con los elementos apropiados para potencializar este producto utilizando la tecnología moderna con el diseño una página web, interactiva, atractiva y de apreciable impacto visual para los visitantes, y de esta forma promocionar los servicios generados en el producto de la posada junto con el paisaje natural y la riqueza cultural. El tipo de investigación fue de campo y documental que permitió recolectar la información de la propia fuente como el caso de sus propietarios de la posada antes mencionada. Los métodos utilizados fueron el descriptivo para describir el problema, el método sistemático que incorpora el análisis del entorno como las fortalezas y debilidades del producto a promocionar y saber cómo llegar a los clientes y el método analítico sintético que permitió analizar e interpretar la información obtenida y diseñar la estrategia promocional como la web interactiva, lo cual tiene relación con los resultados obtenidos que se reflejarán en las diferentes redes sociales existentes. Además, esta investigación pretende contribuir al desarrollo e innovación en publicidad de un emprendimiento familiar líder en la provincia y el país, con lo cual se logrará una mejora en la calidad de vida de sus integrantes y de la población local, en la convicción de aprovechar de manera responsable el lugar.

ABSTRACT

The aim of the present project is to promote and position in the market “Posada Tours Rummy Huasy”, in the indigenous community of San Cristobal Alto of Ibarra, Imbabura, through the design and application of web strategies. These web strategies include the elements used in digital advertising, a previous diagnosis of the requirements for the use and application, and using techniques such as surveys and interviews to add elements for improving this product. This will be done through modern technology with the design of an interactive web page which is attractive and has a substantial visual impact upon visitors. In this way, the services generated in the product of the posada will be promoted, along with the natural landscape and the rich cultural heritage. There was a field study and documentary which allowed the gathering of information from appropriate sources such as the owners of the aforementioned Posada. The methods include the analysis of the environment, such as the product’s strengths and weaknesses, in order to promote and know how to reach customers. Reading the information was made possible by an analytical man-made method, using the results of different existing social networks to design the strategy, such as the interactive web. This investigation will contribute to the development and renewal of publicity in the province and country. Believing that it will exploit the area in a responsible manner, this will improve the quality of life in the local population.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Frente a las necesidades publicitarias que experimenta la sociedad ha sido necesario plantear y solucionar este problema, para la “Posada Tours Rummy Huasy” es de importancia para su reactivación económica, el uso y aplicación de estrategias web, también es una fuente generadora de empleo de más diseñadores gráficos, a la vez que posibilita una rápida y permanente creación de ella misma, la redistribución de la riqueza que tiene el Ecuador en Posadas y el mejoramiento de la aplicación de estrategias web.

El crecimiento de la sociedad en las últimas décadas se ha sustentado principalmente en las divisas generadoras por el diseño gráfico. Frente a ello la aplicación de estrategias web ya es en este momento el primer rubro económico más importante en el mundo.

El estado Ecuatoriano puede ofrecer las mejores aplicaciones de estrategias web con las más excelentes Posadas para los visitantes locales. Hay mucha riqueza cultural, natural propia de la población Ecuatoriana.

Sobre la proyección de la aplicación de estrategias web con respecto a la economía del país para el futuro se realizan estimaciones de alto rendimiento; en Imbabura y el resto del país se considera que los índices se irán incrementando con el desarrollo de la tecnología de estrategias web. Es un excelente aporte y una buena decisión la creación de la aplicación de estrategias web, porque genera trabajo aportando ingresos sustancialmente a la economía del país.

Así mismo los procesos de los mismos medios de diseño han hecho aplicación práctica de diseñar el proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo diseño de medio de comunicación, (objeto, proceso, servicio, conocimiento, o entorno) para uso humano. El sustantivo “diseño” se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar un proyecto de descripción técnica.

Diseñar es una tarea muy dinámica. Es la integración de requisitos técnicos, económicos y tecnológicos que rodea a la humanidad en esta época tan competitiva que vivimos.

La implementación y aplicación de estrategias web en la actualidad está generando nuevas expectativas, mediante el mundo de la tecnología se puede difundir el producto.

1.2. Planteamiento del Problema

Solo algunos productos tienen una excelente promoción y buen posicionamiento en el mercado, generando así fuentes de empleo y, por ende, ingresos económicos mediante la promoción de estrategias web; que son importantes para todo tipo de empresas, y vital para el crecimiento de la misma, pues es necesario buscar nuevas estrategias con el fin de promocionar novedosos productos en el mercado, ya que sin la innovación de las mismas, es imposible dar a conocer al consumidor una imagen adecuada de la empresa o negocio. Por ello, se necesita hacer los cambios tecnológicos comunicacionales indispensables para estar de acuerdo con la competencia y las actuales tendencias de innovación y comunicación tecnológicas.

La Posada Tours Rummy Huasy, busca posicionar y promocionar en el mercado a través de uso y aplicación de estrategias web, con el propósito de mantener los actuales clientes y buscar nuevos clientes en el mercado que disfruten de cultura, naturaleza, gastronomía, siendo creativas y originales a fin de producir el efecto deseado en el potencial cliente.

Por lo tanto, debe estar diseñada para facilitar su uso de una manera precisa, y así tener una mejor función y un excelente servicio.

El usuario se encuentra con trabas, no le permite encontrar de manera sencilla y rápida la información en la que está interesado, que hoy es posible ubicarla gracias a la creación de páginas web.

1.3. Formulación del problema

Inexistencia de un estudio sobre la demanda de la Posada Tours Rummy Huasy, en la comunidad de “San Cristóbal Alto” para promocionar a través del uso y aplicación de estrategias web, en la cual se pueda promocionar, realizar contactos y reservaciones, pues la publicidad es de importancia para dar a conocer un servicio o producto, pues no se vende lo que no se oferta.

1.4. Delimitación del problema

1.4.1. Delimitación de las Unidades de Observación

El presente estudio e investigación se realizó en la Posada Tours Rummy Huasy, en la comunidad de “San Cristóbal Alto”, en donde centramos nuestro trabajo y aplicación de estrategias web.

1.4.2. Delimitación Espacial

El estudio e investigación se realizó en la Posada Tours Rummy Huasy, en la comunidad de “San Cristóbal Alto- cantón Ibarra -provincia de Imbabura”.

1.4.3. Delimitación Temporal

Esta investigación se la realizó durante el periodo 2014-2015.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Realizar un estudio sobre la demanda en Ibarra de la Posada Tours Rummy Huasy, para promocionar a través del uso y la aplicación de estrategias web.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado para la Posada Tours Rummy Huasy afin de que sea visitada.
- Definir la imagen promocional como estrategia de posicionamiento web.
- Determinar la información y contenido para la selección de la plantilla Joomla y la definición de la estructura.
- Realizar material publicitario, banners, afiches, volantes, tríptico, tarjeta de presentación y página web a fin de que sea un proyecto sustentable.

1.6. Justificación

El tema elegido para el presente trabajo obedece a una necesidad de plantear métodos accesibles de estrategias web de la Posada Tours Rummy Huasy, para una mejor fusión de ella y también representa un rubro de ingreso a la economía del país.

Para lograrlo nos apoyamos en materias fundamentales del Diseño y Comunicación Gráfica, para difundir y transmitir un producto que es

importante para el país, y así poder ubicarla entre las mejores Posadas del Ecuador.

Así como las grandes o pequeñas empresas como el caso de la Posada Tours Rummy Huasy deben adaptarse a los cambios con una velocidad y profundidad jamás vista, de igual manera, deberá adecuar su imagen, para transmitir dichos cambios. La imagen corporativa nueva a la par con el tiempo actual para lograr ubicar en las manos de los usuarios con buenas fotografías de lo que ofrece al consumidor.

En un mercado tan competitivo y cambiante, la web es un mecanismo de importancia, pues la competencia aprieta, el mercado crece, las empresas amplían servicios, de ahí que los diseñadores gráficos juegan un papel decisivo a la hora de realizar material publicitario dando un buen uso de estrategias web, empezando desde el logotipo, colores, forma y tecnología a ser utilizada observando las necesidades que tienen las empresas, clientes, proveedores, inversores y la sociedad actual.

Con este estudio ayudaremos beneficiosamente a Rummy Huasy, porque incorporará un diseño muy importante de estrategias web. El desarrollo creativo de diseño en un mercado tan competido y variable. El uso correcto de la web es un elemento definitivo que hace la diferencia entre el fracaso o por el contrario el éxito de una empresa y el posicionamiento dentro del mercado.

1.7. Factibilidad

Para el estudio y la investigación se cuenta con una fortaleza que es realizar un estudio con un conocimiento de la demanda para promocionar a través del uso y aplicación de estrategias web, y también se cuenta con los recursos necesarios para ejecutar la investigación, aprovecharemos de una forma económica y servirá como modelo de desarrollo para usuarios que deseen promocionar o publicitar nuevos productos, nuestro proyecto crea muchas expectativas porque tenemos la ayuda del sector privado.

La posibilidad de que este proyecto se realice tiene un 100% de efectividad; por la puntualidad, responsabilidad y dinamismo que me caracteriza como investigadora.

El Ecuador se ha caracterizado por su significativo valor que no ha sido aprovechado convenientemente con las mejores estrategias web. Sin embargo, la Posada Tours Rummy Huasy no cuenta con un proyecto en este aspecto, lo que hace factible la realización del proyecto, ya que no tiene competencia, por lo tanto, se satisface de una demanda no atendida.

La factibilidad de diseño y realización del proyecto se fundamenta en la aplicación de estrategias web, y puede convertirse en un diseño íntegro del proceso de la Posada Tours Rummy Huasy en el país. Usando el mejor diseño, increíbles capacidades de diversificación económica y el manejo sostenible de los recursos existentes, el proyecto cuenta con recursos materiales y humanos. La Posada Tours Rummy Huasy tiene un relativo posicionamiento en el mercado, debido a la frecuencia de sus clientes especialmente por su hermosa posición que está cerca del volcán

Imbabura, con una hermosa vista panorámica hacia la Ciudad Blanca, recursos que se fortalecen con la implementación del estudio y aplicación de estrategias web. El proyecto favorecerá al desarrollo de la actividad económica de la Posada, ya que la inversión será revertida mediante la promoción de la misma.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica.

Dentro del campo de la aplicación de estrategias web publicitarias, se tomó en cuenta en el tema para promocionar, la Posada Tours Rummy Huasy, a fin de transmitir un producto de calidad a potenciales clientes locales, aprovechando buenas ideas innovadoras, donde se involucran los diferentes componentes del diseño de la Posada, se tomó en cuenta el estudio de la demanda que tiene el lugar.

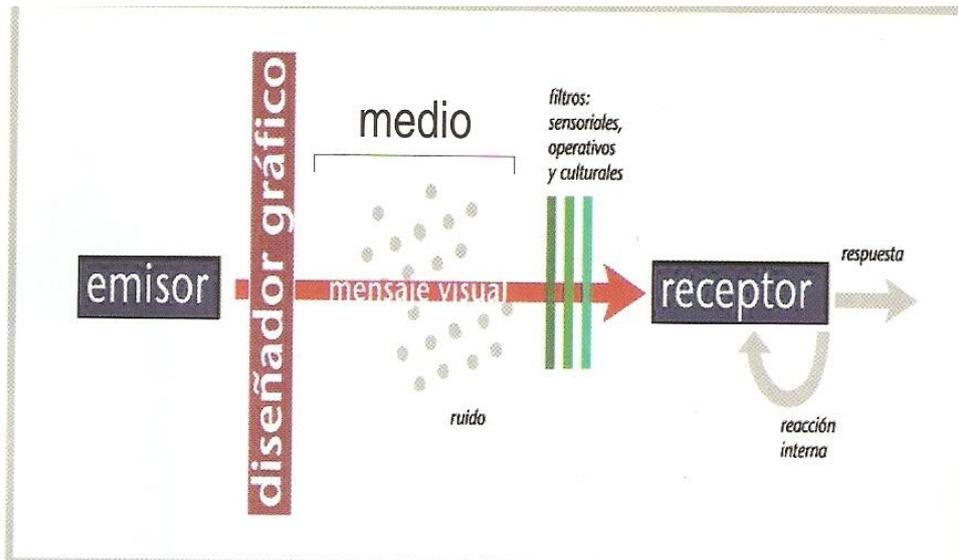
2.2. Fundamentación de Diseño

2.2.1. ¿Qué es Diseño?

(Herman & John, 1985).

Se llama diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual, es el arte de hacer libros y revistas, anuncios en bases o folletos, el término diseñador gráfico, acuñado por el norteamericano William Addison no se utilizó hasta en 1922, aunque pueden encontrarse ejemplos de diseño hasta en los Fenicios, que idearon un alfabeto para representar gráficamente el lenguaje hablado. (p. 9)

Gráfico 1. El Diseño



Fuente: <http://1.bp.blogspot.com/>-

Se podría decir que el diseño ya se venía aplicando en los diferentes ámbitos desde la antigüedad, según menciona el contexto de arriba, los fenicios ya utilizaban el diseño gráfico para aquel tiempo con ideas creativas y múltiples al realizar documentos, material publicitario y otros, lo cual se ha venido mejorando cada día con la tecnología moderna; es así, que en la actualidad el diseño gráfico va de la mano en gran manera con la demanda de un producto o servicio sea éste turístico o de otra índole .

2.3. Marketing

(Kotler, DIRECCION DE MARKETING CONCEPTOS ESSENCIALES, 2002), señala que:

"Es una filosofía de dirección de marketing, según la cual el logro de las metas y la organización dependen de la determinación de las

necesidades y deseos de los mercados meta, de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores”. (p. 20)

El marketing es la arteria importante para posesionar un producto o servicio en el mercado y poder llegar al potencial cliente, pues depende de un buen vendedor y cómo lo va pagar, es señalar el conjunto de bienes o servicios que un individuo u organización dispone a la venta. Ambas son examinadas de manera conjunta, ya que estos dos son los que determinan el monto de bienes que van a ser vendidos a los turistas de la Posada.

2.4. Oferta

(Saulo, 1991), señala que:

Es la cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un momento determinado. La oferta es, por lo tanto, una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios. La ley de la oferta establece básicamente que cuanto mayor sea el precio mayor será la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a llevar al mercado, y viceversa. (p. 130)

Es muy importante, porque cumple un papel elemental a la hora de decidir a qué clientelas se va a vender, antes de ofrecer un producto tenemos que asegurarnos que cumpla con las normas de calidad con las expectativas del turista, además el precio debe tener relación con la calidad del producto, para lo cual es vital también realizar un análisis de la competencia y poder dar un servicio satisfactorio y eficiente al cliente.

2.5. Promoción

(Bonta & Farber, Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, 2002), señala que:

Para Patricio Bonita y Mario Faber, autor del libro “199 preguntas sobre Marketing y Publicidad”: La promoción es el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados. (p. 44)

Se entiende que es un procedimiento muy importante para abarcar los servicios que promociona la Posada Rummy Huasy, así se venderá en un tiempo establecido el producto a venderse a la clientela que son: los turistas que visitan el lugar dando así a conocer que la promoción es un instrumento o base muy importante en nuestros días.

2.6. Posada

(Gonzales, 1991), señala que:

“Son establecimientos de turismo rural, que reuniendo características singulares de construcción, antigüedad y tipicidad, prestan servicios de alojamiento turístico mediante precios, en lugares de gran belleza o bien una tipología arquitectónica acorde con el estilo y tipismo de la zona”. (p. 36)

Las Posadas son lugares hermosos, únicos y privilegiados, donde podrá descansar, recuperar sus energías para nuevas aventuras con un ambiente acogedor, nativo; habitualmente la construcción de su infraestructura la cual es típica muchas veces se la realiza con materiales propios y a veces de su riqueza cultural, una decisión que desde épocas anteriores se dio a fin de adquirir entradas económicas para Rummy Huasy.

2.7. Definición de publicidad

(Guinn, Allen, & Semenik, 1999), define a la publicidad de la siguiente manera:

“La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir”. (p. 35)

Con la publicidad se puede llegar a los ojos y oídos del cliente, a fin de persuadirlo a comprar presentando el producto como algo necesario que necesita para disfrutar la vida; para ello, hay que elegir los colores adecuados llamativos que capten la atención de la gente, con una buena estrategia de publicidad se podrá garantizar hasta en cierta medida una buena parte del éxito del proyecto, aunque mucho dependerá en realidad que satisfaga la necesidades y deseos del cliente.

2.7.1. Publicidad

(Kurt, 1942), señala que:

En nuestros días, la publicidad interviene como un potente factor capaz de determinar el consumo, y de influir en el consumidor sometiéndolo a la voluntad de los extranjeros teniendo en cuenta sus medios económicos. La razón profunda, este caso radica en la imposibilidad que tiene el consumidor, dada una alta especialización profesional de darse exactamente cuenta del grado de utilidad que tienen los diversos recursos que se le ofrecen para la satisfacción de sus necesidades. (p. 46)

Por medio de la publicidad se venden los productos o servicios que ofrece la Posada, con el fin de adquirir ingresos económicos para Rummy Huasy, así lograremos llegar a las manos de los consumidores turísticos, a través de ello conseguiremos satisfacer las necesidades de los potenciales consumidores que visitan dicha localidad.

2.7.2. La función de la publicidad

(Rivera Camino, 2000), señala que:

La función de la publicidad es comunicar los objetivos de la mercadotecnia a audiencias con objetivos seleccionados. Se utiliza para lograr varias tareas mediante el uso de diferentes medios de comunicación, para de ese modo llegar a diferentes audiencias y obtener sus intereses mediante varias propuestas de origen creativo. Además existen otras tres funciones de la publicidad que son tan importantes como la de comunicar y que corresponden a las siguientes.

Las funciones de la publicidad son esenciales: la primera, hace hincapié sobre la información, en el caso de este servicio turístico que vendría a ser el producto que va a ser vendido, la información debe ser clara, mencionando sus características y demostrando por qué es un lugar que vale la pena conocerlo, que es un producto nuevo innovador y diferente que hay que darle el valor agregado, para lo cual se debe tener en cuenta qué piensan las personas sobre determinados servicios, tal vez podría preguntarme: ¿Visitaría yo este sitio? ¿Por qué lo haría? ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar? Como también con las encuestas que se aplicaron se obtuvo datos sobre cuánta demanda existe, se pudo establecer mediante un análisis de la estadística para obtener información verídica y de actualidad con el objetivo de posicionar el producto en los compradores turístico.

2.7.3 Objetivo de la publicidad

(Uceda, 2001), señala que:

“El objetivo de la publicidad es provocar un acto de apropiación en los destinatarios a los que se dirige. Para alcanzar esta eficacia, debe responder a tres funciones”:

- **Denominación:** El nombre propio de los productos y el nombre de la marca se orientan a presentar diferencias. El nombre es el que muestra la individualidad de los productos, sintetizando las diferencias que existen entre uno y otro. A su vez intenta impulsar el monopolio de la marca, es imprescindible reforzar constantemente su presencia.

- **Predicación:** La publicidad predica acerca de los atributos de los productos y servicios, organiza su personalidad al presentarlo construye historias en torno a ellas. Así procura enfrentar el paso del tiempo de modo que la marca conserve un buen posicionamiento en la mente del consumidor.
- **Exaltación:** La publicidad afirma cada mensaje los valores positivos de los bienes. (p. 52)

Considerar el objetivo de la publicidad tomando en cuenta el primer factor que es la denominación, lo cual implica el nombre que debe llegar al cliente, llamativo, fácil de acordarse y tener relación con el producto a ofertarse, el logo es importante debe ser único, dar a conocer los beneficios y obtener ese servicio turístico en una Posada, vender el producto con historias propias para crear un impacto que guarde en la mente el potencial cliente.

2.7.4 Estrategia publicitaria

(Rivera, 2007, pág. 385), señala:

“Estrategia: el conjunto de estrategias se plasma en la campaña de publicidad. Se trata de un proceso complejo que incluye una serie de etapas”. (p. 385)

Gráfico 2. Estrategia y Desarrollo Digital.



Fuente: <https://encryptedtbn2.gstatic.com/>

Se podría decir que con los objetivos determinados o planteados con anticipación, la elaboración de un proyecto que esté elaborado, podría ser para una venta o campaña, para generar ingresos económicos y atraer a un público específico o requerido a La Posada a través de medios como: Facebook, twitter, Google, YouTube, banners, trípticos, afiches, volantes y tarjeta de presentación.

2.7.5. La estrategia de comunicación

(Morales, 2008), señala que:

La estrategia de comunicación es un proceso continuo e interactivo, se deben producir espacios de sintonía entre los involucrados y transceptores en lenguaje comunicacional. (p. 18)

Es muy importante porque con la información de comunicación se llega del emisor al receptor, con el propósito de comunicar la idea deseada, en este caso, la mayor cantidad de usuario o clientes, puedan conocer los

servicios que ofrece la empresa familiar, y así definitivamente ser compradores del producto.

2.7.6. Estrategia de Imagen corporativa

(Blanco, 2013), señala que:

Se puede definir como una evocación o una representación elemental que forma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía, cada uno de estos atributos puede variar o puede considerar o no la combinación de atributos de ideas de dicho individuo. (p. 18)

Se entiende que son muchas opiniones de diseño basadas en imagen ilustrada con caracteres que pueda simbolizar a la empresa dependiendo del producto o servicio que ofrece; con el fin de promocionar a dichos clientes, usuarios que compren el producto, ayudando así a identificarla como una marca codiciada.

2.7.7. Estrategia en Redes sociales

(Vallés, 2010), señala que:

“Las redes sociales online representan un recurso al que cada vez con más frecuencia acuden los anunciantes a la hora de elaborar sus estrategias con el fin de alcanzar sus objetivos publicitarios“. (p. 240)

Son medios informáticos con propagación online: YouTube, el Facebook, twitter, Google, que funcionan con internet, los cuales si se

utilizan de una manera correcta y se aprovecha pueden ser eficaces para conocer la publicidad de un producto.

2.7.8. Materiales promocionales

(Levinson, 2000), señala que:

Son los artículos sobre los cuales aparece impreso el nombre del anunciante, algunas veces también número de teléfono, pagina web, ejemplo: banner trípticos, esferográficos, volantes, gorras, protectores de pantalla y mucho más. (p. 282)

Sin duda alguna, estos materiales necesarios para apoyar directamente, logrando publicitar de excelente forma la Posada con información del lugar, logrando así, llegar a la visualización del consumidor, siendo éste un objetivo más.

2.7.9. Estrategias creativas

(Ricarte, 2000), señala que:

“Las Estrategias Creativas son formas que puede tomar parte de la comunicación para romper la barrera emocional del repertorio público. Tiene una acción persuasiva en la audiencia meta. Estas estrategias siempre respeta el enunciado del objeto a comunicar”.

- Enunciado: es el resumen de los argumentos fundamentales que establecen una diferencia positiva a favor del producto, servicio o empresa.

- El producto: se refiere a las cualidades y características del producto.
- El uso del producto: el argumento gira sobre su funcionalidad, aun cuando técnicamente o no establezca diferencias reales.
- El resultado uso del producto: el argumento se basa en el beneficio de uso.
- Del resultado del producto: El argumento se basa en los beneficios obtenidos de los beneficios del producto.
- Enunciado Simbólico: se refiere a las características positivas reales o imaginarias que un producto transfiere a su comprador.
- Precio: se limita a acciones de promoción por un determinado tiempo. (p. 73)

La estrategia para ofrecer un servicio es imprescindible, la cual debe ser utilizada precisamente de manera que llegue al receptor y le haga ver los beneficios de obtener dicho servicio; por ejemplo, en el campo turístico podría captar la atención con fotografías bonitas, colores llamativos y originales que muestren el valor, pues podría ayudarlo a escapar de la monotonía y el estrés de la ciudades, que mencionen sus características positivas simbólicamente lo cual va a llegar al turista que gusta de visitar Posadas, ya sea por el entorno natural que lo rodea o por la cultura que posee cierto sitio.

2.8. Diseño Web

(Campos R. M., 2005), señala que:

“El diseño web es una actividad multidisciplinar reciente, tanto como es internet, se alimenta de fuentes como: son el diseño gráfico y artes visuales y la información de aplicaciones informáticas, implementación de sitios web y páginas web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional sobre Internet ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como: navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la

información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y video. Se lo considera dentro del Diseño Multimedia”. (p. 1)

Es una tarea que consiste en la estructura paso a paso de un proyecto web bocetado, con un diseño de ejecución de páginas web que contienen información exacta sobre la empresa. A la vez adaptando medios como: el audio, texto, imagen y vídeo; de esta manera visualizando publicidad al público objetivo, y así mejorar el resultado final de nuestro trabajo deseado.

2.8.1. Sitio web

(Mora, 2011), señala que:

“Es un conjunto de páginas web relacionadas entre sí, se entiende por página web tanto el fichero que contiene el código HTML, como todos los recursos que se emplean en la página (imagen, sonido. Código java script, y otros)”. (p. 6)

Gráfico 3. Sitio Web



Fuente: <http://wsiexpertosweb.com/>

Es un sitio o locación vía online, mejor conocida como internet. Cada plana Web contiene una información importante, que es el primer instrumento que los usuarios observan cuando entran en el sitio explicativo, así puedan tener una mejor información precisa y concisa, transfiriendo información de la Posada a sus lectores, brindar servicios de comunicación a través del internet para dar un mejor servicio a los visitantes y sus clientes.

2.8.2. Página web

(Izaskun Ibabe Erostarbe, 2005), señala que:

Son los documentos básicos de World Wide Web que se visualizan con navegadores de internet. El título del libro sería el nombre del dominio del sitio web. Un capítulo, al igual que una página web, tiene un nombre que lo define. Decimos que sería un capítulo y no una página del libro porque a menudo es necesario desplazarse hacia abajo en la pantalla para ver todo el contenido de una página web, al igual que en un libro te desplazas a través de varias páginas para ver todo el contenido de un capítulo. El índice de los capítulos del libro sería el equivalente al mapa del sitio web. (p. 34)

Se entiende que transmite información imprescindible al público en general. Además existe un dominio que por medio de ello ayuda en la búsqueda haciéndole más rápida, lleva el título de la empresa, en este caso de la Posada en internet desplazando información de una página a otra, asimismo la web permite examinar puntos más importantes de la página y fotos que muestren los productos al visitante.

2.9. Tipografía web

(Campos M. , 2005), señala que:

Se le denomina tipografía web al estudio, diseño y clasificación de los tipos de letras, las fuentes familias de letras con características comunes, así como:

Caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, una buena tipografía permite que sea legible, encabeza jerarquías, separa encabezados del cuerpo, provee signos de puntuación, ayuda a la comprensión del texto en la web.

Gráfico 4. La Tipografía

Comparativa de tamaños en fuentes a 12 pt	
Windows	Mac Os
Arial	Arial
Arial Black	Arial Black
Arial Narrow	Arial Narrow
Arial Rounded MT Bold	Arial Rounded MT Bold
Book Antiqua	Book Antiqua
Bookman Old Style	Bookman Old Style
Century Gothic	Century Gothic
Century Schoolbook	Century Schoolbook
Courier New	Courier New
Garamond	Garamond
MS LineDraw	MS LineDraw
Times New Roman	Times New Roman
Verdana	Verdana

Fuente: <http://www.desarrolloweb.com/>

Se le llama tipografía al estudio y análisis que comprende sus diferentes ejemplares de letras, elementos, las fuentes de esta clasificación son precisas entre sí, una tipografía de calidad ayuda a que sea clara sencilla y fácil de entender, ha sido de mucha importancia al elaborar diferentes trabajos ya sean documentales, tesis o páginas web afín de que pueda apreciar de manera clara precisa y concreta la idea que se quiere manifestar.

2.10. Color para la web

(Kenneth E.Kendall, 2005), señala que:

El color es un atractivo consolidado para facilitar la entrada de datos a la computadora, el uso apropiado del color en la web le permite contrastar el color de primer plano y de fondo. Saltar los campos importantes desde los formularios, destacar los errores resaltar la entrada de código espacial y la atención de atributos especiales. (p. 424)

Gráfico 5. El Color



Fuente: <http://static-blog.caspio.com/>

En nuestro tiempo es indispensable y necesario porque es de gran apoyo la elaboración de páginas web, como también beneficiosa para la captación de la atención del usuario por sus diversidades de colores en fondo o letras.

2.11. Lenguaje de programación web

(Catalina M. Alonso García, 2005), señala que:

El más conocido de los lenguajes de programación web es el HTML. Se puede traducir como lenguaje de marcas hiper-textuales, es el lenguaje usado para crear páginas web en internet. Este lenguaje de programación web, el HTML, codifica un documento y junto con el texto incluye unas etiquetas o marcas que le aportan información adicional sobre la forma y presentación de ese texto. (p. 125)

La web nos ayudará a realizar ofertas sobre productos que ofrece la Posada, y al lanzamiento de productos nuevos e innovadores, también haremos cambios para que el cliente se sienta satisfecho con el diseño e implementación del sitio web. La información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y video será parte de un buen diseño bien elaborado de contenidos que aumentarán la eficiencia de la web, que a la vez brinda posibilidades de ofertar el producto al consumidor como también el cliente ahorrará recursos al realizar reservaciones de una manera confiable y eficaz a través del medio del internet.

2.11.1. ¿Qué es HTML?

(Muñoz, 2012), señala que:

Es un lenguaje de marcas (etiquetas que se emplean para dar formato a los documentos que se quieren publicar www. Los navegadores son capaces de interpretar las etiquetas, mostrar documentos con los formatos deseados, en este capítulo se representan los conceptos básicos avanzados, (enlaces, tablas, marcos) de HTML, además se realiza un estudio especial de los formularios ya que son una pieza clave de las aplicaciones web.

El HTML nos servirá para la construcción de la web, para describir la distribución, el contenido apropiado en forma de código, para complementar la información asignada, a la vez acompañado de imágenes, es decir, texto presentado de forma estructurada e interesante, con enlaces de una página a otra o viceversa que conducirán a otros documentos o fuentes de información relacionadas con la Posada, y con inserciones multimedia.

2.12. Sistemas Gestores de Base de Datos

(Cabello, 2010), señala que:

“Una base de datos es una información almacenada que cumple una serie de características y restricciones, pero la información puede ser almacenada, y para que el acceso a la misma satisfaga las características exigidas a una base de datos es necesario que exista un sistema software que sea capaz de llevar a cabo tal labor”. (p. 32)

Los sistemas de gestión de base de datos nos ayudará a manejar de manera clara, sencilla y ordenada un conjunto de datos que posteriormente se convertirán en información relevante para Rummy Huasi, los programas de aplicación operarán sobre los datos almacenados en la base e información se facilitará a las personas que son los principales usuarios del lugar.

2.13. MYSQL

(Cobo, 2013), señala que:

“My SQL es un sistema rápido, flexible, es ideal para crear base de datos con acceso desde páginas web dinámicas para la creación de sistemas en línea o para cualquiera otra solución profesional que implique almacenar datos teniendo la posibilidad de realizar múltiples y rápidas consultas”. (p. 339)

Se selecciona información para entrar al administrador, se ingresa con una clave o contraseña para proteger los documentos creados dentro de la misma y así poder seguir trabajando con nuestro sitio. Estas características de gran utilidad especialmente para gestionar la base de datos de una manera muy eficaz y precisa, por su capacidad de potencia de fuerza para el desarrollo de aplicaciones basada en la web está de acuerdo con el requerimiento del sitio, hoy en día es una de las bases de datos más utilizadas para crear sitio web.

2.14. Joomla

2.14.1. ¿Qué es joomla?

(Graf, 2011), señala que:

El proyecto joomla es un resultado de una acalorada discusión entre MAMBO, que fue creada en agosto del 2005 y su equipo de desarrolladores, joomla fue creada a partir del éxito MAMBO, es utilizado en sitios web de todo el mundo para desarrollar páginas sencillas hasta complejos sitios corporativos para empresas. (p. 20)

Gráfico 6. Joomla



Fuente: <http://2.bp.blogspot.com/>

Es muy sencillo este programa que puede poner contenido de texto, fotografías, videos entre otros contenidos, luego que ya esté lista la página a subir al internet, es gratuito el diseño de plantilla logrado mayor eficiencia en administración y creación de sitios se puede instalar plantillas dinámicas listas para ser usadas en cualquier instante que se requiera trabajar, los beneficios de joomla son muchos, entre ellos puedo decir que me ha ayudado a realizar las estrategias web, con el fin de ayudarnos a solucionar problemas que se nos presentan. Además entendemos que joomla nos ayuda con elementos interactivos que permiten la actualización de nuevos contenidos como texto, fotos para así mejorar publicidad en línea de servicios que ofrece la empresa para lograr una mejor demanda como sería la Posada Tours Rummy Huasy, nos ayuda con ventajas sólidas con información precisa ordenada y sencilla, podremos cambiar todo el aspecto del sitio web las veces que deseemos modificar y actualizar información deseada para mejorar una mejor demanda.

2.15. Características de publicación de páginas web en Joomla

(Ramos, 2011), señala lo siguiente:

- Automatización en publicación: las páginas y documentos de Joomla pueden programarse con fecha de publicación y fecha de caducidad.
- Archivo e Historia: las páginas viejas y publicaciones que hayan perdido vigencia pueden enviarse a un "archivo" de almacenamiento, sin necesidad de tener que borrarlas.
- Formatos de lectura: cada documento es generado automáticamente por Joomla en formato PDF, inversión imprimible, en XML.
- E-mail: los usuarios del sitio Joomla podrán enviar automáticamente a un amigo por e-mail cada documento publicado.
- Valoración de contenidos: los visitantes del sitio podrán votar la calidad de lo publicado.
- Comentarios: (opcional) los usuarios podrán comentar sus opiniones o expresar sus inquietudes en la misma página de contenidos.

Entendemos que Joomla es un gestor de contenidos, también nos ayudará a administrar nuestro sitio de la Posada dinámica e interactiva web, está hecho en PHP y MYSQL, lo que hace es facilitar la creación de páginas y un reajuste del sitio ya que a través del panel de administrador podrá crear páginas, galerías, cargar contenido nuevo, todo esto se puede hacer con plantillas que se puede instalar a través del administrador, para que las personas no puedan acceder al sitio de usuario se ingresa una clave y usuario para que no puedan ser robados por otra persona siendo así seguro y confiable.

2.16. Editores de Diseño Gráfico.

2.16.1. Adobe Photoshop

(Press, Photoshop CS6 (Diseño Y Creatividad), 2012), señala que:

Adobe Photoshop es la mejor herramienta de retoque fotográfico y diseño artístico que existe actualmente en el mercado. Con su integración en la nube, es posible sincronizar sus preferencias independientemente del lugar o del equipo en el que se encuentre. Éste es el libro oficial para estudiar Photoshop. Aprenda a corregir, mejorar y manipular sus fotografías digitales, a crear composiciones y preparar sus imágenes para la impresión y la Web. Automatice tareas con acciones, capture y edite videos, añada transiciones y efectos de movimiento y cree y manipule imágenes 3D. Este manual es la forma más rápida, fácil y completa para aprender a utilizar Photoshop CC, y pertenece a la serie de libros de formación creados por los expertos de Adobe. (p. 45)

Este programa es de valiosa importancia para la realización de un sitio web, ya que me permitió manipular las fotografías, retocarlas y dejarlas de una dimensión, tamaño y color para que todo quede en armonía, además realizar el logotipo usando los colores apropiados y modificándoles de ser necesario dejando un producto listo para subir a la web o a su vez para la impresión en caso de que lo necesites.

2.16.2. Adobe Ilustrador

(Press, Ilustrator CS6 (Diseño Y Creatividad), 2012), señala que:

Ilustrador es la aplicación de dibujo vectorial de Adobe, una herramienta esencial para dibujantes y diseñadores. Con este libro oficial aprenderá a crear ilustraciones para logotipos, posters y dibujos en perspectiva. Podrá sacar el máximo partido a todas las herramientas del programa y convertir sus ilustraciones en espectaculares dibujos creativos. Este libro es la forma más completa de aprender Adobe Ilustrador CS6. La colección de Diseño y creatividad incluye todos los programas de la suite CS6 y ofrece lo que nadie más puede hacer: contenidos creados por los propios expertos de Adobe, los mismos que han desarrollado los programas. Esto otorga un valor añadido a la serie y la aconseja para cualquier tipo de curso. Consiga ilustraciones originales. Dibuje escenas en perspectiva con una apariencia de profundidad auténtica. Obtenga las formas más complejas con la herramienta Creador de formas. Todo se encuentra en las 15 lecciones de este libro; más numerosos trucos y técnicas para incrementar la eficiencia. El CD-ROM contiene el material complementario para desarrollar los ejercicios.

Es un instrumento muy utilizado por nosotros los diseñadores gráficos y dibujantes profesionales o principiantes, en este programa se puede dejar volar la imaginación, usar al máximo la creatividad, la capacidad de combinar colores, dimensiones y formas. Es un ambiente de diseño y publicación para impresión Web, y la generación más reciente de Adobe Creative Suite está basado en un nuevo navegador visual de archivos, que actúa como un eje para la productividad y le permite a los diseñadores: navegar, organizar y procesar rápidamente lo dinámico de diseño en caso de la Posada Tours Rummy Huasy.

2.14. Posicionamiento Teórico personal

La Posada Tours Rummy Huasi es un proyecto de emprendimiento, ubicado cerca del volcán Imbabura, lo cual se busca promocionar y posesionarlo en el mercado, a través del uso y aplicación de estrategias web. Analizando las ventajas que las herramientas web proporcionan, hablar sobre este tema es muy importante, pues las oportunidades que ofrecen los sitios web son infinitos cuando una persona ingresa a un sitio web entra a un mundo sin límites, puede encontrar una serie de productos, servicios y ofertas.

Para potencializar el rendimiento de sus ingresos económicos por visitantes a Rummy Huasi, bajar costos de promoción en papel impreso como trípticos, volantes u otro material mediante el cual se da a conocer campañas publicitarias o productos nuevos que ofrezca la Posada, lo cual debe llegar al futuro cliente de manera clara y concisa con un buen contenido o asunto. Ahora bien, diseños hay muchos, ya que dependen de la creatividad de las personas.

Para lo cual tenemos que enfocarnos a la estética, es decir, cómo va ir presentada la letra que se utilizará al redactarse, o las imágenes fotográficas en donde van ubicadas; que toda la información, ya sea ésta de tours, hospedaje o gastronomía esté presentada de manera que inspire al futuro cliente visitar el lugar. Otra forma es mediante Blog, mediante el cual se da a conocer todos los servicios que ofrece el lugar, a fin de vender los productos a los clientes que encuentre en los blogs. Ahora lo excelente de los blogs es que te permiten construir y dar contenidos y esos contenidos son los que van a ser como un imán para que la gente regrese al blog. Cuando tú has logrado hacerlo y estableces la confianza y credibilidad, que es indispensable en internet, mediante el uso de esta tecnología el usuario podrá apreciar las mejores fotografías

del entorno natural y cultural. Son web que poseen el más alto número de usuarios por visita, por clic y por impresión reuniendo una gran cantidad de visitantes debido a que se presenta información de actualidad, en este caso sería del sitio que va ser visitado, mediante el cual podremos anunciar en alguna página de internet a fin de que sirva como intermediario para llegar al consumidor o visitante, para lo cual los contactos lo podremos realizar desde casa a fin de obtener réditos económicos por los clientes que llegarán al sitio; que son equivalentes a los anuncios que pasan por televisión, además utilizaremos 2 videos que fue grabado donde se podrá apreciar imágenes claras, pues una imagen vende más que mil palabras. El video estará grabado de toda la infraestructura y de los servicios que oferta la Posada.

2.15. Glosario de términos

- **Blog:** Sitio web, varios autores publican cronológicamente textos o artículos, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.
- **Cliente FTP:** Programa que permite conectarse al servidor para publicar páginas Web.
- **Computadora:** Equipo electrónico, analógico o digital, que utiliza programas informáticos para el tratamiento de información.
- **Editor:** Programa utilizado para crear páginas Web sin la necesidad de tener que aprender el lenguaje.
- **El diseño web:** Es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web.
- **Emails:** Es un servicio de red, permite a los usuarios enviar y recibir mensajes mediante sistemas de comunicación electrónicos.

- **Fuente:** En tipografía, es un conjunto de caracteres que corresponden a un diseño y proporciones determinados, en buena ley en un alfabeto dado.
- **Hipertexto:** Es el nombre que recibe el texto en la pantalla, de un dispositivo electrónico conduce a otro dispositivo.
- **Hipervínculo:** Un hipervínculo es una conexión de una página a otro destino como, por ejemplo, otra página o una ubicación diferente en la misma página.
- **HTML:** Lenguaje de marcado de hipertexto. Lenguaje estándar de marcas empleado para documentos del World Wide Web.
- **Imagen:** La presentación de algo real o imaginaria basándose en la luz y su efecto sobre la visión humana, se entiende de una imagen representativa.
- **ISP:** Es un proveedor de servicios para web. Los diferentes servicios que pueden ofrecer son: conexión a Internet, registro de dominio, hospedaje de sitios web, entre otros.
- **Las Aplicaciones de Internet:** Aprovechamiento de la experiencia del usuario en herramientas, con el alcance y la flexibilidad de presentación y despliegue que ofrecen las aplicaciones o páginas Web.
- **Las RÍA:** Son la nueva generación de las aplicaciones y es una tendencia ya impuesta por empresas.
- **Marketing:** Es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al comportamiento de los mercados y de los consumidores.
- **Portal web:** Es un sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema.
- **Redes:** Es un conjunto de equipos informáticos y software conectados entre sí, por medio de dispositivos físicos envían y reciben impulsos eléctricos, ondas electromagnéticas.
- **Servidor:** Máquina conectada a Internet que entre otros servicios ofrece albergue para páginas Web haciendo que estén accesibles desde cualquier punto de Internet.

- **Sitio Web:** Página principal y otras páginas, gráficos, documentos, multimedia y otros archivos asociados que se almacenan en un servidor web o en el disco duro de un equipo.
- **Texto:** Es una composición de signos codificados en un sistema de escritura como un alfabeto.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Investigación documental

Este tipo de investigación documental se aplicó en nuestro estudio, ya que nos permitió recolectar toda la información posible por parte de los propietarios de la casa Posada Tours Rummy Huasy, para tener una idea clara y analizar su posicionamiento en el mercado.

3.1.2. Investigación de campo

La investigación de campo nos ayudó en esta investigación, porque se basa en el diagnóstico de las necesidades del uso y aplicación de estrategias web de Rummy Huasy, por lo cual será necesario dirigirse donde se encuentra dicho lugar para recopilar información a través de entrevistas, encuestas y a fin de ofertar una estrategia web.

3.1.3. Investigación Bibliográfica

Este tipo de investigación se utilizó para reunir el material imprescindible de libros y revistas, y así conseguir más conocimientos de cómo posicionar en el mercado un producto de calidad, en este caso la Posada. Se realizó una investigación bibliográfica para apoyar teóricamente argumentos de aplicación de estrategias web, para hacer el marco teórico del Trabajo de Grado.

3.1.4. Proyecto Factible

El proyecto factible como el nombre lo indica, tiene como propósito averiguar el resultado del problema planteado, por lo que se diseñó una estrategia web, con el uso de la creatividad y combinación de las fotografías en varias dimensiones, se dio el buen uso mediante el cual los clientes podrán de una forma adecuada y ágil realizar sus reservaciones y obtener información del sitio sin necesidad de desplazarse, ahorrando recursos como: tiempo y dinero, el mismo que explica adecuadamente la utilización de la imagen y su buen uso.

3.1.5. Tecnológico

Mediante el uso de tecnología utilizando herramientas de software, se instaló Joomla 2.5, lo cual ayudó a la diseñadora con la plantilla para realizar una web para la Posada Tours Rummy Huasy, con hipervínculos, texto e imágenes llamativas para lograr el trabajo deseado.

3.2. Métodos

3.2.1. Método Descriptivo

Nos ayudó o significa haber descubierto el problema o una realidad determinada con la falta de estrategias web en la Posada Tours Rummy Huasy, que proporcionen sustentabilidad posteriormente mediante el uso de otros métodos dar una solución al problema planteado.

3.2.2. Método Sistemático

Este método nos ayudó a definir el contenido del problema, y sus componentes del Trabajo de Grado, y también nos permite implementar información del problema planteado.

3.4.3. Método Empírico

La Recolección de información se la obtuvo mediante encuestas realizadas a personas que usan las estrategias web, realizándolas en diciembre y enero, de lunes a viernes, tanto a turistas Nacionales y Extranjeros.

3.4.4. Método Analítico – Sintético

Este método nos ayudó a estudiar la problemática para finalizar con seguridad sobre el problema, examinando, procesando e interpretando la

información de campo y fundamento teórico con el propósito de definir el diseño del sitio web para promocionar a la Posada Tours Rummy Huasy.

3.4.5. Método Bibliográfico

Este método nos ayudó a la investigación Histórica lógica, por lo tanto, es muy necesario aplicar en este proyecto de investigación, porque las conceptualizaciones concentradas en el pasado permitirán a los visitantes a percibir la riqueza del ambiente natural donde se encuentra la Posada.

3.4.6. Matemático

Este método estático se utilizó separadamente para facilitar los resultados de los datos que se recibió mediante las encuestas aplicadas a las personas.

3.5. Técnicas e instrumentos

Entrevistas

Se aplicó al dueño de Posada Tours Rummy Huasy, y de esta forma mejorar nuestros resultados.

Encuesta

Se utilizó esta técnica que permitió elaborar preguntas que estén de acuerdo con el estudio de la Posada, que se hizo a personas que visitan lugares turísticos, para obtener resultados y así elaborar la estrategia web.

3.6. Población y Muestra

Habitantes 181.175

Tabla 1 Población

Hombres	87.786
Mujeres	93.389
Total	181.175

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

3.6.1. Calculo de la muestra

El cálculo de la muestra en base de la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la muestra

PQ = Varianza de la población, valor constante (0.25)

N = Población o Universo

(N-1)= Corrección geométrica, para muestras grandes > 30

E = Margen de error estadísticamente de error aceptable (0.08)

K = Coeficiencia de corrección del error (2)

Se procede a sustituir las variables por los datos:

$$PQ=0,25$$

$$N=181175$$

$$E=0,05$$

$$K=2$$

$$n = \frac{0,25*181175}{(181175)\frac{0,05^2}{2^2}+0,025} = 399,12102$$

Habitantes: Se calculó a una muestra de 399 habitantes correspondientes a la ciudad de Ibarra, que se encuentren entre los 15 y 45 en adelante.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

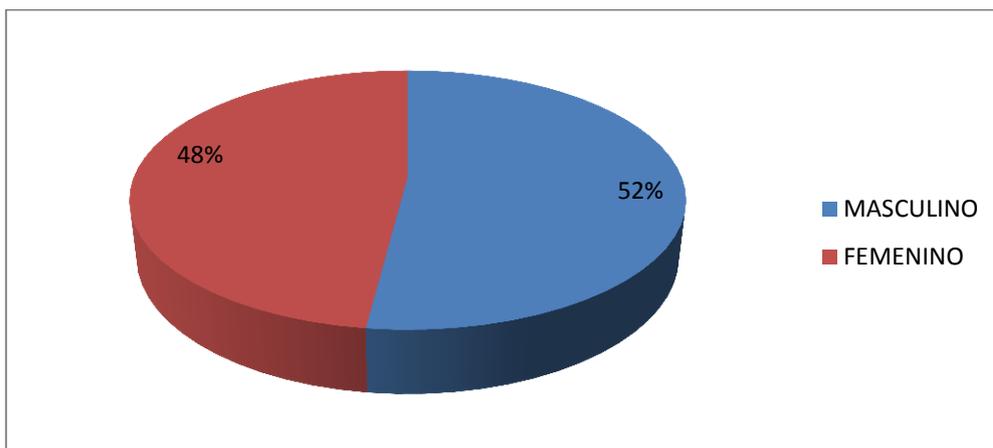
4.1. Encuesta a la población entre 15 a 45 años, perfil del visitante.

Tabla 2 . Género

GÉNERO	# de Encuestados	Porcentaje
MASCULINO	209	52%
FEMENINO	190	48%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta a la población

Gráfico 7. Género



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

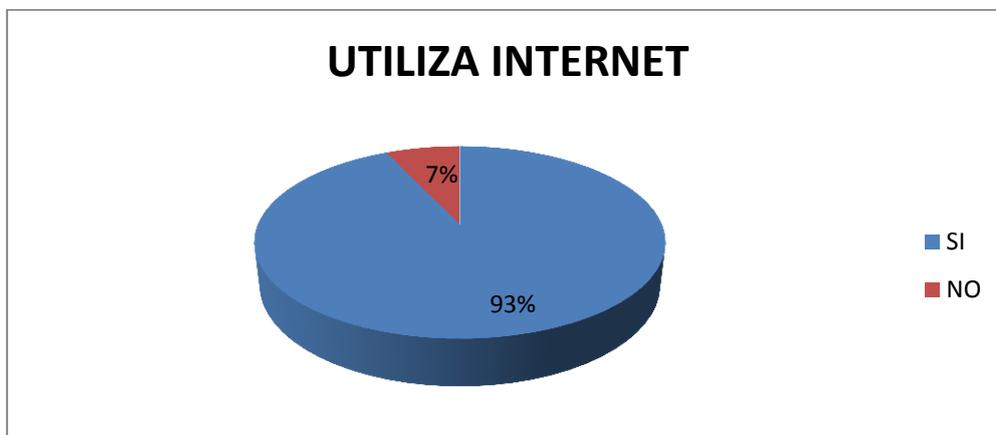
El cuadro y gráfico anteriormente expuesto evidencian que los visitantes a Posadas y Hostales en la ciudad de Ibarra, como posible demanda; la mitad son hombres y la otra son mujeres, esto refleja que la Posada tendrá una gran acogida, para este grupo de personas, será para el sexo masculino como para el femenino, apoyándose en la equidad de género.

Tabla 3. Utiliza Internet

UTILIZA INTERNET	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SÍ	371	93%
NO	28	7%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta a la población

Gráfico 8. Utiliza Internet



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

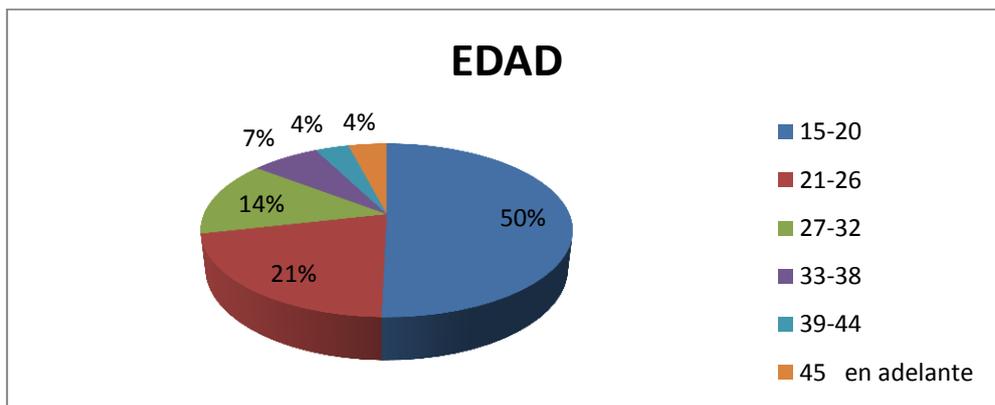
El cuadro y gráfico expuesto dan a conocer que una gran mayoría de los visitantes de Posadas y Hostales sí utiliza internet, siendo de gran importancia para la demanda de la Posada, pocos no utiliza internet, por lo que es una cantidad muy poca.

Tabla 4. Edad

EDAD	# de Encuestados	Porcentaje
15-20	201	50%
21-26	84	21%
27-32	56	14%
33-38	28	7%
39-44	14	4%
45 en adelante	16	4%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta a la población

Gráfico 9. Edad



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

El gráfico señala que los encuestados que son 201 personas que es la mitad tienen una edad entre los 15 - 20, población joven que gusta de participar en actividades turísticas en el campo, lo cual demuestra un gran potencial a futuro.

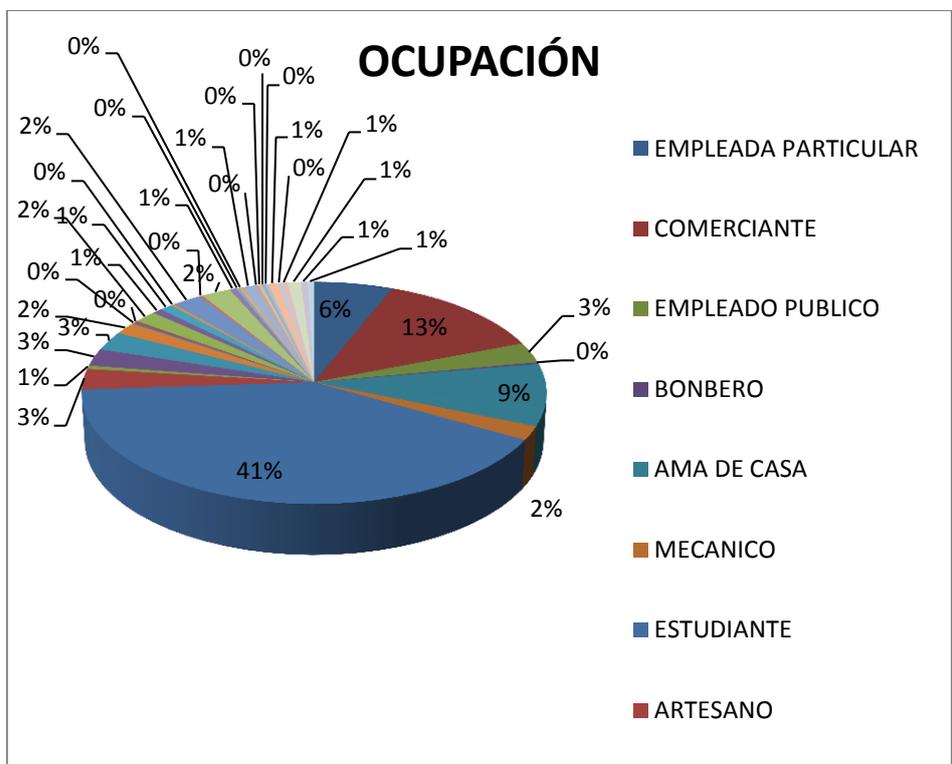
Tabla 5. Ocupación o Profesión del Visitante

OCUPACIÓN	# de Encuestados	Porcentaje
EMPLEADA PARTICULAR	24	6,0%
COMERCIANTE	52	13,0%
EMPLEADO PÚBLICO	12	3,0%
BOMBERO	1	0,3%
AMA DE CASA	36	9,0%
MECÁNICO	8	2,0%
ESTUDIANTE	162	40,6%
ARTESANO	12	3,0%
AGRICULTOR	2	0,5%
CHOFER	10	2,5%
CARPINTERO	11	2,8%
JORNALERO	7	1,8%
PINTOR	1	0,3%
ELECTRICISTA	1	0,3%
CERRAJERÍA	7	1,8%
PANADERO	3	0,8%
COSTURERA	4	1,0%
NUTRICIONISTA	1	0,3%
DOCENTE	9	2,3%
ASISTENTE	1	0,3%
ENFERMERO	9	2,3%
INGENIERA	2	0,5%
TECNÓLOGA	1	0,3%
POLICÍA	1	0,3%
MILITAR	4	1,0%
GUARDIA	1	0,3%
SECRETARIA	1	0,3%
PRODUCTOR AUDIO VISUAL	1	0,3%
JUBILADO	1	0,3%

CONTADORA	3	0,8%
ADMINISTRADOR	1	0,3%
ESTILISTA	2	0,5%
CONTRATISTA	4	1,0%
CHEF	2	0,5%
MECÁNICO DENTAL	2	0,5%
TOTAL	399	100,0%

Fuente: Encuesta a la población

Gráfico 10. Ocupación



Fuente: Encuesta a la población

Interpretación:

El siguiente gráfico indica que las 52 personas tienen el oficio de comerciante lo cual muestra que tienen solvencia económica, 162 personas son estudiantes que tienen futuro y, por lo tanto, su nivel de vida

será de calidad y son personas que su economía le permitirá recrearse, 36 personas amas de casa seguido por 24 personas que trabajan como empleada particular, luego están 12 personas que su actividad es empleado público, 12 personas son de profesión artesano, 10 personas son conductores, 9 personas son docentes y enfermeros 8 personas son mecánicos.

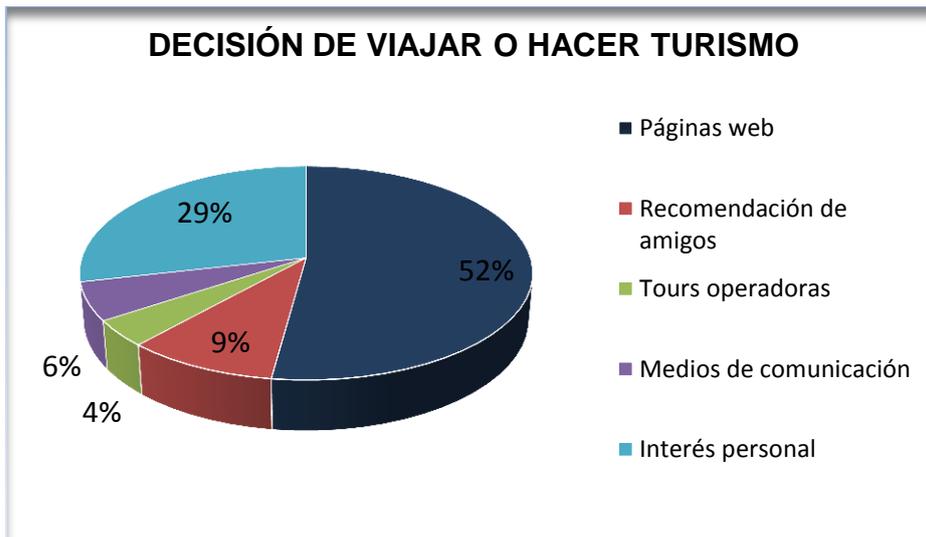
1.- ¿Qué influye para que Ud. tome la decisión de viajar o hacer turismo? seleccione 1 opción:

Tabla 6. Decisión de viajar o hacer Turismo

DECISIÓN DE VIAJAR O HACER TURISMO	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Páginas web	208	52%
Recomendación de amigos	38	10%
Tours operadoras	16	4%
Medios de comunicación	23	6%
Interés personal	114	29%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta a la población

Gráfico 11. Decisión de viajar o hacer turismo



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación

En esta pregunta podemos deducir que las páginas web tienen bastante influencia en las personas, para que las mismas escojan los mejores lugares de turismo.

2.- ¿Visita páginas en la Web relacionadas al turismo?

Tabla 7. Web Relacionadas al Turismo

WEB RELACIONADAS AL TURISMO	#ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SÍ	274	69%
NO	125	31%
TOTAL	399	100%

Gráfico 12. Web Relacionadas al Turismo.



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

Mediante las respuestas obtenidas a estas preguntas he visto que 274 que visitan páginas web antes de visitar un sitio turístico, esto indica que la página web es de gran importancia para la promoción de la Posada Tours Rummy Huasy, mientras que 125 no utilizan este medio para visitar un lugar.

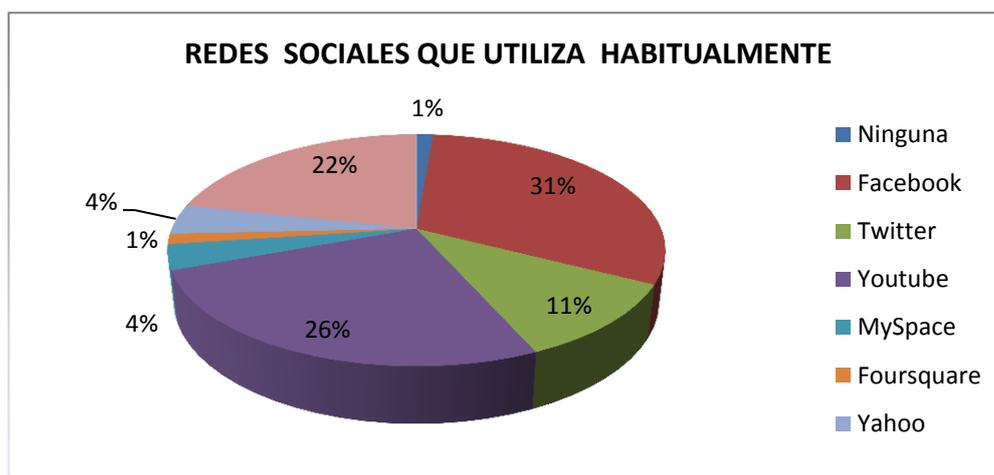
3.- ¿Qué Redes Sociales utiliza habitualmente? Señale 3 opciones

Tabla 8.Utiliza Redes Sociales

REDES QUE UTILIZA HABITUALMENTE	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Ninguna	15	1%
Facebook	365	31%
Twitter	126	11%
YouTube	303	26%
MySpace	41	4%
Foursquare	17	1%
Yahoo	48	4%
Google	252	22%
TOTAL	1167	100%

Fuente: Encuesta a la población

Gráfico 13. Redes sociales que utiliza habitualmente



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

Mediante esta respuesta llegamos a la conclusión que 365 personas utiliza Facebook como una red social, seguido por 303 que utilizan YouTube, seguido por 252 personas las cuales utilizan Google, luego tenemos 126 personas que utilizan Twitter, posteriormente tenemos My Space, yahoo que están en un porcentaje menor, luego tenemos Four square.

4.- ¿Ud. ha escuchado que la Posada Tours Rummy Huasy es una casa de campo que ofrece servicio de hospedaje?

Tabla 9. Ha escuchado de la Posada Tours Rummy Huasy

Ha escuchado de la Posada Tours Rummy Huasy	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SÍ	205	51%
NO	194	49%
TOTAL	399	100%

Fuente: encuesta a la población

Gráfico 14. Ha escuchado de la Posada Tours Rummy Huasy



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

En el gráfico expuesto 205 personas han escuchado hablar de la Posada Tours Rummy Huasy, que muestra la potencialidad del proyecto, mientras que 194 no ha escuchado hablar de La Posada Tours, luego estos con información pueden ser los potenciales clientes.

5.- ¿Estaría dispuesto a visitar sitios turísticos como Posadas de campo que ofrece la ciudad de Ibarra?

Tabla 10. Dispuesto a visitar sitios Turísticos de Ibarra

DISPUESTO A VISITAR SITIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE LA CIUDAD DE IBARRA	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy dispuesto	239	60%
Dispuesto	121	30%
Parcialmente Dispuesto	34	9%
Indispuesto	5	1%
TOTAL	399	100%

Fuente: encuesta a la población

Gráfico 15. Dispuesto a visitar sitios Turísticos



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

Según lo demuestran los datos 239 personas están muy dispuestos a visitar lugares turísticos nuevos como: Posadas de campo, lo cual indica la necesidad de ofrecer un producto como éste, en cambio 121 muestra buena disponibilidad, en menor proporción muestran estar dispuestos a visitar, otros solo un poco de interés tiene al respecto, y a muy pocos que no les gustaría visitar.

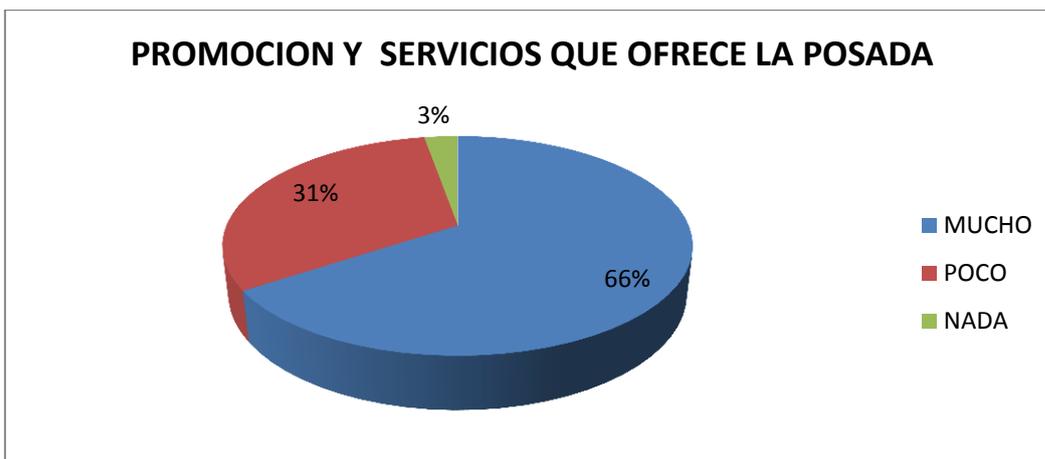
6.- ¿Le gustaría a Ud. navegar en un sitio web en el que pueda conocer las promociones y servicios que ofrece la Posada Tours Rummy Huasy?

Tabla 11. Promocion y Servicios que Ofrece la Posada

PROMOCIONES POSADA	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MUCHO	262	66%
POCO	126	32%
NADA	11	3%
TOTAL	399	100%

Fuente: encuesta a la población

Gráfico 16. Promocion y servicios que ofrece la Posada



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

El grafico expuesto señal que a 262 personas sí le gustaría navegar en un sitio o página web, mientras que una cuarta parte tiene solo cierto grado de interés reducido, tan solo a pocos no le interesaría una página web lo cual frente al porcentaje del primero no tienen influencia, y es una excelente idea que ayuda a la Posada, se puede observar que tiene gran acogida.

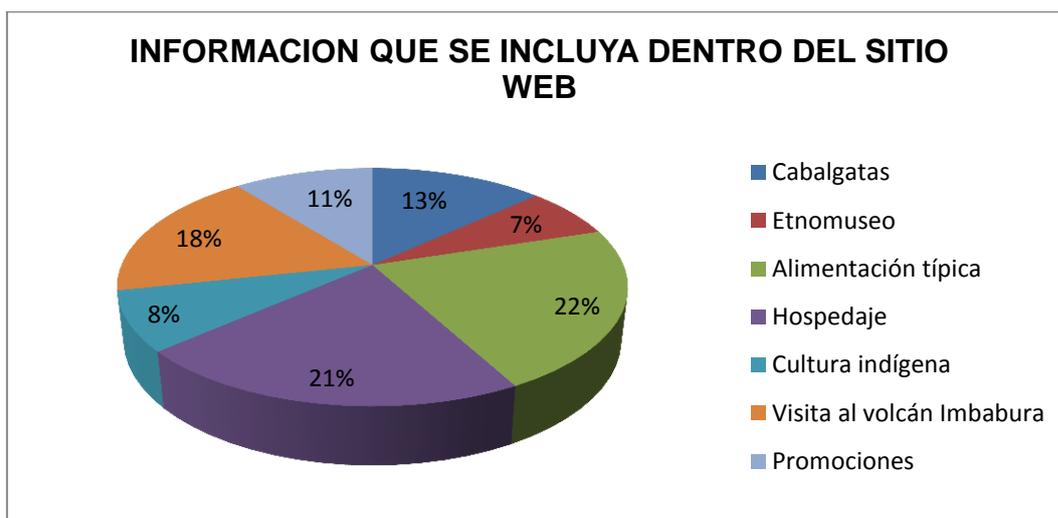
7.- ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web turístico? Seleccione 3 Opciones.

Tabla 12. Información que se incluya dentro del sitio web

Información que se incluya dentro del sitio web	# de Encuestados	Porcentaje
Cabalgatas	157	13%
Etnomuseo	83	7%
Alimentación típica	264	22%
Hospedaje	256	21%
Cultura indígena	97	8%
Visita al volcán Imbabura	213	18%
Promociones	127	11%
TOTAL	1197	100%

Fuente: encuesta a la población

Gráfico 17. Información que se incluya dentro del sitio



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

Los datos nos muestran que 264 personas de los encuestados prefieren obtener información sobre alimentación típica, mientras a una quinta parte de los encuestados les interesa mucha información sobre hospedaje del lugar, en menor proporción le gusta obtener información para visitar al volcán Imbabura por ser un sitio natural panorámico y estar en contacto con la naturaleza, en menor cantidad le gustaría las cabalgatas pues es un deporte que al estar en contacto la naturaleza les relaja y les gustaría obtener información de las promociones que se ofrece para poder visitar con su familia, a pocos les interesa mucho conocer la cultura indígena, les gustaría conocer el pasado y presente de esta comunidad indígena mediante las exposiciones que se realizan en el Etnomuseo.

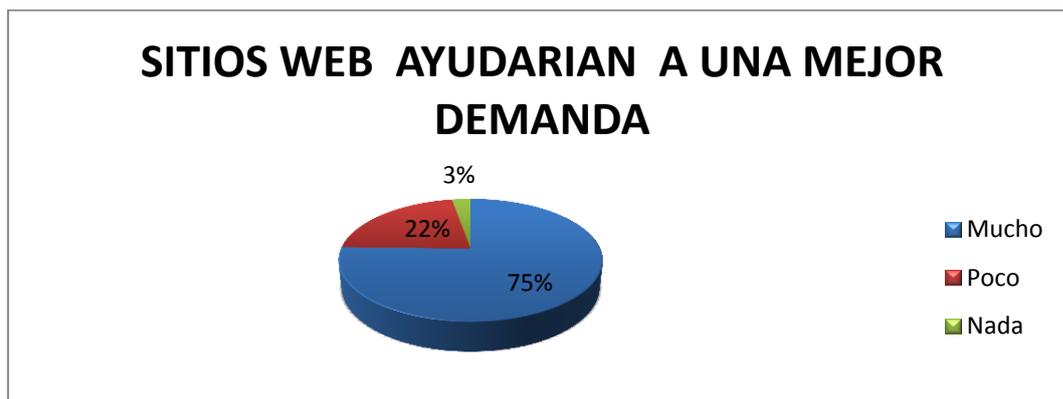
8.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la Posada Tours Rummy Huasy?

Tabla 13. Sitio web mejor demanda

SITIOS WEB A UNA MEJOR DEMANDA DE LA POSADA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Mucho	301	75%
Poco	87	22%
Nada	11	3%
TOTAL	399	100%

Fuente: encuesta a la población

Gráfico 18. Sitio web ayudaría a una mejor demanda



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

De acuerdo con los resultados presentes se muestra la necesidad de crear una página web para la, Posada Tours Rummy Huasy, pues 301 personas opinan que la publicación de una página web ayudaría a una gran demanda, mientras que 87 personas utilizan solo parcialmente los sitios web para conocer un lugar, 11 personas dicen que no beneficiaría pues no utilizan internet pero solo es un número demasiado pequeño como resultado ha visto que es de mucha necesidad la creación de un sitio web.

9.- ¿Qué contenido le interesaría encontrar cuando visite el sitio web de la Posada Tours Rummy Huasy? Señale 3 opciones:

Tabla 14. Contenido cuando visite la web

CONTENIDO CUANDO VISITE LA WEB	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Datos de contacto	291	24%
Fotografías	371	31%
Noticias	193	16%
videos	285	24%
Sonido	57	5%
TOTAL	1197	100%

Fuente: Encuesta a la población

Gráfico 19. Contenido cuando visite un sitio web



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

El gráfico señala que a 371 personas les gustaría encontrar primeramente en la pagina web fotografías, pues las imagenes dicen mas que mil palabras, a 391 personas les gustaria encontrar en el sitio web datos de contactos, casi a la misma cantidad pues tenemos que a 285 personas le gustaría ver videos del lugar, a pocos les gustaría ver noticias y a otros le interesa el sonido como la música de fondo.

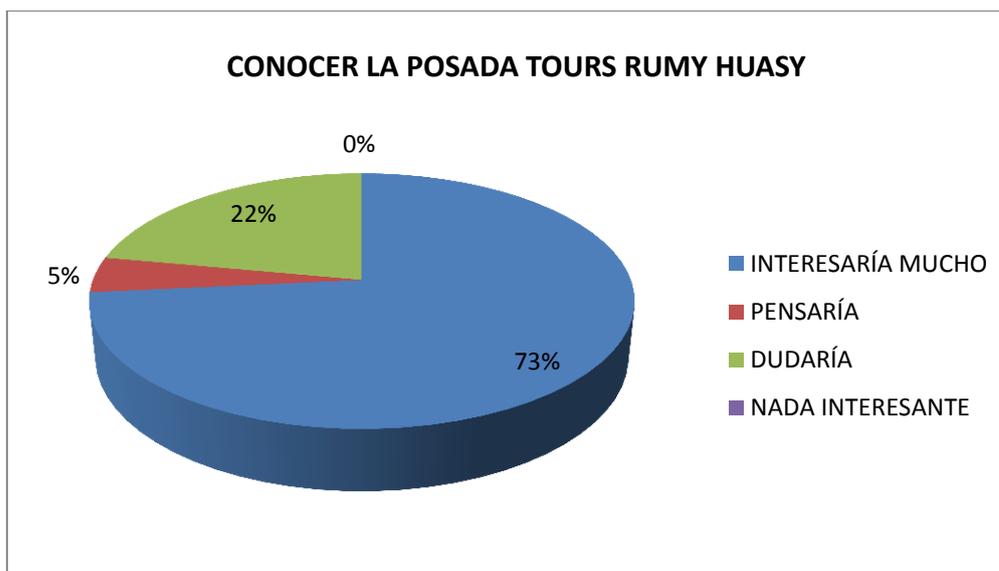
10.- ¿Le Interesaría a Ud. conocer la Posada Tours Rummy Huasy ubicada en Caranqui en la ciudad de Ibarra?

Tabla 15. Conocer la Posada Ubicada En Caranqui

CONOCER LA POSADA	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
INTERESARÍA MUCHO	293	73%
PENSARÍA	18	5%
DUDARÍA	88	22%
NADA INTERESANTE	0	0%
TOTAL	399	100%

Fuente: encuesta a la población

Gráfico 20. Conocer la Posada Ubicada en caranqui



Fuente: Nelly Alarcón

Interpretación:

La interpretación nos indica que a 293 personas les gustaría conocer la Posada Tours Rummy Huasy, que está en la ciudad de Ibarra, en la parroquia de Caranqui, comunidad San Cristóbal, mientras que 88 personas dudarían en visitar este lugar, muy pocos que son 18 personas lo pensarían.

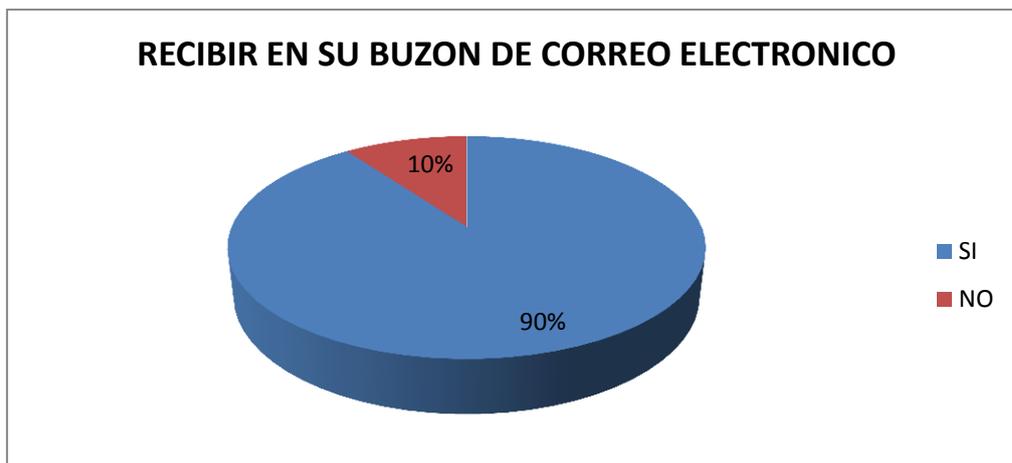
11.- ¿Le gustaría a usted recibir en su buzón de correo electrónico las ofertas y promociones turísticas de Ibarra?

Tabla 16. Recibir en el correo las ofertas y promociones

RECIBIR EN SU BUZÓN DE CORREO ELECTRÓNICO PROMOCIONES	#ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SÍ	360	90%
NO	39	10%

Fuente: encuesta a la población

Gráfico 21. Recibir las ofertas y promociones en su correo electrónico.



Elaborado por: Nelly Alarcón

Interpretación:

A las 360 personas que son casi la totalidad sí le gustaría recibir en su correo información turística para que puedan conocer en su ciudad, y solo 39 personas que es una minoría opina que no le gustaría recibir información al respecto.

4.2. Entrevista a la dueña de la Posada Tours Rummy Huasy

1.- ¿Conoce usted cuáles son los beneficios de utilizar estrategias web para visitar algún sitio de su interés?

Sí, debido que he trabajado con turistas tanto locales pero especialmente extranjeros, antes de realizar paquetes turísticos de lugares que se va a visitar y los sitios para hospedarse busco en la web, la cual es una herramienta indispensable para mí.

2.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la Posada Tours Rummy Huasy?

Pues la globalización ha hecho posible que la tecnología y la informática llega a los lugares más recónditos y mucha gente está navegando y buscando información, debido a esto, los sitios web publicitarios beneficiarían mucho, es una herramienta indispensable para una mejor demanda.

3. ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web de la Posada?

La gente gusta mucho de la comida típica, pues está realizada con productos orgánicos y preparados en leña y la información de hospedaje es muy importante para el turista, otras de las cosas que le llama mucho la atención es el volcán Imbabura pues es un mirador precioso y su naturaleza es única.

4.- ¿Qué contenido le interesaría encontrar cuando visite el sitio web de la Posada Tours Rummy Huasy?

Los datos son importantes, pues es la manera como tener un primer contacto con el sitio, luego deben estar las fotografías, pues todos nos

dirigimos es a las imágenes, éstas pueden cautivar y motivar para que un sitio sea visitado, como también un video del lugar.

5.-¿Qué Redes Sociales utiliza habitualmente?

El Facebook permite comunicarse con la gente y obtener respuesta al momento, puede realizar una conversación, luego el You Tube especialmente al momento de ver videos, luego utilizo Google para buscar todo tipo de información.

6.- ¿Cree Ud. que se deba invertir económicamente promocionando un sitio web turístico para la Posada Tours Rummy Huasy?

Sí porque es una inversión indispensable y sobre todo los beneficios son muchos, y ayudará a la Posada para su promoción, y con esto sea un producto rentable.

7.- ¿Cree usted que la Posada Tour Rummy Huasy que ofrece servicios de turismo, debería promocionar sus servicios a través de sitios web y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones?

Solo así la población podrá enterarse de este sitio único y a la vez conocer los servicios innovadores que ofrece en Imbabura y visitarlo, además conocer las ventajas de visitar este lugar.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Con el estudio y análisis de las encuestas, se llegó a la conclusión que 274 personas que representan 69% de la población utilizan estrategias web en el internet, antes de visitar un lugar, además se preguntó si un sitio web ayuda a la empresa a promocionar de mejor manera sus productos. Se puede concluir que Internet ha revolucionado el mundo, la forma de vender, comprar, de hacer negocios, buscar información, gestionar trámites de comunicarnos. Internet es el presente y futuro en los negocios, un avance tecnológico que nos permite llegar más rápido y más lejos en nuestras comunicaciones, en nuestras relaciones comerciales, ya que es una herramienta actual que se utiliza en diferentes actividades. El internet puede servir para dar a conocer información y hacer reservaciones y contactos.
- Igual se colige que las estrategias web tienen un nivel de aceptación en función a la sociedad moderna económica, es la base para el adelanto y éxito de una empresa ya sea esta comercial, de servicios públicos o privados.
- Se determina que apoyando e impulsando mediante el diseño de estrategias web, con fotografías llamativas que crean un gran impacto

de Rummy Huasy, a través de diseños estratégicos web, mediante la publicidad sí se logra una demanda estable.

5.2. Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones que he llegado gracias a esta investigación, se puede recomendar algunas acciones importantes a seguir.

- Renovar continuamente el sitio web con imágenes de calidad, productos online, para mantener información nueva y actualizada, con el objetivo de lograr que los visitantes visiten el sitio, mantengan el interés por la información allí ofrecida.
- Elaborar una base de datos para reservaciones de clientes y potenciales clientes, ya que ésta será el soporte principal de las campañas de marketing online enfocadas a tener éxito y posicionar mi producto turístico en el mercado. Desarrollar una cultura de comunicación en línea entre la empresa y sus clientes para fortalecer la imagen corporativa y generar un ambiente de confianza y seguridad a fin que los clientes puedan ahorrar tiempo y recursos económicos.
- Realizar una campaña de posicionamiento del sitio web, lo cual podemos realizar a través de medios sociales que comúnmente es utilizado, los cuales pueden llegar a las personas como: Facebook, Google, YouTube.
- Desplegar un plan de imagen mediante nuevos videos, fotografías y escogiendo colores que gusten a los clientes. Desarrollar estrategias de comunicación corporativa y un plan publicitario online.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta.

“DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA WEB PUBLICITARIA DE LA “POSADA TOURS RUMY HUASY”, PARA PROMOCIONAR DENTRO DEL MERCADO LOCAL”

6.2. Justificación e Importancia

Toda empresa debe disponer de un sitio web, donde los clientes puedan apreciar los productos en línea online, mediante la publicación de la página en internet ya que es una necesidad urgente para la promoción de este emprendimiento de la “Posada Tours Rummy Huasy”, para entrar al mundo de la comunicación global y a la vez poner a disposición de sus clientes, toda la información actualizada y oportuna de sus productos y promociones, este sitio web está encaminado en dar a conocer la imagen de la empresa.

Con la aplicación de este diseño, el principal beneficiario será la “Posada Tours Rummy Huasy”, en donde se dará a conocer la información de todos sus servicios y a mejorar notablemente la comunicación directa y oportuna entre sus clientes.

El diseño del sitio web permitirá el fortalecimiento promocional en el mercado, para así fomentar la calidad de servicio, además es beneficioso porque esto ayuda a la innovación, pues se puede dar una actualización permanente, y mediante estos daremos a conocer al usuario o cliente la siguiente información: primeramente datos de contacto, fotografías llamativas de hospedaje, recreación e infraestructura en general; además, se presentó videos de la Posada Tours Rummy Huasy, de los recursos naturales y culturales que posee la empresa, como también información para llegar al lugar mostrando sitios y calles principales para que los visitantes puedan llegar al lugar.

Generando aportes tales como:

- **Tecnológico**

Ayudó con un mayor conocimiento sobre el uso correcto de nuevas tecnologías, las cuales son beneficiosas para una promoción rápida e eficaz, para una buena comunicación entre el cliente y el oferente del producto.

- **Social**

Mejorar la concepción comunitaria sobre la importancia de la creación de los sitios web para cada empresa, cambiando la percepción y forma de ver la promoción mediante el internet.

- **Turísticos**

Una Posada de hospedaje en medio de un entorno natural será un verdadero atractivo turístico, lo cual se potenciaría con la creación del sitio web, convirtiendo a la Posada Tours Rummy Huasy en un sitio conocido a nivel local.

Fundamentación.

La promoción de un producto o servicio es muy importante, con frecuencia el factor determinante si tendrá o no éxito cierto producto o servicio en el mercado, en cuanto se dé a conocer con el fin de obtener el posicionamiento adecuado con estrategias web correctas de publicidad.

Hoy en día muchas de las empresas de sector turístico han optado por publicitar sus servicios por medio de la web en Internet, pues el medio más factible y viable para llegar al usuario además de ahorrar tiempo y dinero, las estrategias web son utilizadas actualmente por las grandes transnacionales, pues hoy en día todo el mundo está conectado al internet buscando todo tipo de información y no importa el lugar, la tecnología ha llegado hasta el último sitio del planeta, toda sociedad en general utilizará los diferentes medios en la red como el Twitter, Facebook y Google, mediante los cuales muchas personas han dado a conocer sus productos y promociones y han dejado en gran manera la promoción impresa o si la utilizan lo hacen como un complemento de las estrategias web.

La tecnología en la actualidad es muy necesaria, pues vivimos en un mundo globalizado, por lo tanto, cada día debemos ir a la par con las

exigencias de los usuarios: innovando, actualizando datos, imágenes, videos, utilizando los nuevos programas de software, para lo cual ayuda mucho la tecnología, pues se puede mejorar de manera rápida y oportuna la publicidad que ya se tiene en sitios que no son desechables como era antes lo impreso en papel.

6.3. OBJETIVOS

6.3.1. OBJETIVO GENERAL

Implementar una herramienta de marketing y publicidad mediante el diseño de estrategias web, como medio corporativo online para la Posada Tours Rummy Huasy.

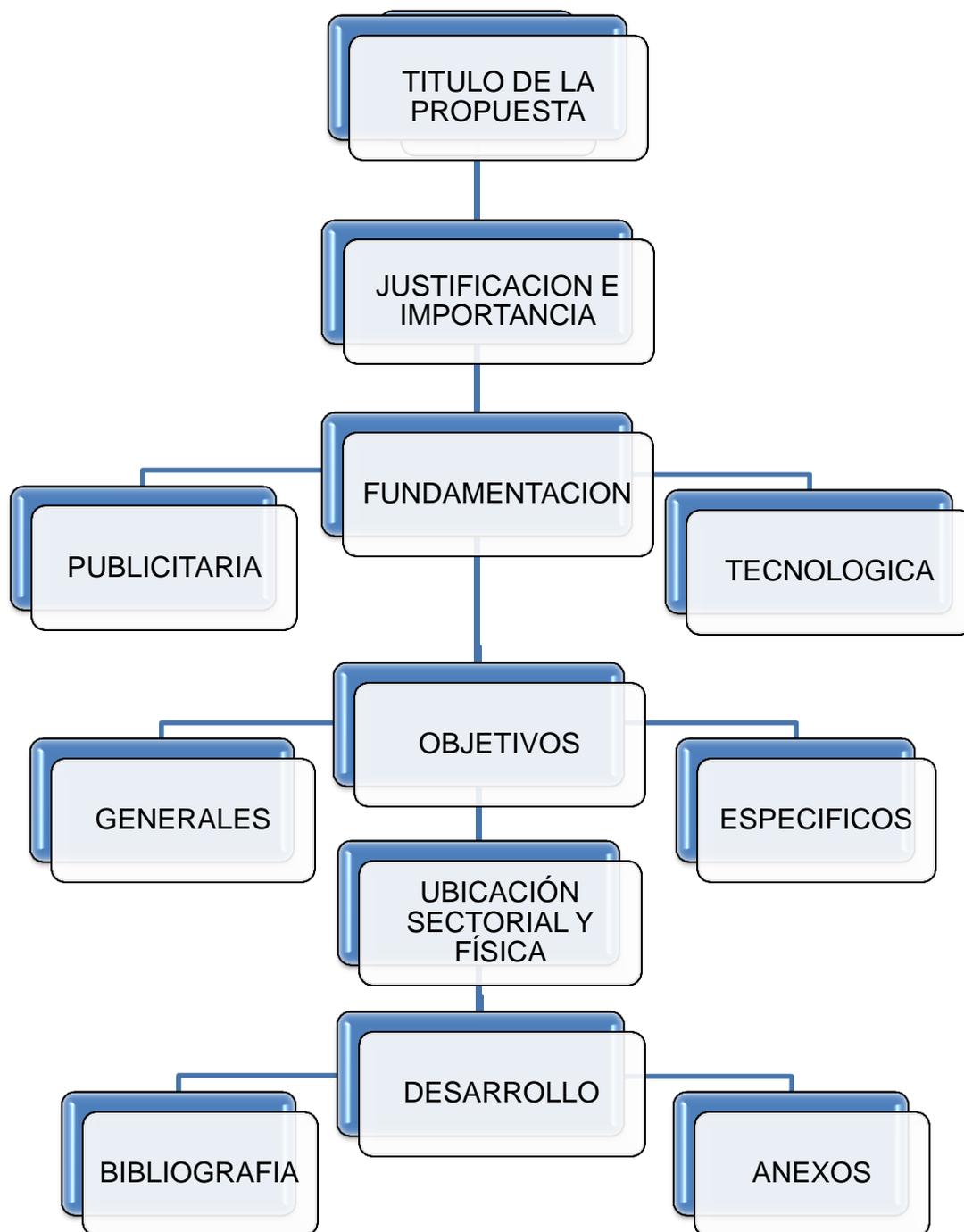
6.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar un sitio web para la Posada Tours Rummy Huasy como estrategia publicitaria.
- Crear un sistema estratégico online para la Posada Tours Rummy Huasy, con el fin de promocionar para que el proyecto sea sustentable, y se pueda obtener réditos económicos.
- Posicionar a la Posada Tours Rummy Huasy, a través de un sitio web dentro de la ciudad como un sitio turístico de calidad y reconocido a nivel local.

6.4. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

La siguiente investigación y análisis se desarrolló en la comunidad de San Cristóbal, a 6 kilómetros de la terminal terrestre de la ciudad de Ibarra, perteneciente a la parroquia de Caranqui - ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, país Ecuador, en la comunidad indígena San Cristóbal Alto, está ubicada la Posada Tours Rummy Huasy, donde se realizó entrevistas a los dueños, a continuación se desarrolló en la zona centro de la ciudad de Ibarra (zona urbana) a través de la aplicación de encuestas. Con la respectiva aplicación del proyecto o propuesta que se la realizó en la zona en el lugar de la investigación.

6.5. ESQUEMA DE LA PROPUESTA



6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

DISEÑO DE ESTRATEGIA WEB PUBLICITARIA DE LA “POSADA TOURS RUMY HUASY”

DELIMITACIÓN

Posada Tours Rummy Huasy tiene un gran futuro en el campo del turismo, pues ofrece servicio de calidad en medio de un entorno natural, bosques y montañas que hermosamente conjugan con la belleza del campo verde, con la cultura indígena y su vestimenta colorida costumbres y tradiciones.

Ofreciendo a la ciudadanía de Ibarra, Imbabura y el Ecuador una excelente oferta de servicios como: hospedaje, alimentación, recreación y por estar situada en un excelente sitio geográfico ofrece una vista panorámica para la ciudad; además, está cerca del volcán Imbabura que es un lugar muy visitado tanto por turistas locales y nacionales para lo cual promociona paquetes turísticos con guías nativos especializados en la materia brindando seguridad y tranquilidad.

6.7. JUSTIFICACIÓN

Actualmente, la Posada Tours Rummy Huasy no cuenta con un portal web publicitario que brinde información de sus productos hacia sus potenciales clientes y la comunidad en general, además de realizar el diseño de un sitio web lo cual responde a una demanda, para potencializar este atractivo que

le hace falta difusión mediante una publicidad estratégica, para un manejo correcto de la información, dando a conocer sus productos, servicios y promociones dirigida hacia sus potenciales clientes, la comunidad en general, además de realizar Publicidad en línea lo cual ayuda para que este proyecto sea sustentable .

6.7. DESCRIPCIÓN DEL SITIO WEB

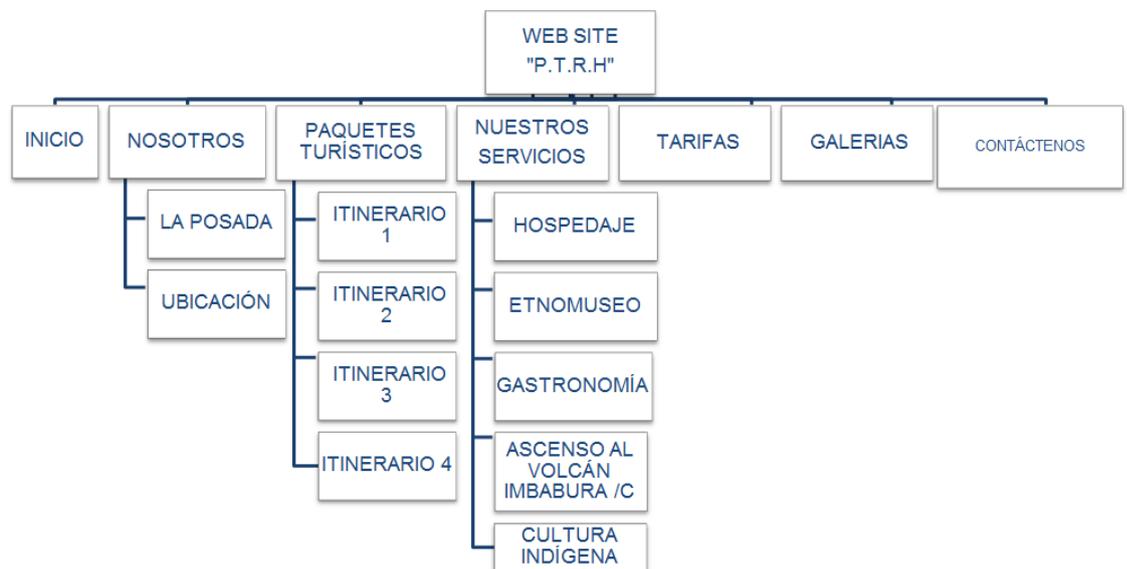
La estrategia web publicitaria de la Posada Tours Rummy Huasy brindará información de los servicios que presta a los usuarios, que visitarán a través de la web, lo cual nos permitirá la administración y el orden correcto de la información publicada.

El diseño de un sitio web publicitario de la Posada permitirá aprovechar de los potenciales clientes locales dando un alto impacto positivo, el sitio web publicitario nos permitirá fortalecer los canales de comunicación entre los clientes y la Posada Tours Rummy Huasy, además el sitio es una herramienta que ayuda a la productividad y sustentabilidad de este proyecto.

Como también, las estrategias web ayudan a tener una buena imagen corporativa de Posada Tours Rummy Huasy; además, es muy flexible lo que permite realizar cambios de acuerdo a las necesidades de clientes y de los productos y servicios que desee dar a conocer la empresa.

Esta propuesta permitirá a Posada Tours Rummy Huasy posicionarse en el mercado y promocionar sus productos a nivel nacional e internacional, lo cual admitirá un contacto directo con los potenciales clientes optimizando recursos de tiempo instancia y dinero.

6.8. DIAGRAMA DE FLUJO DEL SITIO WEB “POSADA TOURS RUMY HUASY”



Elaboración: Nelly Alarcón.

HOSTING

Un hosting web es una ayuda en donde un proveedor te arrienda un servidor conectado a Internet y en el que puedes colocar todo tipo de archivos para que se consiga acceder a ellos vía Internet, en donde se pueden colocar las páginas de los sitios web y otros archivos vía ftp o una interfaz web.

DOMINIOS

Es el nombre que identifica un sitio web. Cada dominio posee ser único en Internet. Por ejemplo, "www.masadelante.com" es el nombre de dominio de la página web de Más adelante. Un solo servidor web puede servir múltiples páginas web de múltiples dominios, pero un dominio solo puede apuntar a un servidor.

REQUISITOS DE HARDWARE

- Computador (R) Dual –Core.
- Memoria 2.96 GB de RAM
- Procesador de 3,00 GHz
- Conexión a internet
- Máquina servidor
- PC

REQUISITOS DE SOFTWARE

- PHP
- MYSQL
- Apache

DISEÑO GRÁFICO.

- Adobe Photoshop CSS
- Adobe Ilustrador CSS

REQUERIMIENTO HUMANO

- Diseñadora Gráfica
- Fotógrafa
- Encuestadora
- Entrevistadora

CIUDAD Y PROVINCIA

- Comunidad: SAN CRISTÓBAL ALTO
- País: ECUADOR
- Ciudad: IBARRA
- Provincia: IMBABURA

6.9. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA

LA MARCA

Para la Posada Tours Rummy Huasy, se ha conseguido elaborar y diseñar un logotipo, ya que no cuenta con una marca para posicionarlo dentro del mercado local, para conocer los servicios que presta la posada, se podría decir que es una posición de marca para el sitio web publicitario.

Para la marca de la Posada, se propone un sistema de identidad visual, tomando en cuenta la flora del lugar y haciéndole valorizarla, a la casa Posada Tours Rummy Huasy, con su color tomate alegre y su estilo.

DESARROLLO DEL LOGOTIPO

	<p>La diversidad de la comunidad indígena San Cristóbal Alto y la maravillosa naturaleza, con la que contamos me ha llevado a comprender que poseemos una diversidad en flora, es ahí de donde tomamos el valor primordial del logotipo que es la hoja de aliso de color verde.</p>
	<p>La hoja da a conocer la procedencia de la naturaleza, como elemento fundamental que abarca la fachada frontal derecha de Posada Tours Rummy Huasy, que es de color tomate, dando a conocer su estilo.</p>
	<p>Para Posada Tours Rummy Huasy, hemos elegido una tipografía precisa y neutra, que dé a conocer el nombre de la marca elemental y como único ícono de reconocimiento para la posada, la tipografía Cooper Black regular tamaño de letra N° 36.</p>
	<p>Luego de haber diseñado los elementos para el resultado final se forma un equilibrio de elementos diseñados en color verde que tiene un significado de naturaleza y el color naranja alegre que le identifica a la Posada Tours Rummy Huasy.</p>

SIGNIFICADO DE LOS COLORES QUE SE UTILIZÓ EN EL LOGOTIPO

	<p>VERDE: El verde tiene una fuerte afinidad con la naturaleza y nos conecta con ella, nos crea empatía con los demás encontrando de una forma natural las palabras justas.</p>
	<p>NARANJA: El naranja es un color alegre. Este color libera las emociones negativas, le hace sentir menos inseguros.</p>

APLICACIÓN DE COLORES EN EL LOGOTIPO



CROMÁTICA QUE SE UTILIZÓ EN EL LOGOTIPO

	C=44 M=32 Y=100 K=6
	C=14 M=85 Y=100 K=4

6.10. ELEMENTOS DE LA PUBLICIDAD BRIEF PUBLICITARIO POSADA TOURS RUMY HUASY.

Estructura plan publicitario

Antecedentes: Este servicio turístico es parte de servicios de hospedaje y recreación, alimentación típica nacional. El nombre que recibe emprendimiento rural es Posada Tours Rummy Huasy lo cual es conocida por su excelente atención, amabilidad de sus propietarios, y por estar en un entorno natural, lo cual provee al visitante tranquilidad y una placentera atención, se puede dar a conocer y a la vez obtener un mayor número de clientes.

Marca: Desde la iniciación misma de este proyecto turístico se tuvo en cuenta el hacer una marca capaz de transmitir el concepto de estilo, es un

lugar único y privilegiado con flora y fauna y su majestuoso Imbabura, para ello se ha tomado en cuenta la hoja de alisó y la fachada posterior derecha.

Tomando en cuenta aparece “Posada Tours Rummy Huasy, se identifica así para posesionar en el mercado, para que los turistas visiten la ciudad de Ibarra.

Los Valores Corporativos:

- Respeto
- Amabilidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Honestidad
- Tolerancia
- Solidaridad

Repertorio: Se ha diseñado diferentes artículos promociones como: banner, tríptico, afiche, tarjeta de presentación y página web generando un impacto positivo en los clientes que visitan la localidad.

Producto y Packaging:

¿Qué es estrategia web?

Es promocionar y posesionar en el mercado por medio de la red para que usuarios visiten la localidad por medio de contactos y reservaciones.

¿Cómo se usa la estrategia?

Por medio de internet para así tener un contacto visual con los productos y servicios de la Posada.

¿Para qué sirven las estrategias?

Este medio es muy necesario en nuestros días ya que por medio de internet nos podemos comunicar con los dueños de la Posada y el cliente.

Diferencia Competitiva: Posada Tours Rummy Huasy, ofrece servicios para todos los gustos, este producto que ofrece es un servicio nuevo y tiene buena acogida en el mercado, acto seguido mencionaremos los servicios de Rummy Huasy.

- Paquetes Turísticos
- Hospedaje

- Etnomuseo
- Gastronomía
- Acenso al volcán Imbabura / Cubilche.

Precios: Para los clientes que visitan la localidad serán precios sumamente accesibles al alcance de sus bolsillos ofreciendo un ambiente acogedor y de belleza natural única donde podrás descansar y disfrutar del campo en donde será bien recibido por personas del lugar.

Habitación sencilla de 1 persona: UD\$ 15

Habitación doble de 2 personas: UD\$ 28

Habitación triple de 3 personas: UD\$ 36

Un guía local para escalar el volcán Imbabura o laguna Cubilche \$ 25

Competencia: Más de la mitad de los clientes que visitan sitios turísticos gustan de disfrutar de una imagen que tenga contacto con la naturaleza que ofrezca las comodidades modernas y a la vez un ambiente acogedor y servicios variados. Posada Tours Rummy Huasy tiene en el mercado turístico competencia de hoteles hostales, y hosterías, sin embargo, su enfoque es distinto, pues ofrece un valor agregado en la participación de la vida rural y la obtención de los productos orgánicos, más distintos servicios que se ofrece de acuerdo al gusto del visitante.

Canal de distribución: Para la Posada Tours Rummy Huasy usaremos los medios como es: sitio web, banners, afiches, tríptico, tarjeta de presentación.

Público Potencial: Personas de 15-45 años en adelante que deseen visitar la localidad.

Público Objetivo: A turistas nacionales y extranjeros que visitan casas Posadas.

Estudio de Mercado Actual: Hoy en la actualidad los clientes y usuarios visitan medios de páginas web para comunicarse con el dueño de la localidad que deseen visitar o conocer.

Delimitación Geográfica: Posada Tours Rummy Huasy se encuentra ubicada en las faldas del volcán Imbabura, a 6 km al suroeste de Ibarra, en una comunidad indígena San Cristóbal Alto

Objetivos de Marketing:

- Vender la imagen de Rummy Huasy como también el producto que ofrece a fin de obtener réditos económicos y realizar un emprendimiento sustentable.
- Dar a conocer a los usuarios los beneficios de utilizar los servicios de Posada Tours Rummy Huasy.

Objetivos de la publicidad:

Promocionar la Posada Tours Rummy Huasy por medio de estrategias web como también de: trípticos, afiches, banners, tarjeta de presentación, volantes afín de posesionar en el mercado.

Creativa mensaje del anuncio publicitario: La estrategia para Rummy Huasy es proyectarse a turistas nacionales e internacionales, debido que el mercado actual es de turistas locales debido a que los turistas locales y nacionales gustan de la gastronomía típica y los turistas extranjeros de la cultura y naturaleza.

Beneficios: Poder disfrutar en familia de la gran variedad de servicios que ofrece Posada Tours Rummy Huasy, además de disfrutar al entrar en contacto con la naturaleza, poder conocer la forma de vida de una cultura indígena.

Mensaje básico: La comunicación es el eje principal en cualquier proyecto, se podría decir que, si no hay comunicación cualquier empresa puede ir al fracaso, por lo tanto, debe haber una comunicación directa entre la empresa que oferta el producto y el potencial cliente.

TIEMPO DE CAMPAÑA Y MEDIOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Los siguientes medios de publicidad que se ha elaborado y publicado en la web con el fin de dar a conocer la demanda de servicios que ofrece a los

visitantes de la localidad, para la “Posada Tours Rummy Huasy son los siguientes:

PUBLICIDAD PRIMARIA:

- Sitio web

PUBLICIDAD SECUNDARIA:

- Afiche
- Tríptico
- Banners
- Adhesivos
- Tarjeta de Presentación

PUBLICIDAD ALTERNATIVA:

Redes Sociales:

- Facebook
- Twitter
- Google
- YouTube

CRONOGRAMA DE MEDIOS PUBLICITARIOS

MEDIOS	CRONOGRAMA DE TIEMPO																											
	Mes1				Mes2				Mes3				Mes4				Mes 5				Mes 6							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Sitio web	[Active]																											
Publicidad Secundaria	[Empty]																											
Afiche	[Active]								[Empty]																			
Trípticos	[Empty]				[Active]								[Empty]															
Banners	[Empty]												[Active]															
Adhesivos	[Empty]				[Active]								[Empty]															
Tarjeta Presentacion	[Active]								[Empty]																			
Publicidad Alternativa	[Empty]																											
Facebook	[Active]								[Empty]																			
Twitter	[Empty]				[Active]								[Empty]															
You Tube	[Empty]												[Active]															
Google	[Empty]												[Active]															

CANTIDAD Y COSTOS / MESES

CANTIDAD Y COSTOS /USO MESES			
RECURSOS	VALOR X U.	CANTIDAD	COSTOS
Facebook	15	1	15,00
Twitter	15	1	15,00
YouTube	15	1	15,00
Google	15	1	15,00
Afiche	0.60	600	360,00
Trípticos	0,60	900	540,00
Banners	0,80	600	480,00
Adhesivos	80	10 días	800,00
Tarjeta Presentación	0,30	1000,00	30,00
TOTAL			2270,00

6.11. ESTRUCTURA DEL SITIO WEB



COMPONENTES DE LA PÁGINA.

- **MENÚ PRINCIPAL:** Está compuesto por botoneras de texto que a la vez sirve de enlace a otra página de interés.
- **SECCIONES:** La página de esta manera se observara por secciones.

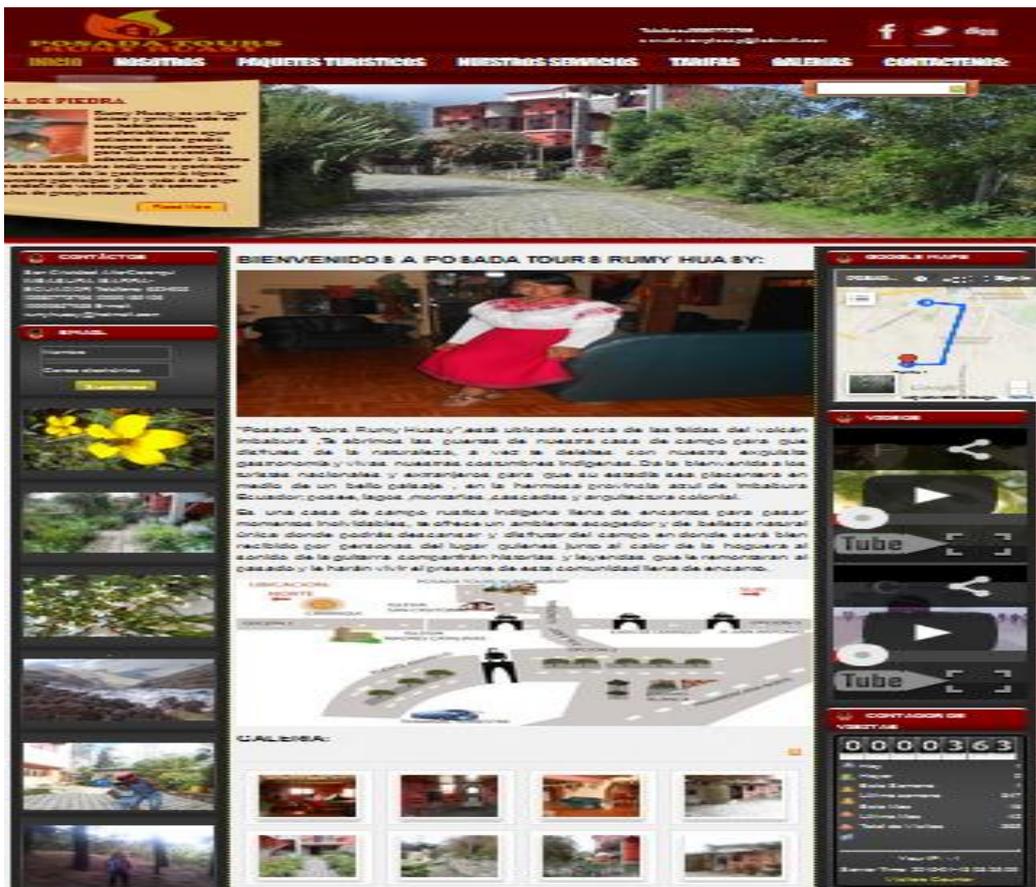
- **IMÁGENES PARA LA POSADA:** Las bellas fotografías llaman la atención a usuarios que visitan los lugares turísticos así como es la Posada Tours Rummy Huasy.
- **INTERACCIÓN:** Permite que la página sea dinámica y a la vez llamando mucha atención en su contenido.
- **PAUSA VISUAL:** Es los espacios en blanco que a la vez ayuda a no saturarse la página web, visualizar mejor el texto el color, diseño.
- **FONDO DE LA PÁGINA:** Estos colores representan o identifican a nuestro sitio web, además permite que el diseño sea vea más elegante, lo cual debe tener contraste con las imágenes y los colores.



6.12. SITIO WEB.

Los menús que se encuentran en el sitio web online de la “Posada Tours Rummy Huasy”, son los siguientes:

Inicio: Está conformado por la página de inicio o la página principal donde está la información de los servicios y actualizaciones, la estrategia web publicitaria, banners, mapa Google, email, imágenes, videos, contador de visitas en línea, y todo en cuanto a la información de Posada Tours Rummy Huasy.



Nosotros: Permite al cliente o consumidor conocer sobre la “Posada Tours Rummy Huasy”, por ejemplo: la historia de la posada, como está construida, sus materiales propios del lugar, imágenes entre otras.

CONTACTOS

San Cristóbal Alto-Caranqui
IMBABURA-IBARRA-
EQUADOR Teléfono: 652-905
09980773796 0999189106
0999857956 E-mail:
rummyhuasy@hotmail.com

EMAIL

Nombre

Correo electrónico

POSADA TOURS RUMMY HUASY



Rummy Huasy es un lugar encantador ubicado en la comunidad de San Cristóbal Alto de la parroquia urbana de Caranqui a tan sólo 15 minutos de la ciudad colonial de Ibarra este sitio es excelente para recrearse en medio de la naturaleza, puede practicar deportes de aventura como trekking, asenso, parapente desde el volcán Imbabura que además es un mirador desde donde puede apreciar Ibarra, laguna Yahuarcocha, Atuntanqui, volcán Cotacachi y la laguna de Culoocha del mismo, Otavalo.

En Rummy Huasy podrá disfrutar de la danza folclórica y participar en el baile típico con los habitantes que alegres harán que estos momentos sean inolvidables también visitar el etnomuseo conocer la historia de esta población el pasado y presente de esta comunidad indígena y junto al calor de la hoguera además conocer compartir sus experiencias y leyendas además podrá aprender a realizar artesanías bordados a mano. Rummy Huasy

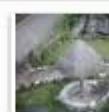
La construcción de la Posada está realizado con materiales propios del lugar estilo rústico, con jardines donde puede apreciar collorjes de diferente especies, este proyecto turístico nació de un emprendimiento familiar con un enfoque sustentable

GALERIA:










Ordering: Display Num:

Powered by Photo Gallery

GOOGLE MAPS



VIDEOS

POSADA TOURS RUMMY HUASY



COMO



CONTADOR DE VISITAS

0000363

Hoy	1
Hoy	0
Esta Semana	1
Ultima semana	347

Ubicación: Permite al público en general conocer dónde está ubicada la Posada Tours Rummy Huasy, paso a paso para así llegar sin pérdidas de tiempo.

CONTACTOS

San Cristóbal Alto-Caranqui
 IMBABURA, IBARRA-
 ECUADOR Teléfono: 652-909
 /0990773796 /0999189106
 /0999857958 E-mail:
 rummyhuasy@hotmail.com

EMAIL

Nombre

Correo electrónico

Suscribirse

UBICACION POSADA TOURS RUMY HUASY

Posada Tours Rummy Huasy está ubicada en la comunidad Indígena de san Cristóbal Alto a tan solo 6 km al suroeste en la ciudad de Ibarra es un lugar único en donde tú puedes descansar pensar y disfrutar de la belleza natural.

Ven y disfruta de la mejor aventura en la naturaleza fusionada con la cultura y tradición.

Cómo llegar:

GOOGLE MAPS

GALERIA:

VIDEOS

POSADA

COMO

CONTADOR DE VISITAS

PAQUETES TURÍSTICOS:

Itinerario 1: Da a conocer al usuario sobre un día de aventura que ofrece la Posada Tours Rummy Huasy.

CONTACTOS

Ben Chabal, Ctra. Campesino
 SULLCOP, Tulum, Q9922
 (999) 999 9999
 contacto@posadatur.com
 posadatur.com

EMAIL:

Posada
 Contacto

IMAGENES

RUMY HUA SY TE OFRECE LA MEJOR AVENTURA

Día 1 Itinerario

Paquete turístico rummy huasy

Camino Natural una noche y un día

Hospedaje: En Rummy huasy

08h00: Desayuno Ejecutivo monocho, empanadas, huevos de campo, fruta natural. Otra alternativa consiste en un nutritivo plato llamado guaguas lings acompañado de papas, mostazas aromáticas.

09h30: Participación de la vida del campo como, alimentar aves, de corral y animales, misiones de granja recolectar frutos del campo. (Opcional)

Otra alternativa: paseo caballo en otra hacienda cercana servicio extra.

10h00: un refrigerio es ideal para recuperar las energías, lo cual le invita a seguir disfrutando de la naturaleza.

11h30: paseo por el bosque y conocimiento ancestral de plantas nativas medicinales.

13h00: almuerzo delicioso: caldo de gallina de campo, choco, papas, queso, dos ensaladas, carne a la brasa ají de paja y acompañado de la bebida milenaria (chicha de jora) se recomienda. Sevar toma todo, protector solar, guantes, ropa cómoda, calzado apropiado.

22h30: visita al museo tejidos de historia en donde será bien recibido por personas del lugar quienes junto al calor de la hoguera, compartirán historias y leyendas que le rememoran al pasado y le harán vivir al presente de esta comunidad llena de encanto.

23h00: aprendizaje de artesanías bordados a mano mezclando una gama de colores que se confunden con la naturaleza.

19h00: Cena Típica en Rummy Huasy mirador natural aprendizaje de gastronomía de la zona (productos orgánicos preparados en leña).

Precio: 30 USD por persona

Gracias por disfrutar junto a nosotros y compartir la verdadera tradición y la mejor aventura en rummyhuasy.

Contacto: 0990773790 099109100700202900 posadatur@gmail.com

GALERIA:

GOOGLE MAPS

VIDEOS

COUNTADOR DE VISTAS

0000257

Mapa 0
 Misión 0
 Ruta Camerón 20
 Última cámara 110
 Ruta Vista 170
 Última Vista 27
 Total de Vistas 327

Ver Perfil
 Same Time 20:14:10 18.01.2017
 Ver Más Datos

Itinerario 2: En esta página informa sobre la visita Hacienda de Zuleta y Laguna Yahuarcocha.

CONTACTOS

San Cristóbal (Cuzco) Perú
 TELÉFONO: 051 94 820000
 BOUTIQUE: 051 94 820000
 WhatsApp: 051 94 820000
 Email: info@rumyhuasi.com

SPRUIZ

Nombre:

Comeo electrónico:

Enviar

PA SEO HACIENDA ZULETA Y YAGUARCOCHA



Día 2: Visita Hacienda De Zuleta Y Laguna Yahuarcocha y visita Hospedaje Rumyhuasi

08:00: Desayuno: café con bolas de verde, frutas con y jugos naturales huevos de campo

09:00: Salida de la Posada Tours Rumy Huasi

10:00 am: Llegada a la hacienda Zuleta: historia y cultura

11:00: Visita Laguna Yahuarcocha almuerzo Y gastronomía local deliciosa Tilapia.

Paseo por la laguna

Vuelta a la Posada Tours Rumy Huasi

19:00 Cena deliciosa en la noche pollo al horno con 2 ensaladas aguas aromática

Precio \$ 40 por Pax

Incluye: hospedaje, desayuno, cena en la noche, trasporte, guía no incluye almuerzo

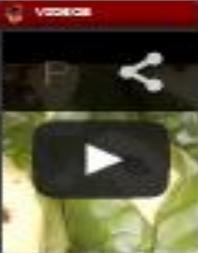
Gracias por disfrutar junto a nosotros y compartir la verdadera tradición y la mejor aventura en Rumy Huasi.

Contactos: 0900773790 0991091001002052905 rumyhuasi@rumyhuasi.com

GOOGLE MAPS



VIDEOS




CONTADOR DE VISITAS

0000257

A Hoy: 2
 Hoy: 0
 Este Semana: 20
 Última semana: 110
 Este Mes: 170
 Último Mes: 27
 Total de Visitas: 227

Ver IP: 11
 Same Time: 2016-11-03 18:03:07
 Visitor Counter

GALERIA:



Showing: Showing Loading Display Num: 20

Photo: 11 / Press Gallery

Itinerario 4: En esta página está un paquete turístico de la Posada a la Laguna Azul de Cotacachi.

CONTACTOS

En Ciudad Llerena
 BULEVAR BOLIVAR
 BOULEVARD 1444 - 02402
 00007700 000 00 00
 00007700 0-144
info@rumyhuasi.com

EMAIL

Nombre

Come electrónico

PAQUETE LAGUNA AZUL DE COTACACHI




Día 4 Itinerario

Hospedaje en Rumy Huasi

8h00: Desayuno: agua aronística con humitas de maíz natural, frutas con granola y jugos naturales.

9h00: Salida de la Posada Rumy Huasi

9h00: Llegada a Cotacachi visita a las tiendas de artesanía en cuero.

10h00 am: un refrigerio es ideal para recuperar las energías, te invita Rumy Huasi para seguir disfrutando de la naturaleza.

12h00: almuerzo nos no costa en el precio

2h00: visita a la laguna de culcocha, paseo en lancha nombre de la laguna viene del guichua 'Bulcocha' De allí se formaron los islotes y la laguna azul. Entre los islotes con vegetación está el canal de los anserio junto a la hermosa vegetación.

Visita a la Posada Rumy Huasi

19h00: Cena deliciosa en la noche amor con leche empanadas de trigo

Precio \$ 50 por persona

Incluye: hospedaje, desayuno, cena en la noche, transporte, guía no incluye almuerzo

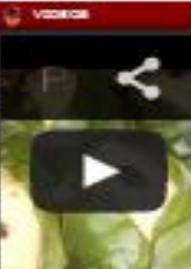
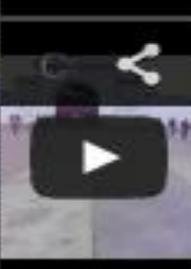
Gracias por disfrutar junto a nosotros y compartir la verdadera tradición y la mejor aventura en Rumy Huasi.

Contactos: 0900773790 099109100/003032905 info@rumyhuasi.com

GOOGLE MAPS



VIDEOS

COUNTADOR DE VISITAS

0000257

A Hoy: 0
 Hoy: 0
 Esta Semana: 00
 Última semana: 110
 Este Mes: 170
 Último Mes: 27
 Total de Visitas: 337

Year: 2014
 Server Time: 2014-12-18 03:00
 Visitors Counter

GALERIA:






Clearing Clearing Clearing Display Num: 00

Powered by Photo Gallery

NUESTROS SERVICIOS

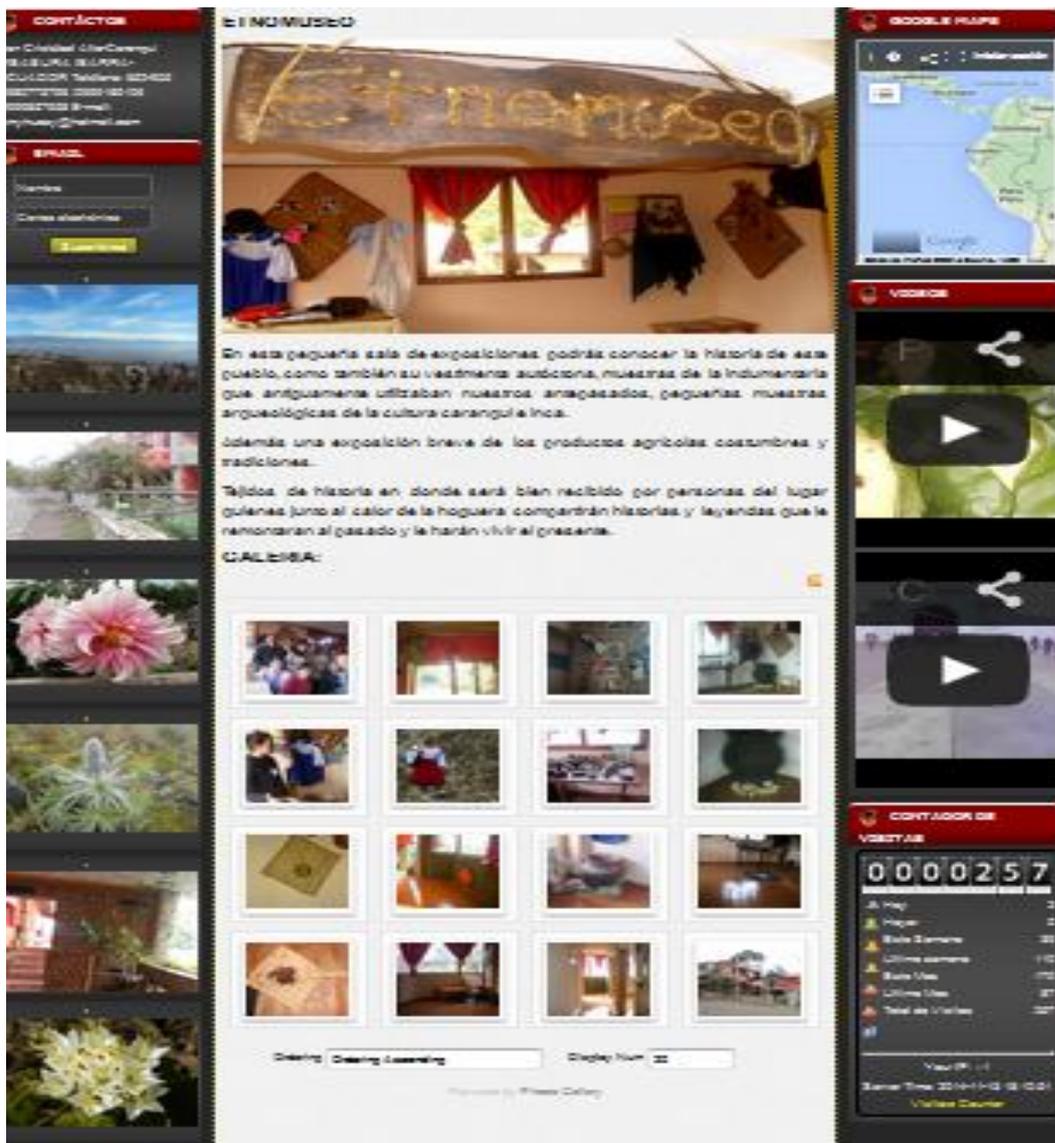
Hospedaje. En esta página se da a conocer las habitaciones para una mejor estadía de los clientes, su confortabilidad y sus componentes de materiales propios de la naturaleza en estilo rústico que conjugan con las exigencias modernas de nuestros clientes.

The screenshot displays a website interface for a accommodation service. The main content area is titled "HOSPEDAJE" and features a large image of a rustic bedroom with a bed and a window. Below the image, there is a text description in Spanish: "Posada 'Buna Runy Huzay' se ofrece habitaciones confortables con materiales propios de la naturaleza en estilo rústico que conjugan con las exigencias modernas de nuestros clientes, para una estadía inolvidable cerca del majestuoso Imbabura, con una vista panorámica hacia la ciudad y la cordillera de los andes. En sus jardines se puede pasear y disfrutar de las diversas aves como (colibríes, vireonidos) y plantas nativas. Junto al aroma agradable del caucho en una hamaca puede recuperar sus energías para seguir disfrutando de la mejor aventura... Costos: Habitación sencilla de 1 persona: U\$D 12 Habitación doble de 2 personas: U\$D 26 Habitación triple de 3 personas: U\$D 36. Precios ya incluye 12% IVA. Niños de 5 a 12 años 50% de descuento. Descuentos para grupos e instituciones. CALIBRA:"

Below the text is a grid of 12 small thumbnail images showing various views of the property, including rooms, outdoor areas, and people. At the bottom of the main content area, there are search filters for "Destino", "Destino Alternativo", and "Días de Noche".

The right sidebar contains a "GOOGLE MAPS" section with a map of the location, a "VIDEO" section with a play button, and a "CONTADOR DE VISITAS" (Visitor Counter) showing a count of 0000257. Below the counter is a list of statistics: "A Hoy", "Hoy", "Este Semana", "Ultima semana", "Este Mes", "Ultimo Mes", and "Total de Visitas".

Etnomuseo: Da a conocer en esta página una pequeña sala de exposiciones la historia de este pueblo, como también su vestimenta autóctona, muestras de la indumentaria que antiguamente utilizaban nuestros antepasados, pequeñas muestras arqueológicas de la cultura Caranqui e Inca.



Gastronomía: En esta página da a conocer a sus clientes información de gastronomías con productos orgánicos cosechados en el mismo lugar,

además para los paladares más exigentes la mejor gastronomía internacional.

CONTACTOS
San Cristóbal - Cda. Casapipi
BOULEVARD SERRANO
BOULEVARD SERRANO 201002
BOULEVARD SERRANO 201002
BOULEVARD SERRANO 201002
BOULEVARD SERRANO 201002

ESPAL
Nombre
Correo electrónico
Enviar

GASTRONOMIA



Podrás disfrutar o degustar de la mejor gastronomía con productos orgánico cosechados en el mismo lugar tales como: caldos de gallina de campo, cuyes al carbón moza con papas y hornado, guaguaranga, oveja asada con papas tostado y acompañado de un delicioso papa de zambo, mazamorra, colada morada, pan de casa con champús, morocho con leche, tortitas de queso con aguas aromáticas, además para los paladares más exigentes la mejor gastronomía internacional.

CALIBRA:

Ordering: Clearing: Loading: Display Num: 20

Powered by: [Phosx Gallery](#)

GOOGLE MAPS
Mapa de San Cristóbal

VIDEOS

COURTBOOK DE VISITAS
0000257
A: Map
Mayor
Bata Zamora
Ultima camera
Bata Map
Ultima foto
Total de Visitas

Ascenso al Volcán Imbabura / Cubilche: En esta página demuestra a los usuarios uno de los atractivos más hermosos de la provincia azul, que es el volcán Imbabura y laguna Cubilche, por sus hermosos lagos y bellos paisajes con una vista panorámica desde sus pajonales hacia la ciudad colonial de Ibarra.

The screenshot shows a website layout with several key sections:

- Left Sidebar:** Contains contact information for 'com.ictos' (San Cristóbal, Ute-Caerangul, BUCLEURU, BUCURU) and a search bar labeled 'BÚSCA' with fields for 'Palabras clave' and 'Criterio de búsqueda'.
- Top Center:** A large banner image showing people in a grassy field with the title 'VISITA AL VOLCÁN IMBABURA'.
- Text Content:**
 - Introductory paragraph: 'Uno de los atractivos más hermosos de la provincia azul es el volcán Imbabura, por sus hermosos lagos y bellos paisajes con una vista panorámica desde sus pajonales hacia la ciudad colonial de Ibarra.' It mentions 'Caminatas en el bosque conociendo plantas de caja de monjas' and 'conocimiento de flora y fauna'.
 - Section: 'Disfrutamiento de aves'.
 - Section: 'Excursiones al Volcán Imbabura con guías Nativos'.
 - Section: 'Parapente'.
 - Section: 'Trekking y aventura'.
 - Section: 'Caminaremos al volcán Imbabura por un camino campestre y luego por un atractivo sendero natural hacia la cumbre de este disfrutaremos de la belleza paisajística de la ciudad colonial, la diversidad de la flora endémica medicinal junto al vuelo del águila, al canto de chiguaco, quillos, colibríes, tigrina, búho y en ocasiones se puede admirar al cóndor andino. Además podrá mirar la laguna 'cul cocha', del Cotacachi, yaguacocha de Ibarra custodiando estas grandes ciudades.'
- Section: 'GALERIA:'** A grid of 12 small images showing various landscapes and people.
- Right Sidebar:**
 - 'GOOGLE MAPS' showing a map of the region.
 - 'VIDEOS' section with two video thumbnails.
 - 'CONTADOR DE VISITAS' showing a counter at '0000257' and a list of visitors.

Tarifa: En este botón proporciona información de los costos de servicios de Posada Tours Rummy Huasy.

CONTACTOS
 San Chelín, Cuzco
 SECCION TURISMO
 SECCION TURISMO
 SECCION TURISMO
 SECCION TURISMO

PRECIO S PO SADA TOUR S RUMY HUA SY

(Por favor hacer reservaciones anticipadamente)

Cada:

Reservación sencilla de 1 persona	USD 12
Reservación doble de 2 personas	USD 22
Reservación triple de 3 personas	USD 32

Prueba gratuita (20% IVA)

Oferta de 2 a 12 años (20% de descuento)

Descuentos para grupos e instituciones

Un guía Local para asistir al visito Imbabura a legura aulana 2 22

GALERIA:

Display: Clearing Clearing Clearing Display Num: 22

Powered by: Photo Gallery

GOOGLE MAPS
 Ubicación

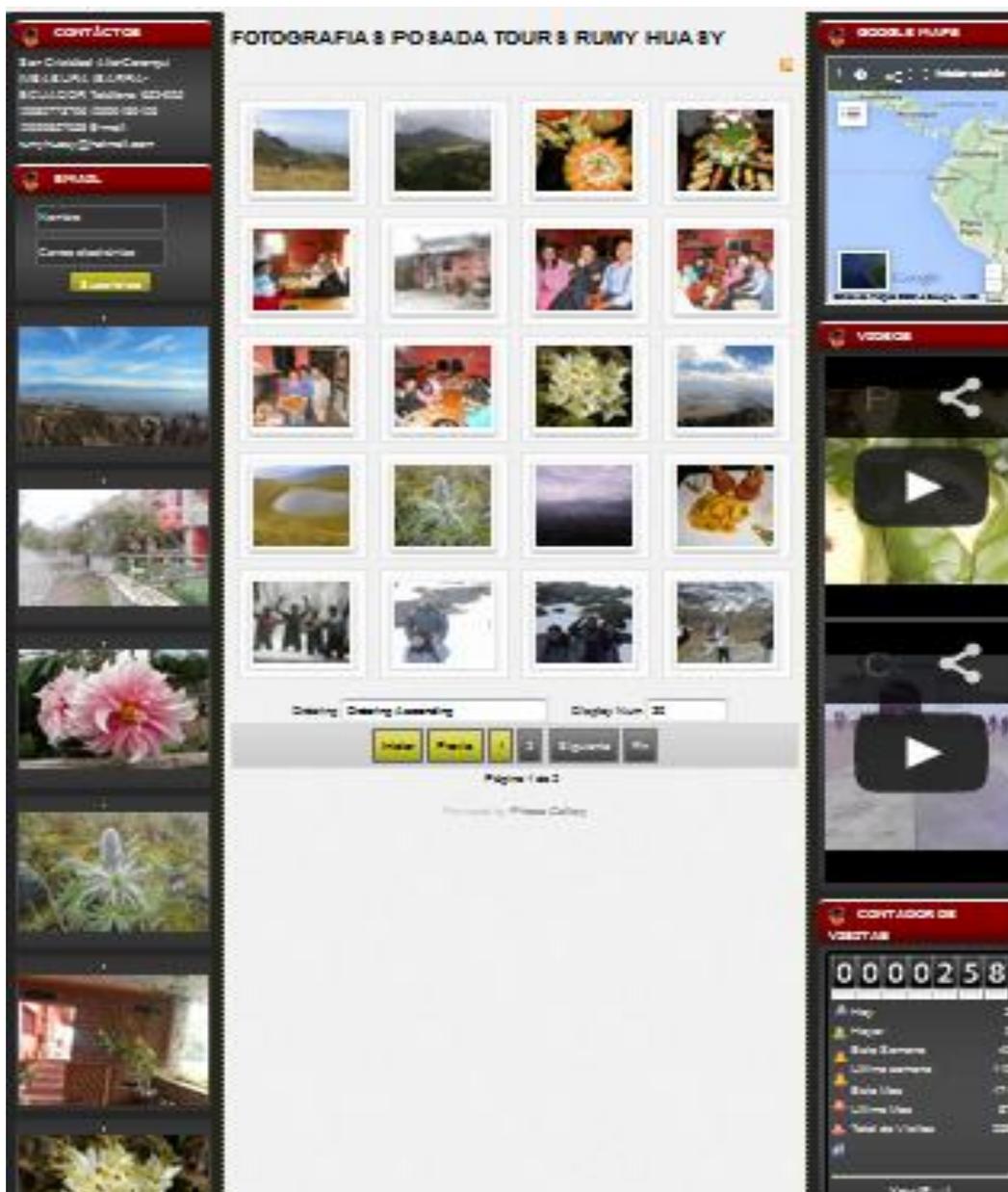
VIDEO

CONTADOR DE VENTAS
 0000258

- Al May: 0
- Mayer: 0
- Bata Sumera: 10
- Ultimo semana: 100
- Bata May: 101
- Ultimo Mes: 27
- Total de Ventas: 222

View IP: 1
 Server Time: 2014-11-12 12:12:32

Galerías: Permite representar y a la vez dar a conocer las imágenes a los usuarios y visitantes.



Banners: Nuestros 15 banners del sitio web que a la vez, se irán cambiando en cada botón permitirán publicitar la Posada.



Contactos: Son datos informativos como: dirección, país, provincia, número de teléfono, e-mail de esta manera facilitar información de contacto entre el usuario y el propietario del lugar.



Email: El cliente tendrá acceso a suscribirse, para que le lleguen noticias o información que sea de su interés.



A screenshot of a mobile application interface for email subscription. At the top, there is a red header with a small profile icon and the word "EMAIL" in white. Below the header, there are two text input fields: the first is labeled "Nombre" and the second is labeled "Correo electrónico". At the bottom of the form is a yellow button with the text "Suscribirse" in black.

Videos: En estos dos videos nos explica informándonos paso a paso el cómo llegar a la Posada, asimismo información de los servicios que presta al cliente.



Google Maps: El Google Maps indica la posición o ubicación de la Posada a los potenciales clientes.

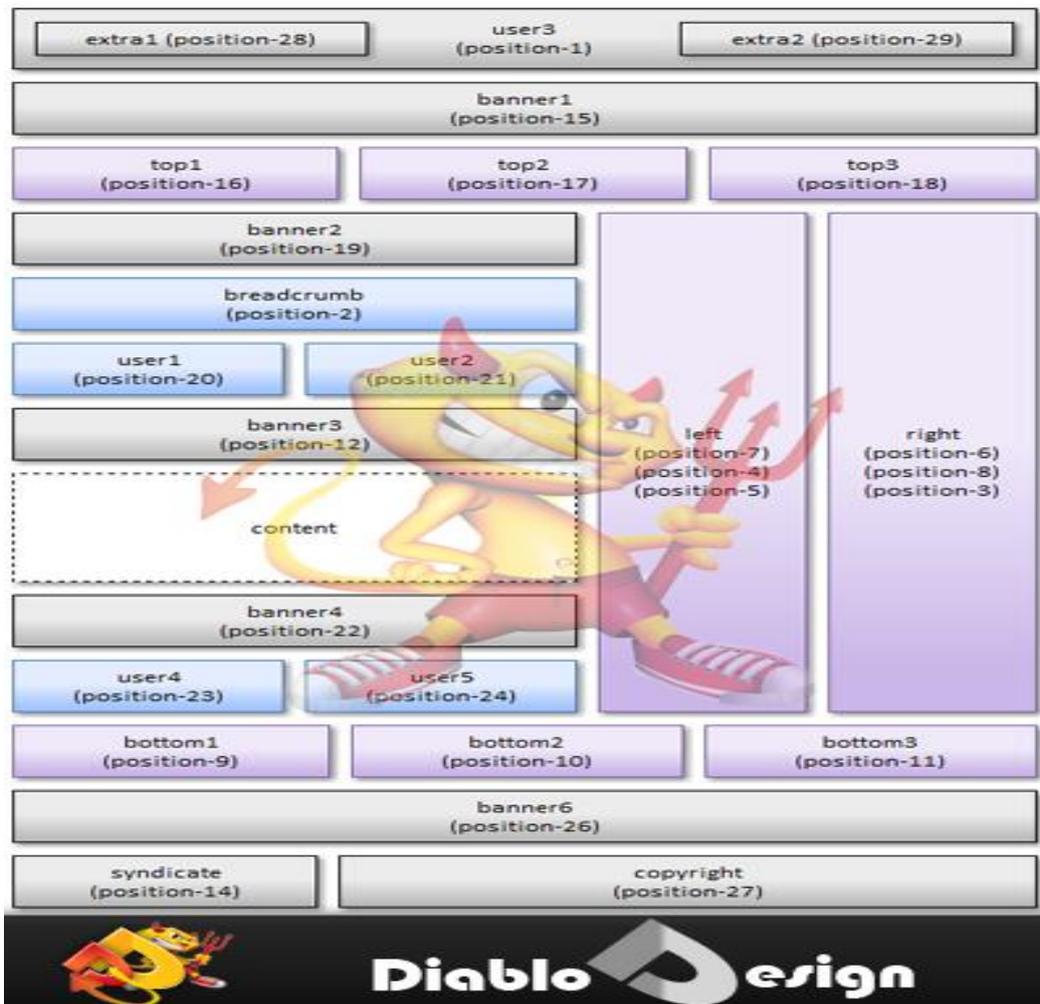


Contador de visitas en línea: En este módulo la clientela y visitantes se enterarán y estarán al tanto del número de visitantes al sitio web de la Posada Tours Rummy Huasy por día, semana, meses y a la vez, el total de visitas.



PLANTILLA

La plantilla o t mplate que se ha usado para Rummy Huasy es “Garden 400” por su diseño y espacios muy adecuados que se ajustan fácilmente a mi propuesta inicial que es la siguiente.



6.13. DISEÑO DE LA PÁGINA WEB DE INICIO POSADA TOURS RUMY HUASY



6.14. LOGO POSADA TOURS RUMY HUASY



El logotipo está determinado de acuerdo a la naturaleza y la casa Posada Tours Rummy Huasy, así representa a la actividad económica a la que se dedica la empresa, el logo que se utilizó es el que la Posada necesita para ofertar y vender, pues es una marca los colores utilizados: naranja y verde.

TIPOGRAFÍA.

Actualmente la tipografía del sitio web está diseñada y especificada, ya que la que se usa como parte del logo tipo, proviene de una tipografía Cooper Black regular tamaño de letra N° 36 para una mejor visualización y aceptación de los clientes y visitantes en línea.

A

Cooper Black texto de logo tipo

BUSCADOR

Este buscador del sitio permite encontrar información precisa y exacta dentro de sitio web de la “Posada Tours Rummy Huasy”.



MENÚ PRINCIPAL

En este menú se utilizó colores llamativos como naranja y el blanco que son utilizados como colores complementarios dentro de la Posada Tours Rummy Huasy, El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar la atención y trazar los aspectos más destacables de una página web, el naranja es un color de alegría, felicidad, atracción, creatividad; y el blanco se asocia a la luz, la bondad. Se le considera el color de la perfección.

[INICIO](#) [NOSOTROS](#) [PAQUETES TURISTICOS](#) [NUESTROS SERVICIOS](#) [TARIFAS](#) [GALERIAS](#) [CONTACTENOS](#)

MARRÓN:

Para las impresiones de banners y a la vez publicidad del sitio:

C 34%
M 100%
Y 100%
K 58%

Para el sitio web de Rummy Huasy y páginas

R 94%
G 18%
B 10%

BLANCO

Para las impresiones de páginas y otras publicaciones de la casa Posada.

C 4.71%
M 3,53%
Y 3,53%
K 0%

Para el sitio web y servicios que ofrece:

R 246%
G 246%
B 245%

Sobre estos menús del sitio web de la Posada se utiliza un cuadrilátero para encerrar todo del menú principal de la posición -1. Al cuadrilátero se le agrupa con ideas de solidez, a la vez que cause atención y armonía.

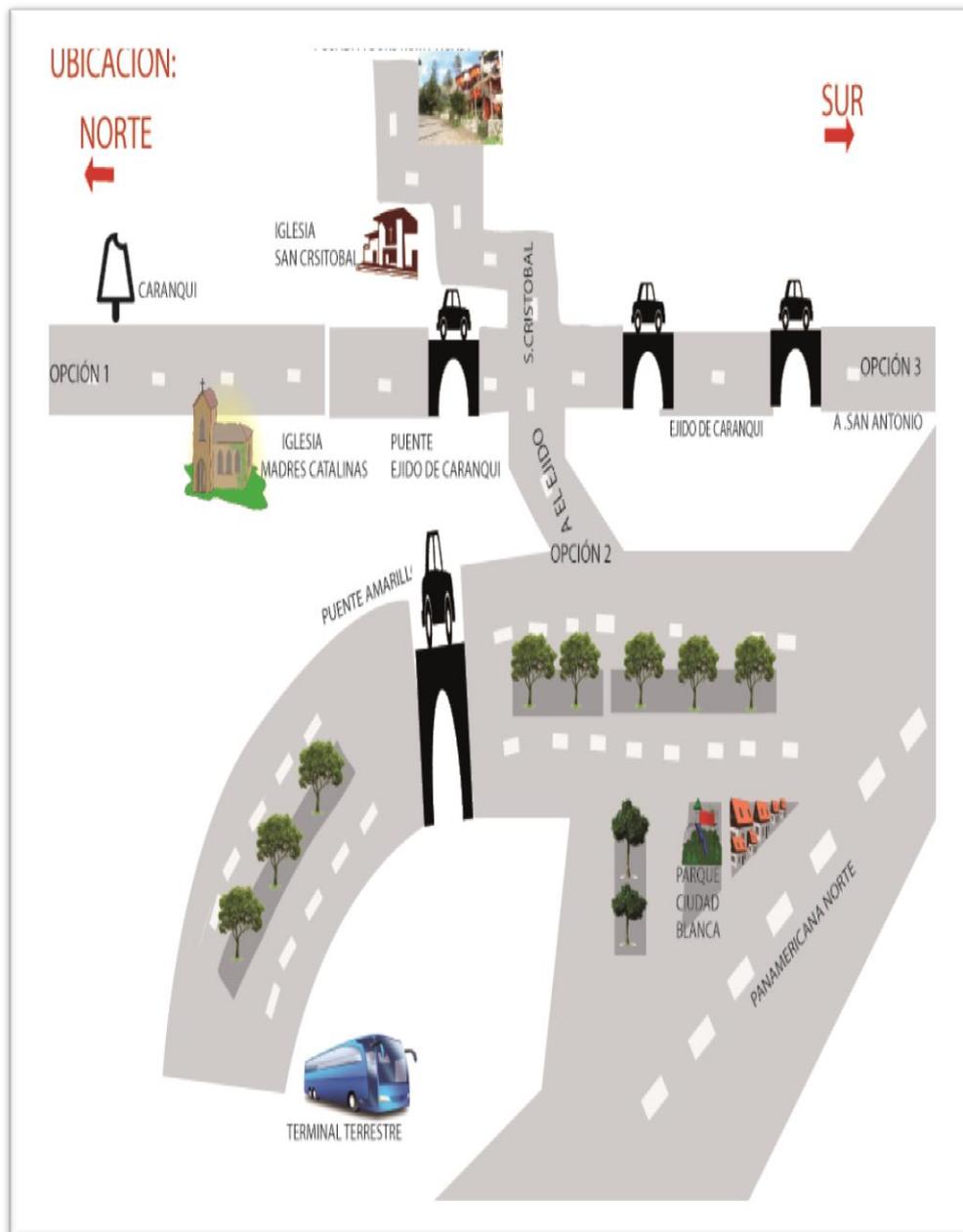
El menú principal indica las siguientes opciones de botones desplegables del sitio web de la Posada Tours Rummy Huasy”.

- INICIO
- NOSOTROS
- PAQUETES TURÍSTICOS
- NUESTROS SERVICIOS
- TARIFAS
- GALERÍAS
- CONTÁCTENOS

También en la página de inicio permitirá a los clientes y visitantes conocer más sobre la posada a través de imágenes, además contamos con un contador de visitas en línea, Google, mapas y videos, información acerca de la “Posada Rummy Huasy”.

6.15. MAPA INFORMATIVO SOBRE LA POSADA TOURS RUMY HUASY

Este mapa servirá de guía a los visitantes de la Posada Tours Rummy Huasy, además información general de cómo llegar al lugar.



ESTIMACIONES PARA POSADA TOURS RUMY HUASY

Estrategia web

REQUERIMIENTOS	PRECIOS
Servicio Técnico	50,00
Diseño de la Estrategia Web	300,00
Plantilla para el Sitio Web	40,00
Dominio y Hosting	50,00
Fotografías	60,00
Total	500,00

PERFILES DE REDES SOCIALES COMO:

FACEBOOK



TWITTER

The image shows a screenshot of the Twitter profile for POSADA TOURS RUMY HUASY. The profile header includes the logo, which features a stylized house and a flame, and the text "POSADA TOURS RUMY HUASY". Below the logo, the profile name "POSADA RUMY HUASY" is displayed along with the handle "@PosadaRumy", the website "rumyhuasy", and the location "SAN CRISTOBAL CARANQUI". There are 4 tweets and 10 people following the account. A "Seguir" button is visible in the top right corner.

The main content area shows a tweet from POSADA RUMY HUASY (@PosadaRumy) dated 30 de sept. The tweet text is: "COMO LLEGAR A POSADA TOURS RUMY HUASy: youtu.be/hMU1IbZzOqI?a via @YouTube". Below the text is a video player showing a large white archway with people walking through it.

On the right side of the profile, there is a registration form with the heading "No te pierdas ninguna actualización de POSADA RUMY HUASY". The form includes fields for "Nombre completo", "Correo electrónico", and "Contraseña", and a blue "Regístrate en Twitter" button.

Below the registration form, there is a "Tendencias" section with the text "Tendencias: Global · Cambiar" and a list of trending hashtags: #BeşiktaşçinPARTİZAMAñI, #DirectosTaXx, #SeniDüşünmüyorumÇünkü, #ReContraDaPara, #NoQuieroEnamorartePeroYüreğimizSizinizle SaldırıBEŞİKTAŞ, Young Boys, Diwali in India, and AvrupadaYüzümüzü GüldürBEŞİKTAŞ.

YOUTUBE



Subir un video



Analytics

Administrador de videos



MIX FRANCO DE VITA vs RICARDO MONTANER !!

de geo,rubyte,kiara duke
Recomendados para ti



PASTELITO DE CHILE

de Fernando Abel
Recomendados para ti



Muerte de Denisse La china Ruiz 'FOTOS DEL ACCIDENTE'

de Lindx liss
402,568 vistas



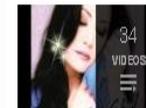
Takisay Amorcito

de Diego Cabascango
72,260 vistas



Cars 2 Pit Crew Launchers Raoul Caroule Pitty Lightning McQueen,

de EluToys Pixar Cars
6,162,342 vistas



MIX ROMANTICAS ANA GABRIEL, MYRIAM HERNANDEZ Y ANGELA

de GOYO421
Recomendados para ti



Pelicula Barbie y su Autocaravana (español)

de MiBarbieClub
4,207,200 vistas

GOOGLE

POSADA TOURS RUMY HUASY
988 vistas

POSADA TOURS RUMY HUASY
Se compartió públicamente. - Ayer a la(s) 11:51

UBICACIÓN POSADA TOURS RUMY HUASY
Posada Tours Rummy Huasy está ubicada en la comunidad indígena de san Cristóbal Alto a tan solo 6 km al suroeste en la ciudad de Ibarra es un lugar único en donde tú puedes descansar pensar y disfrutar de la belleza natural. Ven y disfruta de la mejor aventura en la naturaleza fusionada con la cultura y tradición.

POSADA TOURS RUMY HUASY
Se compartió públicamente. - 30/9/2014 #Tours

POSADA TOURS RUMY HUASY COMO LLEGAR
COMO LLEGAR A POSADA TOURS RUMY HUASY

POSADA TOURS RUMY HUASY
Se compartió públicamente. - 30/9/2014
HOSPEDAJE EN SAN CRISTOBAL ALTO CARANQUI-IBARRA

En tus círculos 28 personas

Estás en sus círculos
Nadie te agregó o esta sección está oculta
Modificar

AFICHE

**POSADA TOURS
RUMY HUASY**
"Aventura al máximo"

TEJIDOS DE HISTORIA

HOSPEDAJE

TOURS

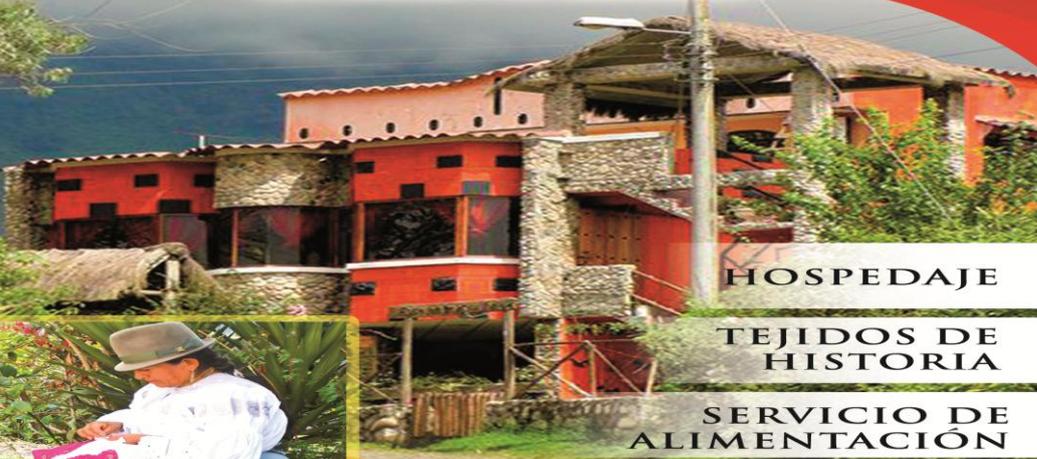
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

INFORMES Y RESERVACIONES:
DIRECCIÓN: SAN CRISTOBAL ALTO - CARANQUI
TELÉFONO: 652-905/0980773796/0999189106
E-MAIL: rummyhuasy@hotmail.com
www.posadatoursumyhuasy.com
IBARRA-ECUADOR

BANNER



**POSADA TOURS
RUMMY HUASY**
"Aventura al máximo"



HOSPEDAJE

TEJIDOS DE HISTORIA



SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

TOURS



INFORMES Y RESERVACIONES:
DIRECCIÓN: SAN CRISTOBAL ALTO - CARANQUI
TELÉFONO: 652-905/0980773796/0999189106
E-MAIL: rummyhuasy@hotmail.com
www.posadatourstrummyhuasy.com
IBARRA-ECUADOR

TRÍPTICO

RECREACIÓN

- Caminatas al volcán Imbabura, Cayambe y la laguna del Cubiliche.
- Cabalgatas

OTROS SERVICIOS

- Presentación de música con el grupo de la comunidad.
- Presentación de danza con el grupo de jóvenes de la comunidad.
- Noche de cuentos leyendas y fogata.
- Venta de artesanías elaboradas por las hábiles y virtuosas mujeres.

PAQUETES TURÍSTICOS

TOUR/ 1 día
Rumy Huasi le espera para disfrutar de una noche de cuentos, leyendas y fogata. Al amanecer una caminata al imponente volcán Imbabura acompañados de un guía nativo. Incluye alimentación y alojamiento.

PARA MAYOR INFORMACION
VISITE NUESTRA PAGINA

www.posadatoursumyhuasy.com

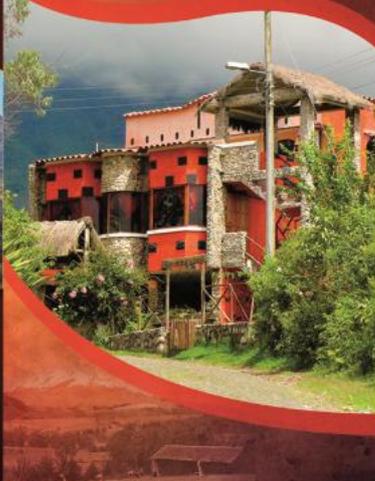


CONTÁCTENOS:
DIRECCIÓN: SAN CRISTOBAL ALTO - CARANQUI
TELÉFONO: 652-905/0980773796/0999189106
E-MAIL: RUMYHUASY@HOTMAIL.COM
IBARRA-ECUADOR



POSADA TOURS RUMY HUASY

"Aventura al máximo"









Rumy Huasy es un lugar encantador ubicado en la comunidad de San Cristóbal Alto de la parroquia urbana de Caranqui a tan solo 15 minutos de la ciudad colonial de Ibarra este sitio es excelente para recrearse en medio de la naturaleza, puede practicar deportes de aventura como trekking, asenso, parapente desde el volcán Imbabura que además es un mirador desde donde puede apreciar Ibarra, la laguna Yahuarcocha, Atuntunqui volcán Cotacachi y la laguna de Cuicocha del mismo Otavalo.

La construcción de la posada está realizado con materiales propios del lugar estilo rústicos con jardines donde puede apreciar colibríes de diferente especies, este proyecto turístico nació de un emprendimiento familiar con un enfoque sustentable.




HOSPEDAJE

Posada Tours Rumy Huasy te ofrece habitaciones confortables con materiales propios de la naturaleza en estilo rústico que conjugan con las exigencias modernas de nuestros clientes, para una estadía inolvidable cerca del majestuoso Imbabura, con una vista panorámica hacia la ciudad y la cordillera de los andes.

Costos:

Habitación sencilla de 1 persona: **UDS 15**
Habitación doble de 2 personas: **UDS 28**
Habitación triple de 3 personas: **UDS 36**

*Precios ya incluye 12% IVA.
Niños de 5 a 12 años 50% de descuento.
Descuentos para grupos e instituciones.*




ETNO MUSEO

"TEJIDOS DE HISTORIA"

En esta pequeña sala de exposiciones podrás conocer la historia de este pueblo, como también su vestimenta autóctona, muestras de la indumentaria que antiguamente utilizaban nuestros antepasados, pequeñas muestras arqueológicas de la cultura caranqui e inca.

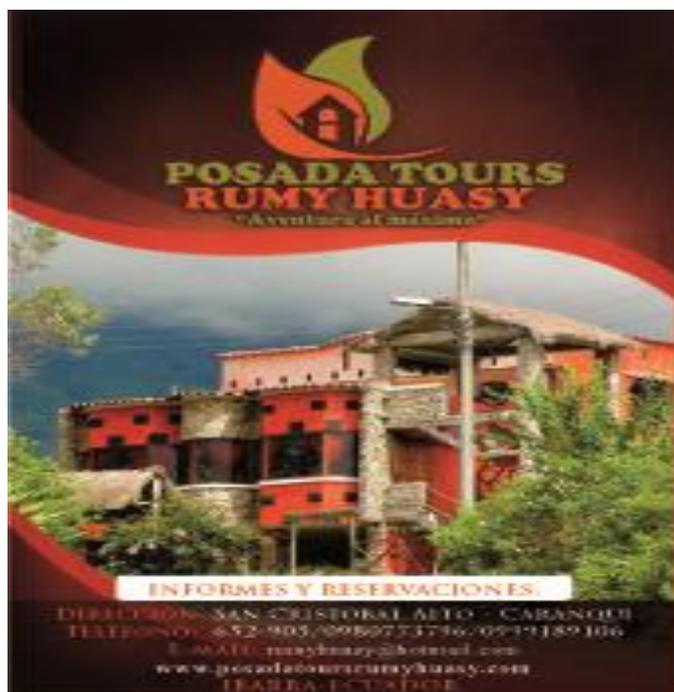


GASTRONOMÍA

Podrás disfrutar o degustar de la mejor gastronomía con productos orgánicos cosechados en el mismo lugar, platos como: caldos de gallina de campo, cuyes al carbón mote con papas y honrado, guagrasinga, oveja asada con papas tostado y acompañado de un delicioso pepa de zambo, mazamorra, colada morada, pan de casa con champús, morocho con leche, tortillas de tiesto con aguas aromáticas, además para los paladares más exigentes la mejor gastronomía internacional.



ADHESIVOS



TARJETA DE PRESENTACIÓN

**POSADA TOURS
RUMY HUASY**
Aventura al Páramo

TEJIDOS DE HISTORIA

HOSPEDAJE

TOURS

SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

INFORMES Y RESERVACIONES:
DIRECCIÓN: SAN CRISTÓBAL ALTO - CARANQUI
TELÉFONOS: 032-9251098277, 3776 / 09959129106
E-MAIL: rumy.huasi@hotels.com
www.posadatourrummyhuasi.com
TARDA, ECUADOR

6.16. IMPACTOS

- **SOCIAL**

Por este campo, las estrategias publicitarias mediante un sitios web nos ayuda directamente a mejorar el ambiente social en que nos desenvolvemos, conociendo nuevos espacios dentro de nuestra ciudad, sin tener que desplazarnos tanta distancia para visitar un lugar bonito y tranquilo, como también mejorando el conocimiento de la cultura indígena y revalorizando la cultura, abriendo espacios muy importantes para la práctica de este tipo de turismo y mejoraríamos en gran porcentaje la concepción social del turismo en una comunidad indígena.

- **EDUCATIVO**

Concientizaríamos a la sociedad sobre la gran importancia de generar emprendimientos y promocionarlos a través del internet, a fin de que las presentes y futuras generaciones conozcan la riqueza del país y el gran potencial turístico que tiene nuestras comunidades indígenas y lo conozcan ellos y den a conocer al mundo.

- **PEDAGÓGICO**

Mediante las estrategias web de dar a conocer datos importantes y promocionar la Posada Tours Rummy Huasy, servirá como sitio de investigación para estudiantes de carreras afines; y cómo no principalmente

para estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, a fin de que se orienten cuando vayan hacer un trabajo de investigación.

- **ECOLÓGICO**

Mediante la publicidad en línea con estrategias web replicadas en el diseño y publicación de una página web y sus componentes se disminuirá en gran manera el impacto ambiental, ya que la publicidad impresa hace que se utilice la naturaleza, lo cual contribuye a la no tala de árboles, además se concientiza sobre la importancia de la conservación, para que estos recursos sean aprovechados correctamente y conservado para la futura generación.

- **Difusión**

Además es importante difundir un producto mediante foros o asistiendo a ferias y congresos sobre los servicios que presta y quieran promocionar, se imprime algunos plegables como: trípticos, un poco de material publicitario donde esté el sitio de la página web a visitar y datos de contactos, también cuando se expongan proyectos con gobiernos seccionales, estar al tanto con la demanda de la sociedad; y, cómo no también poder organizar exposiciones con países extranjeros, y así nos ayuden a promocionar en sus países de origen o en el sitio en el cual residen, lo cual complementaría muy bien con el diseño de página web publicada mediante el internet para posicionar en el mercado este producto.

Bibliografía

BLANCO Teresa (2013). Imagen Corporativa Influencia en la Gestión Empresarial. Esic Editorial. Madrid.

BONTA Patricio Farber (2002). Preguntas Sobre Marketing Y Publicidad. Grupo Editorial Norma. Bogota.

CABELLO María Victoria (2010). Introduccion a las Bases de Datos Relacionales. Visión Libros. Madrid España.

CAMINO J Rivera (2000). La Promoción De Ventas. Esic. Madrid.

CAMPOS Ramón Mariño (2005). Diseño de Páginas Web y Diseño Gráfico. Ideaspropias Editorial Edición. España.

COBO Angel (2013). Special offers and Product Promotions. Ediciones Díaz de Santos 1st Edition. España.

CONRAD Levinson Jay (2000). Marketing de Guerrilla. Tercera Edición Completamente Analizada y Actualizada. Estados Unidos.

GARCÍA Lorenzo (2005). Aplicaciones Educativas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Ministerio de Educación Secretaría General Técnica. España.

GRAF Hagen (2011). Joomla! 1.7 Guía Para Principiantes Disponible en Español. España.

GONZALES María Estela (1991). La Orden Premonstratense. Autor Editor. España.

GUINN Thomas (1999). Publicidad. South-Western Pub. South.

KURT Krapf (1942). La Cosumision Turistica. Zuiza.

HERMAN LAING John Blume (1985). Original do it Yourself Graphic Design. Primera Edición Española. España.

IZASKUN Ibabe Erostarbe (2005). Cómo Crear una web Docente de Calidad Portada. Netb!Blo. Pis Basco.

KENNETH KENDALL Julie (2005). Análisis y Diseño de Sistemas. Pearson Educación. España.

MORA Sergio Luján (2011). Cuadro de texto Isindex. S.I Mora. Alicante España.

MORALES Francisco Javier Garrido (2008). Comunicación de la Estrategia la Efectividad está en la Dirección. Ediciones Deusto. Barcelona.

MUÑOZ Vicente Javier Eslava (2012). El Nuevo Php paso a paso. Bubok Publishing. España.

Press adobe (2012). Photoshop Cs6 Diseño y Creatividad. Tapa Blanda. España.

PHILIP Kotle (2002). Dirección de Marquetig Conceptos Esenciales. Isbn:970-26-0345-5. Mexico.

RAMOS Alicia (2011). Aplicaciones web Novedad 201 Editorial Paraninfo. España.

RICARTE José María (2000). Procesos y Técnicas Creativas Publicitarias Ideas Básicas. Universidad Autonoma de Barcelona. Barcelona Spain.

SABINO Saulo (1991). Diccionario de Economía y Finanzas. Panapo Caraca. Caracas.

UCEDA Mariola García (2001). Las Claves en la Publicidad. Esic Editorial. España.

RIVERA Jaime (385). Direccion de Marketing. Esic Editorial. España.

VALLÉS Juan Enrique (2010). Redes Sociales y lo 2.0 y 3.0. Editorial Visión Libro. España.

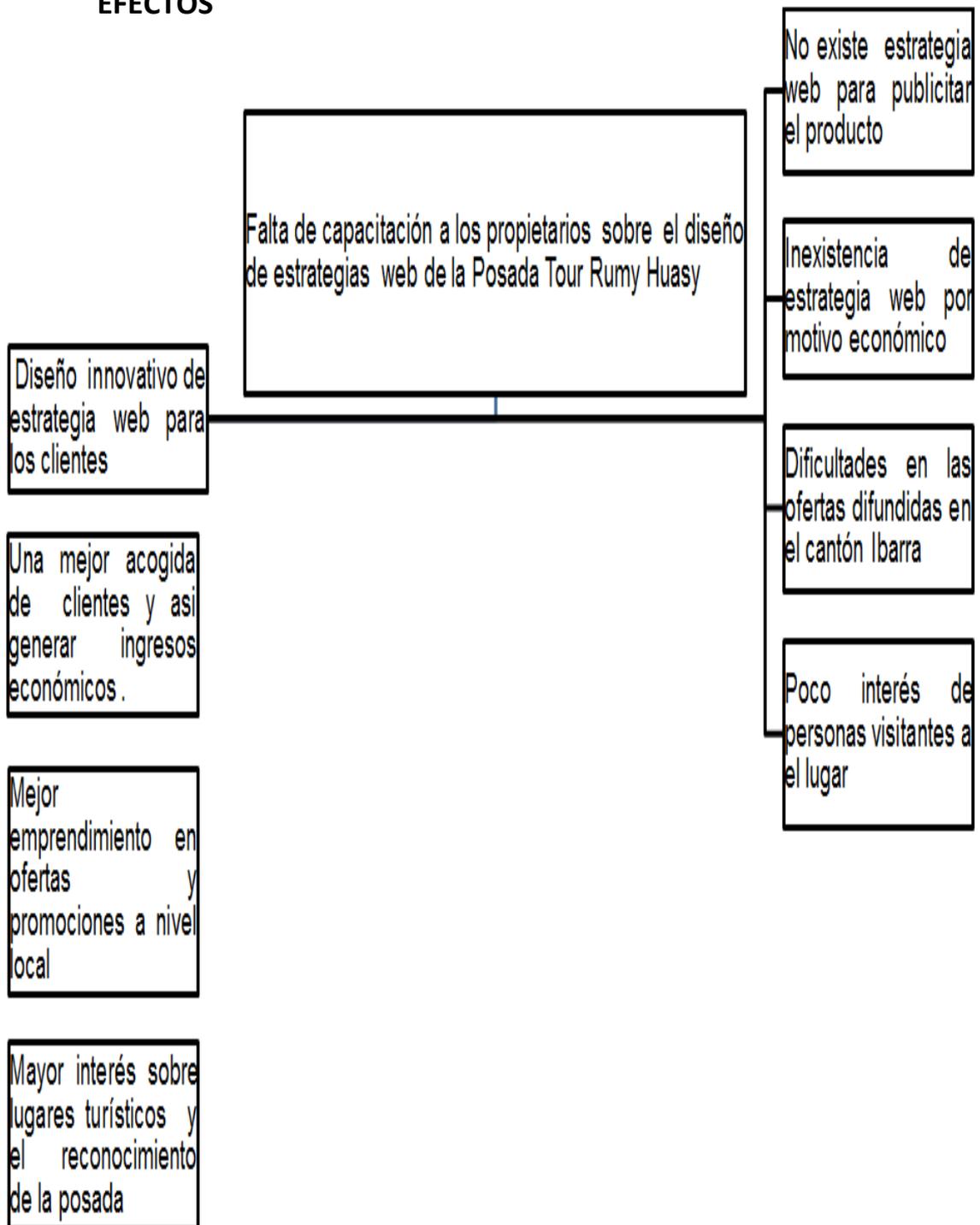
Anexos

Anexo No. 1 Interrogantes de la investigación

- ¿Haciendo estrategias web alcanzaremos una mejor publicidad?
- ¿Qué piensa el propietario de la Posada sobre la propuesta de la elaboración de la estrategia web?
- ¿Mejorando la publicidad de Posada Tours Rummy Huasy, podrá ser un proyecto líder, una referencia para otros proyectos de emprendimiento?
- ¿Utilizando estrategias publicitarias lograremos la aceptación del cliente?
- ¿Qué mejoría tendría la posada al manejar un software libre para desarrollo de la estrategia web?
- ¿La marca de la posada mejorará el reconocimiento a nivel nacional?
- ¿Cómo ayudaría de un excelente modo a la promoción publicitaria dirigida al cliente?
- ¿Dando a conocer al cliente la web mejoraría la demanda del lugar?
- ¿Puede la estrategia web alcanzar la publicidad en el mercado?
- ¿Logaremos brindar un mejor servicio mediante las estrategias web y abrir nuevos mercados?

Anexo N° 2 Árbol de Problemas

EFFECTOS



Anexo Nº 3 Encuesta para el Público entre 15 y 45 años en adelante

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad Ciencias de la Educación

Público entre 15y 45 años en adelante

Dirigidas a los turistas que visitan casa posadas u hostales

De forma cordial le solicitamos se digne en responder el siguiente cuestionario sobre estrategias web de producto turístico

Por favor, lea y responda lo más preciso, escoja solo una de las opciones, marque con una x la que usted considere correcta.

Género	M	<input type="checkbox"/>	F	<input type="checkbox"/>	Utiliza internet	SÍ	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Edad.....					Ocupación.....				

1.- ¿Que influye para que Ud. tome la decisión de viajar o hacer turismo?
seleccione 1 opción:

() Páginas web

Recomendación de amigos

Tours operadoras

Medios de comunicación

Interés personal

2.- ¿Visita páginas en la Web relacionadas al turismo?

SÍ

NO

3.- ¿Qué Redes Sociales utiliza habitualmente? Señale 3 opciones

a) Ninguna

b) Facebook

c) Twitter

d) YouTube

e) MySpace

f) Foursquare

g) Yahoo

h) Google

4. ¿Ud. ha escuchado que la Posada Tour Rummy Huasy es una casa de campo que ofrece servicio de hospedaje?

a. SÍ

b. NO

5.- ¿Estaría dispuesto a visitar sitios turísticos como posadas de campo que ofrece la ciudad de Ibarra?

Muy dispuesto () dispuesto () parcialmente dispuesto () indispuosto ()

6.- ¿Le gustaría a Ud. navegar en un sitio web en el que pueda conocer las promociones y servicios que ofrece la Posada Tours Rummy Huasy?

MUCHO () POCO () NADA ()

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web turístico? Seleccione 3 Opciones

() Cabalgatas

() Etnomuseo

() Alimentación típica

() Hospedaje

() Cultura indígena

() Visita al volcán Imbabura

() Promociones

8.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la Posada Tours Rummy Huasi?

a. Mucho ()

b. Poco ()

c. Nada ()

9.- ¿Qué contenido le interesaría encontrar cuando visite el sitio web de la Posada Tours Rummy Huasi? Señale 3 opciones

a. Datos de contacto

b. Fotografías

c. Noticias

d. Videos

e. Sonido

10.- ¿Le interesaría a Ud. conocer la Posada Tour Rummy Huasi ubicada en Caranqui, en la ciudad de Ibarra?

INTERESARÍA MUCHO ()

DUDARÍA ()

PENSARÍA ()

NADA INTERESANTE ()

Anexo N°. 4 Entrevista al dueño de la Posada Tours Rummy Huasy

ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad Ciencias de la Educación

Dirigidas al dueño de casa Posada

De forma cordial le solicitamos se digne en responder el siguiente cuestionario sobre estrategias web de producto turístico

Por favor, lea responda lo más preciso, escoja solo una de las opciones, marque con una x la que usted considere correcta.

1.- ¿Conoce usted cuáles son los beneficios de utilizar estrategias web, para visitar algún sitio de su interés?

Sí ()

No ()

2.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la Posada Tours Rummy Huasi?

a. Mucho ()

b. Poco ()

c. Nada ()

2. ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web de la Posada? Seleccione 3 Opciones

() Cabalgatas

() Etnomuseo

() Alimentación típica

() Hospedaje

() Cultura indígena

() Visita al volcán Imbabura

() Promociones

a. Sí ()

b. NO ()

Anexo N° 5 Matriz Categorical

Categorías	Concepto	Dimensión	Indicadores
Demanda	Ibarra es una ciudad comercial por lo que su demanda tanto de servicios como de productos es buena	Función económica Comercial Social	¿Qué función cumple la demanda en la posada? ¿Qué demanda social tiene?
Posada Tours Rummy Huasy	Es un lugar para recrearse en medio de la naturaleza y a la vez conocer una nueva cultura	Hospedaje Entorno natural Rural	¿Existe una posibilidad de creación de sitio web?
Uso y aplicación de estrategias web	Son las que nos permiten dar a conocer este producto con sus servicios además posesionar en el mercado este proyecto líder	Sitio web	Realizar un diseño de estrategias web innovadora para la posada

Anexo N° 6 Matriz coherencia

Formulación del problema	Objetivo general
<p>Inexistencia de un Estudio Para Promocionar a través De Estrategias Web</p>	<p>Generar actividades de diseño mediante el uso y aplicación estrategias web por medio de un proceso de conocimientos adquiridos en el área del Diseño Gráfico.</p>
Preguntas directrices	Objetivos específicos
<p>¿Cuál es el tipo de exhibición dinámica que permite promocionar y difundir este producto?</p> <p>¿Qué tipo de programas se va a usar en el diseño de la estrategia web para posicionar a la posada?</p> <p>¿De qué manera voy a ofrecer un buen diseño al lugar y a los visitantes?</p>	<p>El Diseño, que permitan una buena visualización de la estrategia web en que se va a trabajar para dar a conocer el lugar.</p> <p>Utilizaría programas de diseño entre los más necesarios y utilizados en el medio laboral y profesional.</p> <p>Ofrecer un buen diseño de estrategia web es muy necesario, ya que por medio de ello se reconocería al lugar, brindaría un mejor servicio posicionar el producto al mercado.</p>

Anexo Nº 7 Planificación de las fotografías de la Posada

TIEMPO	PLANIFICACIÓN X MESES											
	Mes1				Mes2				Mes3			
FOTOGRAFÍAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inicio												
Nosotros												
Paquetes Turísticos												
Nuestros Servicios												
Tarifas												
Galerías												
Contactos												

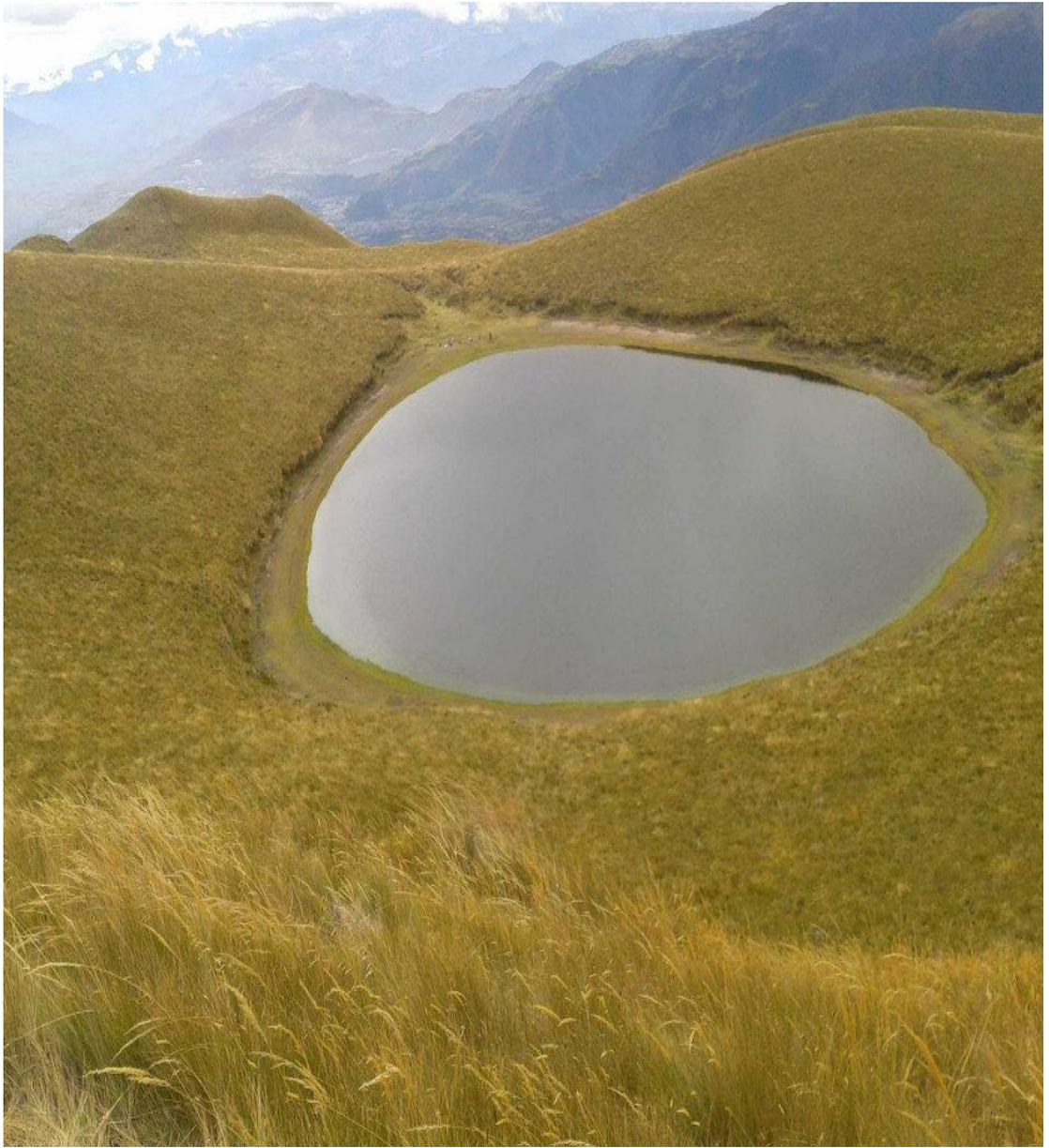
Anexo N° 8 Fotografía inicio Posada Tours Rummy Huasi



Anexo Nº 9 Fotografía Nosotros



Anexo Nº 10 Fotografía Paquetes turísticos



Anexo N° 11 Fotografía Nuestros Servicios



Anexo Nº 12 Fotografía Tarifas



Anexo Nº 13 Fotografía Galerías



Anexo N° 14 Fotografía Contactos y reservaciones



Anexo N° 15 CERTIFICACIONES

Abstract (correction)

The aim of the present project is to promote and position in the market "Posada Tours Rummy Huasi", in the indigenous community of San Cristobal Alto of Ibarra, Imbabura, through the design and application of web strategies. These web strategies include the elements used in digital advertising, a previous diagnosis of the requirements for the use and application, and using techniques such as surveys and interviews to add elements for improving this product. This will be done through modern technology with the design of an interactive web page which is attractive and has a substantial visual impact upon visitors. In this way, the services generated in the product of the posada will be promoted, along with the natural landscape and the rich cultural heritage.

There was a field study and documentary which allowed the gathering of information from appropriate sources such as the owners of the aforementioned Posada. The methods included the analysis of the environment, such as the product's strengths and weaknesses, in order to promote and know how to reach customers. Reading the information was made possible by an analytical man-made method, using the results of different existing social networks to design the strategy, such as the interactive web.

This investigation will contribute to the development and renewal of publicity in the province and country. Believing that it will exploit the area in a responsible manner, this will improve the quality of life in the local population.


checked by Daniel
Cuzco



Ibarra, 23 de enero 2.015

Ingeniera
Betty Chávez
BIBLIOTECA GENERAL, UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE - UTN.
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y a la vez deseándole éxitos en su vida profesional. Por medio del presente, le informo que he corregido el Trabajo de Grado titulado: **“ESTUDIO SOBRE LA DEMANDA EN IBARRA DE LA POSADA TOURS RUMY HUASY PARA PROMOCIONAR A TRAVÉS DEL USO Y LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS WEB”**, de la señorita, NELLY MARGARITA ALARCÓN GUAMÁN de la especialidad de Diseño Gráfico., por lo que deseo informarle que me hago responsable del Trabajo de Grado, ya que he revisado y se encuentran hechas las debidas correcciones de faltas ortográficas y normas APA establecidas para validar el título.

Por la favorable atención que se digne dar al presente, desde ya le reitero mi sentimiento de consideración y estima.

De usted,

Muy atentamente.



Dr. Pedro Pablo Flores L.

DOCENTE FECYT



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento depongo mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003864822		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Nelly Margarita Alarcón Guamán		
DIRECCIÓN:	Av. Atahualpa 29-17 Cory y Cory		
EMAIL:	nenamargarita_alarcon@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062652905	TELÉFONO MÓVIL:	0980773796

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO SOBRE LA DEMANDA EN IBARRA DE LA POSADA TOURS RUMY HUASY PARA PROMOCIONAR A TRAVÉS DEL USO Y LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS WEB".
AUTORA:	Nelly Margarita Alarcón Guamán
FECHA: AAAAMMDD	2015/02/24
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. David Ortiz D.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Nelly Margarita Alarcón Guamán, con cédula de identidad Nro. 11003864822, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 24 de febrero de 2015

LA AUTORA:

(Firma) 

Nombre: Nelly Margarita Alarcón Guamán



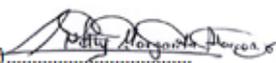
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Nelly Margarita Alarcón Guamán, con cédula de identidad Nro. 1003864822, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO SOBRE LA DEMANDA EN IBARRA DE LA POSADA TOURS RUMY HUASY PARA PROMOCIONAR A TRAVÉS DEL USO Y LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS WEB.”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Diseño Gráfico, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 24 de febrero de 2015

LA AUTORA:

(Firma) 

Nombre: Nelly Margarita Alarcón Guamán

Cédula: 1003864822