



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Rina Sánchez¹, Blanca Cuji², Morayma Bustos³

1 Universidad Técnica de Ambato, rk.sanchez@uta.edu.ec

2 Universidad Técnica de Ambato, blancarcujic@uta.edu.ec

3 Universidad Técnica de Ambato, moraymajbustosy@uta.edu.ec

RESUMEN

El turismo es una actividad que genera desarrollo local y puede mejorar la calidad de vida de una población a través del empleo. Los paisajes naturales inspiran bajo una perspectiva individual a admirar el sentido del lugar, de la historia, el espíritu y la gente (Marcos Recio, 2005), lo que invita de manera silenciosa y con fortaleza visual a conocer lugares de distintas partes. El objetivo de este artículo es medir el atractivo de los paisajes naturales turísticos de la Provincia de Tungurahua, usando *Google Maps*, para observar el impacto de las fotografías esféricas y tratar de determinar el valor que un usuario da a un paisaje. Se procedió a la elaboración de fotos esféricas, de paisajes de los diferentes cantones de la Provincia de Tungurahua, las fotografías fueron publicadas en Google Maps con la finalidad de mostrar los paisajes turísticos que ofrece la provincia y estos inspiren ir a conocer el lugar de forma presencial. La socialización de las fotografías para turistas se realizó mediante redes sociales y eventos de presentación del trabajo realizado. En el transcurso de un año las visitas registradas a las fotografías esféricas de los paisajes turísticos, según el contador de visitas de Google Maps, llegaron a 992.283 de un total de 339 paisajes publicados, lo que nos señala que los paisajes si tuvieron acogida con posibles turistas, y a la vez se abre puertas a futuros trabajos con la interrogante ¿las fotografías publicadas en Google Maps atraieron turistas al lugar?

Palabras claves:

Paisajes Turísticos, Google Maps, fotos esféricas.



**Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua
usando Google Maps**

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

**Measuring the Attractiveness of Tourist Landscapes of the Province of
Tungurahua using Google Maps**

ABSTRACT

Tourism is an activity that generates local development and can improve the quality of life of a population through employment. Natural landscapes inspire from an individual perspective to admire the sense of place, history, the spirit and the people (Marcos Recio, 2005), which invites in a silent way and with visual strength to know places from different parts. The objective of this article is to measure the attractiveness of the natural tourist landscapes of the Tungurahua Province, using Google Maps, to observe the impact of the spherical photographs and to try to determine the value that a user gives to a landscape. Spherical photos were taken from landscapes of the different cantons of Tungurahua Province. The photographs were published in Google Maps with the purpose of showing the tourist landscapes offered by the province and these inspire to know the place of form Face-to-face. The socialization of photographs for tourists was done through social networks and events of presentation of the work done.

In the course of a year, visits recorded to the spherical photographs of the tourist landscapes, according to the Google Maps visit counter, reached 992,283 out of a total of 339 published landscapes, which indicates that the landscapes were welcomed with possible Tourists, and at the same time opens doors to future works with the question, the photographs published in Google Maps attracted tourists to the place?.

Keywords: Tourist Landscapes, Google Maps, spherical photos.



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

1. INTRODUCCIÓN

Colocar fotografías esféricas en *Google Maps* (Google, 2017), es sencillo, por ser una herramienta abierta este sitio muestra lugares y paisajes gratuitamente. La problemática se presenta al tratar de determinar el valor, que un usuario otorga a un paisaje, pues según De Vries (2007), no existe una metodología válida y eficiente para medir los valores paisajísticos (De Vries, Lankhorst, & Buijs, 2007)

Actualmente el turismo es un sector económicamente representativo para el mundo y Latinoamérica (Aires Barroso & Nicolau Mota, 2010) y la tecnología aporta significativamente a esta industria, es la primera opción para conectarse con el entorno social, turístico, educativo y laboral (Pan, MacLaurin, & Crotts, 2007). Medaglia (2009), afirma que el mundo actual está marcado por veloces cambios y transformaciones en la sociedad. Son nuevos estilos de vida proporcionados por la era del conocimiento y la globalización, donde las personas tienen acceso a miles de informaciones sufriendo una fuerte influencia de la tecnología (Medaglia Silveira & Eduardo Silveira, 2009). Mostrar paisajes mediante fotografías invita a las personas a mirar bajo su propia perspectiva una imagen, de forma natural, tomando el sentido del lugar, de la historia, el espíritu y la gente (Marcos Recio, 2005), lo que invita de manera silenciosa y con fortaleza visual a conocer lugares de distintas partes del mundo, si una fotografía acierta, a combinar las ideas con un determinado contexto, el mensaje final será fácil de entender (Giriwati & Homma, 2013). Un paisaje turístico según Alexander von Humboldt (pionero de la geografía física y la geobotánica), es el “conjunto de características de una región de la Tierra”, considerada como espectáculo (Vila Subirós, Varga Linde, Llausàs Pascual, & Ribas Palom, 2006).

Este trabajo presenta una colección de 339 fotografías esféricas, de paisajes turísticos de la Provincia de Tungurahua, colocadas en *Google Maps*, con la finalidad mostrar a la distancia las bondades y atractivos que brinda un lugar, buscando el aumento de turistas o simplemente permitir que dichas personas visiten lugares lejanos mediante la utilización del internet, que se ha vuelto una fuente fundamental para el turista (Hidalgo-Alcázar, Sicilia, & Ruiz De Maya, 2015). La colección de fotografías esféricas en *Google Maps* representa un paseo virtual, siendo a la vez que una herramienta de comunicación en constante crecimiento, hasta el punto de convertirse en una plataforma fundamental para la proyección de la imagen turística de los destinos (Schmallegger &



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

Carson, 2008). Vargas & Otero(2015) en el trabajo “Desarrollo e Implementación de Recorridos 360° en portales Joomla” mencionan que las visitas virtuales o tours virtuales, se convierten en las secciones más visitadas de cualquier página web (concept360, 2017) (ver figura 1), gracias a la sensación visual que presenta un entorno 3D, los usuarios presentan distintas emociones y sensación de realismo ya que estas fotografías permiten un alto nivel de interactividad (Vargas Jiménez & Otero, 2015).

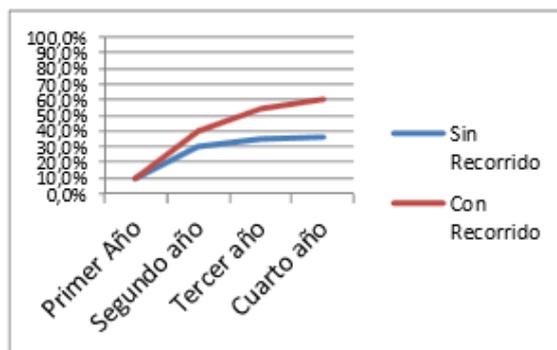


Figura 1 Porcentaje de Aumento de visitas de una Pagina Web. (Estudio realizado por el Semillero Elite gracias a testimonios de portales web) Porcentaje de Aumento de visitas de una Pagina Web. (Estudio realizado por el Semillero Elite gracias a testimonios de portales web)

El objetivo de este artículo es medir el atractivo de los paisajes turísticos de la Provincia de Tungurahua usando *Google Maps* para observar el impacto de las fotografías y tratar de determinar el valor, que un usuario otorga a un paisaje.

2. METODOS

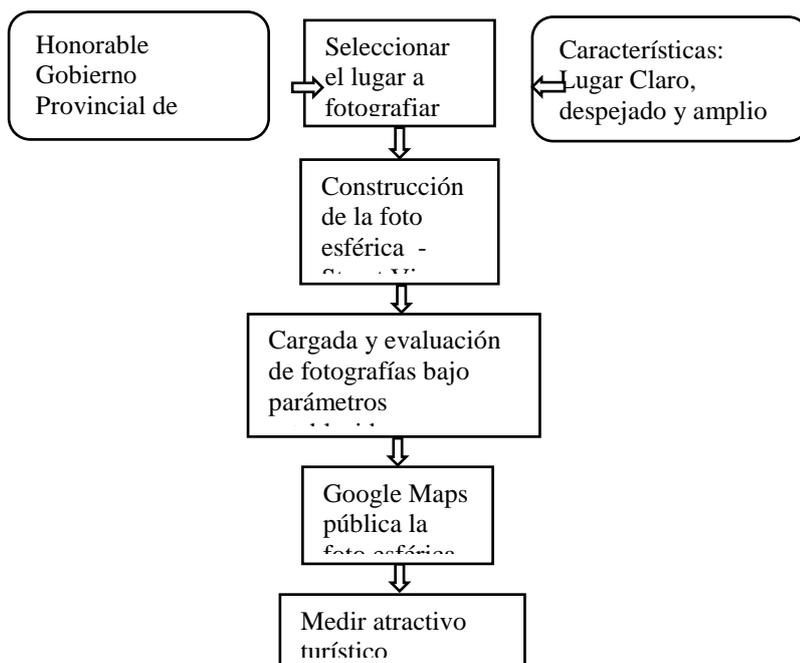


Figura 2. Proceso para medir el atractivo de paisajes turísticos



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

En la Tabla 1, se muestran los lugares de los cantones que fueron fotografiados:

Tabla 1. Cantones y Lugares fotografiados

Cantón	Lugar Turístico
Ambato	Parque Provincial de la Familia
Baños de Agua Santa	Parque Provincial de la Familia, Casa del Árbol
Píllaro	María Emilio Terán, sector de pesca deportiva
Patate	Iglesia del pueblo
Pelileo	Salasaca
Tisaleo	Quinta Ecológica San Martín
Quero	Cascada Junjún
Mocha	Sector Gastronómico
Cevallos	Estación del Ferrocarril

Tomado de: Proyecto de Vinculación con la Sociedad “Intervención e impacto de las Tic’s en el Turismo de Tungurahua.

Las fotografías tomadas en cada uno de los lugares turísticos mencionados en la tabla 1, se realizaron entre al año 2015 y el primer trimestre del año 2016 y la cantidad de fotografías que se tomaron fueron definidas según la extensión física de cada lugar, a mas extensión más fotografías, tomando en cuenta que no todas iban a ser aprobadas para publicación, mismas que fueron subidas a *Google Maps* por medio de la aplicación *Street View de Google*, para ser admitidas, publicadas y posteriormente ser vistas como paseo virtual.

Para la promoción de los paisajes turísticos de la provincia de Tungurahua, se realizaron dos eventos de presentación, contando con la presencia de más 500 personas entre los dos eventos, además se compartió enlaces de las fotografías esféricas en redes sociales con la finalidad de que conozcan los sitios expuestos.

3. RESULTADOS

El número total de fotografías esféricas aprobadas y publicadas por *Google Maps* con paisajes de la Provincia de Tungurahua se observa en la tabla 2, listos para ser visitados virtualmente por turistas de cualquier parte de mundo.



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

Tabla 2 Número de fotografías esféricas publicadas

Cantón	Número
Ambato	81
Baños de Agua Santa	113
Píllaro	80
Patate	5
Pelileo	19
Tisaleo	11
Quero	10
Mocha	15
Cevallos	5
Total	339

Tomado de: Reportes de *Street View*

En el transcurso de alrededor un año y mediante el contador de vistas de *Google Maps*, las visitas registradas a las fotografías esféricas de los paisajes turísticos, llegaron a 992.283 de un total de 339 paisajes publicados. En el gráfico 1 se observa el impacto de los paisajes turísticos por cantones, siendo los paisajes más visualizados por el momento, los del Cantón de Baños de Agua Santa, seguido por los paisajes de Ambato y Quero.

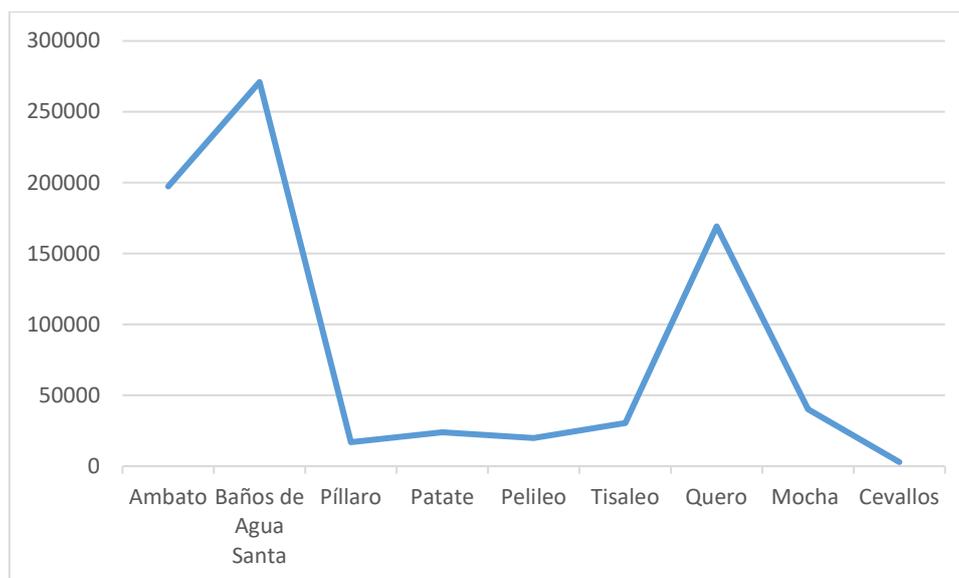


Figura 3 Visitas Registradas en el Contador de Google Maps por Cantón

Tomado de: Reporte emitido por google Maps al alcanzar record en visitas.



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

De acuerdo al reporte emitido por Google Maps, indica que los lugares más visitados en el transcurso de la última semana son pertenecientes a la Granja Ecológica de Píllaro, donde se exponen cultivos, seguido por María Emilio Terán de Píllaro, dando a conocer el Parque central del pueblo, el lugar más visitado sobrepasa las 4500 visualizaciones (gráfico 2).

Gráfico 1 Lugares más visitados última semana (Marzo 2017)

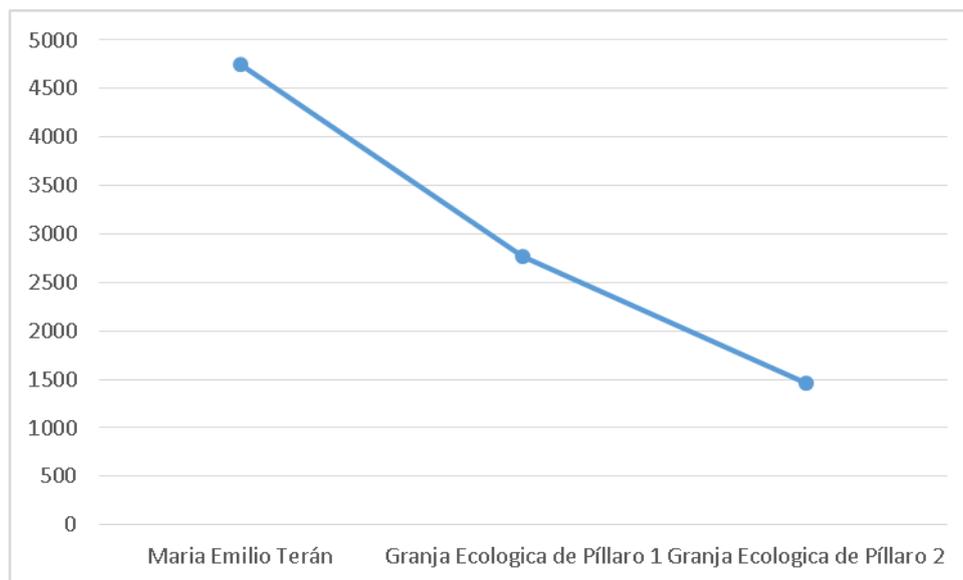


Figura 4 Visitas Registradas en el Contador de Google Maps por Cantón

Tomado de: Reporte emitido por google Maps al alcanzar record en visitas.

4. CONCLUSIONES

El impacto que genera los paisajes de la Provincia de Tungurahua se ve reflejado en las 992.283 visitas evidenciadas en las 339 fotografías subidas en Google Maps, el número de visualizaciones va incrementando diariamente en un 8%.

La tecnología está contribuyendo a generar soluciones para dar conocer lugares turísticos sin la necesidad de viajar, pero a la vez estas inspiren visitar el lugar de forma presencial (Kim, Junuzovic, & Inkpen, 2014).

El marketing turístico puede apoyarse en estos recursos como parte de una estrategia de marketing.

La preferencia de paisajes a ser visualizados se encuentra en los parques.



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aires Barroso, G., & Nicolau Mota, K. C. (2010). Marketing turístico internacional. La Marca Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 241-267.
- Hidalgo-Alcázar, C., Sicilia, M., & Ruiz De Maya, S. (2015). La Imagen de un Producto Turístico Rural a través del Acceso al Contenido Generado por otros Usuarios en Internet: Diferencias por Género. *Journal of technology management & innovation*, 75-84.
- Marcos Recio, J. C. (2005). <http://web.a.ebscohost.com>. Obtenido de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=6417f682-6e09-4b4e-bc94-04895faf6137%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4114>
- Vila Subirós, J., Varga Linde, D., Llausàs Pascual, A., & Ribas Palom, A. (2006). Conceptos y métodos fundamentales en ecología. *Unitat de Geografia i Institut de Medi Ambient*, 151-166.
- concept360. (23 de 04 de 2017). *concept360. Tour Virtual*. . Obtenido de <http://www.concept360.es/>
- de Vries, S., Buijs, A., Langers, F., Farjon, H., & Hinsberg, A. (2013). Measuring the attractiveness of Dutch landscapes: Identifying national hotspots of highly valued places using Google Maps. *Applied Geography*, 220-229.
- De Vries, S., Lankhorst, J.-K., & Buijs, A. (2007). Mapping the attractiveness of the Dutch countryside: A GIS-based landscape appreciation model. *Forest Snow and Landscape Research*, 43-58.
- Giriwati, N., & Homma, R. (2013). Urban tourism: Designing a tourism space in a city context for social sustainability. *8th International Conference on Urban Regeneration and Sustainability*. Malaysia.
- Google. (23 de 04 de 2017). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-1.2591361,-78.6398736,15z>
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (15 de Abril de 2017). *Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua*. Obtenido de Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua: <http://www.tungurahua.gob.ec/>
- Kim, S., Junuzovic, S., & Inkpen, K. (2014). The Nomad and the Couch Potato: Enriching Mobile Shared Experiences with Contextual Information.



Midiendo el Atractivo de Paisajes Turísticos de la Provincia de Tungurahua usando Google Maps

Revista Publicando, 4 No 10. (1). 2017, 52-61. ISSN 1390-9304
Proceedings of the 18th International Conference on Supporting Group Work,
(págs. 167-177). Nueva York, USA.

- Medaglia Silveira, J., & Eduardo Silveira, C. (2009). La evolución del marketing de destinos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 530-545.
- Pan , B., MacLaurin , T., & Crotts, J. (2007). Travel Blogs and the Implications for Destination Marketing. *Journal of Travel Research*, 45.
- Rakić , T., & Chambers, D. (2011). *An Introduction to Visual Research Methods in Tourism*. UK: Routledge.
- Rosales, A. (2009). Fotografía Esférica. En A. Rosales, *Fotografía Esférica* (pág. 38). Valencia: Universidad Politecnica de Valencia, Servicio de Publicación.
- Schmallegger, D., & Carson, D. (2008). *Journal of Vacation Marketing*. Obtenido de Blogs in tourism: Changing approaches to information exchange:
<http://dx.doi.org/10.1177/13567667070875>
- Vargas Jiménez, D., & Otero, J. (2015). Desarrollo e Implementación de Recorridos 360° en portales Joomla! *Redalyc.org*, 61-69.