



Trabajo de Grado para optar por el título de
Licenciatura en Diseño Gráfico

**“Desarrollo de una guía turística, virtual e interactiva para el municipio
Jarabacoa, La Vega, Rep. Dom., año 2018”**

Sustentantes:

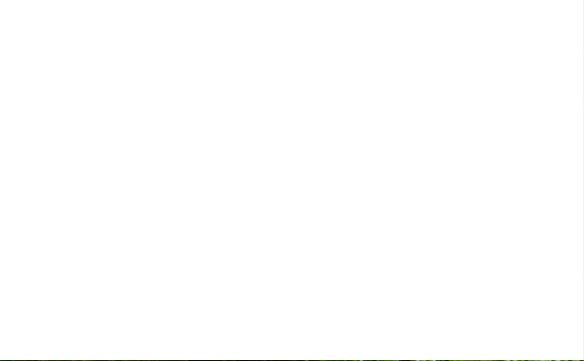
Br. Wanda Beltré (2014-1979)
Br. Kedwin N. Martínez (2014-2108)
Br. María A. Carbonell (2014-1926)

Asesora:

Msc. Lourdes Javier Campos

República Dominicana, D. N.
Julio 2018

Los contenidos expuestos en
esta investigación son de
la exclusiva responsabilidad
de su(s) autor(es)

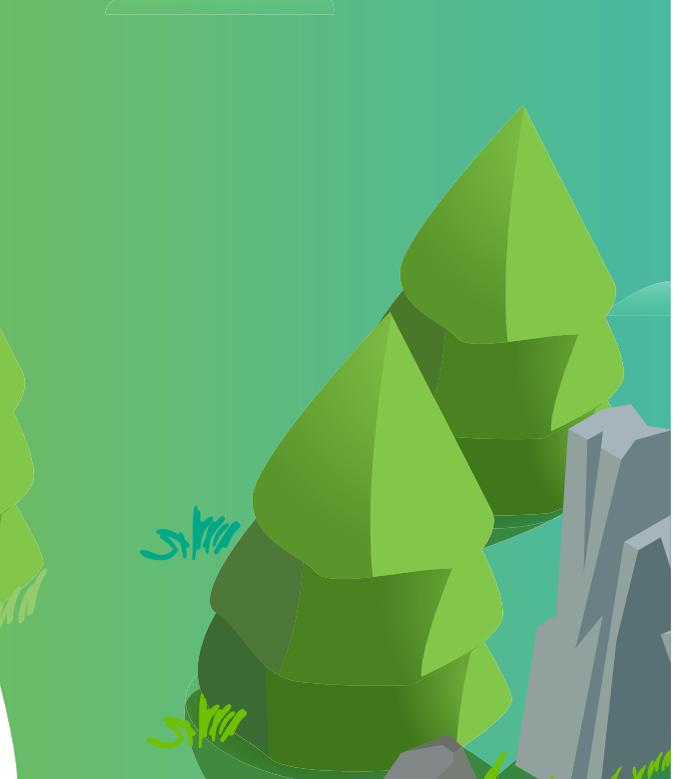


A scenic view of rolling green hills and a dense forest of pine trees in Jarabacoa, Dominican Republic. The hills are covered in lush green vegetation, and the foreground is dominated by tall grasses and a thick forest of pine trees. The text is centered in the middle of the image.

“Desarrollo de una guía turística, virtual e interactiva para el municipio Jarabacoa, La Vega, Rep. Dom., año 2018”

INDICE

| | |
|---|----|
| Dedicatoria..... | 9 |
| AGRADECIMIENTOS..... | 10 |
| Resumen..... | 15 |
| INTRODUCCIÓN | 17 |
| 1.1. Concepto de turismo | 21 |
| MARCO TEÓRICO | 21 |
| 1.2. Características del turismo..... | 22 |
| 1.3. Clasificación del turismo | 22 |
| 1.3.1. Turismo Interno o Doméstico | 23 |
| 1.3.2. Turismo Externo o Internacional | 23 |
| 1.3.3. Ecoturismo | 24 |
| 1.3.4. Turismo Cultural..... | 25 |
| 1.3.5. Turismo Rural..... | 26 |
| 1.4. Importancia del turismo..... | 27 |
| 1.5. Servicios turísticos | 28 |
| 1.5.1. Acogida | 29 |
| 1.5.2. Alimentación | 29 |
| 1.5.3. Información turística | 29 |
| 1.5.3.1 Puntos de información | 30 |
| 1.6. Historia de Jarabacoa | 30 |
| 1.7. Situación actual del turismo en Jarabacoa..... | 32 |
| 1.8. Atracciones turísticas de Jarabacoa | 33 |
| 1.9. La guía turística como recurso de ayuda para el turista..... | 35 |
| 1.10. La guía turística | 36 |
| en la actualidad..... | 36 |
| 1.11. Lineamientos de la guía turística ¿qué debe contener?..... | 37 |



| | | |
|-----------------------------------|--|---------------------------------------|
| 1.12. Concept Multimedia38 | 2.1.2. Población.....48 | 4.1.1. Objetivo.....84 |
| e interactividad38 | 2.1.3. Muestra.....48 | 4.1.2. Características.....84 |
| 1.12.1. Multimedia38 | 2.1.4. Métodos y técnicas de | 4.2. Público Objetivo84 |
| 1.12.2. Características | investigación49 | 4.3. Conceptualización Gráfica |
| de las plataformas | 2.1.5. Proceso de recolección de datos49 | de la Guía85 |
| multimedia39 | 3.1 Análisis de las | 4.3.1. Naming.....85 |
| 1.12.3. Modos de aplicación de la | encuestas aplicadas.....53 | 4.3.2. Nombre completo85 |
| multimedia40 | 3.1.1 Demografía53 | 4.3.3. Linea Gráfica86 |
| 1.12.4. Principios para41 | Análisis de los resultados.....53 | 4.3.4. Versiones no permitidas.....90 |
| la creación de una41 | 3.1.2 Jarabacoa58 | 4.3.5. Iconos de la Guía.....92 |
| plataforma interactiva41 | 3.1.2.1 Lugares más | 4.4 Esquema Visual General93 |
| 1.12.4.1. Interactividad41 | conocidos62 | 4.5 Flujograma99 |
| 1.12.4.2. Usabilidad41 | 3.1.3 Guía turística65 | CONCLUSIONES..... 103 |
| 1.12.4.3. Adaptación.....41 | 3.5 Análisis de las | RECOMENDACIONES..... 107 |
| 1.12.4.4. Enlaces.....42 | entrevistas71 | BIBLIOGRAFÍA..... 110 |
| 2.1. Investigación47 | 3.6 Visita a Jarabacoa75 | GLOSARIO 115 |
| 2.1.1 Tipo de | 4. Propuesta gráfica de una | ANEXOS 117 |
| investigación47 | guía turística.....83 | |
| MARCO METODOLÓGICO47 | 4.1. Descripción83 | |

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a las familias detrás de cada uno de nosotros, que con ahínco y amor nos han llevado de la mano hasta el momento de culminación de nuestro proceso educativo. Ellas se ocuparon de nuestra educación inicial, de enseñarnos valores y vigilar nuestros pasos. Gracias a nuestras familias nos hemos forjado como profesionales y como personas, sin su apoyo no tendríamos el honor de entregar esta tesis, nuestros logros también son suyos.

AGRADECIMIENTOS

“

Cada persona tiene algo que enseñar.

Siempre he pensado que toda persona que uno conoce aporta algo, no existe una sola persona de la cual no se pueda aprender algo. Cada persona que conocemos nos brinda la oportunidad de crecer y mejorar a través de su experiencia, ya sea que nos lo enseñe directa o indirectamente.

Por eso, hoy agradezco a Dios por cada una de las personas que ha puesto en mi camino que han aportado su granito de arena para que pueda cumplir esta meta y que me enseñaron que el único límite para alcanzarla, son las dudas.

Entre ellas, nuestra asesora, Lourdes, por ayudarnos a convertir este proyecto en una realidad, a ver todo con ojos curiosos y entender que siempre hay una forma diferente de solucionar las cosas.

Llegar hasta aquí no ha sido tarea fácil, se necesita mucha fuerza de voluntad y perseverancia, pero sobre todo se necesita mucho apoyo como el que recibí: Kedwin y María, son muchas las personas que con el pasar de los años, se han unido en mi caminar, pero ustedes dos han sido una constante y quiero darles las gracias por no dejarme caer, por ser una roca de la cual apoyarme en los momentos difíciles y por inspirarme a ser cada día mejor, ustedes merecen todo lo bueno que Dios pueda darle y un chin más. Les deseo todo el éxito del mundo.

Y, por último, pero no menos importante, gracias a mi familia, las palabras no son suficientes para demostrar que tan agradecida estoy por ese apoyo incondicional que me han dado en cada etapa de mi vida, sin el cual no podría haber finalizado cada proyecto propuesto. Quiero que sientan que este logro también es de ustedes, porque toda mi lucha y esfuerzo para alcanzarlo ha sido inspirada en ustedes. Los quiero muchísimo.

Wanda Lisbeth Beltré





El éxito es la cosecha de la labor de muchas relaciones.

Las metas que alcanzamos en la vida suelen ser, más que un mérito individual, el éxito cosechado de la labor de varias personas con las que interactuamos cada día; algunas con mayor participación que otras, pero al final, cada una de ellas sabe aportar un granito de arena en nosotros. Por esta razón hay muchas personas a las que quiero agradecer por haber sido parte de mi formación personal y profesional.

En primer lugar, a mi universidad, al Colegio Escuela Nueva y al Círculo Infantil, por acogerme como mi segundo hogar todos estos años y verme crecer. A tía Purita, que en paz descanse, y a tía Mechi, que entregaron su corazón y llenaron de valores los centros educativos de mi infancia y adolescencia.

A mis profesores, mi asesora de tesis Lourdes Altagracia Javier Campos, que con su compañía y ayuda hizo este trabajo posible; a tía Polonia que con su cariño incondicional y rectitud me ayudó a dar lo mejor de mí y a forjar mi autoestima, a tía Leonemís por enseñarnos el idioma español con entusiasmo e inagotable energía, a tío Espín, porque no hay ningún otro profesor capaz de enseñar matemáticas como él, y haber estudiado a su lado es un privilegio, a todos mis profesores que no he podido nombrar les agradezco por igual.

Gracias a Felicita Paulino por quererme como una madre y acompañarme desde antes de dar mis primeros pasos. Finalmente, gracias a la persona sin la que nada de esto sería posible, la persona que cuando yo no me creía capaz de seguir adelante me empujaba, la persona que vio mis peores resultados en la escuela y me ayudó a convertir mis puntos más bajos en los puntos más altos, la persona que todas las noches revisaba que hiciera mis asignaciones, que se aseguraba que tuviera todos los útiles que necesitaba y que se desvelaba conmigo durante mis años de universidad; quizás sea la persona que más me quiere en este mundo, gracias a mi mamá, Ivonne Amelia González González.

María Amelia Carbonell



Nos afianzamos para lograr caminar correctamente.

Iniciar los estudios universitarios es como cuando los bebés empiezan a caminar, primero gateando, luego agarrados de los objetos a su alrededor se alzan y poco a poco dando sus primeros pasos resbalando de vez en cuando, y luego se afianzan hasta caminar correctamente. Las primeras asignaturas de estudio de la carrera fueron todo un desafío, sobre todo con aquellos maestros que con tal de conseguir lo mejor de nosotros sentimos que casi nos torturaban. Pero ahora pasado el tiempo somos no solo mejores personas, sino buenos profesionales, caminamos correctamente.

Agradezco a Jehová Dios, por haberme dado la oportunidad y las fuerzas para llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Gracias a mis compañeras de Tesis, Wanda Beltré y María Amelia Carbonell, por estos cuatro años de amistad, apoyo incondicional y sobre todo estos últimos meses de trabajo arduo.

Mis Padres Indira Medina y Arismendis Martínez les agradezco su apoyo incondicional, sus consejos, su guía y su ejemplo, por la motivación constante que me ha permitido ser la persona que soy, pero más que nada, por su amor.

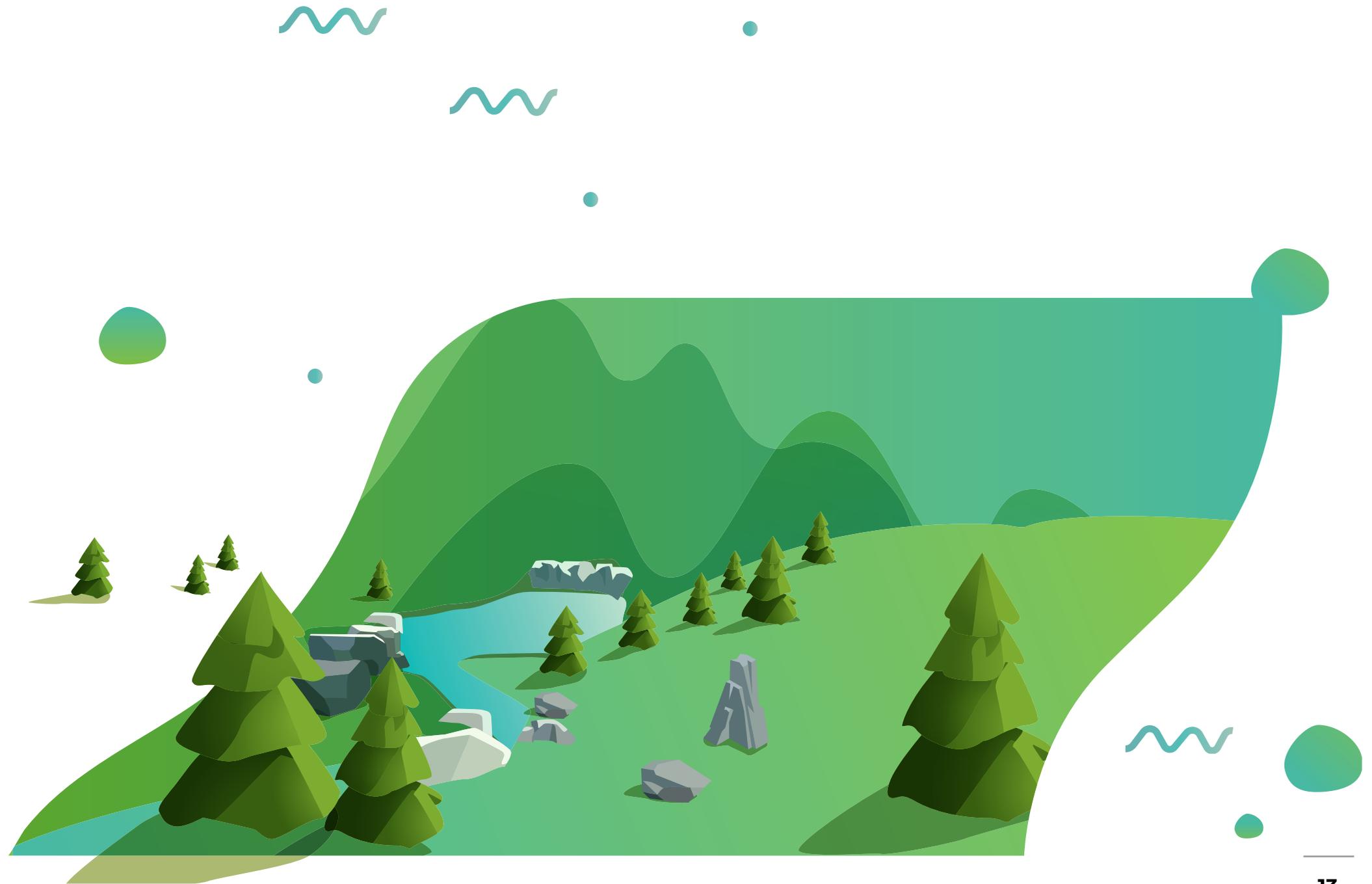
Mi tía Vilma, has sido para mí un soporte siempre pendiente de todas mis cosas, la abuela Luz María siempre ahí en todo momento buenos y malos; Anthony, Claribel Mary y Kedwin mis primos que tanto quiero.

Por último y no menos importantes a todos aquellos maestros, que marcaron un antes y un después de cada etapa de mi paso por esta universidad, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas a lo largo de estos cuatro años. Mi maestra Licda. Lourdes Javier, por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; a la Licda. Natalia Estrella por su apoyo ofrecido en este trabajo; al Lic. Juan Carlos Capella por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional; a los Maestros y Personal de Apoyo del Decanato de Artes, quienes siempre estuvieron para mí en todo momento que los necesite.

A mis amigos, por compartir estos cuatro años de formación profesional, así como aguantarme hasta ahora y seguir siendo más que compañeros, amigos.

Al personal de Vereda Tours, Zona Cool, Casa Tranquila, Restaurant La Tinaja, Parador Sagrado Corazón de Jesús, Jarabacoa River Club, Rancho Jarabacoa, Rancho Baiguarte, Escuela Medio Ambiental, Pizza y Pepperoni y al Maestro Andrés Faña Regidor del Municipio de Jarabacoa.

Kedwin N. Martínez







RESUMEN

En la actualidad solo existe una plataforma virtual interactiva con una visualización muy amplia con las localizaciones de los puntos turísticos del país, en la cual solo se marca la ubicación, nombre y una breve descripción del punto de interés; aun así, este mapa interactivo no muestra todos los destinos turísticos o sitios de gran atractivo afín al visitante. Una de las razones por las cuales se dejan de recibir visitantes en el municipio, según muchas opiniones, es el deterioro de las rutas de acceso para explorar el mismo, así como la falta de difusión de información sobre sus atractivos turísticos de interés. Ante esta realidad, nos preguntamos ¿cuál es la razón por la que este sistema aún no ha sido implementado? y ¿cómo esto influye en el número de visitantes?; reduciendo considerablemente el número de turistas que incursiona en el sector Jarabacoa, La Vega, y deja de ser espectador de tan asombrosas y maravillosas vistas.

En Jarabacoa el turismo aumenta año tras año, con un mayor número de visitas provenientes del turismo interno, personas que se animan a conocer un poco más de su país y ven al municipio como "La capital del turismo de montaña". Un lugar que invita a descansar dada la tranquilidad que le caracteriza, con una temperatura envidiable, fresca y sencillamente agradable; pero también es el lugar de moda para quienes gozan del ecoturismo o la aventura, con sus diversos ríos, saltos y actividades extremas.

Existen muchos lugares que recorrer, con historias interesantes, vistas sensacionales o inconcebibles, actividades divertidas y emocionantes que se desconocen en el país y sobre cada uno de sus municipios, como es el caso de Jarabacoa.

El propósito de esta investigación es en primer lugar descriptivo y divulgativo, investigar y dar a conocer las necesidades de comunicación de los diferentes puntos de Jarabacoa. Con esto en mente es necesario que se indaguen los medios que utilizan los turistas para recibir información, su comportamiento respecto a los mismos.





INTRODUCCIÓN

Partiendo de la realidad que actualmente tiene el turismo hacia el municipio de Jarabacoa, en donde en los últimos años se ve un ir y venir de los visitantes dependiendo de la temporada, aumenta y disminuye, no es una constante a pesar de poseer una belleza incalculable y un clima tan espectacular, ganándose el título de la "Ciudad de la eterna primavera".

A pesar de que los comunitarios tienen conciencia de lo que tienen y valoran lo mismo, no han podido desarrollar las estrategias necesarias para promover el lugar, perdiendo la oportunidad de aprovechar las visitas de los turistas.

Es en ese sentido, y valorando nuestro patrimonio nacional hemos optado por colaborar con la comunidad de Jarabacoa, al iniciar este proyecto de una guía turística en la que pretendemos mostrar la mayor cantidad de atributos que tiene esta exuberante comunidad, llena de los lugares más hermosos y apasionantes, que permiten que todo visitante quede fascinado y con deseos de volver.



MARCO TEÓRICO



“La belleza del mundo natural está en los detalles.”
Natalie Angier

MARCO TEÓRICO

1.1. Concepto de turismo

Desde sus orígenes, el ser humano se ha visto impulsado a trasladarse de un lugar a otro y permanecer en ellos por un tiempo determinado; esto es lo que conocemos actualmente como turismo.

Conforme ha ido aumentando la disponibilidad de tiempo libre y han evolucionado las razones para efectuar dichos viajes, varios autores han tratado de explicar qué es el turismo, cuáles son sus características y quiénes pueden ser considerados turistas, para poder elaborar un concepto, y de esa forma distinguirlo de otros sectores económicos.

El turismo es un término tan complejo, que permite que su concepto pueda ser abordado desde diferentes puntos de vista.

Una primera definición del turismo la dan W. Hunziker y K. Krapf en 1942, donde mencionan que el turismo es "la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las

estancias de los no residentes, en tanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada" (citado en (Pardo Abad, 2013)). Definición, aunque muy amplia, no es muy específica, ya que no se entiende a que se refieren con la palabra fenómeno.

Más tarde, en 1981, se definió como "desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos" (Burkart & Medlik, 1981).

Aquí se ve como se incluyen, además del desplazamiento a un lugar que no es donde se reside, las diversas actividades que se realizan durante la estadía en el sitio.

Otra definición, muy similar a la anterior, es la que utilizaron Mathieson y Wall (1982), en ella agregan las necesidades del turista como un factor muy importante a la hora de hacer turismo:

“El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”.

Finalmente, la Organización Mundial de Turismo (1994) recoge todos los puntos importantes mencionados de todas las versiones y define el turismo como, “una serie de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período determinado inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros.” (Citado en (Sancho, 1998, p. 11))

1.2. Características del turismo

En el concepto de turismo se menciona una serie de características que es importante destacar:

En primer lugar, tenemos el movimiento físico que debe hacer el visitante para que este cuente como turismo: salir de su residencia, de donde se desenvuelve normalmente. En definiciones anteriores se mencionaba el hecho de que no era considerado turismo trasladarse por motivos de negocio.

La siguiente sería la estancia en el destino que se va a visitar, que debe ser inferior a un año, no permanente, que es como se consideraría si supera este tiempo determinado.

La comprensión del turismo de no solo el traslado, sino las actividades que se realizan en el lugar que se visita.

Por último, y como se mencionó no importa la causa o motivación por la que se viaja, el turismo incluye una serie de productos y servicios creados específicamente para satisfacer las necesidades de los turistas.

1.3. Clasificación del turismo

Con el auge y la evolución del turismo a través de los años como actividad y fenómeno social, el hombre se ha visto en la obligación de establecer taxonomías y considerar la clasificación de las modalidades turísticas, así como de los espacios turísticos. Para poderlo estudiar, analizar y entenderlos de manera independiente y del mismo modo convertir esto en una ventaja y herramienta a la hora de satisfacer a los viajeros que tienen tanto diferentes necesidades como expectativas.

Esta tipología de espacios turísticos como resultado de la complejidad y variabilidad que ha alcanzado este fenómeno haciendo necesario abordarlo desde diversas realidades o tipos de hechos posibles. Los tipos o modalidades turísticas se clasifican de acuerdo con ciertas características: según el ámbito geográfico, el tipo de viaje, la forma del viaje, permanencia o duración de la estadía, entre otras.

1.3.1. Turismo Interno o Doméstico

Se entiende por turismo interno o doméstico, a los viajes realizados por los nacionales y extranjeros residentes en el país dentro del territorio nacional, es decir, donde no existe el control de aduana, ni el uso de pasaporte; también se le conoce como turismo nacional.

Producido usualmente por las visitas frecuentes a puntos de interés turísticos que cuentan con la infraestructura necesaria para atender y recibir visitantes (turistas) y en los cuales los mismos sientan un cambio aparente de su ambiente habitual. Es el caso de personas que viven en zonas cálidas cuando salen de vacaciones en su propio país se dirigen a lugares con climas más templados, como las montañas. En nuestro país es muy común el turismo interno, sobre todo el turismo de playa que es el que motiva a medio país a limitarse a las costas para unos cuantos días de sol, especialmente en semana santa o vacaciones escolares.

El turismo interno también puede ser determinado por fines de salud, trabajo y/o negocios, peregrinaciones religiosas, asistencia a convenciones o eventos especiales, etc.

1.3.2. Turismo Externo o Internacional

El turismo externo o internacional es aquel que se efectúa cuando se transgreden fronteras políticas con la finalidad de visitar un país extranjero. En una visión más amplia comprende todas las actividades llevadas a cabo por los turistas fuera de su país de origen. El turismo externo es una modalidad del turismo que combina el "turismo receptor" y el "turismo emisor". El primero alude al turismo que ocurre dentro de un país, desde el punto de vista de este que abraza a los visitantes extranjeros. El segundo es el turismo referente a las visitas que realizan los residentes de un estado, fuera de los límites o fronteras del mismo. Es decir que el turismo externo aplica tanto para los que viajan fuera como los que ingresan en el país.



1.3.3. Ecoturismo

“La preservación de los recursos naturales no renovables es fundamental para la supervivencia del ser humano y de los seres vivos en general. Como parte del inventario de recursos naturales se encuentran lagos, ríos, playas, montañas, valles y praderas. De ellos no sólo nos permiten extraer alimentos y materia prima, sino que también son admirables por su gran belleza. Por lo tanto, estos recursos naturales son considerados también como inventario turístico.” (Rebollo Soto, 2012, p. 8)

El ecoturismo es precisamente una modalidad del turismo que se lleva a cabo sin la alteración del medio ambiente, es decir, se trata de una tendencia de apreciar la beldad sublime que existe en los ecosistemas de manera natural, pues se evita a toda costa el maltrato al medio ambiente.

El término fue acuñado por (Ceballos-Lascuráin, 1998) que lo definió como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así

como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales. (Como cita (Rhodes, 2015))

El turismo convencional, con grandes hoteles de lujo o actividades exóticas puede derivar en varios efectos colaterales o negativos como puede ser el deterioro de los ecosistemas, la pérdida parcial o total de la flora y la fauna endémica de la región, la explotación de los paisanos, entre otras. El ecoturismo busca contrarrestar todos estos efectos negativos, su objetivo es la preservación y sustentabilidad, pues está vinculado a un sentido de la ética.

“Conforme el turismo se va desarrollando, deberá hacer de la preservación del ambiente, una prioridad. La industria del turismo tendrá que proteger y preservar las atracciones turísticas naturales, el medio ambiente, los ecosistemas frágiles y las culturas vivas de regiones alejadas. De esta manera los turistas continuarán viajando” (Rebollo Soto, 2012, p. 9). Este puede ser el mayor impulso para promover el ecoturismo dentro del mercado creciente del turismo.

1.3.4. Turismo Cultural

Corresponde a los viajes que incorporan los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Se centra en las actividades turísticas que son realizadas con el deseo de asociarse y comprender culturas diferentes. Es decir, conocer los estilos de vidas, las costumbres y tradiciones, las festividades, las creencias, los mitos y leyendas, la historia, la literatura y el arte, los artísticos monumentales, la arquitectura popular, actividades de carácter gastronómico e industrial. Como menciona Ibañez "Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos." (Ivanova & Ibañez, 2012, p. 21)

Solo desde 1980 en adelante, el concepto de turismo cultural comenzó a cobrar fuerza en la reflexión académica y en las políticas de turismo, aunque con ciertas dificultades que se observan hasta el día de hoy, puesto que históricamente el campo de la cultura y el campo del turismo han sido abordados por disciplinas diferentes. (Servicio Nacional de Turismo, 2014, p. 14)

Según la UNESCO es considerado como una actividad que no solo aporta al desarrollo económico sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos, portador de valores y respeto por los recursos tanto culturales como naturales.

Existen diversos tipos de turismo de aspecto cultural:

Turismo comunitario, un turismo caracterizado por el rol primordial que encara la comunidad local en la propuesta y presentación de atractivos turísticos para los visitantes. Este liderazgo se traduce en la responsabilidad que asume la comunidad anfitriona en la planificación y programación de las actividades antes de recibir y alojar a los turistas; del mismo modo es quien recibe los beneficios que consigo generan. El turismo comunitario promueve la autenticidad pues su principal producto es la convivencia en comunidad.

Etnoturismo, presenta una estrecha y directa relación con el patrimonio cultural y natural de los pueblos, principalmente del mundo indígena. Sernatur lo define como una actividad mediante la cual las personas pueden convivir y descubrir leyendas con las culturas originarias del lugar. Como producto destacado se encuentran las artesanías, la gastronomía y el folklore. Según la Organización Mundial de Turismo, el etnoturismo corresponde a visitas a los lugares de procedencia ancestral, y por consiguiente consiste en visitas motivadas por el deseo de encontrarse con sus raíces"

Agroturismo, se deriva del turismo rural, es una actividad en la que el visitante busca conectar tanto con el paisaje y tradiciones rurales como vincularse con las labores meramente agrarias y sus procesos productivos.

Turismo patrimonial, es el turismo especialmente motivado por los intereses patrimoniales de una zona específica. A diferencia del turismo cultural este solo se centra en los bienes y expresiones patrimoniales como oferta turística. Hay que entender que el patrimonio cultural se construye socialmente, de acuerdo a la UNESCO “el patrimonio cultural o es el legado recibido de las generaciones pasadas y este puede ser de carácter material o inmaterial”

1.3.5. Turismo Rural

El turismo rural se presenta como una variedad o singularidad del turismo alternativo y cultural, que no es más que aquel turismo que se realiza en espacios libres con el contacto de la naturaleza, es decir que se realiza en zonas no urbanas,

está relacionado a la cultura, los valores y la identidad local.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) (2004) define al turismo alternativo como:

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (p. 22)

Viajes que surgieron por primera vez en países como España y Francia a causa de la creciente demanda en términos de productos y servicios, el incremento de la demanda mundial, la saturación de los destinos tradicionales, como lo es el turismo de playa. y la incorporación de otros, al querer conocer nuevos destinos. La predominante necesidad de cambio del turista por ampliar la gama de servicios turísticos le permitió un gran y rápido crecimiento al mercado turístico mundial.

El turismo rural también cobró un importante rol en la dinamización de las actividades económicas y la valorización

de las particularidades culturales de cada localidad, así como la oportunidad de empleo para los lugareños.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo rural como: Aquella actividad que ofrece como producto a la cultura brindando experiencias y vivencias únicas con el entorno.

“Cabe decir que no necesariamente vincula a los visitantes con las actividades agropecuarias, pues sus activos principales son: la contemplación de áreas específicas, el paisaje, la recreación y el descanso.” (Ibáñez & Villalobos, 2017) Sino que supone el desarrollo de estancias de estilo local en los puntos o en los alrededores donde los viajeros pueden hospedarse, observar, disfrutar y compartir las actividades populares.

1.4. Importancia del turismo

El turismo, desde hace unos años, se ha convertido no solo en un fenómeno social sino también en una industria de gran relevancia y peso en la economía de un país, además de ser muy compleja, dado los distintos sectores económicos involucrados.

“El turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial.” (Sancho, 1998, pp. 16-17)

Y es que el turismo aporta una elevada cantidad de divisas en diferentes mercados, el viajero no solo paga su estadía o su movilidad, sino que visita las tiendas, restaurantes, lugares de entretenimiento, es decir, invierte su dinero en otros consumos primordiales y no primordiales tocando cada mercado que visita. El hecho

de que las divisas no recaigan sólo en los agentes directos de la industria, sino que reporte una fuente de ingresos para los demás sectores es lo que se conoce como efecto multiplicador.

En nuestro país se ha manifestado como un fenómeno de notable escala, que se ha vuelto crucial en momentos donde la actividad económica de nuestro país ha disminuido. De modo, que se puede decir que el sector turístico, al mantener su dinámica productiva, favorece en gran medida el desarrollo de nuestra República Dominicana.

“Por tal razón este fenómeno (turismo), como extraordinario elemento impulsor y motor de la economía de nuestra sociedad, está demandando una alternativa real de planificación, a las formas tradicionales de los modelos turísticos existentes, alejados del “sol y playa”, sobre todo en la línea de dar respuesta a una naciente demanda emergente de Turismo Activo, que día tras día nos presenta nuevos retos y estrategias. Ofertas elementales en la diversificación de lo demandado: turismo alternativo, turismo verde, turismo rural, turismo ecológico, turismo deportivo, turismo de aventuras, entre otros; se posicionan como las ofertas complementarias y tendencias respecto a este complejo sector.” (Matos, 2016)

1.5. Servicios turísticos

Los servicios turísticos son cada una de las actividades y recursos destinados a la satisfacción de las necesidades del turista y que contribuyan al disfrute de los bienes turísticos.

La OEA (1980) describe los servicios turísticos como “el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos” (Pretelt Emiliani, s.f.)

Son cada uno de los bienes y servicios que las empresas del mercado turístico les ofrecen a los turistas al momento de este organizar el viaje, a través de intermediarios de alojamiento, alimentación, transporte e información.

Estas actividades, además de satisfacer al turista, permiten darle un valor económico a los diferentes recursos y atractivos turísticos.



1.5.1. Acogida

Este servicio les facilita el alojamiento o estancia a los turistas y se ofrece dentro de dos modalidades: la hotelera y la extrahotelera. La primera, como su nombre lo dice, abarca los hoteles, apartahoteles, los hostales y las pensiones. La segunda, por otro lado, incluye los apartamentos turísticos, casas y villas.

Los hoteles ocupan un edificio donde solo se ofrecen sus servicios de alojamiento (incluye habitación y baño) y otros servicios complementarios, como el de comedor, por ejemplo. Los apartahoteles son muy similares a estos, ya que, además de poseer las características del hotel, disponen de cocina, sala y uno o varias habitaciones. Diferenciándose así de los primeros, por la cantidad de personas que puede albergar.

Por otro lado, están los hostales que tienen un mínimo de 10 habitaciones, y la pensión, que es un complejo con habitaciones para 1 o 2 personas y generalmente tienen baños compartidos fuera de las habitaciones.

Los servicios de acogida extrahoteleros tienen la ventaja de poseer todas las características antes mencionadas, pero para una mayor cantidad de personas y en muchas ocasiones, no incluyen servicios complementarios.

1.5.2. Alimentación

Se les ofrece a los turistas alimentos o bebidas para ser consumidos tanto en el establecimiento como para llevarlo fuera de él. En esta categoría de servicio entran los restaurantes, los bares y las discotecas.

Este servicio es, de una forma u otra, clave importantísima en el turismo de una zona, ya que contribuye en gran medida a que los turistas conozcan del lugar. "La comida típica de un sitio es un ejemplo de autenticidad para los turistas, quienes, por lo tanto, se sentirán interesados y atraídos por esta" (Grisolf, 2011). En la comida se manifiesta sus distintos atractivos culturales, geográficos, agrícolas y el papel que todo esto juega en la familia.

1.5.3. Información turística

A la hora de visitar un sitio es muy importante que la persona tenga información confiable, veraz, exacta y lo más completa posible del lugar al que se va a dirigir, es por esto que se ha creado el servicio de información turística, para darle al turista facilidades durante su viaje y ante cualquier imprevisto que se presente.

1.5.3.1 Puntos de información

En ellos se facilitan todo tipo de información que pueda ayudar al visitante durante su estadía y disminuye las posibilidades de experimentar sucesos negativos. Estas informaciones van desde datos de contacto de empresas turísticas (agencias turísticas, hoteles, restaurantes, transporte), actividades de interés, tarifas, rutas de viaje y referencias.

“En los puntos de información turística disponen de gran variedad de recursos para poder transmitir toda la información”, como son los mapas, brochures, folletos, libros, entre otros.

1.6. Historia de Jarabacoa

El municipio de Jarabacoa pertenece a la Provincia de la Vega, de acuerdo a la página Clúster Ecoturístico Jarabacoa, nombre que según se cree viene de la lengua indígena Taína, se compone de las palabras ‘Jaraba’ y ‘Coa’, cuyo significado es “Tierra de Fuentes de Agua”.

Se cree que, a la llegada de los españoles Jarabacoa estaba poblada por los indígenas Taínos, cerca de los ríos Yaque del Norte, Jimenoa, Baiguate y Guanajuma, en donde existían cientos de arroyos y manantiales de cristalinas aguas.

Según el “Blog La Maldición del Oro en Jarabacoa”, desde la conquista de los españoles, hasta principios de 2012 se han realizado excavaciones en las inmediaciones del municipio de Jarabacoa, siendo diferentes las naciones que han tratado de extraer el oro de ella, entre ellas están Italia, Alemania y por último Canadá. Siendo esta última quienes, de acuerdo a la publicación del Diario Libre de fecha del 20 de marzo de 2012, mediante la compañía minera canadiense GoldQuest Corporation, realizó exploraciones en Jarabacoa, invirtiendo hasta el momento más de US\$5 millones en Jarabacoa y más en otras partes del país, para una inversión de alrededor de US\$14 millones en la República Dominicana, solo para explorar la idea de posibles minas en estas áreas.

Estos estudios exponen que solo en el río Yugo se encuentran cobre, zinc, oro y plata, y se estima 1.6 millones de toneladas de mineral en general de los cuales son 3% de cobre, 2 gramos de oro por toneladas, y de 30 a 35 gramos de plata por toneladas,

así como de 3.5% de zinc. (Diario Libre, 2012)

A principios del siglo XIX se verificó un proceso de población masiva como consecuencia de las primeras invasiones haitianas sobre la parte española de la Isla a saber la de François Dominique Toussaint-Louverture, en 1801 y la Jean-Jacques Dessalines, en 1805. Al ser incendiada y destruida La Vega por Dessalines, en 1805, muchos de sus habitantes se refugiaron en las montañas de Jarabacoa en donde posteriormente se quedaron a vivir.

Durante la ocupación haitiana (1822-1844) continuó la emigración a Jarabacoa y aumentó durante las guerras de Independencia. Muchos habitantes del sur se establecieron en Jarabacoa.

En 1854 Jarabacoa fue erigido como puesto militar en virtud de su posición estratégica en la comunicación entre el Cibao y el Sur. Contaba a la sazón con una población de 2.000 habitantes y muchos de sus hombres se destacaron como soldados brillantes en las gestas de consolidación de la independencia. Tales son los casos del general José Durán y el también general Norberto Tiburcio.

El 27 de septiembre de 1858 Jarabacoa fue elevada a categoría de "Común" por el presidente Pedro Santana, empezando así su existencia como municipio, categoría obtenida después de una trayectoria que venía desde principio del siglo XIX, además el 24 de

marzo de 1861 se produjo el pronunciamiento de la Común de Jarabacoa.

La historia muestra que mediante Real Orden del Ministerio de la Guerra español con fecha 26 de junio de 1862 se creó la Comandancia Militar de Jarabacoa, en el breve tiempo que Santo Domingo volvió a depender de España. José Durán general de brigada y comandante de armas de dicha Común, acompañado de los empleados civiles, militares y diversas personas del lugar, recibió del "Señor Libertador Presidente de la República Caballero Gran Cruz de la Orden Americana de Isabel la Católica" D. Pedro Santana, la orden del gobernador de la provincia para la celebración de la adhesión de la República como provincia de la corona en la persona de Isabel II de España.

Años después, ya en la época restauradora, se destacó el General y Comandante del Ejército del Norte, Daniel Batista y Rodríguez como prócer y héroe de la restauración. Aunque no nació en Jarabacoa, se insertó desde su llegada a la comunidad de Pedregal, sumándose a las mejores causas de esta comunidad, procreando descendencia familiar e integrándose a la causa de la revolución que devolvió la soberanía a la Nación Dominicana.

Según historiadores dominicanos, cuando Rafael Leónidas Trujillo, toma el poder, se puede decir que el turismo en el país empieza a tomar otro rumbo, aunque durante esa década de 1930, fue bastante floja, es cuando llegan al país 230 turistas extranjeros, esta es quizás la única información que registran las estadísticas de turismo en el país, durante esa fecha.

Ya durante la década de 1940, Trujillo dio instrucciones, para que se fomentara el turismo en el país, de esta forma se empiezan a realizar las primeras promociones turísticas del país a los demás países internacionales, siendo este el primer paso concreto para atraer turistas al país. Para el año de 1944, se inician un sin número de construcciones a nivel nacional con el objetivo de crear la infraestructura necesaria para hospedar a los visitantes que asistirán a la Feria de la Paz y la Confraternidad del Mundo Libre, el cual fue un evento internacional celebrado en Ciudad Trujillo, desde 1955 al 1958. En las ciudades de Constanza y Jarabacoa ambos en la Provincia de La Vega fueron inaugurados los hoteles Suiza y Montaña el cual en estos momentos está abandonado.

1.7. Situación actual del turismo en Jarabacoa.

“Jarabacoa cuenta con zonas potencialmente utilizables turísticamente que no están siendo aprovechadas: como la cuenca del Río Baiguate, el Saltadero del Yujo, los Paisajes de Paso Bajito, Arroyo el Dulce y los Dajaos...” (Ayuntamiento de Jarabacoa, 2013, p. 55)

De acuerdo a lo expresado por el empresario turístico Moshe Gil Genao, Jarabacoa es el principal destino de turismo inmobiliario y de montaña, de República Dominicana, reflejándose en la ocupación total de villas, cabañas y hoteles, tanto los fines de semana largos como normales, impactando su economía y beneficiando a todos los sectores, destaca además que existen unos 72 proyectos inmobiliarios que están en construcción y otros casi terminados y el que menos tiene cuenta con doce propiedades, para un promedio de 3,500 a 4,000 villas, disponibles para ventas y alquileres.



1.8. Atracciones turísticas de Jarabacoa

Según el Clúster Ecoturístico de Jarabacoa la increíble belleza de las montañas tropicales de Jarabacoa por muchos años ha sido para los dominicanos, un escape del calor del trópico. Hoy en día los turistas extranjeros también están descubriendo este municipio, el cual es bendecido por abundantes ríos, un magnífico clima, una tierra fértil y el calor humano de su gente nativa, hacen de este municipio una maravilla natural para quienes aman el turismo de aventura y el ecoturismo.

Jarabacoa, que se encuentra en la Cordillera Central, a unos 500 metros sobre el nivel del mar, se le conoce como la tierra de la eterna primavera. Sus frías temperaturas, el río considerado más largo del Caribe (El Yaque del Norte), las impresionantes cascadas con las que cuenta y la montaña nombrada como la más alta de las Antillas (El Pico Duarte 3,087 metros) hacen de este municipio una combinación única en el hemisferio completo.

A continuación, las diferentes atracciones de este municipio.

Salto Baiguate

El Salto Baiguate forma con sus cascadas una especie de escalera, debido a que el acceso a este era un poco difícil no muchos dominicanos conocen de la belleza de este salto, pero eso no evita que este salto sea muy visitado por turistas extranjeros y nacionales que les gusta sentir la adrenalina.

Este salto es considerado como el mejor de los todos los que se pueden encontrar en el Río Baiguate, en este se puede disfrutar de un baño bien energizante por su piscina natural la cual se encuentra bordeada de árboles. Para llegar al Salto Baiguate se tiene que pasar por una barranca siguiendo un camino construido por el municipio el cual ofrece unas vistas hermosas.

Rancho Baiguate

El Rancho cuenta con 27 habitaciones para acomodar los visitantes, tiene 8 habitaciones pequeñas con dos camas twin size, y 8 habitaciones estándar con dos camas queen size y cuenta con 10 habitaciones maestras con dos camas queen size balcón. En este se realizan excursiones a diferentes lugares del municipio, como son: - El Pico Duarte - River Rafting - Canyoning - Trekking - Mountain Bike - Salto Baiguate a Caballo - Salto Jimenoa - Maromas Parkour.

Rancho Jarabacoa

Son considerados los pioneros en el desarrollo y fomento del turismo de montaña en el pueblo de Jarabacoa esto es desde el año 1993. Ofrecen a sus clientes la oportunidad de entrar en contacto directo con la naturaleza y de vivir la aventura al máximo. Ofrecen varias actividades como son: -Rafting – Canyoning y Excursión a caballo.

Monumento Natural Salto de Jimenoa

El salto de Jimenoa se encuentra cinco kilómetros antes de llegar a la entrada del municipio de Jarabacoa. Para acceder no existe alguna ruta de transporte por lo que se debe utilizar un vehículo de motor privado.

La reserva natural se compone de dos saltos: el Salto de Jimenoa Uno y el Salto de Jimenoa Dos. El Salto Uno, es una cascada que alcanza unos 60 metros de altura con una agradable piscina natural, y el Salto de Jimenoa dos, tiene una caída de unos 40 metros, Es posible descender gracias a un sendero ecológico construido y dirigido por la comunidad, quien propone un proyecto de turismo sostenible en la zona.

Balneario la Cortina

Es una piscina natural que se encuentra a unos 15 minutos más o menos del centro de Jarabacoa. Este se le llama así porque forma una lámina horizontal de agua.

Balneario las Guázaras

Se encuentra de camino en la carretera a Manabao, donde se disfruta de un baño en el río Yaque del Norte, este es un punto donde muchas familias suelen pasar un momento agradable y donde también se pueden encontrar negocios de comidas y bebidas.

La Confluencia

Es una de las tantas atracciones de Jarabacoa, su nombre se debe a que allí confluyen (se unen) 2 ríos, estos son el río el Jimenoa y el Yaque del Norte. El camino a la Confluencia parece un jardín y el clima en el lugar es muy agradable lo que le da un toque inolvidable.

La Ruta del Café

La Industria Ramírez que produce las marcas de café Monte Alto Especial y Monte Alto Orgánico, muestra su ruta del café, en donde se aprecia el proceso seguido desde sembrar las plantas de cafeto, la recolección de las semillas de café, el proceso de selección de estas, hasta el proceso de tostar, moler y empacar el aromático polvo que se produce desde el año 1943, cuando fue fundada la empresa por Belarminio Ramírez.

Es una aventura que envuelve a todo el que visita, en el aroma y el sabor de esta bebida. Esta ruta se encuentra en el Sendero Ecológico de los Dajaos camino a Manabao.

Jarabacoa River Club & Resort

Este lugar ofrece un espacio para disfrutar de la tranquilidad, el clima fresco y el paisaje de montañas, los pinares, árboles y ríos, no de estos es el Río Yaque del Norte el cual rodea las instalaciones. El famoso e interesante puente colgante de madera el cual te lleva a descubrir otros paisajes naturales al otro lado del río y una vista diferente de las montañas de Jarabacoa. El lugar funciona como un club para pasar el día y a la vez como hotel y resort.

También el municipio cuenta muchas otras atracciones ecoturísticas como: El Parque Nacional Armando Bermúdez, El Parque Nacional José del Carmen Ramírez, La Reserva Científica Ébano verde. Así también muchas otras actividades y deportes extremos en la zona como: Salto en Parapente, Zip Line, Rafting, Hiking. Festival Poesía de la Montaña, Maratón de la montaña, Competencias de Caballos de paso fino, Rally a caballo, Festival de las flores. Este último es considerado como uno de los más importantes del municipio tanto por los habitantes como por los turistas.

1.9. La guía turística como recurso de ayuda para el turista

Desde que el ser humano pudo viajar y escribir sus experiencias de viaje, acción que, con el paso del tiempo, se ha convertido en una herramienta y motivación para aquellos que las leen. Las guías turísticas se han convertido en una herramienta de mucha utilidad, ya que proporcionan todo tipo de información sobre el destino turístico al que se desea acudir

La guía turística es un recurso indispensable, por lo general es un libro, en el que se pueden encontrar todo tipo de datos relevantes sobre un destino turístico determinado. En este se incluye información variada sobre la cultura, lugares históricos, restaurantes, transporte, horarios, moneda, recomendaciones para el viajero, hoteles, en fin, todo aquello que le resulte útil durante su estancia.

Con el paso de los años y la evolución de la tecnología, las guías turísticas han tenido que adaptarse a las nuevas necesidades adoptando distintos formatos.

Sin importar el formato de la plataforma, el objetivo de la guía turística siempre será el mismo: orientar al viajero y ayudarlo a resolver cualquier problema que se le presente de una manera fácil y rápida.

Las guías turísticas son un gran aporte al desarrollo del turismo, ya que en ellas se resaltan todos los recursos turísticos (o los más relevantes) del lugar o destino elegido, de modo que se capte la mayor cantidad de turistas.

En ellas se describen de manera gráfica las áreas más atrayentes del lugar, así como lugares históricos, además de ofrecer un sinnúmero de actividades propias de los lugareños en las que los visitantes pueden participar.

De igual manera contiene informaciones útiles como números de teléfonos de hoteles, restaurantes, hospitales, farmacias, emergencias, así como los precios de algunos alojamientos, entre otros.

1.10. La guía turística en la actualidad

A la hora de elegir su lugar de destino los turistas desde siempre han tenido que depender de las informaciones suministradas en los folletos de guías y/o las referencias de algún amigo o familiar que haya podido viajar al lugar escogido. El internet ha permitido incrementar la cantidad de información que se puede conseguir de los lugares que vamos a visitar, así como las opiniones de los visitantes, ya sean estas favorables o no.





En la Web se presenta un nuevo formato de guías, en donde se exhibe una extensa y diversa gama de formatos que va desde videos, gráficos, sonidos, mapas, en donde se suministra toda la información necesaria para tener una idea de cómo es el lugar a visitar, así como sus características, medios de transporte, alojamiento, restaurantes, actividades diversión, incluyendo el ambiente social y cultural

En los últimos años las cantidades de plataformas digitales existentes han proporcionado la oportunidad de conocer, divulgar y compartir información segura, creando así una comunidad colaborativa, abierta a intercambiar opiniones o consejos entre los usuarios y visitantes, denominadas crowdsourcing, de acuerdo a Irina Grevtsova (s.f.), en su artículo "Tendencias de las APP turísticas Urbanas: Del diseño tradicional a las soluciones innovadoras", algunas de estas plataformas son, por ejemplo:

Historypin, que es una plataforma que es muy conocida mundialmente, desde 2011 tiene una característica que permite que voluntarios de todo el planeta puedan aportar información a los contenidos, mediante la colección de fotos videos.

Foursquare, plataforma lanzada desde 2008 tiene unos 50 millones de seguidores, tiene el objetivo animar a las personas a descubrir nuevos lugares, en esta los usuarios se convierten en guías urbanos y suministran consejos a los demás.

Como se explica al principio existe un sinnúmero de plataformas y Apps que funcionan como guías turísticas, promoviendo así el turismo interno e internacional.

1.11. Lineamientos de la guía turística ¿qué debe contener?

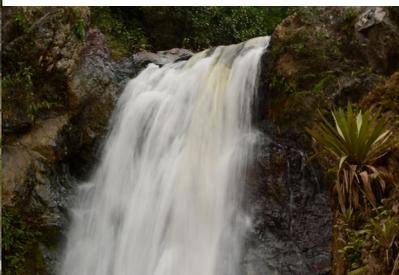
Es de suma importancia que todo turista disponga de información verídica, confiable y completa sobre el destino al que se dirige, ya que esto le facilita no solo disfrutar de su estadía, sino también le proporciona una vista previa de las actividades que se realizan en el referido lugar, ahorrando tiempo, dinero y esfuerzos, porque por adelantado estará al tanto de todo lo que ocurre en el lugar.



La estructura de una guía turística surge por sí sola, todo depende de las necesidades del visitante o los atractivos a ofrecer en el lugar de destino. Se puede disponer u organizar de acuerdo a los lugares de interés que se quieren ofertar, describiendo los más visitados o atractivos y que más captan la atención de los turistas, también se puede ordenar siguiendo una serie de rutas o destinos. Pero ¿que debe tener una guía turística?

En primer lugar, se tiene la información básica: ubicación del destino turístico y cómo se puede acceder a él, incluyendo todos los trámites migratorios para llegar al lugar, en caso de que sean necesarios.

En segundo lugar, se tiene lo necesario: qué son los lugares donde el turista puede satisfacer sus necesidades básicas: alimentación, alojamiento y actividades a realizar.



1.12. Concepto Multimedia e interactividad

1.12.1. Multimedia

El término multimedia ha sido empleado constantemente desde los inicios de los años 90 y es concerniente a la informática, telecomunicaciones, electrónica, interactividad y entretenimiento. Su origen se remonta más bien a los años 70 con la difusión de las redes de ordenadores que admitía la incorporación de la informática en conjunto con las telecomunicaciones. Aunque otros suelen titular como padre de la multimedia a John Banvard en el siglo XIX, con su obra "Gran Panorama móvil del Mississippi de Banvard" que medía aproximadamente 900 m de largo y se exponía sobre un sistema de manivelas, en su acto que incluía el discurso de sus aventuras cuando decidió recorrer todo el río y anotar todo lo que pintaba, acompañamiento musical de un piano tocado por su mujer. Otros mencionan los increíbles hallazgos e inventos inexorables que fueron precursores al computador, las redes sociales o la web, como el transistor con los desarrollos electrónicos que propició en los años 50.

Etimológicamente la palabra multimedia significa “múltiples medios” se refiere a la existencia de diversos intermediarios de manera simultánea, en un mismo soporte o producto, entre la fuente y el destino de la comunicación. Menjivar, Eric (2015), sugieren: “El término Multimedia en el mundo de la computación es la forma de presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, vídeo y animación” todo esto con el agregado de la interactividad, que permite al usuario cierto grado de control sobre las experiencias sensoriales que afronta. Por ello los medios electrónicos y los medios mixtos en las artes plásticas se asocian a la multimedia.

A. Bartolomé (1994) definió los sistemas multimedia como: “Los sistemas Multimedia, en el sentido que hoy se da al término, son básicamente sistemas interactivos con múltiples códigos”. (Bartolomé, 1994, p. 1) Según Fred Hoffstetter: “Multimedia es el uso del ordenador para presentar y combinar: texto, gráficos, audio y vídeo con enlaces que permitan al usuario navegar, interactuar, crear y comunicarse”, como se cita en en (Belloch, 2006) es decir, que es un espacio al cual se accede a través de una plataforma digital. Lo que nos deja claro que, en esencia, es una tendencia a combinar las diferentes plataformas (tecnología) de comunicación, estimulando más de un sentido a la vez y así generar mayor impacto, comprensión y permanencia del mensaje.

Entendiendo esto se pueden identificar las diferentes vertientes (medios o dispositivos) del entorno multimedia en el cual nos desenvolvemos e interactuamos día tras día. Ya sea cuando consultamos un periódico digital o blog, incursionamos en un sitio web, somos partícipes de un videojuego, etc. Nos encontramos en un ambiente desarrollado por la multimedia. Y es que el multimedia facilita y potencia la difusión y el contenido lo enriquece, admitiendo la incorporación de elementos lúdicos y reactivos. Al mismo tiempo le cede un carácter de personalización e individualismo a las aclaraciones masiva que allí se exponen.

1.12.2. Características de las plataformas multimedia

Al contenido multimedia se le atribuyen ciertos rasgos propios, que hacen que sea posible su distinción de los soportes y mensajes que se producen en los demás medios.

En primer lugar, está el dinamismo, que brinda la oportunidad de automatizar los procesos en proyectos multimedia.

En segundo lugar, la flexibilidad, que procura la facilidad de adaptarse o adecuarse a los distintos requerimientos de los usuarios.

La interactividad, por otra parte, proporciona un vínculo participativo con el usuario, lo que significa una relación recíproca entre ordenadores y usuarios.

Multidimensional, involucra varios aspectos de la comunicación.

Funcionalidad, que garantiza soluciones prácticas, factibles y rápidas.

Modular la información, se modifica la amplitud de la información.

Por último, el acceso multiusuario, que como su mismo nombre lo indica permite la integración de múltiples usuarios en una misma plataforma.

1.12.3. Modos de aplicación de la multimedia

Con la evolución de la comunicación y la sistematización de la misma, a lo largo de los años que se han producido modos de aplicación multimedia, que no es más que los diferentes usos y medios multimedia que se presentan ya sean en off-line u on-line. Esto ha causado un tipo heterogéneo de aplicaciones o programas que presentan dos características básicas:

- Multimedia: Uso de múltiples tipos de información (textos, gráficos, sonidos, animaciones, videos, etc.) integrados coherentemente.
- Hipertextual: Interactividad basada en los sistemas de hipertexto, que permiten decidir y seleccionar la tarea que deseamos realizar, rompiendo la estructura lineal de la información.

Raúl Ornelas (1998), en su libro Tecnología como instrumento del poder, afirma que,

Para definir las aplicaciones multimedia se parte del hecho, que es que el concepto multimedia designa todas las posibles combinaciones entre computadoras, telecomunicaciones e informática; las aplicaciones multimedia comprenden productos y servicios que van desde la computadora y sus periféricos, donde se puede leer desde un disco compacto hasta las comunicaciones virtuales, pasando por los servicios de video interactivo en un televisor y las videoconferencias.

Para Ornelas, las principales aplicaciones son la Internet y Multimedia en disco compacto; y conjuntamente o paralelamente a estas concurre servicios y productos como:

- Las Redes privadas, son las instalaciones de un medio de comunicación a base de cables, servidores que reforman y hacen accesible la información, así como las computadoras y terminales que la hacen manipulable; en empresas, instituciones o domésticas que maximizan y simplifican la circulación de trámites entre los intermediarios. Las conexiones

exteriores de las redes privadas se ven limitadas y coartadas por las restricciones de los soportes de las redes de telecomunicaciones del país o sector.

- Trabajo a distancia, consiste en una metodología de trabajo en la cual las labores empresariales se realizan fuera en el domicilio del empleado, en un centro de teletrabajo con el objetivo de reducir costos, dotarlos de una flexibilidad inconmensurable para responder eficientemente a las coyunturas del mercado actual.
- Videoconferencia, consiste en una transmisión de imagen, sonido y datos que puede ser recibidos por una o más personas a la vez.

1.12.4. Principios para la creación de una plataforma interactiva

1.12.4.1. Interactividad

La interactividad se relaciona con la posibilidad de acceder a bases de datos, bibliotecas virtuales, bibliotecas digitales y sistemas de metadatos, todas estas fuentes de información necesarias para acceder a contenidos y conocimiento. (Garduño Vera, 2005)

1.12.4.2. Usabilidad

Jakob Nielsen y Hoa Loranger definen la usabilidad como la facilidad de uso. Más específicamente, hace referencia a la rapidez con que se puede aprender a utilizar algo, la eficiencia al utilizarlo, cuál es su grado de propensión al error, y cuánto les gusta a los usuarios. Si una característica no se puede utilizar o no se utiliza, es como si no existiera. (Nielsen & Loranger, 2006)

1.12.4.3. Adaptación

De acuerdo a la Real Academia Española define adaptación como la acción y efecto de adaptar o adaptarse.

La adaptabilidad o adaptación tanto en las plataformas y como en sus contenidos es muy importante ya que cada nuevo avance de tecnología y/o modificación a realizarse en los contenidos de las plataformas.

1.12.4.4. Enlaces

El Libro Sistemas Multimedia: Análisis, Diseño y evaluación, define enlace como una "conexión entre dos nodos que proporciona una forma de seguir referencias entre conceptos relacionadas". (V.V.AA., 2014) El enlace virtual permite que las asociaciones entre contenidos pueden determinarse de forma dinámica, dependiendo de algún tipo de condición presente en el momento de su activación, dotando así de una cierta capacidad de inferencia a los sistemas hipertextuales. Los enlaces virtuales pueden ser con tipo y con atributos.







MARCO METODOLÓGICO

“En todo paseo con la naturaleza uno recibe
mucho más de lo que busca.”
John Muir

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Investigación

2.1.1 Tipo de investigación

La investigación busca, a través de la aplicación de conceptos y teorías relacionados con las guías turísticas, la interactividad y la importancia que tienen las primeras al momento del turista buscar e informarse sobre los destinos a los que desea acudir; encontrar los aspectos que el visitante toma en cuenta a la hora de dirigirse al punto en cuestión y el papel que juega la plataforma virtual en el desarrollo de una guía interactiva.

En este sentido la investigación que se realiza presenta un carácter mixto en su tipología: es exploratoria, descriptiva y explicativa, de modo que se pueda profundizar, encontrar y presentar la realidad del objeto de estudio.

En primer lugar, la investigación es exploratoria, porque en ella se analiza documentación ya

existente y se investigan aspectos concretos del turismo hacia Jarabacoa que no han sido estudiados con detenimiento, como las necesidades y preferencias del turista, los lugares más visitados, aspectos que serán muy importantes al momento de elaborar una guía turística del municipio.

Es descriptiva, dado que se detalla de manera completa la situación actual, los puntos más visitados, sus características y algunas rutas para poder llegar. La cual le aporta a la investigación y al proyecto información valiosa para su elaboración. Y que, en un futuro, pueda servir de base para la elaboración de un proyecto más grande.

Por último, la investigación es de carácter explicativo, porque se buscan razones, causas, consecuencias provocadas por fenómenos que estén relacionados directa o indirectamente con el turismo hacia el municipio.

2.1.2. Población

El universo poblacional tomado para realizar la presente investigación lo componen tanto hombres y mujeres entre los 20 y 40 años de edad que residen en Santo Domingo (un equivalente al 32% de la población del país).

Rango de edad seleccionados debido a que son los que poseen la capacidad económica para poder realizar más de un viaje al mes.

Según datos tomados del último censo realizado en 2010 por la Oficina Nacional de Estadística (O.N.E.) la provincia Santo Domingo, incluyendo el Distrito Nacional, tiene 3.339,410 habitantes, si a esta cantidad se le aplica el 32% que representa la población "joven" del país, la cantidad de habitantes que se tomará para sacar la muestra es de 1,068,611.2.

2.1.3. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tomaron en cuenta los siguientes datos:

n: Muestra buscada

Z: Nivel de confianza = 1.96

P: Probabilidad de éxito o proporción esperada = 0.50

Q: Probabilidad de fracaso = 0.50

e: Nivel de estima = 0.05

N: Población residente en Santo Domingo entre los 20 y 40 años: 1,068,611.2 habitantes.

Entonces la muestra en la que se basará la investigación tendrá un total de 384 personas.

Esta muestra fue seleccionada con el fin de tener una amplia variedad de opiniones, necesidades y razones por las cuales estas personas desean realizar un tipo de turismo X en el municipio de Jarabacoa.

El resultado de esta encuesta dará la información necesaria para conocer qué aspectos toman los turistas en cuenta a la hora de viajar, de modo que puedan ser aplicados en la creación de una guía turística que resulte cómoda y de mucha ayuda para todo el que la use.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{(N-1) e^2 + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(1,068,611.2)}{(1,068,611.2 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(1,068,611.2)}{(1,068,610.2)(0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(0.9604)(1,068,611.2)}{(2,671.525) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{1,026,294.19648}{(2,671.525) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{1,026,294.19648}{2,672.4854}$$

$$n = 384.022$$

2.1.4. Métodos y técnicas de investigación

Entre los métodos utilizados para de la investigación están, en primer lugar, la observación, para conocer la realidad y detalles de la problemática a la cual se le quiere dar solución.

En segundo lugar, el análisis, donde se analizaron cada una de las partes y detalles que conforman la problemática, para conocer hacia dónde se dirigen los turistas, que tipo de actividades realizan, las causas de por qué hay lugares de Jarabacoa que no se dan a conocer, buscan y los efectos que esto tiene tanto en la población que la visita, como en los que residen allá.

En última instancia, se utilizará la una combinación de los métodos deductivo e inductivo: deductivo, porque se estudiarán teorías para la formulación de hipótesis y realizar demostraciones e inductivo, al momento de analizar y procesar los datos obtenidos por las encuestas aplicadas y el análisis e interpretación de la información.

Las fuentes utilizadas durante el proceso de investigación son primarias, dado que se puede encontrar información detallada en libros y revistas, así como en publicaciones y documentos que se encuentran en las distintas instituciones.

Dentro de las técnicas de investigación que se emplearán están la observación y la posterior aplicación de encuestas. La primera, se realizó para conocer los aspectos más significativos de nuestro objeto de estudio y los hechos y realidades que rodean la problemática, para ello se hizo una visita de reconocimiento hacia los lugares más importantes de Jarabacoa, y la segunda, donde se realizarán entrevistas y se aplicarán cuestionarios, son para dilucidar cómo actúan las personas dentro del sector Jarabacoa, a dónde se dirigen, qué actividades realizan, con el propósito de seleccionar, segmentar y representar de la mejor manera posible cada localidad.

2.1.5. Proceso de recolección de datos

Se elaboró un cuestionario de 30 preguntas el cual se divide en dos secciones, la primera contiene 21 preguntas en relación al turismo hacia Jarabacoa y la segunda, 9 preguntas sobre el uso e importancia del desarrollo de una guía turística para el municipio. Esta encuesta fue divulgada en las diferentes redes sociales motivando a quienes la completaban a compartirla con sus conocidos, permitiendo este método alcanzar la totalidad de la muestra en tan solo 4 semanas.

De igual manera, se aplicará una entrevista de 8 preguntas para el Regidor del Municipio Jarabacoa, Andrés Hernández Faña, de modo que esa persona pueda proveer información de primera mano del municipio y validar la que se encuentre durante el proceso de investigación



ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



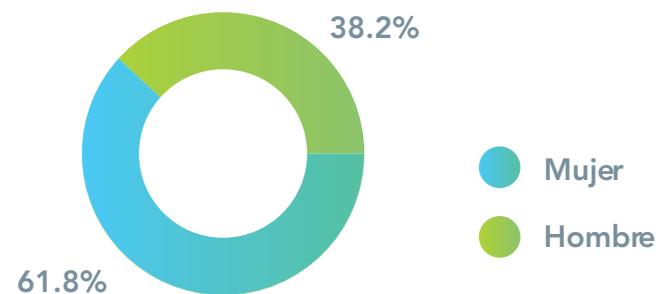
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 Análisis de las encuestas aplicadas

3.1.1 Demografía

Los siguientes gráficos sirven para describir las características demográficas que caracterizan a la muestra alcanzada, estos datos conciernen al género, rango de edad, nacionalidad, ocupación y zona donde reside.

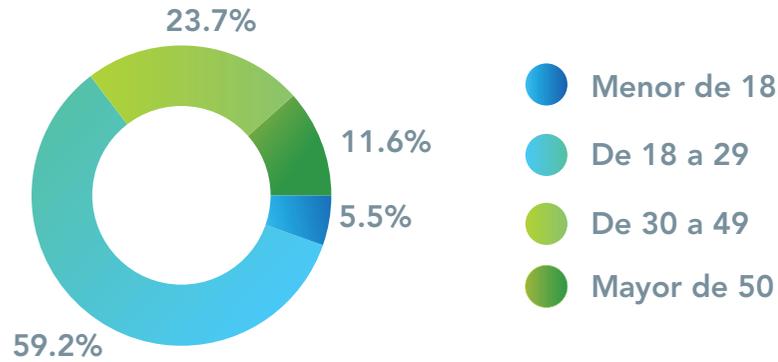
Gráfico No.1. Alcance de la encuesta por género



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

El Gráfico No.1 demuestra que la encuesta fue más exitosa en alcanzar al público femenino por lo que los resultados muestran una opinión más representativa de este grupo que de su contraparte masculina.

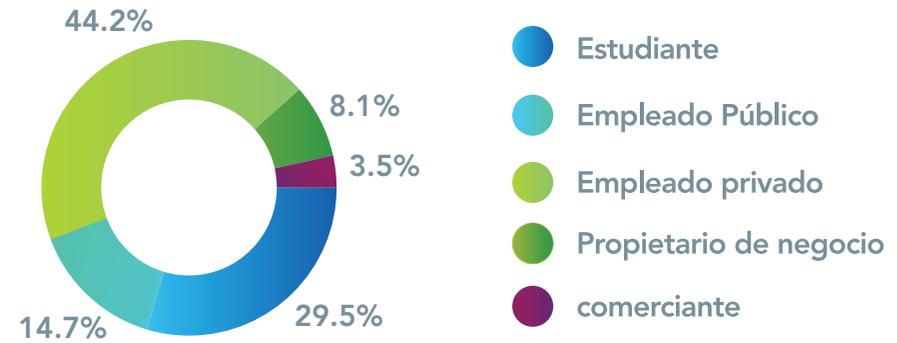
Gráfico No.2. Alcance de la encuesta por rango de edad



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Dentro de los porcentajes obtenidos hay una mayor concentración de personas alcanzadas en edades de 18 a 29 años y de 30 a 49 años, lo que equivale entre ambas un 82.9% de la población encuestada.

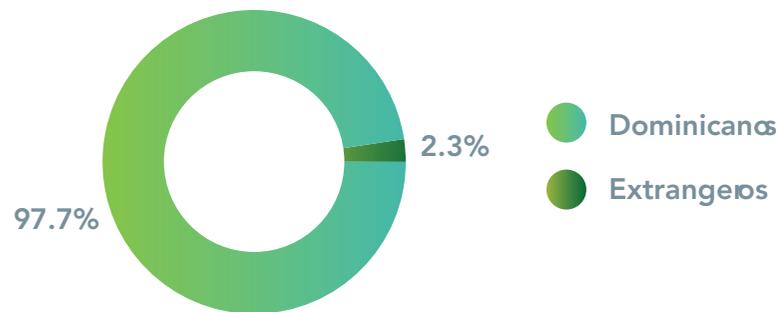
Gráfico No.3. Alcance de la encuesta por rango de ocupación



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Nuestra investigación generó un porcentaje mayor, el cual reveló que el 44.2% de los encuestados son empleados privados, mientras que el 29.5 %, pertenecen a la comunidad estudiantil, un 11.6% son empleados públicos. Finalmente, el restante 11.6% pertenece a los propietario de negocios con un total de 31 personas y los comerciantes con 13 encuestados.

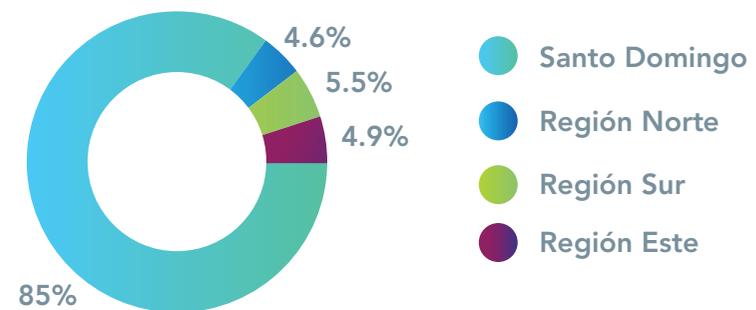
Gráfico No.4. Alcance de la encuesta por rango de nacionalidad



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Un 97.7%, el cual representa un total de 375 personas, son dominicanos dejando solo un 2.3% restante que pertenecen a nacionalidades extranjeras. Este es un dato que beneficia nuestra investigación dada la connotación de que estamos desarrollando un producto local para incentivar el turismo interno dentro de la sociedad dominicana.

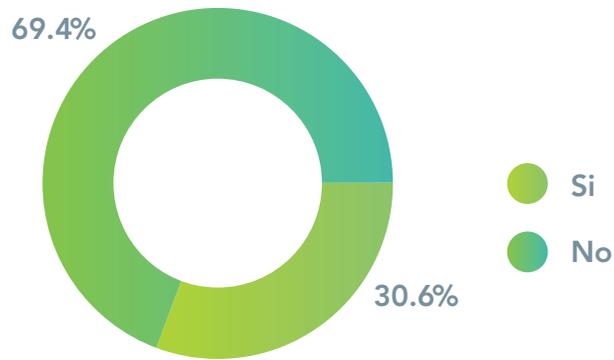
Gráfico No.5. Alcance de la encuesta por zona de residencia



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Este resultado muestra que la encuesta alcanzó una amplia variedad de personas de diferentes sectores del país, el receptor o público más influyente corresponde a residentes de Santo Domingo con un 85%, seguidos de un 5.5% pertenecientes a la región este del país.

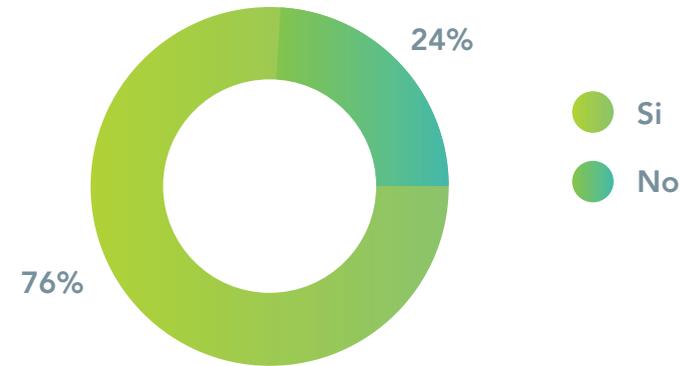
Gráfico No.6. Porcentaje de padres encuestados



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Más de la mitad, un 69.4% de los encuestados los constituyen personas que no tienen hijos, mientras que un 30.6% lo constituyen padres, madres o algún tutor legal.

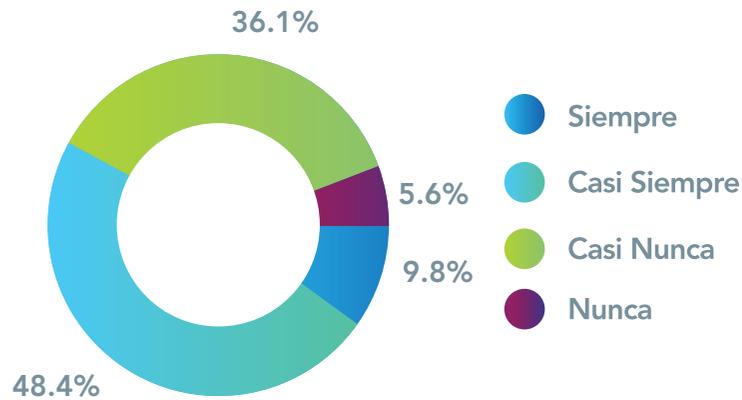
Gráfico No.7. Porcentaje de personas que salen de viaje



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Del total de los encuestados un 76% respondieron afirmativamente, el restante 24% consta de personas que no tienen la costumbre de realizar viajes.

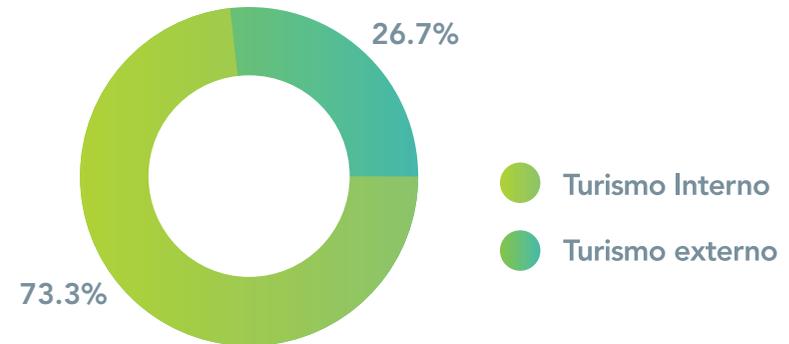
Gráfico No.8. Frecuencia con la que las personas que salen de viaje



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Para entender el comportamiento de los visitantes se les cuestionó sobre si viajan con regularidad o no. El 9.8% respondió que viajan siempre, un 48.4% respondió que viajan casi siempre, por lo que se puede confirmar que el 58,2% son viajeros eincidentes; mientras que un 36.1% que asegura viajar casi nunca.

Gráfico No.9. Tipo de turismo frecuentado

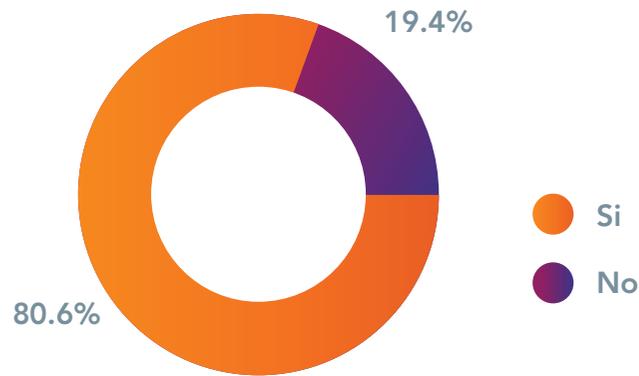


Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Al ser encuestados sobre el tipo de turismo que suelen efectuar, las repuestas concluyen que en su mayoría el dominicano consume el turismo interno habiendo un 73.7%, y solo un 26.7% respondió consumir turismo externo.

3.1.2 Jarabacoa

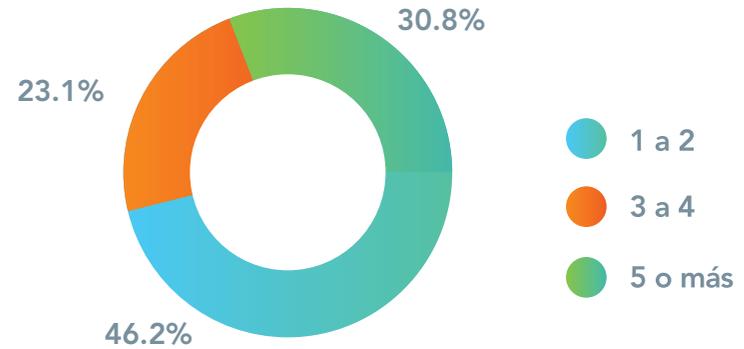
Gráfico No.10. Porcentaje de personas que han visitado el municipio



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Como se aprecia en el gráfico señalado, el 80.9% implica a personas que han visitado el municipio Jarabacoa, La Vega; dejando solo un 19.4% que nunca lo ha visitado.

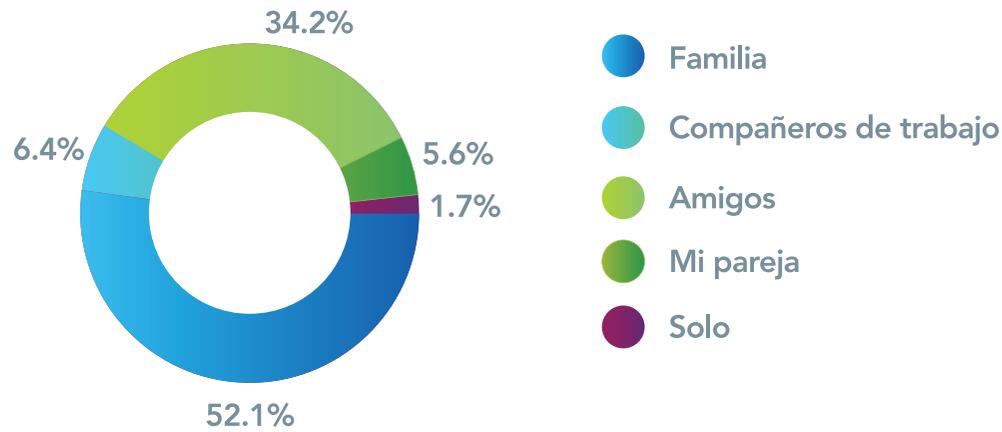
Gráfico No.11. Frecuencia de visitas al municipio



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Se observa que el número de recurrencias de los visitantes al municipio de Jarabacoa en su mayoría randa entre uno a dos viajes, equivalente a un 46.2%. Los que nos deja con un porcentaje de 53.9% que al menos ha visitado el municipio en más de tres ocasiones.

Gráfico No.12. Compañía en los viajes a Jarabacoa

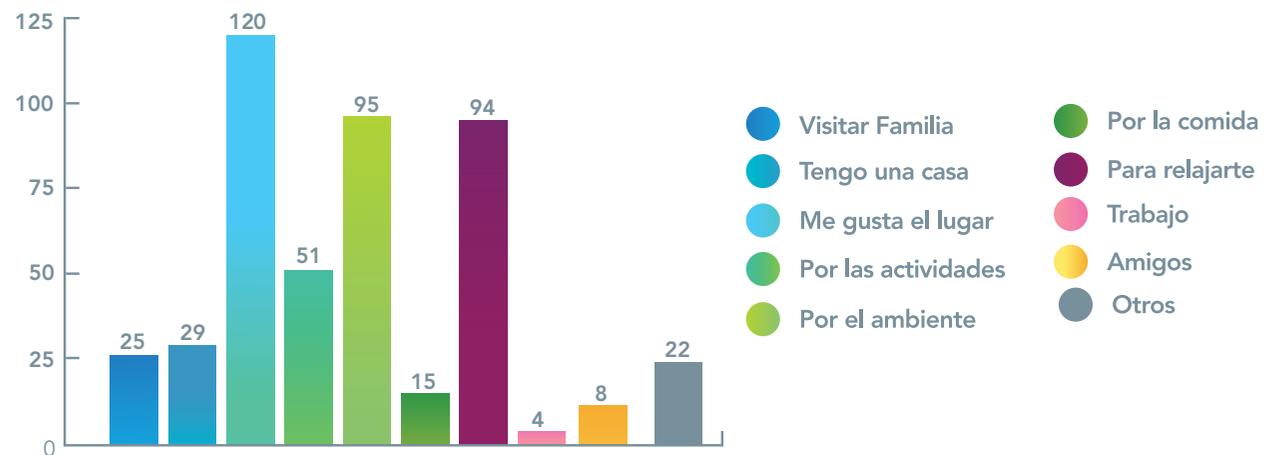


Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Del 80.6% de la población alcanzada que ha visitado Jarabacoa, el 52.1% viajan con sus familiares, seguido de los amigos con un 34.2%. Este gráfico también demuestra que tan solo el 1.7% han visitado el municipio de manera solitaria, indicando Jarabacoa es un destino atractivo para viajes familiares o grupales.



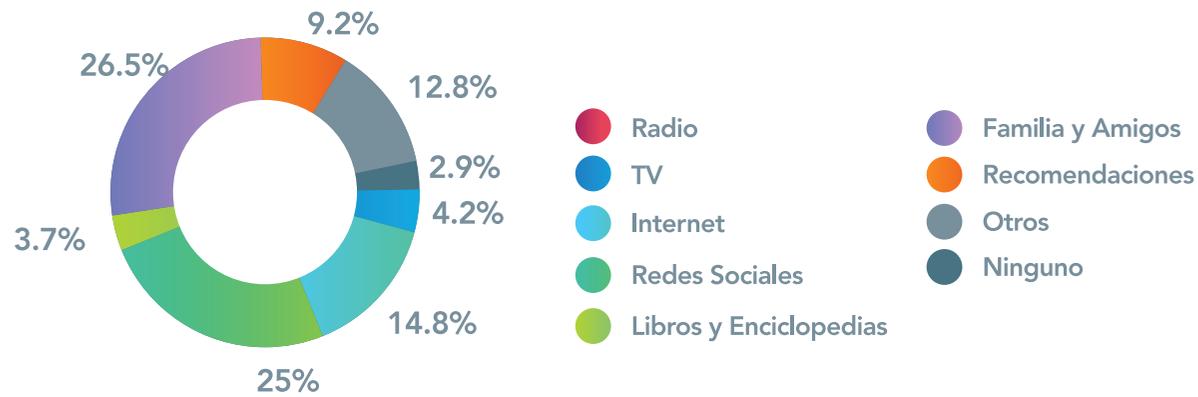
Gráfico No.13. Motivación de las visitas a Jarabacoa



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

En el gráfico se percibe que el principal motivo que anima una visita al municipio es la naturaleza del lugar y el ambiente o clima que promueve la relajación, por otro lado, el motivo menos fortuito está relacionado al trabajo.

Gráfico No.14. Variedad de medios por frecuencia de uso para acercarse al municipio



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

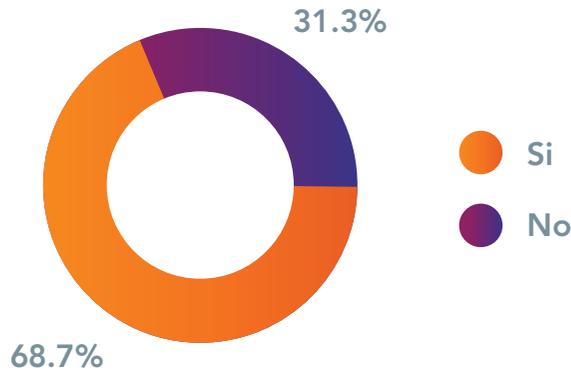
En este gráfico se observa el rango de influencia de los diversos medios que desataron el acercamiento de los encuestados al municipio, el cual refleja que el 26.5% fue a través de familiares y amigos, y 9.2% por recomendaciones de terceros, demostrando así que el boca a boca aún es un factor importante y un gran medio de publicidad (publicity).

Un 39.8% utilizó las plataformas digitales, el internet y las redes sociales. Un dato revelador acerca de los medios es que las personas están dejando de lado los medios tradicionales para consumir este tipo de información.



3.1.2.1 Lugares más conocidos

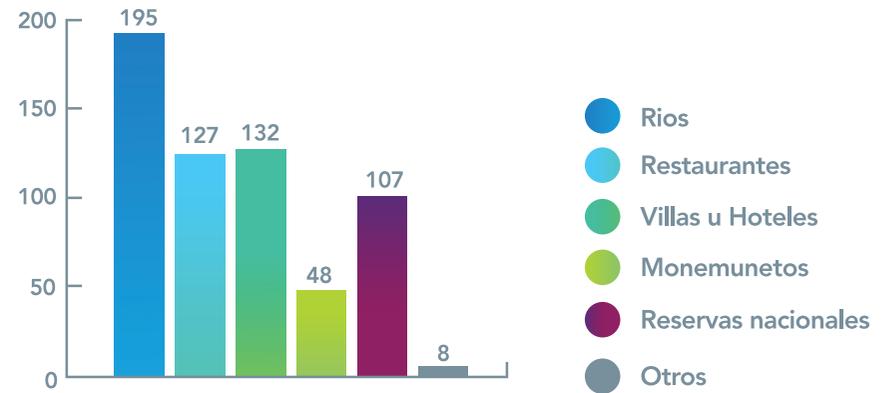
Gráfico No.15. Conocimiento de los atributos y destinos de Jarabacoa



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Aproximadamente el 69% de aquellos que han visitado el municipio afirman conocer los atractivos y destinos de Jarabacoa.

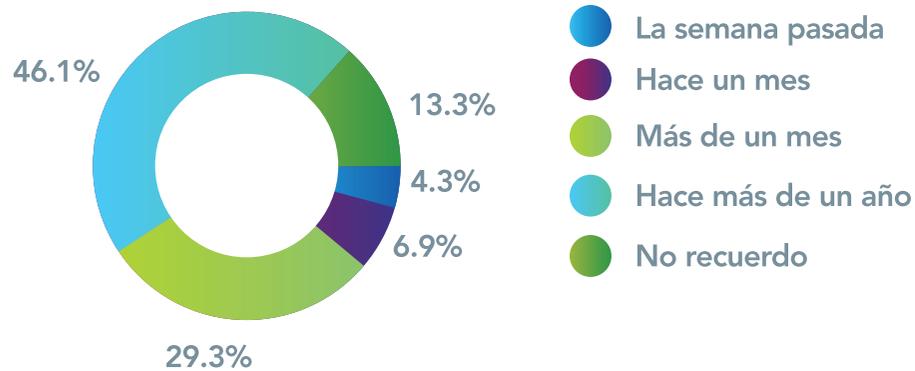
Gráfico No.16. Porcentaje de reconocimiento de la atracciones del municipio



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Como se aprecia en el gráfico, el público que acostumbra a viajar a Jarabacoa se ha relacionado más los puntos naturales cercanos a los ríos (Yaque del Norte, Baiguate, Jimenoa) y las villas u hoteles.

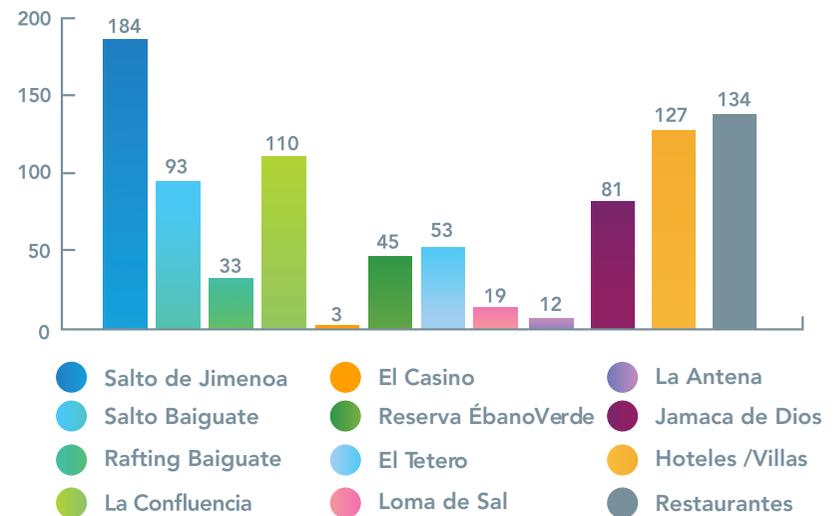
Gráfico No.17. Última visita a Jarabacoa



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

La mayoría de la población visito Jarabacoa hace más de un año y cerca de un 30% de los encuestados hace más de un mes, el 6.9% hace un mes.

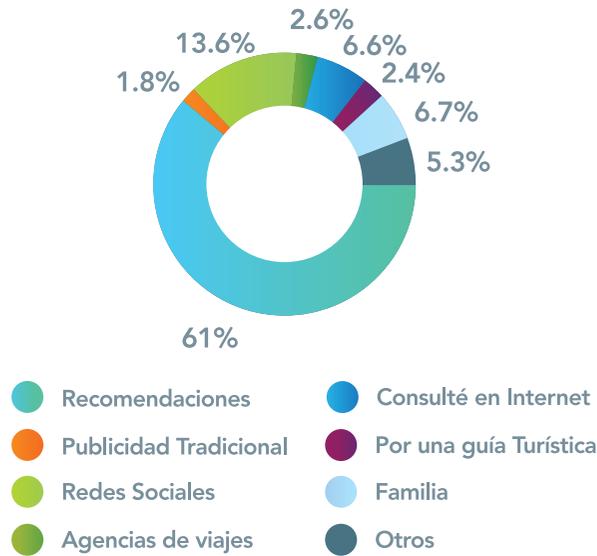
Gráfico No.13. Frecuencia de visitas los diferentes destinos



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

El principal destino turístico de Jarabacoa que atrae la mayor cantidad de visitantes es el Salto de Jimenoa, seguido de los restaurantes, los hoteles y la Confluencia, mientras que los destinos menos visitados se encuentra el Casino, la Antena y la Loma de sal.

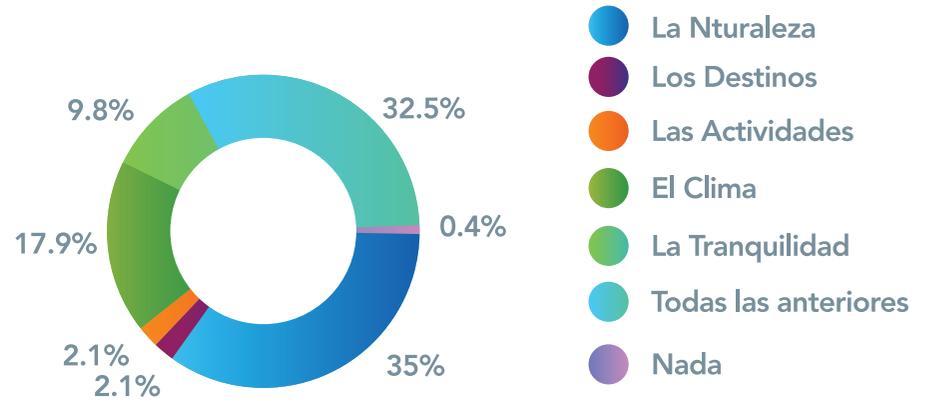
Gráfico No.19. Variedad de medios que comunican los destinos que visitar



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

La pregunta de los medios por los cuales se enteraron de que lugar visitar reveló que un 61% de la población se enteró por recomendaciones que lugares más interesante y sublime para disfrutar. El 13.6% por redes sociales y un 6.6% en internet, sumando un 20.2%. Mientras un 5% buscó información entre agencias de viajes y guías turísticas.

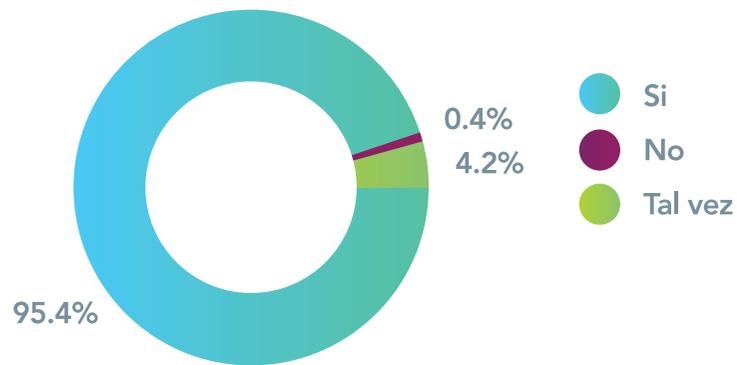
Gráfico No.20. ¿Qué llamó tu atención del municipio?



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

El 35% de los encuestados respondió que el atractivo que más les cautivó de Jarabacoa fue la naturaleza, sus hermosos paisajes, un 17.9% respondió el clima, 9.6% la tranquilidad, 2.1% las actividades y otro 2.1% los destinos. Mientras un 32.5% respondió que todas las anteriores.

Gráfico No.21. Porcentaje de personas que volverían a Jarabacoa

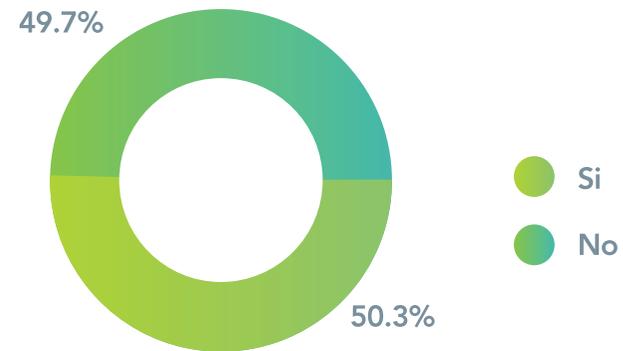


Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

La gran mayoría de la población respondió positivamente, representando el 95.4% y 4.2% respondió tal vez. Un dato que refleja que Jarabacoa es un destino turístico con mucho potencial y grandes atractivos.

3.1.3 Guía turística

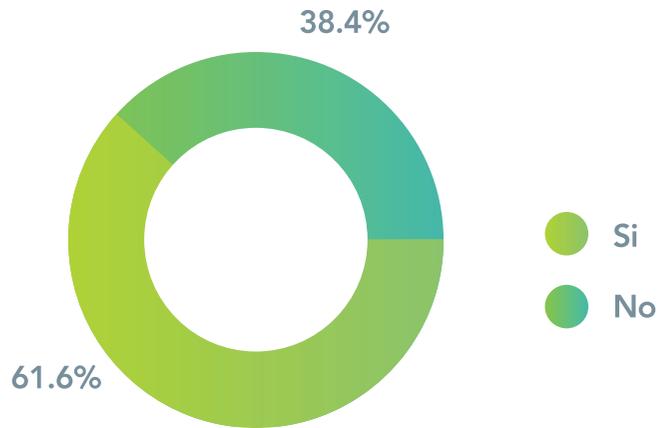
Gráfico No.22. Porcentaje de personas que han usado una guía turística



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

De acuerdo con los datos reunidos el uso de guías turísticas se encuentra a la par, por lo que el resultado no es conclusivo, donde se verifica que un 50.3% la han utilizado y un 49.7% que no.

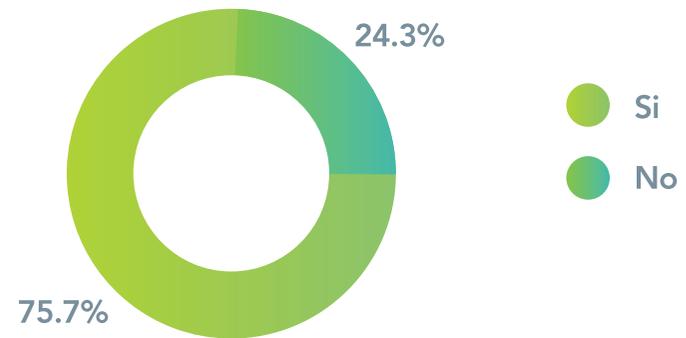
Gráfico No.23. Porcentaje de personas que han encontrado información útil en una guía turística



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Un 61.6% dijo haber encontrado información útil.

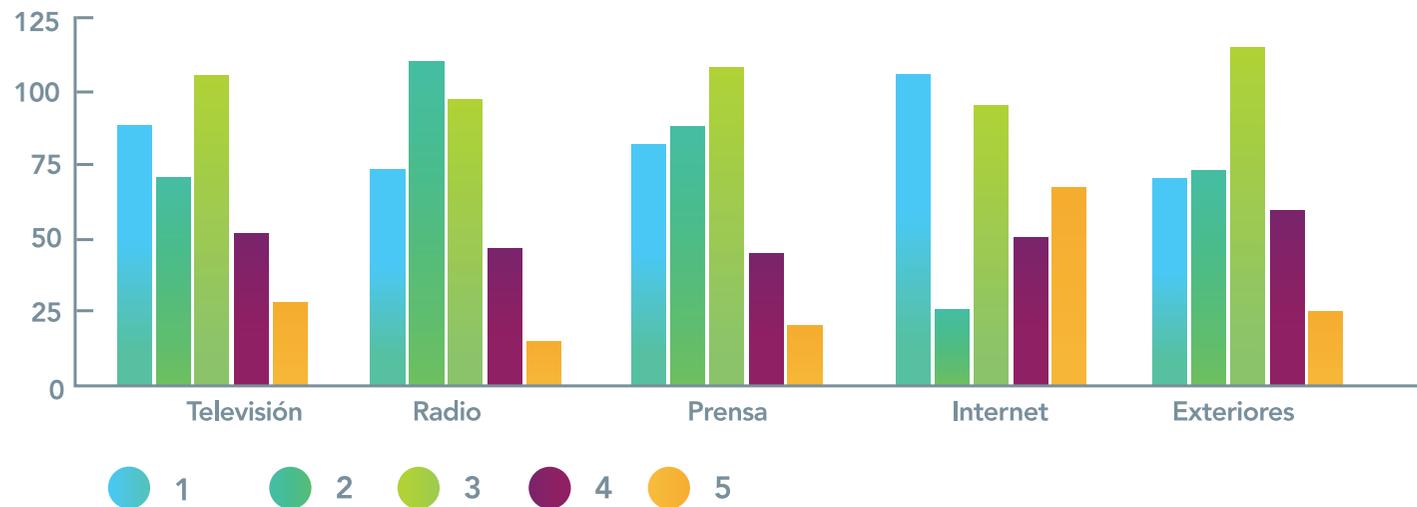
Gráfico No.24. Porcentaje de personas que consideran necesario el uso de una guía turística para el municipio



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Más del 70% de la población considera necesario una guía para el municipio, lo cual es equivalente a un total de 290 personas.

Gráfico No.25. Opinión y valoración sobre la utilización de los medios para promocionar la guía

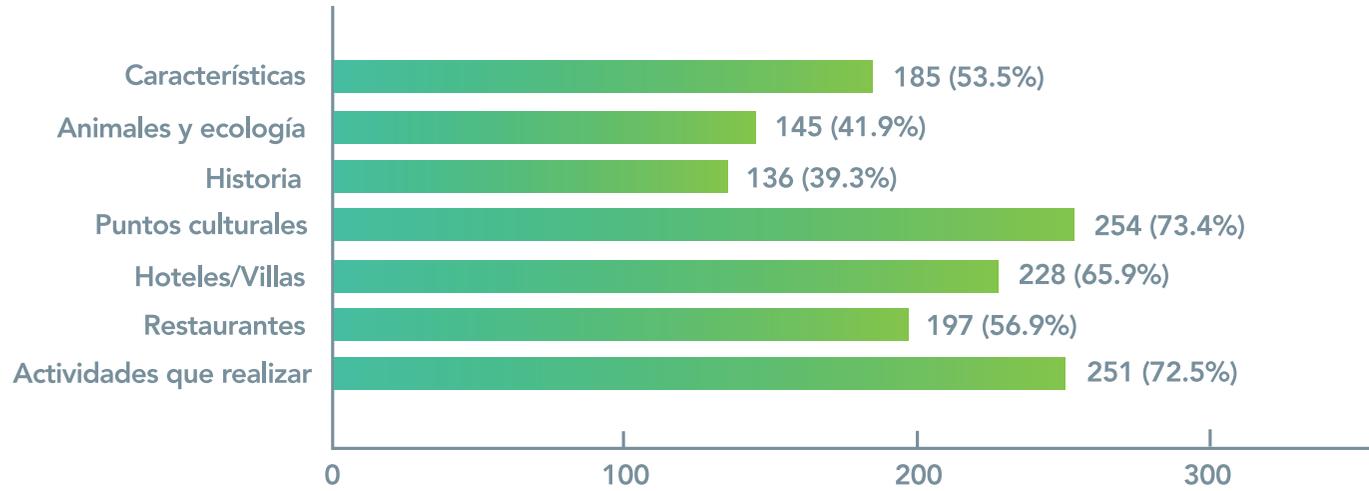


Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Al ser cuestionados sobre la utilización de los diversos medios de comunicación y si son factibles para la promoción de una guía turística sobre el municipio. Se puede ver como muchas personas consideran que la televisión es un medio regular para este tipo de promoción, a la radio como insuficiente dado que su mayor calificación fue de 2, la prensa también es regular pero recibió menos votos de mayor valoración

que la televisión (menos votos de categoría 4 y 5) el internet recibió la mayor cantidad de votos de categoría buena y excelente (4 y 5) más sin embargo su mayor calificación fue de deficiente (1); que es un dato que en verdad nos sorprende bastante. Finalmente, la comunicación en exterior fue valorada como eficiente, recibió más votos de categoría 4 que la televisión, pero su mayor valoración fue regular.

Gráfico No.26. Contenido para la guía

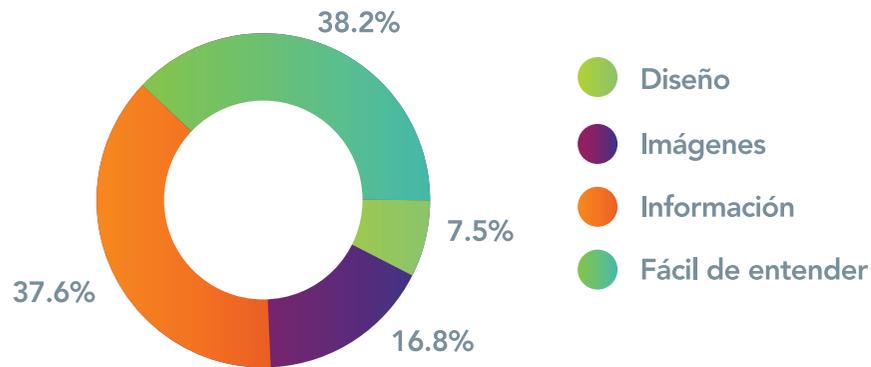


Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

En la gráfica se puede observar que el contenido más popular para la creación de este proyecto son los puntos culturales, seguidos de las actividades para realizar y los espacios de alojamiento.



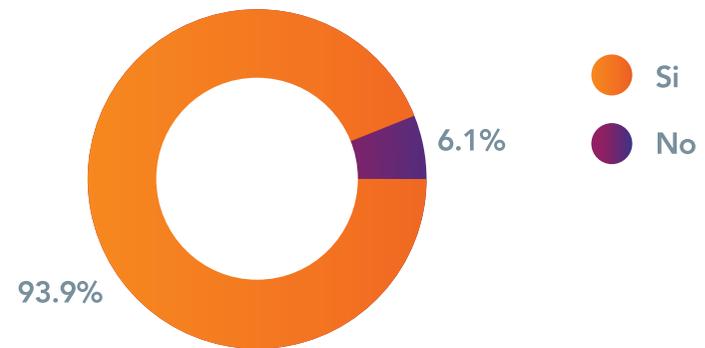
Gráfico No.27. Cualidades de la guía turística



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

En cuanto a las cualidades que la guía debe presentar, la gran mayoría votó a favor de un contenido fácil de entender, a ras le sigue la información.

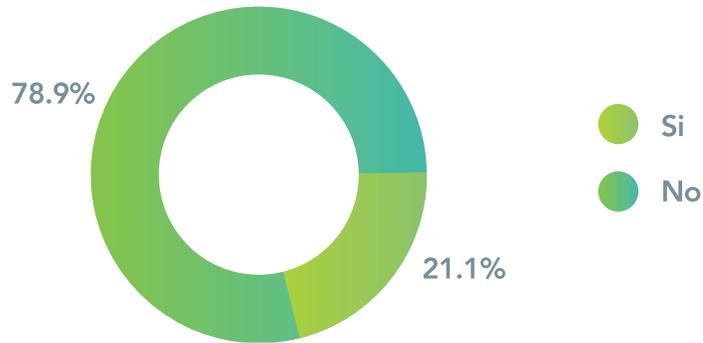
Gráfico No.28. Porcentaje de personas que buscan información en internet antes de visitar un lugar



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Un 93.9% de la población respondió positivamente, mientras que el 6.1% respondió negativamente.

Gráfico No.29. Porcentaje de personas por Web que ofrezca este servicio



Fuente: Encuesta sobre guías turísticas (elaborada por los autores).

Al ser encuestados sobre si conocen una página web que ofrezca estos servicios aproximadamente el 79% de los encuestados respondió no conocer una, los que nos brinda la oportunidad de incursionar al desarrollar este proyecto.

La encuesta contó con una pregunta opcional de respuesta abierta la cual recibió un total de 70 entradas de personas que respondieron a la interrogante de: Si usted pudiera hacer un canal de televisión, ¿Cuál página web conocían que ofreciera este tipo de servicio?

Dentro de las mas mencionadas:

| | | |
|-------------|-----------------------|---------|
| Tripadvisor | Google | Trivago |
| 12 | 9 | 8 |
| Booking | Go Dominican Republic | |
| 5 | 5 | |
| Airbnb | | |
| 2 | | |



3.5 Análisis de las entrevistas

Claudia Valdez, Casa Tranquila

1- ¿Cómo percibe la situación del turismo hacia Jarabacoa?

Este ha ido aumentando.

2- ¿Piensa usted que en los últimos años el turismo hacia Jarabacoa ha incrementado o disminuido? ¿por qué?

Si, por ejemplo, tengo dos años trabajando en Casa Tranquila y siempre viene mucha gente.

3- ¿Qué tipo de personas considera usted que visitan mayormente este municipio?

Mayormente extranjeros.

4- ¿Cuáles son los lugares más visitados por los turistas?

Salto Jimenoa, Rancho Jarabacoa y la Confluencia.

5- ¿Cuáles son las actividades más populares que realizan en Jarabacoa?

Visitas a las montañas, a los ríos y a los restaurantes.

6- ¿Existe alguna guía turística del municipio de Jarabacoa, en donde se encuentren los atractivos turísticos y las diferentes actividades que se pueden realizar?

No conozco ninguna.

7- ¿Cree que una guía turística para el municipio ayudaría al fomento del turismo hacia Jarabacoa? ¿por qué?

Creo que sí, sería muy importante ya que presentaría todo lo bonito de Jarabacoa.

8- ¿Qué cosas debería mostrar la guía turística con el objetivo de llamar la atención de llamar la atención al turismo y fomentarlo?

Fotos e información de los lugares a visitar.

Víctor Garrido, Rancho Jarabacoa

1- ¿Cómo percibe la situación del turismo hacia Jarabacoa?

Esto está creciendo.

2- ¿Piensa usted que en los últimos años el turismo hacia Jarabacoa ha incrementado o disminuido? ¿por qué?

Creciendo, por la cantidad de personas que vienen a este lugar.

3- ¿Qué tipo de personas considera usted que visitan mayormente este municipio?

Vienen extranjeros y nacionales.

4- ¿Cuáles son los lugares más visitados por los turistas?

Bueno aquí a Rancho Jarabacoa, a los Saltos Jarabacoa y Baiguate, Confluencia.

5- ¿Cuáles son las actividades más populares que realizan en Jarabacoa?

Por ejemplo, aquí se promueve las cabalgatas a caballo, Trekking, Safari al Salto Baiguate, Tubbing, Excursión al Pico Duarte, Rafting, Cayoning.

6- ¿Existe alguna guía turística del municipio de Jarabacoa, en donde se encuentren los atractivos turísticos y las diferentes actividades que se pueden realizar?

Creo que guía turística como tal no la conozco, cada empresa tiene sus brochures y en sus páginas de internet las informaciones de promoción.

7- ¿Cree que una guía turística para el municipio ayudaría al fomento del turismo hacia Jarabacoa? ¿por qué?

Si, claro haría que muchas más personas nos visitaran.

8- ¿Qué cosas debería mostrar la guía turística con el objetivo de llamar la atención de llamar la atención al turismo y fomentarlo?

Un ejemplo sería todas las atracciones que tenemos.



Elizabeth Martínez, Escuela de Medio Ambiente

1- ¿Cómo percibe la situación del turismo hacia Jarabacoa?

A mi entender necesita un poco más de empuje.

2- ¿Piensa usted que en los últimos años el turismo hacia Jarabacoa ha incrementado o disminuido? ¿por qué?

Se nota un poco de aumento en la cantidad de personas que nos visitan.

3- ¿Qué tipo de personas considera usted que visitan mayormente este municipio?

Por lo menos aquí quienes visitan son nacionales.

4- ¿Cuáles son los lugares más visitados por los turistas?

El Salto Jimenoa, la confluencia, el Pico Duarte y la Reserva de Ébano Verde.

5- ¿Cuáles son las actividades más populares que realizan en Jarabacoa?

Las caminatas por los Saltos de Jimenoa, montar caballos, entre otros.

6- ¿Existe alguna guía turística del municipio de Jarabacoa, en donde se encuentren los atractivos turísticos y las diferentes actividades que se pueden realizar?

No conozco ninguna.

7- ¿Cree que una guía turística para el municipio ayudaría al fomento del turismo hacia Jarabacoa? ¿por qué?

Esto ayudaría a que más personas vengan a Jarabacoa.

8- ¿Qué cosas debería mostrar la guía turística con el objetivo de llamar la atención de llamar la atención al turismo y fomentarlo?

Bueno todos los destinos turísticos de aquí.

Pedro Enrique Mateo, Vereda Tours

1- ¿Cómo percibe la situación del turismo hacia Jarabacoa?

Siempre promete más, pero se queda igual, podría mejorar, el turismo local influye negativamente, pues sobrepasan capacidad de carga y afectan el entorno.

2- ¿Piensa usted que en los últimos años el turismo hacia Jarabacoa ha incrementado o disminuido? ¿por qué?

Disminuido, en toda la isla se ha incrementado, el turista tiene accesos a lugares que no tenía y jarabacoa muestra aún las mismas atracciones.

3- ¿Qué tipo de personas considera usted que visitan mayormente este municipio?

Turismo local.

4- ¿Cuáles son los lugares más visitados por los turistas?

Pico Duarte, Jarabacoa River Club, Saltos de Jimenoa y Baiguata, La Confluencia.

5- ¿Cuáles son las actividades más populares que realizan en Jarabacoa?

Rafting, Parapente, Pico Duarte.

6- ¿Existe alguna guía turística del municipio de Jarabacoa, en donde se encuentren los atractivos turísticos y las diferentes actividades que se pueden realizar?

El cluster ecoturístico de jarabacoa tenía, no se si actualmente podemos contar con ellos.

7- ¿Cree que una guía turística para el municipio ayudaría al fomento del turismo hacia Jarabacoa? ¿por qué?

Sí, definitivamente, pues brindaría una opción a promocionar destinos que la mayoría desconoce y a la que no se tiene acceso, quizás por que sus propios administradores no saben promocionar local o internacionalmente.

8- ¿Qué cosas debería mostrar la guía turística con el objetivo de llamar la atención de llamar la atención al turismo y fomentarlo?

Hospedajes, gastronomía, monumentos naturales, vías de acceso, turismo cultural, celebraciones religiosas, turismo de aventura y ecoturismo, y aunque se han basado en ello desde hace tiempo, motivar más el turismo inmobiliario, y creo que deberían regular más el acceso a las opciones que hay, menos visitantes es mejor para el medio ambiente y crea la posibilidad de crear nuevas opciones pues el entorno lo permite.

3.6 Visita a Jarabacoa

El municipio Jarabacoa es uno de los puntos turísticos más preferidos del país para realizar turismo interno, llamada por todos "la ciudad de la eterna primavera". Su amplia variedad de atractivos turísticos y culturales y la cantidad de actividades que se pueden desarrollar lo han establecido como el cuarto punto turístico del país.

Con el objetivo de conocer las aéreas turísticas de mayor impacto y estudiar los diferentes puntos turísticos en la localidad a fin de obtener más información para este trabajo de grado se procedió a realizar un viaje de dos días al municipio y visitar los lugares más populares y de mayor flujo turístico de la zona, una ruta propuesta por Vereda Tours.

El primer lugar visitado fue el hospedaje Casa Tranquila en donde se entrevistó al personal de recepción quien informa un poco sobre el lugar, el cual se utiliza para realizar diferentes actividades como son: talleres para empresas, retiros religiosos y muchas veces estudiantes internacionales que visitan el lugar se hospedan allí. La capacidad de alojamiento es de unas 70 a 75 personas. Los precios oscilan entre RD\$ 1,100 y RD\$1,800 pesos por persona, depende el tamaño de la habitación y la capacidad de estas, estos precios también incluyen el desayuno, las habitaciones están bien acomodadas

con todas las necesidades incluyendo aire acondicionado y televisión. Algo muy importante es que están recomendados por TripAdvisor la cual es una página en internet de referencias de turismo.

El segundo lugar fue Rancho Jarabacoa, de una belleza extraordinaria, con un clima increíble y una hermosa vista al río Yaque del Norte, es utilizado mayormente para campamentos y actividades con empresas u otros tipos de organizaciones. Los paquetes ofrecen opciones de alimentación y varias actividades como son: Rafting, Canyoning y Excursiones a caballo.



El siguiente lugar visitado fue el Salto de Jimenoa, el cual se encontraba cerrado debido a deslizamientos de tierra ocasionados por las lluvias continuas ocurridas en la zona y por ende el derrumbe de los puentes colgantes sobre el río que permiten el acceso a la cascada.

Otro lugar fue la Escuela Nacional de Medio Ambiente y Recursos Naturales es una iniciativa del Ministerio de Medio Ambiente donde se ofrece educación continuada en formación en ciencias y tecnología para la gestión ambiental. También, ofrecen turismo educativo y recorridos a personas del interior y exterior del país, son los responsables junto al Ministerio de Medio Ambiente del proyecto de reforestación "Quisqueya Verde" la plantación de pinos y otras plantas en la zona. Importante también que son los encargados del Sendero Ecológico del Salto de Jimenoa.

Como ya se estaba en el lugar y no había acceso al Salto entonces se recorrió el Sendero Ecológico el cual lleva a distintos balnearios del Río Jimenoa, son aproximadamente unas cinco entradas diferentes a balnearios, la caminata por el sendero es placentera, propicia para la

meditación, reflexión y el deleite visual, pues permite admirar la naturaleza en su máxima expresión. El recorrido está lleno de la flora endémica de nuestro país, es interesante que las diferentes variedades de plantas tenían sus nombres para así identificarlas e informar sobre ellas, un ambiente ambiente boscoso y tranquilo. Además, un dato interesantes es que el Ministerio de Medio Ambiente tiene cinco puestos autorizados para barbacoas, para las personas que desean cocinar mientras disfrutan de un baño en el río y pasan el día.

Llegó la hora de comer y el lugar más recomendado para degustar la comida del lugar es el restaurante La Tinaja, donde se ofrecen una variedad de platos tanto típicos del país como del municipio, además de ser los famosos en la elaboración de diferentes postres como son los dulces de coco en diferentes formas, el bizcocho de zanahoria y pan de guineo así como café recién molido. En este lugar se tuvo un encuentro con el Regidor de Jarabacoa el Mtro. Andrés Faña a quien se le entrevistó sobre la importancia que representa el municipio para el turismo y otros temas de interés.

Luego de comer fue la hora del postre y nada más indicado para esto que los famosos y deliciosos Helados Ivon, ubicados cerca del Parque Central, los cuales son helados caseros elaborados de forma artesanal en vasitos plásticos. Un dato curioso es que Ivon según las informaciones era maestra en una escuela en el municipio hace años atrás Estos son la sensación del municipio y tienen más de 32 años en el negocio, a este lugar se dirige todo turista y residente de Jarabacoa, en donde se hacen largas filas para comprar estos helados de todas las variedades de sabores que solo cuestan RD\$25 pesos. Un dato interesante es que muchas

personas de diferentes ciudades del país vienen aquí a comprar estas delicias las cuales se envuelven de manera especial y se conservan frías por horas hasta llegar a su destino final.

La visita al municipio coincidió justamente con la celebración de la Novena Edición del Festival de las Flores con Santiago como provincia invitada, esta actividad es una de las 13 festividades que se hacen durante el año y es una de las más importantes, su objetivo es promover el desarrollo cultural y el crecimiento económico del municipio de Jarabacoa, así como crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y el uso de los recursos naturales. En este festival se presentan los diferentes atributos de esta región, como los cultivos, las flores, las artesanías y la comida, además de actividades culturales como el desfile en la ciudad, la cabalgata y los recitales de poemas y de canciones. A este evento acuden personas de todas partes del país y del extranjero, sin duda un atractivo turístico para el municipio.

Llega la noche y para el hospedaje se visitó un complejo hotelero llamado Alpes, este está conformado por cabañas tipo casas de dos niveles que forman parte de un hotel,

pero a la vez hay villas-cabañas privadas las cuales sirven como casas de veraneo para algunas personas y también para alquiler. Aquí también se encuentra un restaurante que lleva el mismo nombre con su carta de alimentos y bebidas, un área común con piscina para la familia y al lado ofrecen servicios de carne a la parrilla.

El segundo día empezó con la visita a la pizzería más famosa de la localidad la llamada "Pizza & Pepperoni" la cual tiene 15 años dando servicios, este es un negocio familiar que opera en horarios de 11am - 11pm todos los días de semana, la mayor cantidad de personas que visita el lugar durante la semana son residentes de la localidad mientras que los fines de semana quienes mayormente visitan el local son turistas tanto extranjeros como nacionales, el lugar se presta para alquiler para diferentes actividades, desde bodas hasta cumpleaños con una capacidad de hasta 250 personas, el lugar es realmente un icono en la gastronomía de Jarabacoa, y su comida exquisita.

Luego se fue a visitar el mencionado Rancho Baiguate, el cual es un campamento el cual se utiliza para actividades de todo tipo, desde retiros religiosos hasta viajes escolares, el lugar cuenta con unas 27 habitaciones para alojar aproximadamente a 52 personas, aunque no se logró el acceso a las instalaciones y hablar con algún miembro del personal puesto que tenían una actividad en curso, si se pudo apreciar desde fuera el lugar y algunos comentarios que hizo el guardia de seguridad.

Luego de visitar Rancho Baiguatè, ¿Cómo no ir al Salto Baiguatè?, el Salto el cual anteriormente era de difícil acceso, estrena un camino encementado remodelado por el ayuntamiento para facilitar la entrada al Salto, al final del camino aún sigue siendo un poco complicado, puesto que hay que descender por unos escalones los cuales aún no están bien terminados, es un poco agotador pero vale la pena ya que al terminar de descender se llega a una piscina natural bañada por la gran cascada a la que se le llama el Salto Baiguatè, un ambiente fresco y con mucha brisa producida por la misma cascada, la cual mide unos 25 metros de altura, rodeada de una belleza natural, árboles y riscos que las personas utilizan para lanzarse al agua.

Luego por recomendación se visitó el famoso Jarabacoa River Club & Resort, bordeado por el río Yaque del Norte, funciona como club recreativo para que las personas pasen el día con diferentes actividades, como piscinas, balneario en el río y rafting. Tiene un restaurante a la carta, y un bar estilo cafetería con diferentes opciones para comer y beber. Lo interesante del lugar es que aparte de ser un club recreativo como su nombre lo dice es un resort, funciona como hotel y un dato curioso es que quienes trabajan allí son estudiantes de hotelería y turismo que según informaron son de la Universidad Agroforestal Fernando Arturo de Meriño (UAFAM), la cual es la primera y única universidad que tiene Jarabacoa. Es un hermoso lugar, con una vista única y refrescante a las montañas, el lugar está dividido en dos partes, del otro lado del río el cual se cruza por un puente colgante, la vista es mucho más hermosa desde ese punto, y tienen terrazas y hamacas para que la gente disfrute del ambiente tranquilo que este sitio ofrece, con un personal muy amable y servicial que atiende a sus necesidades. Es definitivamente un lugar que no se

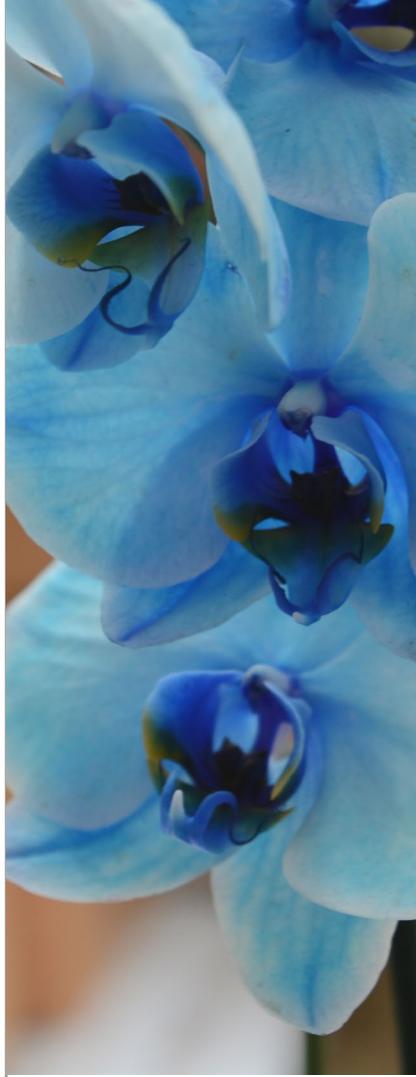
puede dejar de visitar.

Para finalizar el último día y con hambre, ¿Cómo irse sin visitar las famosas costillitas de Jarabacoa?, estas son preparadas en el Parador Corazón de Jesús, el cual está a unos 15 minutos antes de llegar al pueblo e igual 15 minutos de la carretera Duarte, este restaurante es muy aclamado por los turistas. El local tiene dos niveles y el segundo que es en forma de terraza, tiene un balcón que da a una vista impresionante al Valle del Cibao. La mayor parte del visitante prefiere el segundo nivel y disfrutar de un ambiente relajado, con buena música y en familia y con amigos, las costillas de cerdo que son el plato principal que se sirven aquí son muy pedidas por los turistas, tanto así que según explican varias personas, la gente de muchas partes del país, principalmente de la ciudad de Santo Domingo se desplazan allí los fines de semana a disfrutar de este exquisito plato.





PROPUESTA GRÁFICA
DE UNA GUÍA
TURÍSTICA



PROPUESTA GRÁFICA DE UNA GUÍA TURÍSTICA



4.1. Descripción

El turismo hacia Jarabacoa aumenta año tras año y con él crece la demanda de información por parte de quienes deseen visitarlo.

Existen muchos lugares que recorrer, con historias interesantes, vistas sensacionales o inconcebibles, actividades divertidas y emocionantes que se desconocen en el país y sobre cada uno de sus municipios, como es el caso de Jarabacoa.

Este proyecto surge luego de conocer la características y las necesidades del público al cual se estará presentando, sus intereses y sus cualidades tanto psicográficas como demográficas, con el fin de satisfacer no solo la creciente demanda de una plataforma que promueva y provea información a los turistas acerca del turismo interno en nuestro país sino además de satisfacer la necesidad de comunicación especializada, dinámica y flexible sobre estos temas, que sean fáciles de entender y accesibles a todo público. En la encuesta aplicada se demostró el interés de jóvenes y adultos en una guía turística sobre el municipio en cuestión con un enfoque aventurero y cultural.

Entre las conclusiones alcanzadas se sugirió el desarrollo de una plataforma multimedia-transmedia que permita llevar a cabo experiencias con la guía más allá de una pantalla en el ordenador o dispositivo móvil. La propuesta consiste en el desarrollo de la identidad visual (colores, iconos, nombre, y esquemas web) de la Guía Saltos.

4.1.1. Objetivo

Con el presente proyecto se pretende:

Resaltar los atributos y destinos turísticos de Jarabacoa;

Dar a conocer las diferentes rutas y actividades a realizar en el municipio.

Generar interés en los turistas, tanto nacionales como internacionales, de manera que se pueda promover el turismo hacia esa zona.

Presentar a Jarabacoa como un destino turístico completo y lleno de maravillas por descubrir.

4.1.2. Características

Al realizar esta propuesta se buscó un nombre que se identificara con la zona y su gente: Saltos.

Su nombre proviene de la esencia de Jarabacoa, donde sus puntos más atractivos son “los saltos” además de que este nombre también se le puede otorgar la interpretación de dirección, o de caminos que conducen por un fin hacia un destino.

Saltos es una guía con un enfoque dinámico, aventurero y amigable, que resulta ser muy agradable estéticamente y fácil de entender y manejar, mientras presenta toda la información que el turista busca.

De acuerdo con la encuesta realizada, el contenido que el público desea encontrar en la guía incluye:

- Puntos culturales
- Qué visitar
- Actividades a realizar
- Hoteles/Villas donde alojarse

4.2. Público Objetivo

Saltos está dirigida a personas, tanto nacionales como extranjeros, que son aventureras, les gusta viajar, y que ven al municipio Jarabacoa como un punto turístico

de interés. son personas están familiarizados con la tecnología, se mantienen conectados en las redes y que antes de hacer cualquier viaje consultan en internet todo lo que necesitarán durante su estadía.

4.3. Conceptualización Gráfica de la Guía

Las siguientes son cualidades para la guía surgidas durante la investigación en función de los comentarios de los encuestados.

Fácil de entender

Esteticamente agradable

Informativa

CONTENIDO

Puntos culturales

Que visitar/Actividades

Hoteles/Villas Alojamiento

4.3.1. Naming

Saltos. Una Guía de Aventuras por toda Jarabacoa.

Al realizar esta propuesta se busca un nombre que se identifique con la zona y su gente. Saltos, es una guía con un enfoque dinámico, aventurero y amigable, que sea fácil de entender. Su nombre proviene de la esencia de Jarabacoa, que son sus puntos más atractivos “los saltos”, otro motivo por el cual fue seleccionado

este nombre para la guía es el hecho de que podemos darle la interpretación de dirección, de caminos que te conducen por un fin hacienda un destino.

Saltos representa un espacio de aventura y diversión que te llevan a recorrer y conocer paisajes asombrosos, simplemente sublimes y excelsos, llenos de vida y color que son orgullo de nuestra tierra.

4.3.2. Nombre completo



“Una Guía de aventuras por toda Jarabacoa”
Es una definición perfecta de nuestra promesa de marca de ofrecer la mejor y más innovadora experiencia por toda Jarabacoa.

4.3.3. Línea Gráfica

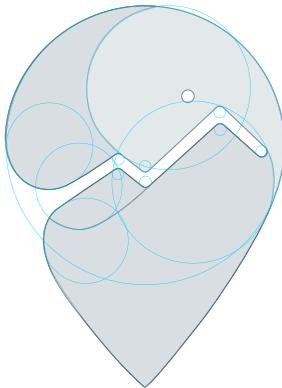
Tipografía

SALTOS

Una Guía de Aventuras
por toda Jarabacoa

Se escogió una fuente con un grosor más marcado para destacar el nombre y darle personalidad. Es una tipografía sin serifa de remates redondeados ya que esto da una apariencia más amigable y moderna.

Isotipo



La construcción del isotipo del logo está fundamentado en el círculo.

Un isotipo: simple, limpio que refleja naturaleza que guarda estrecha relación con los elementos con los que se involucra la marca (bosques, montañas). Es una combinación de siluetas entre un símbolo de ubicación y unas montañas que pueden reflejar el hecho de que Jarabacoa es parte de una montaña preciosa.



Color

Los colores designados para el logo son dos tonos diferentes e verde para complementar la sensación e interpretación de naturaleza, de estar dentro de las montañas.



Versión del logo
colores Pantone



Pantone 3268 C
C: 89 M: 7.8 Y: 55 K: 0
R: 0 G: 169 B: 143



Pantone 368 C
C: 58 M: 1.8 Y: 100 K: 0
R: 119 G: 188 B: 31



Pantone 3385 C
C: 61 M: 0 Y: 44 K: 0
R: 63 G: 213 B: 174



Versión del logo
colores RGB



C: 79.7 M: 7.8 Y: 61 K: 0
R: 1 G: 168 B: 134



C: 52.8 M: 0 Y: 93 K: 0
R: 131 G: 200 B: 37



C: 67 M: 3 Y: 39.6 K: 0
R: 69 G: 184 B: 171

Arquitectura de la identidad gráfica

Las siguientes medidas aseguran que se mantenga la adecuada proporción entre los elementos de la identidad al ser escalada o reducida para su aplicación en los diferentes formatos.



Para la construcción geométrica del logo, se tomo como medida el ancho de la letra A para una optimización y mejor manejo de sus elementos.

Zona de Respeto

El área de protección garantiza que ningún otro elemento gráfico interfiera con la presentación armoniosa de la marca, lo que asegura una mayor visibilidad y distintividad de la identidad.



Tamaño Mínimo

Las siguientes medidas indican el tamaño mínimo de la identidad en sus diferentes variaciones de forma.



Aplicaciones Cromáticas

El logotipo a color irá principalmente sobre fondo blanco, pero también se podrá usar sobre fondos que impliquen contraste, así como se indica se puede usar solo una parte del símbolo a color. El logotipo en negativo irá sobre los colores corporativos si se realiza un positivo a una sola tinta solo se permite sea con los colores corporativos.



4.3.4. Versiones no permitidas

Los ejemplo que se presentan a continuación son situaciones, de usos indebidos de los elementos que conforman la marca

Versiones no permitidas de forma



Reflejar la identidad o sus elementos



Alterar la proporción entre los elementos de la identidad



Reducir el logo por debajo del tamaño mínimo



Rotar la identidad en ningún eje o ángulo



Alterar la proporción de la identidad al escalar en el eje vertical u horizontal



Sustituir la tipografía del logotipo



Alterar la posición y escalas del logo

Versiones no permitidas de color



Intercambiar los colores de la identidad



Los colores no deben perderse al aplicarse sobre los fondos



No deben aplicarse colores sobre fondos con bajo contraste



No deben aplicarse sobre fondos con bajo contraste



No se debe modificar los valores de los colores



No deben aplicarse colores que no sean los propios del logo

4.3.5. Iconos de la Guía

Estos iconos corresponden al menú que contendrá la guía, comparten los mismo colores y estilo del logo para mantener una sinergia con el mismo.



Más popular

Alojamiento



Rutas de aventuras



Iglesias

Estos iconos corresponden a los indicadores de los destinos dentro del mapa.



Ruta Shopping



Ruta Aventura/
Dinámica



Ruta Ecológica



Alojamiento



Ruta Gastronómica

4.4 Esquema Visual General

Una guía turística debe mantener un balance entre 3 aspectos que son considerados esenciales por el público que las lee: Información, fácil manejo y comprensión y que sea estéticamente agradable.

Es por esto que Saltos ha encontrado una manera de proporcionar toda la información que el turista necesita de una manera divertida, interesante, manteniendo una línea limpia y moderna, sin que falte nada.

Saltos no solo te invita a probar cosas nuevas, a unirte a la aventura y a disfrutar de las hermosas vistas, sino que te atrapa, te inspira y hace que te enamores de cada experiencia vivida en Jarabacoa.





Mapa

El mapa se obtuvo del servicio de GoogleMaps y se estilizo de una manera alegre y llamativa para adaptarse al concepto de S atos. Se prioriza la visualización de los diferentes destinos superponiéndolos a las calles y el diseño del terreno; los tamaños de los diferentes destinos fueron exageras para que llamaran más la atención al usuario. Los mismos fueron integrados un diseño de montañas y arboles que ambientan y simulan la naturaleza de Jarabacoa. A esto se le incorporo un menú para facilitar la búsqueda y los botones tanto de desplazamiento como de ampliar y reducir.

Secciones

La guía contara con varias secciones:

Que visitar: corresponde a la vista principal (inicio) aquí se encuentra el mapa con los diferentes destinos y rutas que pueden ser de interés para el usuario. De aquí salen los

accesos al foro, al álbum de fotos, historia y otras secciones.

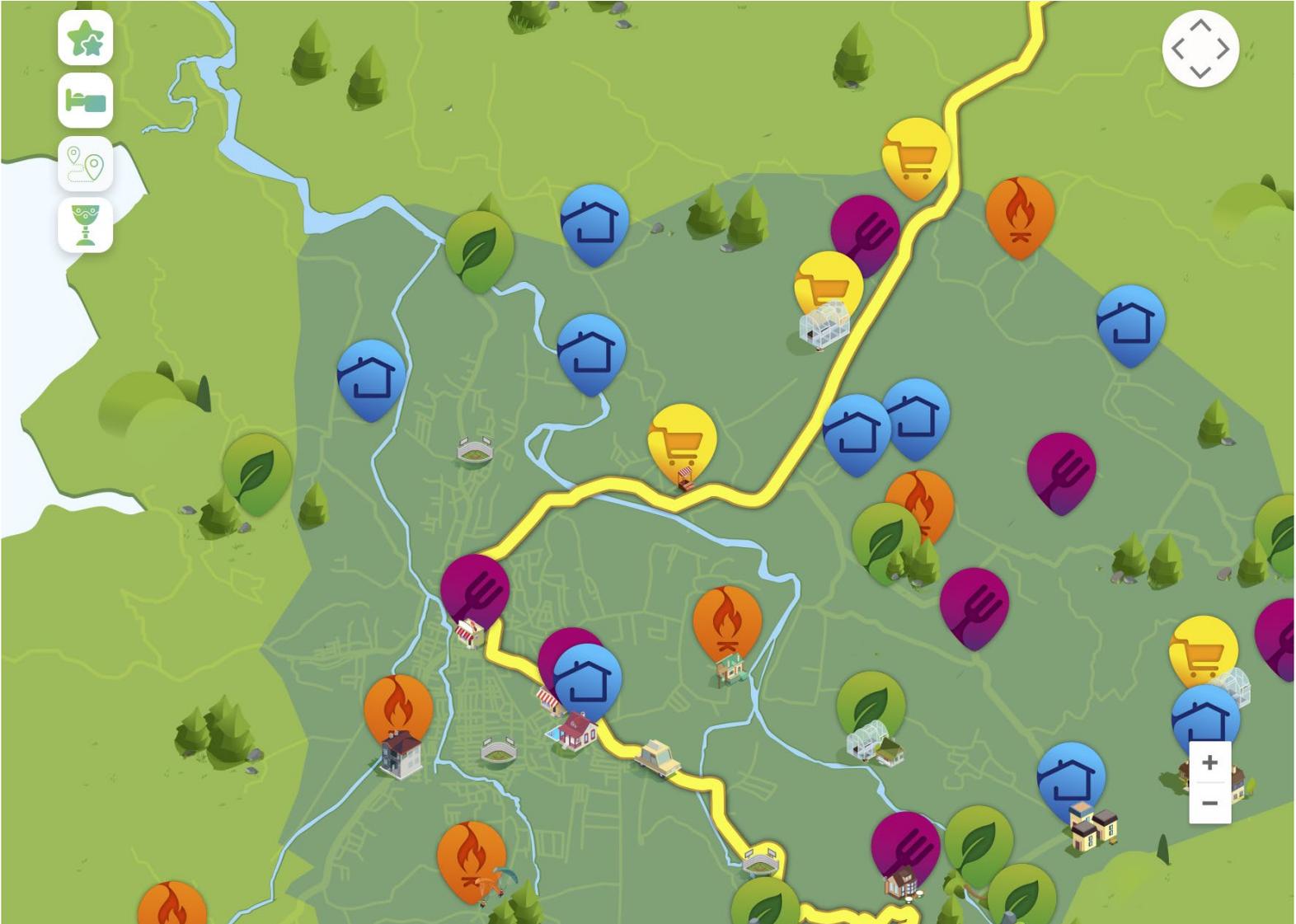
Historia: esta es una sección dedicada a contar de manera interesante y atractiva la historia del municipio.

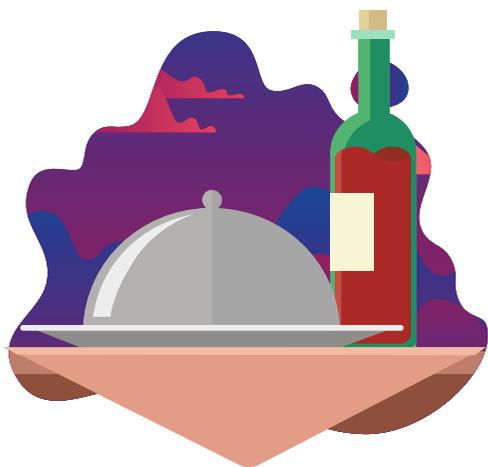
Flora y fauna: esta es una sección sugerida en las encuestas dado que muchos indicaron estar interesados en aprender sobre la fauna y flora que se puede encontrar en el mismo. Aquí se indicará también en que parte de Jarabacoa es más frecuente ver cierta especie de plantas o animales.

Fotos: esta es una vista tipo fichero de fotos como Pinterest que pueden ser incluso subidas por los mismos usuarios, creando álbumes de experiencia. Cada foto puede incluir una pequeña descripción y recibir likes y comentarios.

Foro: Aquí se pueden interactuar los usuarios con otros que ya han viajado o planean viajar.







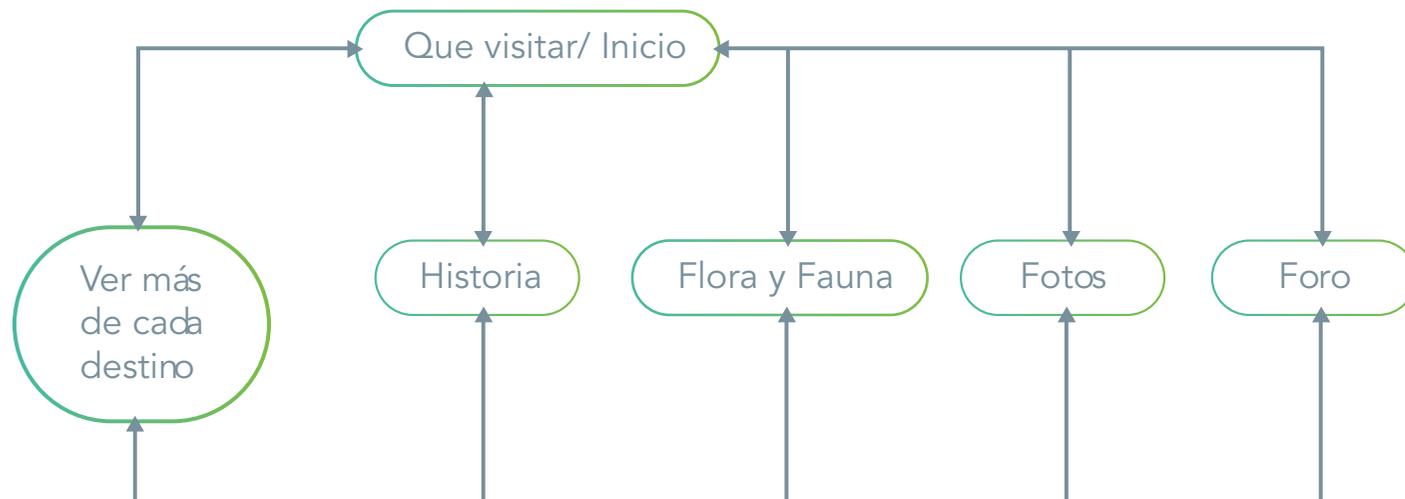
Cada destino será identificado con una ilustración personalizada como las que se pueden apreciar aquí.

4.5 Flujograma

El flujograma otorga una comprensión del funcionamiento de la web de la guía virtual a la hora de navegar. Se buscó que el funcionamiento de la página web fuese bastante simple para que el usuario pueda entender con facilidad hacia donde dirigirse en el momento de su búsqueda. Todas las secciones se manejan en base a una única barra de navegación principal

por lo que siempre hay un posible retorno a la página principal o la redirección a una de sus paralelas.

Todas las acciones posibles dentro de una de las secciones son realizadas sin generar una página adicional.







CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

Las necesidades del turista se presentan como un factor muy importante a la hora de hacer ofertas y propuestas de comunicación . Una de estas es la necesidades es la de tener información a mano sobre el lugar al que se dirigen, lugares a visitar, lugares donde comer y actividades a realizar.

Por ello para proyectar y motivar el turismo en “La Ciudad de la Eterna Primavera”, se parte de la necesidad de ampliar la cantidad de visitantes al municipio de Jarabacoa implementando una guía turística interactiva que satisfaga esa necesidad de información que tienen los turistas y muestre a sus usuarios los atributos principales y las diferentes rutas de actividades que pueden realizar una vez visiten el municipio.

Con el fin de recopilar información para la guía se realizaron visitas de reconocimiento a lugares específicos y de interés turístico como; Hotel y Cabañas Turísticas Alpes, Rancho Jarabacoa, Rancho Baiguate, Salto Jimenoa, Salto Baiguate, Restaurante “La Tinaja, Helados Ivón, Restaurant Sagrado Corazón de Jesús, Jarabacoa Country Club, La Escuela Medio Ambiental, entre otros lugares.

También, se realizaron entrevistas a diferentes personas clave del municipio, a fin de saber de primera mano las fortalezas y debilidades que tiene el turismo en Jarabacoa, lo que permitió conocer el sentir de quienes están ligados directamente en el área de los servicios turísticos.

Se procedió a desarrollar una propuesta de guía turística, cuyo objetivo es proveer un instrumento que permita conocer la belleza de este lugar, visitarlo, disfrutarlo y promoverlo permitiendo un flujo constante de turistas, con diversas opciones a elegir según las actividades que prefiera.

Salto es una guía rica en recursos multimedia que destaca los atributos de Jarabacoa como destino turístico completo y lleno de maravillas por descubrir. Esta consiste en el desarrollo de la identidad visual (colores, iconos, nombre, y esquemas web) de todos aquellos lugares que se consideraron importantes de resaltar.

Se espera que esta guía cumpla su cometido de atraer a más visitantes tanto extranjeros como nacionales a Jarabacoa, de manera que contribuya con la promoción del municipio como destino turístico a nivel nacional e internacional.







RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES

A fin de fomentar el turismo hacia Jarabacoa, se recomienda la implementación de Saltos, una guía turística virtual e interactiva, que facilita la comprensión de los usuarios al momento de ubicar el destino al que se quieren dirigir. Esta misma guía recopila toda la información acerca del municipio para que los visitantes puedan tener una fuente confiable a la hora de buscar información sobre qué hacer y qué visitar.

Debido a la gran cantidad de atractivos que posee el Jarabacoa y las tantas actividades que allí se pueden realizar, a fin de disfrutar al máximo todos y cada uno de estos, se recomienda realizar más de una visita, visitas a lugares específicos y por temporadas. La misma guía sobre el municipio propone rutas de actividades y lugares a visitar dependiendo de lo que le interese hacer a quien la use.

Se recomienda que las instituciones estatales pudiesen realizar las adecuaciones a aquellos destinos, que por la condición en que se encuentran hace difícil que los turistas disfruten de ellos.





BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Ayuntamiento de Jarabacoa. (2013). Plan Municipal de Desarrollo de Jarabacoa 2013-2016. Jarabacoa, La Vega, República Dominicana: Ayuntamiento de Jarabacoa. Obtenido de http://www.sismap.gob.do/Municipal/uploads/evidencias/636286478836164582-PMD_JARABACOA.pdf

Bartolomé, A. (1994). Multimedia interactivo y sus posibilidades en educación superior. Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/45417>

Belloch, C. (2006). Aplicaciones multimedia: Universidad de Valencia. Obtenido de Universidad de Valencia: <https://www.uv.es/bellochc/pwedu4.htm>

Burkart, A., & Medlik, S. (1981). Turismo: Pasado Presente y Futuro. Londres: Heinemann.

Ceballos-Lascuráin, H. (1998). Ecoturismo: naturaleza y desarrollo sostenible. Diana.

Crosby, A., & Moreda, A. (1996). Elementos Básicos para un turismo sostenible en las áreas Naturales. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT).

Diario Libre. (20 de Marzo de 2012). Encuentran oro, plata y cobre en SJM y Jarabacoa. Diario Libre. Obtenido de <https://www.diariolibre.com/economia/economia-personal/encuentran-oro-plata-y-cobre-en-sjm-y-jarabacoa-HJDL328618>

Garduño Vera, R. (2005). Enseñanza virtual sobre la organización de recursos informativos digitales. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

Grevtsova, I. (s.f.). Tendencias de las APP turísticas urbanas: del diseño tradicional a las soluciones innovadoras. Universidad de Barcelona, Campus de Turismo, Hotelería y Gastronomía. Barcelona: CETT. Obtenido de https://www.cett.es/fitxers/campushtml/MiniWebs/122/papers/Grevtsova_I.pdf

Grisolf, M. C. (7 de Septiembre de 2011). La Comida: Turismo en teoría. Obtenido de Turismo en teoría: <http://www.tourismtheories.org/?p=1530&lang=es>

Ivanova, A., & Ibañez, R. (2012). Medio ambiente y política turística en México (Primera ed., Vol. I). Instituto Nacional de Ecología.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Michigan: Longman.

Matos, R. (13 de Abril de 2016). Docentes: UCATEBA. Obtenido de UCATEBA: <http://www.ucateba.edu.do/fr/aporte-docente/287-importancia-del-turismo-para-la-republica-dominicana>

Nielsen, J., & Loranger, H. (2006). *Prioritizing Web Usability*. Michigan: New Riders.

Ornelas, R. (1998). La Lucha por el liderazgo mundial en los mercados de consumo final. En R. Ornelas, *La tecnología como instrumento de poder* (págs. 175-309). México: El Caballito Ediciones.

Pardo Abad, C. J. (2013). *Territorio y recursos turísticos: Análisis geográfico del turismo en España*. Madrid, España: Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.

Pretelt Emiliani, J. (s.f.). Conceptos y generalidades. Obtenido de Servicios Turísticos: <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>

Rebollo Soto, N. (2012). Ecoturismo (Primera ed.). Tlalnepantla, Estado de México, México: Red Tercer Milenio S. C. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Ecoturismo.pdf

Rhodes, A. (4 de Febrero de 2015). Obtenido de Ecoturismo Genuino: <http://www.ecoturismogenuino.com/inicio/2015/02/04/definiciones-ecoturismo/>

Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo (Primera ed.). España: Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>

Secretaría de Turismo. (2004). Turismo Alternativo: una nueva forma de hacer turismo (Segunda ed.). México D.F., México: SECTUR. Obtenido de http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1_conceptualizacion_turismo_alternativo1.pdf

Servicio Nacional de Turismo. (2014). Turismo cultural: una oportunidad para el desarrollo local (Primera ed.). Santiago, Chile: Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR.

Universidad Interamericana para el Desarrollo. (s.f.). Turismo Rural. México, México. Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdI/lic/AET/TR/S01/TR01_Lectura.pdf
V.V.AA. (2014). Sistemas Multimedia: Análisis, diseño y evaluación. UNED.



GLOSARIO

Canyoning: también conocido como barranquismo es un deporte de aventuras que se practica en los barrancos de los ríos, en los cuales se desciende por dicho cañón o barranco atravesando diferentes obstáculos.

Hiking (senderismo): Actividad al aire libre que consiste en caminar por ambientes naturales, bosques, montañas senderos de ríos, que tiene una dificultad de recorrido muy mínima. Suele confundirse con el excursionismo.

Mountain Bike (ciclismo de montaña): Deporte de riesgo en donde se compete en circuitos naturales, comúnmente bosques, a través de caminos muy estrechos, cuevas muy empinadas y pendientes muy pronunciadas.

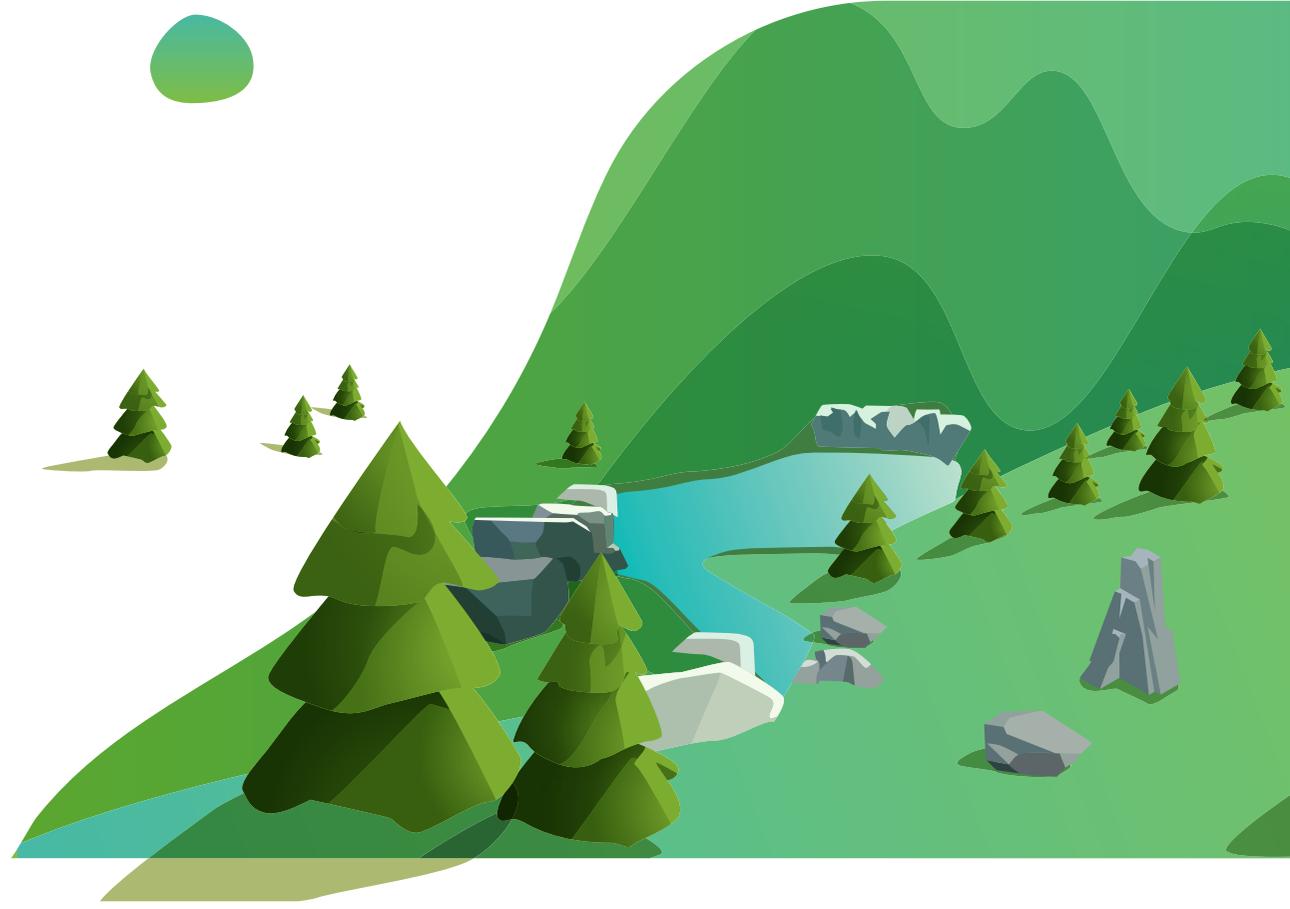
Parkour: disciplina o deporte en la que la persona que la realiza se desplaza de un lado a otro evitando obstáculos de una manera natural usando únicamente las habilidades y fuerzas provistas por su cuerpo.

River Rafting: mejor conocido como descenso de ríos o balsismo. Es un deporte de aventuras que consiste en recorrer, junto a un grupo de personas, en una embarcación sin motor (en este caso una balsa) un río de aguas turbulentas.

Salto en parapente: es la forma mas sencilla y emocionante de volar, ya que no necesita un motor para poder desplazarse que se realiza con un aparato muy ligero. En este deporte de aventura solo se necesita del viento y una pendiente o lugar del cual saltar para poder ser realizado, además de, obviamente, el equipo adecuado.

Trekking: o excursionismo, consiste en caminar por senderos de lugares naturales, como montañas, ríos, lagunas, bosques...lugares aislados en los que generalmente se dificulta el tránsito ya que no cuentan con senderos.

Zip-line, también conocida como tirolina: Es una actividad que consiste en desplazarse de un lugar a otro a través de uno o mas cables de acero. Generalmente se usan para poder acceder a zonas o regiones poco accesibles, como selvas tropicales, o en actividades de campamentos al aire libre.





ANEXOS



UNAPEC

UNIVERSIDAD APEC

UNIVERSIDAD APEC
(UNAPEC)
DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN

Anteproyecto de Trabajo de Grado para optar por el título de
Licenciatura en Diseño Gráfico

**“Desarrollo de una guía turística, virtual e interactiva para el municipio
Jarabacoa, La Vega, Rep. Dom., 2018”**

Sustentantes:

Wanda Beltré (2014-1979)
Kedwin N. Martínez (2014-2108)
María A. Carbonell (2014-1926)



Distrito Nacional, República Dominicana



A : ESCUELA DE ARTES Y COMUNICACION

Asunto : REMISION ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Tema: “Desarrollo de las guía turística, virtual e interactiva para el municipio Jarabacoa, La Vega, Rep. Dom.,2018”.

| | | |
|---------------|------------------------|-----------|
| Sustentantes: | Br. Wanda Beltré | 2014-1979 |
| | Br. Kedwin N. Martínez | 2014-2108 |
| | Br. María A. Carbonell | 2014-1926 |

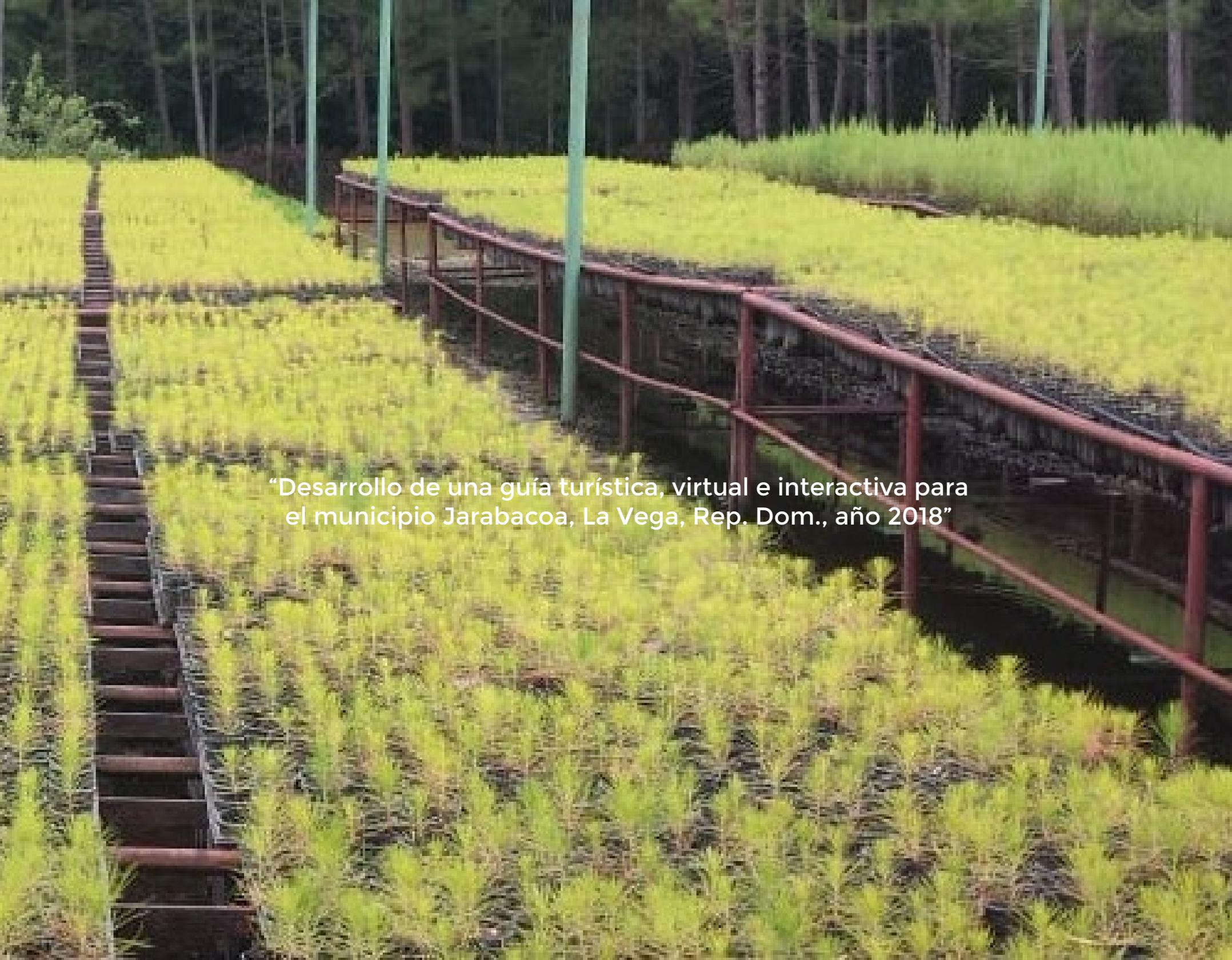
Resultado de la Evaluación: Aprobado: X Fecha: 23/04/2018.
Devuelto: _____ Fecha: _____



María Margarita Cordero Amaral, M.A.
Directora

f.
23/04/2018.



A photograph of a tree nursery. The foreground and middle ground are filled with rows of young pine trees, each planted in a black plastic tray. The trays are arranged in neat, parallel lines. The nursery is covered by a green net structure supported by vertical green poles. In the background, a dense forest of taller trees is visible. The lighting is bright, suggesting a sunny day.

“Desarrollo de una guía turística, virtual e interactiva para el municipio Jarabacoa, La Vega, Rep. Dom., año 2018”

INTRODUCCIÓN

En la actualidad solo existe una plataforma virtual interactiva con una visualización muy amplia con las localizaciones de los puntos turísticos del país, en la cual solo se marca la ubicación, nombre y una breve descripción del punto de interés; aun así, este mapa interactivo no muestra todos los destinos turísticos o sitios de gran atractivo afín al visitante. Una de las razones por las cuales se dejan de recibir visitantes en el municipio, según muchas opiniones, es el deterioro de las rutas de acceso para explorar el mismo, así como la falta de difusión de información sobre sus atractivos turísticos de interés. Ante esta realidad, nos preguntamos ¿cuál es la razón por la que este sistema aún no ha sido implementado? y ¿cómo esto influye en el número de visitantes?; reduciendo considerablemente el número de turistas que incursiona en el sector Jarabacoa, La Vega, y deja de ser espectador de tan asombrosas y maravillosas vistas

En Jarabacoa el turismo aumenta año tras año, con un mayor número de visitas provenientes del turismo interno, personas que se animan a conocer un poco más de su país y ven al municipio como "La capital del turismo de montaña". Un lugar que invita a descansar dada la tranquilidad que le caracteriza, con una temperatura envidiable, fresca y sencillamente agradable; pero también es el lugar de moda para quienes gozan del ecoturismo o la aventura, con sus diversos ríos, saltos y

actividades extremas.

Existen muchos lugares que recorrer, con historias interesantes, vistas sensacionales o inconcebibles, actividades divertidas y emocionantes que se desconocen en el país y sobre cada uno de sus municipios, como es el caso de Jarabacoa.

El propósito de esta investigación es en primer lugar descriptivo y divulgativo, investigar y dar a conocer las necesidades de comunicación de los diferentes puntos de Jarabacoa. Con esto en mente es necesario que se indaguen los medios que utilizan los turistas para recibir información, su comportamiento respecto a los mismos.

JUSTIFICACIÓN

La investigación busca, a través de la aplicación de conceptos y teorías relacionados con las guías turísticas, la interactividad y la importancia que tienen las primeras al momento del turista buscar e informarse sobre los destinos a los que desea acudir; encontrar los aspectos que el visitante toma en cuenta a la hora de dirigirse al punto en cuestión y el papel que juega la plataforma virtual en el desarrollo de una guía interactiva.

Para lograr los objetivos planteados se emplearán técnicas de investigación como la formulación y aplicación de encuestas y cuestionarios a un determinado número de personas (target), que nos permitan delimitar los aspectos de interés de los turistas tanto del lugar que desean visitar como de la plataforma. Así mismo, los métodos a utilizar son la observación y el análisis, ya que permiten captar el contexto en el que se sitúa la problemática.

Esta investigación se realiza a causa de la necesidad existente de crear una guía turística virtual e interactiva que oriente a los turistas que visitan el municipio de Jarabacoa, La Vega, sobre los distintos atractivos que posee de modo que se pueda fomentar y aumentar el turismo interno hacia la zona, principalmente aquellas que son desconocidas para el público.

Los resultados de esta investigación podrán usarse para la implementación y desarrollo de una guía turística virtual no solo en este municipio, sino, en un futuro, a nivel nacional, o en su defecto (lo mínimo) mejorar la que ya existe.

Delimitación del tema

La presente investigación abarcará la aplicación de un estudio sobre el uso de las guías turísticas llevado a cabo en el Distrito Nacional en un lapso de cuatro semanas, con el fin de desarrollar una propuesta gráfica para una guía turística para la región geográfica de Jarabacoa, La Vega.

La muestra será tomada de los habitantes residentes en Santo Domingo que realizan turismo interno y que han visitado Jarabacoa.

Este proyecto será desarrollado en el período Mayo – agosto 2018.

Planteamiento del problema

El municipio Jarabacoa es uno de los puntos turísticos más preferidos del país para realizar turismo interno. Su amplia variedad de atractivos turísticos y culturales y la cantidad de actividades que se pueden desarrollar lo han establecido como el 4to punto turístico del país.

En los últimos años el turismo hacia esta región se ha visto afectado significativamente, de manera que el número

de viajantes al municipio ha sido muy fluctuante, viéndose una disminución de hasta un 30% en la cantidad de personas que visitan el municipio tanto mensual como anualmente.

Varios aspectos han sido los responsables de esta disminución en las visitas al municipio y uno de ellos sería la falta de información sobre el destino, ya sea los diferentes puntos turísticos de la zona, los atractivos naturales como también gastronómicos, las diferentes actividades que se pueden realizar y los lugares que se pueden visitar.

Ahora bien, ¿cómo sabe el turista/visitante cuales son esos lugares, si no existe una plataforma o guía dónde buscarlos? La falta de una guía turística que esté disponible para todos aquellos que deseen hacer turismo en Jarabacoa, es decir, de manera virtual, y que les permita interactuar, conocer y ubicar la información que está buscando sobre los distintos puntos de interés, hace que el flujo de visitantes disminuya dada la poca información que se conoce y encuentra en la internet.

Por este motivo surge la necesidad de crear un espacio en la red especializado en las distintas atracciones de dicho municipio.

Formulación del problema

¿Cómo afecta la falta de una guía turística la cantidad de visitantes que recibe Jarabacoa?

Sistematización del problema

¿Cómo afecta la imagen de Jarabacoa la falta de una guía turística?

¿Por qué la imagen de Jarabacoa no está proyectada a nivel internacional?

¿Cuáles son las consecuencias de no tener una guía turística actualizada en el municipio?

¿Cuáles son los motivos que inciden en la cantidad de visitantes que recibe el municipio de Jarabacoa?

¿Por qué la imagen de Jarabacoa no está proyectada a nivel nacional e internacional?





Objetivo general

Analizar la incidencia de turistas en Jarabacoa para la propuesta de una guía turística digital en el periodo mayo agosto 2018.

Objetivos específicos

Identificar geográficamente los distintos puntos turísticos.

Demostrar la existencia de una guía turística para el municipio Jarabacoa.

Cuantificar los turistas nacionales e internacionales que lo visitan.

Determinar cuáles son las áreas más visitadas por los visitantes y turistas.

Identificar las funciones del ayuntamiento en relación al turismo, así como de las áreas habilitadas para las visitas turísticas.

MARCO REFERENCIAL

Marco teórico

El turismo rural de la República Dominicana tiene grandes ventajas en comparación con otros países de la región, ya que no existen en el país animales, reptiles o insectos venenosos (...) el país tiene ecosistemas y microclimas de gran variedad, así como una infraestructura de comunicación terrestre en buenas condiciones y de fácil acceso (Butron, 2014).

Cabe resaltar, que estos elementos son vistos con mucha frecuencia en Jarabacoa y que son aspectos muy importantes que hay que tomar en cuenta a la hora de especificar el tipo de turismo en el que se enfocará esta investigación, que es el turismo individual e interno, cultural, rural y/o ecoturismo, dado que queremos analizar el turismo motivado y decidido por los propios viajeros, así como el que se realiza dentro del mismo país de origen y sobre todo

el que se realiza sin intervención de una agencia u operador turístico, el turismo relacionado a la fauna y flora endémica de las zonas de interés; dando así relevante importancia a las guías turísticas culturales como material de apoyo para una visita auto guiada.

“El desarrollo del turismo no se da de un sólo golpe, éste se desarrolla poco a poco a medida que se descubren nuevos destinos turísticos” (Portugal, 2008). Es aquí donde se resalta la importancia de destacar todos los puntos turísticos de Jarabacoa, porque, si no se conocen, los visitantes no sabrán a donde ir y solo se limitarán a los pocos destinos que todo el mundo conoce. Es por esto que las guías turísticas son una muy buena forma de dar a conocer los distintos puntos que le pueden interesar a estas personas que lo visitan ya que estas contienen toda

la información necesaria para orientar al turista antes y durante su estadía en Jarabacoa.

A Jarabacoa vienen muchos turistas, pero su cultura es objeto de pocas visitas. El ecoturismo ahora es mucho más que el disfrute de la naturaleza: es interactuar con la gente y en esto la cultura tiene mucha importancia. Jarabacoa tiene muchas actividades culturales, pero a veces no las prepara para mostrarlas al turista local o externo (Boin, 2017).

Por esto es importante que no solo se resalten los distintos puntos en lo que se puede realizar ecoturismo, sino resaltar además los aspectos culturales que han ido formando lo que ahora es Jarabacoa.

“Actualmente, Jarabacoa carece de una plataforma de servicios que provean la accesibilidad adecuada a los destinos turísticos ni las condiciones urbanas para el aprovechamiento de la ciudad y el incremento del consumo de divisas en el entorno urbano”(Cluster Turístico de Jarabacoa, 2015). Al no poseer una plataforma digital y actualizada con información relevante sobre los distintos puntos turísticos, como la dirección y forma de llegar, contactos, precios, actividades culturales de la zona, los turistas solo se limitan a visitar los lugares y rutas más seguidas del punto al que se quieren dirigir.

El Turismo

Desde sus orígenes, el ser humano se ha visto impulsado a trasladarse de un lugar a otro y permanecer en ellos por un tiempo determinado; esto es lo que conocemos actualmente como turismo.

Conforme ha ido aumentando la disponibilidad de tiempo libre para efectuar estos viajes y han evolucionado las razones para efectuarlos, varios autores han tratado de explicar qué es el turismo, cuáles son sus características y quiénes pueden ser considerados turistas para poder elaborar un concepto y, de esa forma, distinguirlo de otros sectores económicos.

El turismo es un término tan complejo, que permite que su concepto pueda ser abordado desde diferentes puntos de vista.

Una primera definición del turismo la dan W. Hunziker y K. Krapf en 1942, donde mencionan que el turismo es “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Hunziker y Krapf, 1942). Definición, aunque muy amplia, no es muy específica, ya que no se entiende a que se refieren con la palabra fenómeno.

Más tarde, en 1981, se definió como “desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (Burkart & Medlik, 1981).

Aquí vemos como se incluyen, además del desplazamiento a un lugar que no es donde se reside, las diversas actividades que se realizan durante la estadía en el sitio.

Otra definición, muy similar a la anterior, es la que utilizaron Mathieson y Wall (1982), en ella agregan las necesidades del turista como un factor muy importante a la hora de hacer turismo: “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”.

Finalmente, la Organización Mundial de Turismo (1994) recoge todos los puntos importantes mencionados de todas las versiones y define el turismo como, “una serie de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período determinado inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros” (Citado en (Sancho, 1998, p. 11)).

Características del turismo

En el concepto de turismo se mencionan una serie de características que es importante destacar:

En primer lugar, tenemos el movimiento físico que debe hacer el visitante para que este cuente como turismo: salir de su residencia, de donde se desenvuelve normalmente. En definiciones anteriores se mencionaba el hecho de que no era considerado turismo trasladarse por motivos de negocio.

Otra es la estancia en el destino que se va a visitar, que debe ser inferior a un año, no permanente, que es como se consideraría si supera este tiempo determinado.

La comprensión del turismo de no solo el traslado, sino las actividades que se realizan en el lugar que se visita.

Por último, y como se menciona con anterioridad, no importa la causa o motivación por la que se viaja, el turismo incluye una serie de productos y servicios creados específicamente para satisfacer las necesidades de los turistas.

Clasificación del turismo

Con el auge y la evolución del turismo a través de los años como actividad y fenómeno social, el hombre se ha visto en la obligación de establecer taxonomías y considerar la clasificación de las modalidades turísticas, así como de los espacios turísticos. Para poderlo estudiar, analizar y entenderlos de manera independiente y del mismo modo convertir esto en una ventaja y herramienta a la hora de satisfacer a los viajeros que tienen tanto diferentes necesidades como expectativas.

Esta tipología de espacios turísticos como resultado de la complejidad y variabilidad que ha alcanzado este fenómeno haciendo necesario abordarlo desde diversas realidades o tipos de hechos posibles. Los tipos o modalidades turísticas se clasifican de acuerdo con ciertas características: según el ámbito geográfico, el tipo de viaje, la forma del viaje, permanencia o duración de la estadía, entre otras.

El turismo interno o doméstico

Se entiende por turismo interno o doméstico, los viajes realizados, por los nacionales y extranjeros residentes en el país, dentro del territorio nacional, es decir, donde no existe el control de aduna, ni el uso de pasaporte; también se le conoce como turismo nacional. Producido usualmente por las visitas frecuentes a puntos de interés turísticos que cuentan con la infraestructura necesaria para atender y recibir visitantes (turistas) y en los cuales los mismos sientan un cambio aparente de su ambiente habitual. Es el caso de personas que viven en zonas cálidas cuando salen de vacaciones en su propio país se dirigen a lugares con climas más templados, como las montañas. En nuestro país es muy común el turismo interno, sobre todo el turismo de playa que es el que motiva a medio país a militar a las costas para unos cuantos días de sol, especialmente en semana santa o vacaciones escolares. El turismo interno también puede ser determinado por fines de salud, trabajo y/o negocios, peregrinaciones religiosas, asistencia a convenciones o eventos especiales, etc.

Turismo externo o internacional

El turismo externo o internacional es aquel que se efectúa cuando se transgreden fronteras políticas con la finalidad de visitar un país extranjero. En una visión mas amplia comprende todas las actividades llevadas a cabo por los turistas fuera de su país de origen. El turismo externo es una modalidad del turismo que combina el "turismo receptor" y el "turismo emisor". El primero alude al turismo que ocurre dentro de un país, desde el punto de vista de este que abraza a los visitantes extranjeros. El segundo es el turismo referente a las visitas que realizan los residentes de un estado, fuera de los límites o fronteras del mismo. Es decir que el turismo externo aplica tanto para los que viajan fuera como los que ingresan en el país.

Ecoturismo

"La preservación de los recursos naturales no renovables es fundamental para la supervivencia del ser humano y de los seres vivos en general. Como parte del inventario de recursos naturales se encuentran lagos, ríos, playas, montañas, valles y praderas. De ellos no sólo nos permiten extraer alimentos y materia prima, sino que también son admirables por su gran belleza. Por lo tanto, estos recursos naturales son considerados también como inventario turístico." (SOTO, 2012) El ecoturismo es precisamente una modalidad del turismo que se lleva a cabo sin la alteración del medio ambiente, es decir, se trata de una tendencia de apreciar la beldad sublime que existe en los ecosistemas de manera natural, pues se evita a toda costa el

maltrato al medio ambiente.

El termino fue acuñado por Ceballos-Lascurain que lo definió como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales (Ceballos-Lascuráin)

El turismo convencional, con grandes hoteles de lujo o actividades exóticas puede derivar en varios efectos colaterales o negativos como puede ser el deterioro de los ecosistemas, la pérdida parcial o total de la flora y la fauna endémica de la región, la explotación de los paisanos, entre otras. El ecoturismo busca contrarrestar todos estos efectos negativos, su objetivo es la preservación y sustentabilidad, pues esta vinculado a un sentido de la ética.

“Conforme el turismo se va desarrollando, deberá hacer de la preservación del ambiente, una prioridad. La industria del turismo tendrá

que proteger y preservar las atracciones turísticas naturales, el medio ambiente, los ecosistemas frágiles y las culturas vivas de regiones alejadas. De esta manera los turistas continuarán viajando.” (SOTO, 2012) Este puede ser el mayor impulso para promover el ecoturismo dentro del mercado creciente del turismo.

Marco Conceptual

Interactivo: Sistema en el que el espectador tiene cierta capacidad de elección y mantiene cierto control sobre la representación de imágenes en movimiento o palabras que le ofrece un medio o varios medios de transmisión de información (Diccionario Técnico Akal de Cine, 2004).

Interactividad: Danvers (1994) aporta una clara y completa definición de interactividad diciendo que es el término que describe la relación de comunicación entre un usuario/actor y un sistema (informático, vídeo u otro) (Danvers, 1994).

Multimedia: Término utilizado para describir dos o más tipos de medios combinados en un solo paquete, que generalmente denota una combinación de algunos o todos los siguientes: video, sonido, animación, texto e imágenes. Multimedia le da al usuario la oportunidad de influir en la presentación del material (Moga, Hausler, 2006).

Internet: La palabra Internet es el resultado de la unión de dos términos: Inter, que hace referencia a enlace o conexión y Net (network) red, que significa interconexión de redes. Es decir, Internet no es otra cosa que una conexión integrada de redes de ordenadores o redes interconectadas (Moya, 2006).

Interfaz: El término interfaz de usuario puede aplicarse a los muchos medios diferentes que los humanos tienen para interactuar con sistemas, aplicaciones y redes de computadoras (Gale Encyclopedia of E-Commerce, 2002).

Usabilidad: Grado en que un producto puede ser usado por usuarios específicos para conseguir metas específicas con efectividad, eficiencia y satisfacción dado un contexto específico de uso (Norma internacional ISO 9241-11: Guidance on Usability , 1998).

Turismo interno: Es el realizado por los residentes de un país, dentro del mismo" (OMT Organización Mundial del Turismo, 2001).

Ecoturismo: Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente (Microsoft® Encarta®, 2008).

Target: Mercado objetivo es un grupo de clientes con necesidades similares que forma el foco de los esfuerzos de marketing de una empresa ("Target Markets." Encyclopedia of Small Business, 2007).

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Tipos de estudio

Esta investigación presenta un carácter mixto de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo.

Exploratorio, ya que analizaremos la documentación existente de proyectos anteriores similares en este u otros sectores, así como también las informaciones pertenecientes tanto al Ministerio de Turismo como a otras entidades.

Descriptivo, dado que la investigación se concentra en medir, presentar y esclarecer todas las características de la situación o fenómeno en cuestión. La cual se espera que aporte información detallada al respecto.

Explicativo, porque buscamos razones, causas, consecuencias y soluciones.

Métodos de investigación

Entre los métodos que se usaran al momento de la investigación están, en primer lugar, la observación, para conocer la realidad y detalles de la problemática a la cual se le quiere dar solución. En segundo lugar, el análisis, donde se

analizarán cada uno de las partes y detalles que conforman la problemática, conocer hacia donde se dirigen los turistas, que tipo de actividades, las causas de por qué hay lugares de Jarabacoa que no se dan a conocer, buscan y los efectos que esto tiene tanto en la población que la visita, como en los que residen allá. En última instancia, se utilizará la una combinación de deducción e inducción: deductivo, porque se estudiarán teorías para la formulación de hipótesis y realizar demostraciones e inductivo, al momento de analizar y procesar los datos obtenidos por las encuestas aplicadas y el análisis e interpretación de la información.

Fuentes y técnicas

Durante el proceso de investigación se utilizarán fuentes primarias, dado que se puede encontrar información detallada en libros y revistas, así como en publicaciones y documentos que se encuentran en las distintas instituciones.

Dentro de las técnicas de investigación que se emplearán están la observación y la posterior aplicación de encuestas. La primera, se realizará para conocer los aspectos más significativos de nuestro objeto de estudio y los hechos y realidades que rodean la problemática, y la segunda, donde se realizarán entrevistas y se aplicarán cuestionarios, son para dilucidar como actúan las personas dentro del sector

Jarabacoa, a donde se dirigen, que actividades realizan, con el propósito de seleccionar, segmentar y representar de la mejor manera posible cada localidad.

Tratamiento de la información

Los procedimientos que se emplearan para presentar la información son los siguientes:

- a) Codificación: Mediante el uso de símbolos para lograr comunicar los resultados obtenidos.
- b) Tabulación
- c) Gráficas



ÍNDICE PRELIMINAR

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. EL TURISMO

- 1.1. Concepto de turismo
- 1.2. Características del turismo
- 1.3. Clasificación del turismo
 - 1.3.1. Turismo Interno
 - 1.3.2. Turismo Externo
- 1.4. Importancia del turismo
- 1.5. Servicios turísticos
 - 1.5.1. Acogida
 - 1.5.2. Alimentación
 - 1.5.3. Información turística
 - 1.5.3.1. Puntos de información
 - 1.5.3.2. Acompañantes de grupo
 - 1.5.3.3. Guías turísticas

CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DE JARABACOA DURANTE EL PERÍODO MAYO-AGOSTO 2018

- 2.1 Antecedentes
- 2.2 Situación actual del turismo en Jarabacoa
- 2.3 Atracciones turísticas de Jarabacoa
- 2.4 Lugares más visitados de Jarabacoa
- 2.5 Lugares menos visitados
- 2.6 Análisis de los cuestionarios
- 2.7 Análisis de las entrevistas

CAPÍTULO 3. PROPUESTA DE UNA GUÍA TURÍSTICA INTERACTIVA PARA JARABACOA

- 3.1 Importancia de la propuesta
- 3.2 Objetivo
- 3.3 Características
- 3.4 Propuesta gráfica

CONCLUSIÓN

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍAS

BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR

Cluster Turístico de Jarabacoa. (2015). Mejora de la movilidad turística in situ proyecto de diversificación de la clientela turística municipio de Jarabacoa. Cluster Turístico de Jarabacoa. Jarabacoa: Jhael Isa Tavárez.

Danvers, F. (1994). 700 mots-clefs pour l'éducation. París: Presses Universitaires de Lille)

Diccionario Técnico Akal de Cine, edited by Ira Konigsberg, Ediciones Akal, S.A., 2004, p. 274. Gale Virtual Reference Library

Huidobro, J. "Internet y el Protocolo IP" Redes y servicios de telecomunicaciones, Paraninfo, 2006, pp. 273-324. Gale Virtual Reference Library

López, Y. (25 de octubre de 2017) Jarabacoa: ecoturismo y producción. Listín Diario. Recuperado de <https://www.listindiario.com/la-vida/2017/10/25/487735/jarabacoa-ecoturismo-y-produccion>

Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Moga, J. A.; Hausler, D. "Multimedia." Encyclopedia of Management, edited by Marilyn M. Helms, 5th ed., Gale, 2006, pp. 566-568. Gale Virtual Reference Library

Pérez, W. (17 de diciembre de 2014). El turismo rural del país tiene condiciones para su desarrollo. Recuperado de Hoy:

<http://hoy.com.do/el-turismo-rural-del-pais-tiene-condiciones-para-su-desarrollo/>

Portugal, M. (2008). Introducción al Turismo. Managua, Nicaragua: Escuela Nacional de Hotelería.

"Target Markets" Encyclopedia of Small Business, 3rd ed., vol. 2, Gale, 2007, pp. 1087-1088. Gale Virtual Reference Library

Turismo interno: (OMT Organización Mundial del Turismo, 2001)

Usabilidad: (Standardization, I. O. (1998). ISO 9241-11 Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs): Part 11: Guidance on usability. Geneve.)

"User Interface." Gale Encyclopedia of E-Commerce, edited by Jane A. Malonis, vol. 2, Gale, 2002, pp. 726-727. Gale Virtual Reference Library

ENCUESTA

Estudio sobre las Guías Turísticas

Este cuestionario es desarrollado por estudiantes de la Universidad APEC con la finalidad de investigar el uso de las guías turísticas en el país. La información aquí recolectada será utilizada para el desarrollo de nuestro proyecto de grado para poder optar por la Licenciatura en Diseño Gráfico. CONFIDENCIALIDAD Las respuestas a esta encuesta son de carácter confidencial y no serán identificadas individualmente y bajo ningún término será publicada, vendida o distribuida

1. Indique su género:

- a. Femenino
- b. Masculino

2. ¿Qué edad tienes?

- a. menor de 18
- b. de 18 a 29
- c. de 30 a 49
- d. mayor de 50

3. Ocupación

- a. Estudiante
- b. Empleado público
- c. Empleado privado
- d. Propietario de negocio
- e. Comerciante

4. Nacionalidad

- a. Dominicano
- b. Extranjero (a)

5. Usted vive en (Seleccione la opción que se ajuste al sector donde vive)

- a. Santo Domingo
- b. Región Norte
- c. Región Sur
- d. Región Este

6. ¿Tiene usted hijos o es tutor legal de un niño?

- a. Si
- b. No

7. ¿Con qué regularidad viaja?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Casi nunca
- d. Nunca

8. ¿Qué tipo de turismo suele realizar?

- a. Turismo interno
- b. Turismo externo

9. ¿Has visitado alguna vez el municipio de Jarabacoa?

- a. Si
- b. No (En caso negativo salte a la pregunta 22)

10. ¿Cuántas veces has visitado Jarabacoa?

- a. 1-2
- b. 3-4
- c. 5 o más

11. ¿Con quién sueles ir a Jarabacoa más frecuentemente?

- a. Familia
- b. Compañeros de Trabajo
- c. Amigos
- d. Mi pareja

12. ¿Generalmente porque motivo vas a Jarabacoa? (Puede seleccionar varias)

- a. Visitar a la familia
- b. Tengo una casa de veraneo
- c. Me gusta el lugar
- d. Por las actividades que puedo realizar
- e. Por el ambiente
- f. Porque me encanta la comida
- g. Para relajarte
- h. Otros: _____

13. ¿Qué medio te motivo a visitar al municipio?

- a. Radio
- b. TV
- c. Internet
- d. Redes Sociales
- e. Libros o Enciclopedias
- f. Otros (Por favor especifique):

¿Conoces los atributos y destinos de Jarabacoa?

- a. Si b. No

14. ¿Qué atracciones conoces del municipio? (Puede seleccionar varias)

- a. Rios
- b. Restaurantes

- c. Villas
- d. Hoteles
- e. Monumentos
- f. Parques o Reservas Nacionales
- g. Otros (Por favor especifique): _____

15. ¿Conoces los atributos y destinos de Jarabacoa?

- a. Si
- b. No

16. ¿Qué atracciones conoces del municipio? (Puede seleccionar varias)

- a. Rios
- b. Restaurantes
- c. Villas
- d. Hoteles
- e. Monumentos
- f. Parques o Reservas Nacionales
- g. Otros (Por favor especifique): _____

17. ¿Cuándo fue la última vez que visitaste Jarabacoa?

- a. La semana pasada
- b. Hace un mes
- c. Más de un mes
- d. Hace más de un año
- e. No recuerdo

18. ¿Qué lugares has visitado? (Puede seleccionar varias)

- a. Salto de Jimenoa
- b. Salto de Baiguate
- c. Rafting Baiguate
- d. La Confluencia
- e. El casino
- f. Reserva Científica Ebano Verde
- g. El Tetero
- h. Loma de la Sal
- i. La antena
- j. Jamaca de Dios
- k. Hoteles – Villas
- l. Restaurantes

19. ¿Cómo supiste que lugares visitar?

- a. Recomendación
- b. Publicidad de TV, Radio o Periódico
- c. Redes Sociales
- d. Agencia de Viajes
- e. Consulte el internet
- f. Con una guía turística
- g. Ninguno

20. ¿Qué fue lo que más te llamó la atención del municipio?

- a. La naturaleza
- b. Los destinos
- c. Las actividades

- d. El clima
- e. La tranquilidad
- f. Todas las anteriores
- g. Ninguna
- h. Otro (Por favor especifique):

21. ¿Volverías en otra ocasión?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

22. ¿Has usado en alguna ocasión una guía turística?

- a. Si
- b. No
- c. No recuerdo

23. ¿Encontraste información útil?

- a. Si b. No

Sobre la Guía Turística

24. ¿Consideras necesario el uso de una guía turística para el municipio?

- a. Si b. No

25. Seleccione por orden de importancia ¿Cuáles de los siguientes medios serán efectivos a la hora de realizar un

lanzamiento promocional del municipio de Jarabacoa?

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Televisión | <input type="radio"/> |
| Radio | <input type="radio"/> |
| Prensa | <input type="radio"/> |
| Internet | <input type="radio"/> |
| Exteriores | <input type="radio"/> |

26. ¿Qué tipo de contenido le gustaría que comunicara? (Puede seleccionar varias)

- a. Características
- b. Animales y ecología
- c. Historia
- d. Puntos culturales
- e. Hoteles - Villas
- f. Restaurantes
- g. Actividades que realizar

27. ¿Qué es más importante para ti en una

guía turística?

- a. Diseño
- b. Imágenes
- c. Información
- d. Fácil de entender

28. Antes de visitar un lugar ¿Busca información en internet?

- a. Si b. No

29. ¿Conoce usted alguna pagina web que ofrezca este servicio?

- a. Si
- b. No
- c. No recuerdo

30. ¿Cuál? _____

¡Muchas gracias por responder esta encuesta!

ENTREVISTA

- 1. ¿Cómo percibe la situación del turismo hacia Jarabacoa?
- 2. ¿Piensa usted que en los últimos años el turismo hacia Jarabacoa ha incrementado o disminuido? ¿Por qué?
- 3. ¿Qué tipo de personas considera usted visitan mayormente este municipio?
- 4. ¿Cuáles son los lugares más visitados por los turistas?
- 5. ¿Cuáles son las actividades más populares que se realizan en Jarabacoa?
- 6. ¿Existe alguna guía turística del municipio de Jarabacoa donde se encuentren los atractivos turísticos y las diferentes actividades que se pueden realizar allí?
- 7. ¿Cree que una guía turística para el municipio ayudaría al fomento del turismo hacia Jarabacoa? ¿Por qué?
- 8. ¿Qué cosas debería mostrar la guía turística con el objetivo de llamar la atención al turismo y fomentarlo?