



**UTPL**  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

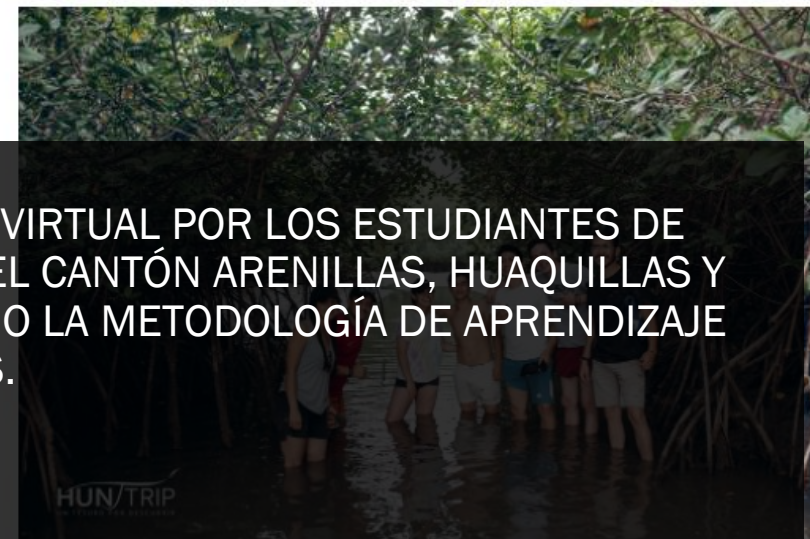
# RUTA TURÍSTICA DIGITAL

Autor 1 – Alex-Paúl Ludeña-Reyes, Máster en  
Gestión e Innovación de Destinos Turísticos,  
Universidad Técnica Particular de Loja.

Email: [apludena@utpl.edu.ec](mailto:apludena@utpl.edu.ec)

Autor 2 - Ana\_Patricia Armijos Maurad, Máster en  
Diseño e Innovación de Destinos Turísticos,  
Universidad Técnica Particular de Loja

Email: [aparmijos@utpl.edu.ec](mailto:aparmijos@utpl.edu.ec)



RUTA TURÍSTICA VIRTUAL POR LOS ESTUDIANTES DE TURISMO PARA EL CANTÓN ARENILLAS, HUAQUILLAS Y SANTA ROSA BAJO LA METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE POR PROYECTOS.

Autor	Tópico
(ONU, 2021)	Pérdidas económicas en el mundo.
(OMT, 2020)	Catástrofe para el turismo.
(Roa Chejín, 2021)	Recuperación turística.
(GIAVENTURAS, 2018)	Reactivación turística.
(Solucionestecnológicas, 2019)	Digitalización de la actividad turística
(Sánchez-Alzate & Montoya-Restrepo, 2016).	Uso de tecnologías, GPS.
(The conversation, 2021)	Presente y futuro apunta a las rutas turísticas digitales.
(Group, 2019)	Visitas simuladas.

# DESARROLLO DEL CONTENIDO

# Metodología

---

Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP).

---

La educación virtual es el escenario de resultados útiles.

---

La pandemia fue una limitante, pero detonante para desarrollar capacidades ocultas.

---

Información alojada en internet.

---

Diagnóstico situacional.

---

Determinación del potencial turísticos de los recursos.

---

Ubicación en mapas.

---

Generación de contenido audiovisual con herramientas tecnológicas de última generación.

---

Diseño de rutas turísticas.

---

Generación de contenido con interés a nuevos segmentos del mercado.

# Resultados

---

Se actualizaron los atractivos turísticos presentes en las áreas de intervención.

---

Existe un registro audiovisual que se entregará a los GAD que intervinieron en la propuesta.

---

Existieron espacios de diálogo entre los prestadores de servicios turísticos, los gestores del territorio, academia realizando observaciones de mejora en cada punto visitado.

---

Se abrieron espacios para conversar sobre las experiencias de los GAD en torno al tema tratado.

---

Durante la capacitación se contó con la participación activa de los equipos de los gobiernos autónomos descentralizados y sobre todo prestadores de servicios turísticos, quienes apoyaron los procesos de forma positiva.

---

Se genera material audiovisual adicional a lo planificado (videos estilo youtuber) con lo que se recomienda compartirlos para viralizar dicho contenido.

# Contenido comercial

---

1. Enlace de la página web que aloja la ruta turística digital:

---

<https://sabirm.com/rutaturistica/>

---

2. Enlace de la fanpage creada para promocionar la ruta turística digital:

---

<https://www.facebook.com/Ruta-Tur%C3%ADstica-Digital-108081408212466>

---

3. Enlace de la cuenta oficial de instagram donde consta la información de la ruta turística digital:

---

[https://www.instagram.com/ruta\\_turistica\\_digital/](https://www.instagram.com/ruta_turistica_digital/)

---

4. Canal de Youtube donde reposa el contenido generado de la ruta turística digital:

---

[https://www.youtube.com/channel/UCK6qx\\_IM-jw6vmtbzFd6E3A](https://www.youtube.com/channel/UCK6qx_IM-jw6vmtbzFd6E3A)

---

5. Enlace de el link que contiene toda la información de forma digital (Videos 360 de los atractivos turísticos levantados, Fotografías de los atractivos turísticos visitados, Tomas de cámara Gopro, Videos de introducción por cada cantón y por atractivo turístico):

---

[https://utpl-my.sharepoint.com/:f/g/personal/apludena\\_utpl\\_edu\\_ec/Enkfa\\_5K8y9KvuivdFhqbHQBUtBxEKR3DRQVaFIRwDCH0w?e=sBueFS](https://utpl-my.sharepoint.com/:f/g/personal/apludena_utpl_edu_ec/Enkfa_5K8y9KvuivdFhqbHQBUtBxEKR3DRQVaFIRwDCH0w?e=sBueFS)

