

Ecoturismo en el diseño y desarrollo de aplicaciones móviles para impulsar la visita de lugares poco visitados en Colombia. El caso de “Rutacol”

Ecotourism in the design and development of mobile applications to promote the visit of rarely visited places in Colombia. The case of “Rutacol”

Lorena Liceth Contreras



Juan Carlos Correa



Juan Camilo Cujar



Diana Paola Angarita



Cómo citar: Zuluaga-García C. y Narvaez-Caballero N. (2021). Un atuendo llamado wale'kerú tejido entre el saber y el color, *Ignis* (14), 8-16.



Resumen

El objetivo de este artículo es reflexionar sobre el concepto “ecoturismo” en Colombia, centrado en el desarrollo de una propuesta editorial que complementará la aplicación móvil de rutas ecoturísticas Rutacol. Se utilizará una metodología descriptiva de tipo cualitativo para analizar el ecoturismo en Colombia y su relación con el diseño de aplicaciones móviles, así como el caso particular del diseño de Rutacol. A través de esta propuesta se crea un concepto de diseño innovador que atrae de manera positiva a consumidores de entre 18 y 40 años de edad, lo que servirá como incentivo para dar a conocer lugares o sitios poco visitados en Colombia. Estos destinos están relacionados con actividades que involucran el ámbito ecológico, el desarrollo turístico y la preservación del medio ambiente. Todo esto con la intención de dinamizar la economía local. Se busca que esta propuesta sea un instrumento dinamizador del desarrollo económico sostenible en nuestro territorio, a través del diseño gráfico.

Palabras clave:

aplicación móvil, diseño, diseño editorial, ecoturismo, rutas

Abstract

The objective of this article is to reflect on the concept of ecotourism in Colombia and focus on the development of an editorial proposal that will complement the mobile application of ecotourism routes (Rutacol). A descriptive qualitative methodology will be used to analyze ecotourism in Colombia and its relationship with the design of mobile applications, as well as the particular case of the design of Rutacol. Through this proposal, an innovative design concept was created that positively attracts consumers between 18 and 40 years old, which served as an incentive to promote lesser-known places or sites in Colombia. These destinations are related to activities involving the ecological field, touristic development, and environmental conservation, with the aim of boosting the local economy. The objective is for this proposal to be a dynamic tool for sustainable economic development in our territory.

Keywords:

design, ecotourism, editorial design, mobile application, routes

Introducción

Esta investigación se funda en el desarrollo de las rutas ecoturísticas de Colombia. El ecoturismo o turismo ecológico se define como una forma responsable de turismo en la que se viaja o visitan áreas naturales, sin causar perturbaciones significativas, con el propósito de disfrutar, apreciar y estudiar sus atractivos naturales, como el paisaje y la flora y fauna silvestres. Además, se pueden conocer y valorar las manifestaciones culturales del lugar, tanto del presente como del pasado, a través de un proceso que fomenta la conservación. Asimismo, tiene un bajo impacto ambiental y cultural y promueve la participación activa y beneficiosa para las comunidades locales. (Ceballos, 1991). El desarrollo que buscamos apoyar es el desarrollo sostenible.

De igual manera, el estudio se basa en los factores para el desarrollo competitivo de nuevas empresas turísticas en Colombia, teniendo presente que la cooperación en diferentes aspectos como la promoción, comercialización, investigación y desarrollo de proyectos de infraestructura pueden generar beneficios económicos y ofrecer una oferta más atractiva hacia el exterior. Además, los destinos turísticos consolidados pueden ayudar al desarrollo de nuevos destinos en la región y estos, a su vez, pueden complementar y apoyar la diversificación del producto de los destinos ya consolidados (Aguilera *et al.*, 2006).

Una de las dimensiones que más podrían contribuir a desarrollar el ecoturismo en Colombia es el uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, particularmente las aplicaciones móviles. Asimismo, el diseño gráfico como disciplina teórica y práctica ha contribuido a potenciar la relación entre el ecoturismo y las aplicaciones móviles. En ese sentido, nuestro artículo busca construir un aporte en esta área de conocimiento. Su objetivo principal es construir una revisión de la literatura acerca de los estudios que se han ocupado de la relación entre el ecoturismo, las aplicaciones móviles y el ejercicio del diseño gráfico en Colombia; para lograrlo, el estudio utiliza una metodología descriptiva con enfoque cualitativo. La investigación descriptiva se define como la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos (Tamayo, 1981). Atendiendo lo expuesto, se pretende hacer una recopilación de algunos estudios que permitan abordar el tema de investigación propuesto, debatirlo, analizarlo y, de este modo, realizar una contribución al área teórica y práctica del ecoturismo en Colombia y su aplicabilidad en el campo del diseño gráfico. Cabe agregar que, según la revisión realizada, esta tarea ha sido poco estudiada en Colombia.

El artículo se divide en once secciones, conformadas de la siguiente manera: El ecoturismo; El Ecoturismo en Colombia; El ecoturismo y su impacto económico en los países; Importancia de las rutas en el ecoturismo; Relación entre la tecnología y el turismo; La importancia de las aplicaciones móviles en el turismo; Importancia del Diseño Editorial en la promoción del ecoturismo; Promoción del Ecoturismo a través del Diseño Gráfico; El caso de Rutacol y las Conclusiones. Estas secciones describen en su totalidad la investigación que en este proyecto se viene estudiando, con sus respectivas citas, las cuales validan y verifican la información aquí planteada.

El ecoturismo

El turismo representa para el mundo una de las actividades económicas y culturales con mayor relevancia desde el punto económico y social. De esta manera, se puede decir que esta actividad hace alusión a todas aquellas actividades que van ligadas con conocer, explorar y disfrutar de aquellas zonas donde no se vive de forma permanente (Albuquerque, 2004).

Al mismo tiempo, el turismo se puede dividir en una gran cantidad de variantes, dependiendo de la acción que se realice y el tipo de persona que la ejecute. Sin embargo, los beneficios que estas actividades generan, desde la parte social hasta la económica, resultan un factor de beneficio para fomentar su crecimiento. Aunque, si no se maneja de manera equilibrada con el medio ambiente, puede traer perjuicios más adelante. De hecho, el turismo contribuye significativamente al empleo global y es un componente clave de muchas economías en todas las etapas de desarrollo, como lo demuestra la capacidad de la industria para resistir crisis anteriores. Por último, lucha contra los prejuicios y discriminaciones que aún existen entre las personas que viven en las sociedades actuales; beneficia a los grupos más vulnerables; promueve el intercambio cultural, la paz y el entendimiento mutuo (Martínez, 2020).

El turismo se basa en dos elementos que consideramos importante; el primero, relacionado con el factor social, que alude a los procesos sociales de desplazamiento; de otro lado, la parte económica, que va relacionada con la reactivación económica de la región donde se realiza la actividad turística. Este segundo factor puede contemplarse desde diferentes perspectivas, como la generación de empleos, la construcción, la activación de negocios gastronómicos y hoteleros, el incremento de las actividades que involucran los medios de transporte, entre otros.

Aunque hay países que tienen al turismo como un aporte de vital importancia para su territorio, otros no lo consideran del mismo modo, y todo ligado al enfoque que cada país le atribuya. No obstante, es un ámbito que puede ser explotado si se le da la atención adecuada y sin perjudicar el medio ambiente, creando muchas alternativas posibles para los visitantes. A pesar de sus debilidades a corto plazo, el turismo ha demostrado ser estable y esta estabilidad, así como su recuperación más rápida de crisis como la actual, sustenta su importancia como factor de desarrollo económico. Lo anterior va de la mano con su paulatina transformación como necesidad fundamental y su –cada vez mayor– consumo, dentro de la llamada “sociedad del ocio”. Sin embargo, las estadísticas macroeconómicas muestran que tienen un impacto positivo en los niveles de desarrollo alcanzados por varias regiones y en varios niveles de análisis, como: nacional, regional y local (Rivera, 2012).

Debido a que las personas buscan escapar de la vida cotidiana en busca de paz y relajación dentro de una sociedad donde el ritmo de vida se acelera cada día, el turismo ha evolucionado de un lujo o una actividad placentera a una necesidad crucial para la calidad de vida de cualquier comunidad (García y Vargas, 2016).

El Ecoturismo en Colombia

Para el país, el turismo es un pilar importante del sector económico; se ha convertido en una necesidad para la sociedad y, al mismo tiempo, un derecho que predomina en la generación de recursos indispensables para muchas regiones de este territorio. Colombia dispone de una gran variedad de regiones, en donde se pueden encontrar lugares increíbles que atraen a cada uno de los visitantes. Por ende, es necesario encontrar herramientas que ayuden a fomentar el desarrollo del turismo en cada uno de sus ámbitos a nivel local, no solamente como un motor para generar riquezas, sino también un medio para preservar los valores y el patrimonio cultural que representa a la nación, siempre pensando en una perspectiva que avale el respeto y la preservación de los recursos naturales. Por consiguiente, esta Planificación Colaborativa del Turismo Local y de Naturaleza utiliza el turismo como medio para lograr un excelente desarrollo económico y social de la población local, en la medida en que obtiene ingresos, empleo, bienestar mate-

rial y cultura profesional y empresarial. Busca integrar la actividad a los esquemas sociales y productivos ya existentes y trabaja para minimizar al máximo los posibles efectos negativos para que pueda crear y gestionar un modelo turístico propio basado en los recursos, el patrimonio local y las peculiaridades de las comunidades que la habitan (Martínez, 2020).

Dichas riquezas naturales generan un gran atractivo turístico a aquellas personas que se motivan a explorar este maravilloso territorio y, por ende, es necesario darle suma importancia a esta parte de la economía local, implementando acciones que no sólo fortalezcan y mejoren las campañas publicitarias, sino también busquen impulsar el turismo a nivel internacional. De este modo, se pueden crear relaciones entre la sociedad y comunidad local; lo que ayudaría a estimular el desarrollo sostenible en el ámbito turístico, logrando que lleguen aún más visitantes extranjeros y se lleven ese impacto que puede causar la biodiversidad en Colombia, dándole un valor agregado y cambiando la perspectiva que se tiene de este, a causa de otros factores como la violencia. Al respecto, Montoya y Peña (2016, p. 51), mencionan que:

Colombia del turismo no recibía ingresos significativos debido a los problemas de violencia que vivía desde los años sesenta. Pero en la última década el país ha tenido un desarrollo económico y cultural exponencial, y sin duda el sector del turismo ha llegado a ocupar una de sus bases fundamentales. Las políticas de fácil ingreso para el público extranjero y los sitios turísticos que abarcan historia, naturaleza y belleza tropical han sido grandes atractivos en los últimos años, sin mencionar la disminución de la violencia, hecho que propicia que cada vez más personas quieran conocer Colombia y disfrutar de sus paisajes, ya que ha logrado consolidar los factores y recursos necesarios que permiten al turista suplir sus necesidades culturales de ocio, recreación y negocios.

En este sentido, el ecoturismo en Colombia se puede realizar en todo el territorio nacional, debido a que geográficamente se encuentre perfectamente ubicado en una zona que le proporciona grandes beneficios ambientales; esta ubicación le otorga una posición privilegiada en cuanto a innumerables recursos de fauna y flora a nivel mundial. Así mismo, tiene gran cantidad de espacios que son preservados y protegidos por el Estado y por las comunidades locales disgregadas en el territorio, abarcando diferentes ambientes, como montañas, playas, bosques. Esta parte ecológica es un atractivo para muchísimos turistas que ven en Colombia un potencial para suplir sus necesidades de ocio y esparcimiento de manera sana y en compañía de la naturaleza. Realizar ecoturismo en esta región representa una experiencia que permite admirar cada una de las bellezas escondidas que posee el medio ambiente en esta zona geográfica, la cual aporta muchas maravillas ecológicas para el disfrute de la sociedad, por eso, el potencial que tiene Colombia en esta rama del turismo es gratamente admirado por los nacionales y extranjeros. Colombia tiene un enorme potencial natural y étnico, que se refleja en su abundancia de agua y su diversidad biológica, ecosistémica y cultural; recursos que deben ser preservados, utilizados, gestionados y explotados de manera sostenible para ser protegidos, teniendo al ecoturismo como el mejor método para hacerlo. Por ello, el gobierno nacional ha concentrado sus esfuerzos en promover este tipo de turismo, que genera nuevas oportunidades de negocios y eleva el nivel de vida preservando el medio ambiente (Molina, 2011).

Dentro de sus características más primordiales el ecoturismo presenta la interacción entre las comunidades que habitan un territorio y su ecosistema, con el propósito de poder desarrollar actividades que garanticen el mejoramiento de la calidad de la zona y la conservación del medio ambiente. De esta manera, el ecoturismo es positivo si se maneja de forma que garantice la generación de oportunidades laborales a la sociedad y en la preservación natural de los ecosistemas. Por ende, si se involucran personas que promuevan un turismo ecológico responsable, se puede estimular la conciencia ciudadana a los visitantes, para que no contaminen y deterioren los territorios, al momento de realizar cualquier tipo

de prácticas dentro de estas áreas protegidas, en donde el propósito principal es pensar en los factores medio ambientales que se generen y la protección de los ecosistemas. Igualmente, cuando se pretende impulsar el interés en los visitantes y la generen ingresos en la región, se debe tener claridad en aquellos aspectos medio ambientales que se pueden originar por la sociedad; de esta manera, el turismo ecológico debe tener precaución para evitar perturbar a las comunidades y no dañar sus tradiciones, costumbres, lugares sagrados, entre otros aspectos culturales. Este turismo está íntimamente relacionado con el desarrollo y turismo sostenible, y prácticamente alude a los hábitats naturales y su biodiversidad, donde los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y la implicación de la población perteneciente a la determinada zona de implantación turística, adquieren gran relevancia (Martínez, 2017).

Con relación a los planteamientos antes mencionados, que hacen alusión a tomar al ecoturismo en beneficio de las comunidades locales, se debe encaminar en la elaboración de un modelo que garantice la relación entre disfrute y conservación. Por esta razón, es importante saber que Colombia cuenta con el potencial natural para realizar todo tipo de actividades que involucren al ecoturismo. La diversidad en su fauna, la diversidad de climas y la calidad de sus ecosistemas, hacen que este país sea un destino valioso para los visitantes extranjeros y aún más para las personas locales que tienen la posibilidad de frecuentar estos espacios. Pero es claro que también se debería estimular el interés de este tipo de prácticas a nivel nacional, si la idea es llegar a mercados internacionales. Este último aspecto, ayuda a crear conciencia y a que la sociedad permita incrementar la educación ecológica fundamentada en proteger sus propios recursos y hacer cara a aquellos aspectos que puedan causar algún daño a futuro. Para finalizar, el planteamiento es promocionar el turismo ecológico en Colombia, debido al amplio catálogo de posibilidades naturales y más aún por los beneficios que trae consigo a las comunidades que habitan este territorio. El concepto detrás del ecoturismo es que existen opciones de viaje que son ventajosas para el viajero en términos de oportunidades y experiencias satisfactorias, y que son particularmente respetuosas con el medio ambiente, las comunidades anfitrionas y sus culturas. El ecoturismo surgió inicialmente como un movimiento de regreso a la naturaleza y como una forma de turismo alternativo al turismo de masas; se trata de una noción de vinculación reciente a la agenda internacional a principios y comenzó a ser tomado en cuenta como una opción de desarrollo, particularmente para las poblaciones locales e indígenas y sus culturas, así como para la preservación y uso sostenible de la naturaleza para las generaciones futuras. La principal fuente de ingresos para las áreas protegidas también comienza a ser reconocida como ecoturismo (Barrios, 2011).

El ecoturismo y su impacto económico en los países, caso Colombia

El turismo en Colombia es uno de los recursos económicos que ayudan al flujo monetario del país, muy a pesar de la imagen desfavorable que tiene este país en términos de violencia a nivel mundial. Colombia ha generado un atractivo para muchos visitantes, tanto nacionales como extranjeros, que ven un potencial oculto en cada una de las maravillas ambientales que presenta, lo cual ha tenido un efecto positivo para el desarrollo económico y la cultura a nivel regional. Es por esto que el sector turístico ha llegado a posicionarse como un pilar base en los ingresos del país; las políticas de fácil ingreso para el público extranjero y los sitios turísticos que hacen parte de la historia, la biodiversidad y la cultura: impulsan las dinámicas turísticas de Colombia, sin mencionar las mejoras que ha tenido en términos de seguridad para sus visitantes, un hecho nada menor que impulsa el slogan de conocer Colombia y disfrutar de sus ambientes naturales.

Por esta razón, se ve al sector del turismo como una pieza fundamental para generar crecimiento económico en Colombia, debido a que presenta características para ser una industria con un alto potencial de desarrollo e impulsador para que otros sectores se desarrollen de forma favorable; lo que conlleva a generar una estrecha relación entre oferta y demanda. Esto se fundamenta en otros ejemplos a nivel mundial, en donde otros países han fortalecido esta sección de la economía, lo que ha traído beneficios monetarios altos, pero siempre pensando en la preservación de los recursos naturales, el territorio, las cultura y las tradiciones, de forma que se ejemplifican en una mayor captación de clientes que desean visitar un país y fomentando la generación de empleo en la región. En este contexto, Cárdenas (2009, p 7) advierte que:

Colombia es un país con mucha biodiversidad, donde la actividad económica derivada del ecoturismo no es bien aprovechada; existen en el momento muchas fincas y parques ambientales donde se promueve esta forma de turismo, pero no existe un plan estructurado a nivel nacional que dirija el pensamiento estratégico para satisfacer las oportunidades latentes derivadas de las necesidades mundiales y conservar los recursos que son esenciales a todos

Entre otras cosas, el gobierno nacional ve en este sector una apuesta favorable para el crecimiento de la economía local y la generación de nuevos negocios que tomen al turismo como parte importante para la creación de oportunidades, de manera que se garantice satisfacer las necesidades latentes en el mercado, el mejoramiento de la calidad del servicio prestado y que vuelva a Colombia un icono idóneo a visitar y a nivel mundial. Lo anterior se asocia con las nuevas tecnologías, que juegan un papel importante en la difusión de información e involucra la economía colaborativa entre diferentes sectores, que apuntan a brindar conciencia para que los clientes salvaguarden el territorio durante sus estadías; todo esto permite crear un ambiente que se puede preservar por mucho más tiempo y donde las futuras generaciones podrán disfrutar de las riquezas naturales que dispone este maravilloso país. Existen importantes ventajas políticas, económicas, sociales, ambientales y culturales en la implementación del modelo de turismo sostenible, por lo que hacerlo es una realidad ineludible. Es una de las grandes oportunidades de desarrollo integral para las naciones tropicales en desarrollo porque cuentan con abundantes recursos naturales y culturales que son valorados por las naciones desarrolladas a través del turismo (Troncoso, 1999).

Importancia de las rutas en el ecoturismo

El turismo en la actualidad representa un nuevo enfoque a nivel interactivo, en donde el propósito fundamental es descubrir de forma innovadora la manera de explorar aquellos sitios poco habituales, con mayores alternativas y con garantías de seguridad. Por esta razón, las opciones de las rutas en el turismo simbolizan esa solución y agilizan los procesos, en donde la búsqueda de las experiencias capta de forma novedosa la atención de los clientes. Bajo este contexto la demanda actual exige medios alternativos ya preestablecidos que simplifiquen los destinos o donde se puedan armar fácilmente de acuerdo a las alternativas presentadas; algo que sin duda ayuda a cumplir las necesidades latentes en los visitantes. Las rutas están diseñadas para guiar las actividades y resaltar información importante sobre la nueva zona turística, al igual que las guías de las visitas a las ciudades. Para lograr esto se crean narrativas que transforman los escenarios, creando imágenes y significados completamente nuevos en el proceso. También destacan ciertos elementos que se consideran sugerentes, aunque las poblaciones que allí habitan puedan encontrarlos completamente extraños (Hernández, 2011).

Aunado a lo anterior, la creación de rutas turísticas en este mundo globalizado ha adquirido un auge de especial relevancia en el campo antes mencionado, ya que simplifica los procesos en algunos destinos y

amplía el catálogo de alternativas de destinos ofrecidos. Todo esto va acorde a las nuevas tendencias que tiene el mercado, para poder sufragar las necesidades presentes en la sociedad. De este modo, se consideran propuestas de lugares innovadores o llamativos, que despierten el interés y que busquen contribuir a la generación de experiencias enriquecedoras, con diferentes propósitos a los que habitualmente se está acostumbrado, desde el ámbito del ocio y el respeto a las expresiones culturales. Estas rutas turísticas, que reciben varios nombres como “corredores”, “rutas”, “circuitos”, “camino” o “itinerarios”, intentan diferenciarse de la competencia al enfatizar recursos particulares que ocurren naturalmente o que han sido imaginados y creados artificialmente (Hernández, 2011).

Las rutas son caminos o recorridos con un propósito en donde la diversidad de alternativas representan un objetivo concreto por parte del cliente y el prestador de servicios. En ellas, los paisajes, los lugares históricos y las zonas costeras promueven actividades que involucran el deporte y la aventura, siguiendo un itinerario preestablecido, en el cual se entrelazan las zonas con variedad de intereses, para quienes están vacacionando y desean disfrutar de los atractivos que ofrece la naturaleza, respetando la parte cultura de la región. El propósito de la ruta turística es establecer la programación de los visitantes, basada en una estructura en la que se pueden ir a aquellos pequeños establecimientos que cubran todos los propósitos requeridos para el cliente. Al aumentar la oferta de servicios se transforma la actividad para poder generar recursos económicos, que fomenten un crecimiento monetario a la población local. En suma, este tipo de recorridos busca atrapar al cliente potencial, de manera que se incentive el interés, forjando un mayor auge de los lugares fijados en el recorrido.

La siguiente fase en la creación de rutas culturales es la promoción del turismo cultural, que mejora el distintivo de las ubicaciones remotas, así como la experiencia local, el patrimonio y las tradiciones. Las rutas culturales ayudan a las PYMES abriendo mercados para sus bienes, lo que permite que las “micro-businesses” ayuden a generar ingresos del turismo en ubicaciones remotas. Particularmente en términos de productos y servicios, se registraron una serie de prácticas innovadoras utilizadas por las PYMES. (Khovanova, 2012)

Relación entre la tecnología y el turismo

La tecnología ha reformado la industria turística de forma general de cara a darle un mayor valor al viajero, permitiendo que este se encuentre más informado y presente un papel activo en la planeación del recorrido del viaje. En la actualidad, el turista presenta aún más exigencias en lo relacionado con la generación de alternativas a escoger y las opciones propuestas, pero también se ha convertido en un medio de interacción entre consumidores, con el propósito de compartir experiencias y comentarios relacionados con el destino. Desde esta perspectiva, las redes sociales se vuelven de vital importancia para garantizar una mayor comunicación; permiten al viajero la generación de expectativas en cuanto al destino a visitar, llevando a que las empresas garanticen altos niveles de calidad con mayor variedad de propuestas y que sirvan para el crecimiento en conjunto entre la tecnología y el turismo. La introducción de la tecnología en la industria del turismo actúa como un catalizador para una mejora significativa y crea un valor agregado para el viajero en términos de adquisición de información, comunicación y transporte; de modo que los costos se reducen y las ganancias se incrementan. Al maximizar la mano de obra, la conectividad agiliza los procesos organizacionales; por ello, el factor humano necesita estar bien formado para enfrentarse al mundo de las tecnologías emergentes; además, es un objetivo preservar la biodiversidad mientras se implementa tecnología en la industria del turismo. En cuanto a la integridad del turismo con respecto al medio ambiente, existen dos corrientes principales. Aquí, sin embargo, sólo

hablaremos de una de ellas, que consiste abogar por la conservación como un componente crucial para que los visitantes disfruten, se relajen y se conecten con la naturaleza. Tanto el sector público como el privado prestan mucha atención a la preservación de la biodiversidad y las tradiciones locales en muchas áreas turísticas, enfatizando en cómo estos factores se relacionan con el crecimiento de la industria turística. También optan por llevar a cabo sus negocios utilizando métodos respetuosos con el medio ambiente (Hernández, 2011).

Como se mencionó, la tecnología brinda muchas ventajas para los entes económicos, aumentando los requerimientos establecidos por los clientes al momento de programar sus viajes, de manera que las características ofrecidas estén ligadas estrechamente con lo requerido: creando un grado de satisfacción acorde con lo esperado por el servicio; permitiendo que el viaje sea agradable y con un aire de disfrute; persiguiendo a futuro la generación de mayores oportunidades de negocio. Otro punto clave es la incorporación de pagos en línea, con el fin de tramitar las reservas de forma más ágil y a costos mucho más asequibles. La tecnología móvil ha avanzado rápidamente en los últimos años, convirtiéndose en uno de los factores más importantes para mejorar la experiencia del viajero. Todos esos elementos o recursos extra que hacían más agradable un viaje han sido reemplazados por las funciones del teléfono inteligente y las aplicaciones móviles que se pueden descargar en él. Los turistas de hoy pueden encontrar estos elementos en una aplicación, como mapas, folletos informativos y guías de viaje impresas (Hernández, 2021).

La importancia de las aplicaciones móviles en el turismo

En un mundo globalizado donde la tecnología se ha vuelto un pilar en el desarrollo de cualquier actividad a realizar, el turismo se ha venido actualizando de manera agigantada, para cumplir con las necesidades que requiere el mercado. Es así como la experiencia al viajar ha evolucionado, no solo para turistas que desean planear sus vacaciones, sino para aquellos negocios que buscan ofrecer nuevas alternativas. De manera que hay gran variedad de aplicaciones móviles que ayudan a impulsar el turismo, posibilitando al cliente organizar todo antes de llegar a su destino final. La revolución que están provocando las aplicaciones móviles es incuestionable y está transformando todos los aspectos de la vida porque alteran no solo la forma en que los viajeros organizan sus viajes, sino también la constante evolución e innovación que se les aplica, a la vez que aseguran una mayor calidad, eficiencia y personalización en la forma en que los prestadores de servicios turísticos ofrecen sus bienes y/o servicios a los turistas (Hernández, 2021).

La llegada de las aplicaciones móviles y su interacción con el turismo se ve apreciado en la generación de nuevos productos y servicios que son ofrecidos por parte de las empresas, las cuales –de cierto modo– buscan implementar técnicas para dar a conocer sus propuestas de manera interactiva y de fácil comprensión para que los clientes perciban la información de forma clara y precisa, de acuerdo a sus requerimiento en la industria del turismo. Por ende, la practicidad y la innovación en la creación de aplicaciones móviles es de total requerimiento para atrapar al segmento del mercado al cual se desea llegar. Las aplicaciones le brindan al viajero toda la información que necesita para la preparación y organización del viaje, pero también tienen el poder de afectar las elecciones que hace en varias etapas del viaje. Debido al acceso inmediato del usuario a la información, no solo se puede compartir y registrar en tiempo real la experiencia del viajero, sino que también se pueden resolver rápidamente los problemas que puedan surgir (Vieira *et al.*, 2017).

El turismo ha crecido súbitamente con la generación de las nuevas tecnologías que se han desarrollado. Los viajeros piden una evolución en todo el proceso creativo, que vaya ligado a mejorar la calidad del servicio

prestado. De ahí que las empresas de viajes necesiten que las aplicaciones móviles sean de alta calidad y cuenten con una disposición en cuanto a funcionamiento. Por consiguiente, las agencias pueden contratar personal interno para el manejo de la comunicación entre usuarios y poder garantizar un lanzamiento que vaya acorde con los requerimientos del mercado. Por otro lado, la creación de soluciones digitales en este nuevo planeta exige que las personas estén a la vanguardia de las últimas tendencias en tecnología y, en esa medida, se requiere de un puente que enlace las propuestas digitales con lo que requiere el cliente potencial. La importancia de la tecnología, con las oportunidades y ventajas que genera son cada vez más claras para los destinos turísticos, así como para las empresas, organizaciones y proveedores de servicios que se encuentran allí. Por lo tanto, no considerar el marketing móvil y su promoción a través del uso de aplicaciones podría generar, por un lado, que estos destinos limitan su capacidad de conexión con nuevos segmentos de mercado (como, por ejemplo, la generación de jóvenes y adultos adeptos a la tecnología); y, por otro, carecer de una ventaja competitiva con la que diferenciarse en el mercado (Florida, 2016).

Diseño gráfico y aplicaciones móviles

Las aplicaciones móviles en la actualidad se han vuelto indispensables en la vida cotidiana, esto debido a las facilidades que brindan para acceder a las fuentes de información, agilizando el desarrollo de las actividades diarias y sirviendo como un instrumento de comunicación, todo ello gracias al apoyo de la Internet. Es así como el papel del diseño gráfico empieza a tomar un valor importante en la creación de estos instrumentos tecnológicos, debido a que al crear una propuesta que cuente con características óptimas, con un formato práctico y atractivo visualmente: se facilita la solución de problemáticas y la obtención de beneficios. De hecho, la composición implica las selecciones y relaciones entre tamaños, direcciones, texturas, colores, pesos y alineaciones, y cada uno de estos diversos componentes gráficos debe ajustarse dentro del contexto visual para que pueda transmitir el significado previsto e inconfundible a la audiencia. De acuerdo con el propósito que tiene cada componente en el diseño, a cada los que caracterizan una composición gráfica se le da un cierto peso e importancia. En general, en cualquier composición, los elementos del lado derecho tienen más peso visual y nos dan una sensación de progreso, mientras que los del lado izquierdo nos dan una sensación de ligereza (Novoa, 2015).

Por otra parte, la experiencia de usuario es un factor determinante, debido a que el público es quien se encarga de ver qué tan viable puede ser el funcionamiento de dichas aplicaciones móviles y juzgará cómo la implementación de un diseño correctamente eficaz cumple con los requerimientos que este tenga, de forma que garantice un grado de satisfacción acorde a lo deseado. Por consiguiente, cumplir con las expectativas de calidad y funcionamiento permitirá que se cree una conexión entre la App y su mercado objetivo. El enfoque del diseño centrado en la creación de este tipo de softwares móviles se debe centrar en generar innovación, basada en la experiencia de usuario y en las necesidades de las personas. El diseño gráfico ha evolucionado rápidamente con el desarrollo de la tecnología y la plétora de recursos tecnológicos; con la llegada de la Web estas herramientas tecnológicas se han vuelto cada vez más importantes a la hora de diseñar y se han ampliado sus capacidades como herramienta de comunicación. Hasta la creación de una forma visual, los diseñadores se esfuerzan por basar sus decisiones tanto como sea posible en información precisa y comprensible. Mediante el uso de un lenguaje sencillo, el diseñador debe fomentar un sentido de confianza entre él y el cliente (Novoa, 2015).

El proceso de diseño de una aplicación móvil debe contener cada uno de los aspectos que garanticen la interacción, dentro del mercado, para al cual fue creado. Se puede decir que la influencia del diseño en

la creación de Apps móviles es de tal importancia, debido a que la industria está en constante innovación y existe una ardua competencia desde la parte digital. En la actualidad, los dispositivos móviles tienen una presentación que necesita que el usuario comprenda e interactúe con el contenido que se muestra de manera fácil, lo cual facilita que la información se pueda obtener de forma natural. Para optimizar la experiencia del usuario en el sistema, este debe sentir que tiene un control total del producto y, a la vez, tener en cuenta el contexto; la estructura del sistema tiene que ser sencilla y sin accesos directos (Serrano y Palomeque, 2019).

Importancia del Diseño Editorial en la promoción del ecoturismo

La importancia del desarrollo de una pieza editorial yace en la necesidad latente de comunicar información con el fin de captar la atención de la sociedad. Este proceso de creación se puede efectuar en periodos de tiempo determinados, en donde se recopilan fuentes verídicas que buscan ser atractivas para el lector. Es así como este tipo de piezas pueden ayudar a promocionar diferentes temáticas; en el caso del ecoturismo, puede servir como medio para mostrar las opciones existentes para el mercado con relación a las maravillas que posee la naturaleza y su potencial para realizar un turismo ecológicamente sustentable con el medio ambiente. El objetivo del diseño editorial es crear un todo cohesivo entre el texto, la imagen y el diseño. Usando estos componentes, el diseñador puede expresar el mensaje de una manera que sea estéticamente agradable y funcionalmente efectiva. Este proceso de comunicación puede ser más efectivo en el trabajo editorial mediante el diseño, la composición y los elementos (Novoa, 2015).

El desarrollo de las piezas editoriales se encuentra en un proceso de constante cambio, debido al fenómeno globalización que enfrenta el mundo, donde la tecnología ha causado la reducción de los procesos de imprenta, para pasar a una fuente mucho más práctica, como la digital. Sin embargo, la elaboración de sus diseños se ha vuelto muy importante desde la parte de la creatividad y la innovación; con estos cambios, se desea seguir atrayendo a los consumidores, sin dejar de lado la necesidad que tiene el ser humano por informarse y aprender. La crisis económica ha afectado al mundo en los últimos tiempos, lo cual ha generado la fusión de la parte editorial con la tecnología; que se asocian, brinda todo tipo de información a la sociedad, ampliando las posibilidades de atraer a nuevo grupo objetivo.

Al crear un producto editorial se deben seguir todos los pasos del proceso de maquetación y maquetación, especialmente al proponer la cuadrícula, porque sirve como el esqueleto de toda la información y permite la creación de un gráfico visualmente atractivo que se adhiere al tono y la línea editorial. La calidad y el nivel de detalle que se puede incluir al ilustrar, depende de tener un buen material fotográfico al momento de crear la ilustración fotográfica (Fernández, 2017). No obviamos que el proceso de diseño de piezas editoriales de forma digital ha surgido durante la crisis económica, lo que ha ocasionado al mejoramiento de los cambios de hábitos por parte de los consumidores. En términos generales, se crea la necesidad de brindar una formación para promocionar y comunicar los contenidos, en donde la demanda fundada por los lectores y la importancia latente por crear propuestas atractivas cambien la manera de informar a la sociedad.

Promoción del Ecoturismo a través del Diseño Gráfico

Por medio de esta investigación se busca proponer una pieza editorial que sirva de instrumento para mostrar el desarrollo, características, funciones y demás servicios prestados por la aplicación de rutas ecoturísticas (Rutacol) y que sirva, a su vez, de incentivo para dar a conocer a los posibles usuarios sobre cada una de las alternativas que ofrece la mencionada App, con la intención de brindarles la oportunidad de explorar cada uno de sus pequeños lugares autóctonos y poco conocidos de nuestro país; todo esto con el fin de incentivar a que cada uno de los posibles usuarios visite y descubra aquellas zonas hermosas que posee nuestro territorio, y que generan un gran potencial turístico para cada una de las regiones o ciudades. Para los turistas que utilizan la información en cada etapa de su viaje en el escenario turístico actual, el uso de aplicaciones es una realidad. Se concluye que existe una tendencia creciente hacia el uso de la información durante los viajes a los destinos, lo que lleva a los promotores de dichos destinos a considerar crear sus propias aplicaciones o apoyar iniciativas como esta (Vieira *et al.*, 2017).

Así mismo, se desea estimular el turismo y la generación de recursos para los microempresarios, que se han visto afectados durante la crisis financiera que actualmente golpea al país, al brindar una nueva propuesta que atrape a los clientes tanto nacionales como extranjeros, para que descubran aquellos sitios que generan gran potencial turístico por medio de una aplicación que los invite a explorar el territorio; todo esto, por medio de rutas alternativas, en donde podrán tener un acercamiento a múltiples escenarios tanto culturales como naturales. De la misma manera, pensando en los microempresarios, ofreceremos la alternativa de suscripciones mensuales a bajo costo, con el fin de promocionar aquellas empresas que tiene gran atractivo, pero son desconocidas por la mayoría de las personas (López y López, 2018).

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han impulsado el turismo mundial con la adopción de modelos empresariales centrados en el Marketing por Internet. Para analizar cómo las Mi-Pyme (Micro, Pequeñas y Medianas empresas) turísticas colombianas utilizan estas tecnologías, se hace un estudio exploratorio y descriptivo acudiendo a fuentes primarias y secundarias permitiendo, a grosso modo, concluir que la mayoría no utilizan las TIC adecuadamente, aunque hay un entorno favorable con apoyo del Estado mediante políticas para el desarrollo del turismo y la masificación del Internet.

Esta propuesta se fundamenta en captar la atención de más clientes por medio de una propuesta editorial de la aplicación de rutas ecoturísticas (Rutacol), reflejando la identidad cultural de la marca a través de un impacto visual llamativo, que resalte por medio de la implementación de ilustraciones; implemente teorías de diseño; efectúe procesos de diagramación y composición digital; se utilicen métodos para verificar y generar un buen proceso de imprenta; se desarrolle un presupuesto que corrobore la viabilidad de esta propuesta; se utilicen cada uno de los elementos que componen una pieza editorial y todo ello fundamento en un proceso investigativo de carácter recopilatorio. Así, el diseño gráfico toma un papel vital en la creación de un concepto que atraiga a los consumidores, ayude a tener ideas claras sobre cómo un concepto que puede estimular el interés y el desarrollo estético del mismo.

De igual forma, muchas personas piensan que el diseño solo es un área que está conformada por la utilización básica de figuras, color o manejo de sistemas informáticos; de esta manera, va más encaminado a crear un impacto visual utilizando todos aquellos elementos que conforman o componen la imagen; en este caso es donde la percepción del observador juega un papel de vital importancia tanto para el diseñador, en lo que desea transmitir, como para la persona que desea obtener ciertas ideas de lo que desea observar. De esta manera, el significado de un diseño puede estar influenciado por factores como el color, la forma, el tamaño, la imagen y la ubicación de los elementos dentro de la composición. Estos elementos contribuyen a la comunicación efectiva del mensaje, atrayendo, motivando o generando interés en el público dirigido. Por lo tanto, es importante considerar estos factores para crear una buena comunicación a través del diseño (Bustos, 2012).

En la actualidad, el diseño gráfico se ha vuelto una tendencia necesaria para la creación de nuevas propuestas de negocio, ya que un buen concepto junto con un buen impacto visual, atraen al público. Por lo tanto, es indispensable que el diseño se involucre para tomar esas ideas poco claras que tenemos y se vean reflejadas a los clientes, de manera que expresen nuestra identidad cultural, más específicamente en lo relacionado con el desarrollo estructural de la aplicación para crear una nueva propuesta creativa. Así se lograrían nuevos valores simbólicos posmodernos, con la finalidad de sorprender y fomentar su uso. tengamos presente que término “diseño” se utilizará para describir el proceso de “concebir, programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos, típicamente textuales y visuales, con miras a realizar productos destinados a producir comunicaciones visuales”, y también se utilizará para describir los productos terminados que resultan de esa actividad. Diseñar implica preparación para lograr una meta determinada (Arfutch *et al.*, 2007)

Un diseño para lograr captar la atención del público debe ser llamativo sin dejar de lado la funcionalidad que este vaya a desempeñar, es decir, que debe estar fabricado usando los componentes que sean adecuados y una estructura que enmarque la imaginación del diseñador. La clave es desarrollar una propuesta creativa, que atraiga a nuestros clientes potenciales y desempeñe una función que le sirva a la sociedad.

El diseño de un producto puede provocar emociones de forma explícita, expresando afecto, implica, a través de su estética de uso, ese el fenómeno en el cual las personas perciben los diseños más atractivos como más fáciles de utilizar en comparación con aquellos diseños menos atractivos (Norman, 2004).

Dentro del diseño gráfico, existen elementos que son fundamentales para la conformación de un buen diseño, como se mencionó al inicio de este proyecto. Asignaturas como Diseño Editorial, Prerensa, Costos y Presupuestos, Gráficos Digitales – Diagramadores, Teoría del Diseño, Técnicas de Ilustración II y Trabajo de Grado I – Modelos de Invocación, cumplen un papel fundamental y necesario para poder desarrollar una buena propuesta creativa, por ende, deben considerarse aspectos sencillos y de funcionales, que sean fáciles de identificar por el segmento de mercado al que se desea llegar y que al mismo tiempo sea fácil de entender.

El poder de la identidad es uno de los medios más importantes que tiene una compañía para consolidarse y marcar la diferencia con respecto a la competencia. La identidad gráfica debe ser pensada cuidadosamente y considerar elementos como la filosofía, los valores, credibilidad y originalidad, los cuales la hacen única y forman parte de un plan de medios aplicado en promociones, estanterías e hipermedia. Es importante tener en cuenta que la selección de imágenes simbólicas puede ser delicada ya que su significado es universal y trasciende las barreras del lenguaje (Sánchez *et. al.*, 2016).

Un producto bien diseñado y con los componentes claros, satisface una necesidad y es visualmente atractivo para complacer al consumidor. Más allá de la estructura y su función, se desea crear un gran concepto visual, que atraiga al consumidor, a través de lo visual y funcional. Es claro que cuando un cliente desea adquirir un producto, el usuario elegirá seguramente al que encuentre más llamativo, el que cumpla sus necesidades y le genere una propuesta innovadora. Cuando la función principal del objeto es impactar de manera social, llama la atención tanto por su significado como por lo que representa, como es el caso de lo que se desea crear con este proyecto; del mismo modo, los autores Ambrose y Harris (2014) manifiestan que el diseño gráfico ha ido evolucionando y adaptándose a los cambios conforme se han ido implementando nuevas tecnologías con el objetivo de comunicarse con un público cada vez más automatizado. La incorporación de herramientas en el diseño gráfico ha dado lugar a la aparición de nuevas disciplinas que pueden dar un mayor significado a un proyecto gráfico. Estos elementos pueden ser una combinación de textos, sonidos, imágenes o videos, los cuales permiten que el usuario interactúe con ellos y facilitan la transmisión del mensaje.

El caso de Rutacol

El proyecto tiene como mercado objetivo directamente a mujeres y hombres entre los 18 y 40 años, ubicados en Colombia y de un estrato socioeconómico de medio a alto, con el propósito de presentarles un propuesta de rediseño de imagen corporativa de la aplicación Rutacol, que no solo les sirva como medio para captar la atención de dicho segmento, sino que también influya como instrumento para poder explorar opciones de lugares para visitar, descubrir, dar a conocer, impulsar y les deje un recuerdo sobre aquellos sitios mágicos que se pueden encontrar en Colombia. De esta manera genera el deseo de mostrar el potencial turístico que presenta nuestro país; todo esto, basado en los argumentos de Letona y Elene (2018, p. 51), quienes afirman que:

Los millennials son la generación viajera que más preocupación muestra por la sostenibilidad y la que está más dispuesta a pagar más por ofertas sostenibles. Buscan un turismo sostenible. Se le denomina así al tipo de turismo comprometido con ejercer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, pero que a su vez impacta más positivamente a las economías y negocios locales.

El impacto sociocultural del turismo analiza los cambios en la sociedad y en el modo de vida de los residentes en las áreas de recepción de turistas. Este cambio afecta a multitud de variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, relaciones familiares, estilos de vida colectivos, niveles de seguridad, conducta moral y política, expresiones creativas cultura tradicional, etc. (Picornell, 1993, p.75).

Por eso se hace necesario analizar el diseño de la aplicación, las necesidades de los posibles consumidores finales; mirar a quien le puede atraer o gustar; tomando toda esta información se pudo determinar a qué mercado será enfocada directamente nuestra propuesta de rediseño, para lograr atraer y ser competitivos con otros productos dentro del mercado y alcanzar nuestro principal objetivo. Los adultos entre los 18 a 40 años de edad son aquel segmento de mercado que está más involucrado con el tema de viajar, tienen mayor facilidad de poder explorar nuevos lugares e implementan el uso de aplicaciones móviles. Así se determinó que sería un segmento de mercado adecuado para poder ser usuarios de la nueva propuesta de rediseño a desarrollar, manteniendo presente el enfoque y una ardua responsabilidad de lo que se desea transmitir como diseñador gráfico.

El ser humano depende de la comunicación para informar, persuadir, y convencer a otros. En este sentido, la comunicación visual tiene un mayor impacto en comparación con la comunicación escrita y oral, ya que utiliza imágenes para transmitir el mensaje, lo cual permite superar las barreras del lenguaje. Al igual que los productos y servicios, la promoción del turismo y la cultura ha desarrollado mecanismos que ayudan a la sostenibilidad, la generación de empleo y la conservación y preservación del patrimonio (Sánchez *et. al*, 2016).

Se busca incentivar a las personas de 18 a 40 años mediante la creación de una propuesta de diseño editorial para la aplicación Rutacol, de forma que sean atraídas visualmente por los nuevos elementos propuestos y puedan disfrutar del objetivo central de la aplicación, que es explorar nuevas opciones de turismo dentro o fuera de su zona. Además de esto, se va a implementar en la propuesta a desarrollar un conocimiento de asignaturas como Diseño Editorial, Prerensa, Costos y Presupuestos, Graficadores Digitales – Diagramadores, Teoría del Diseño, Técnicas de Ilustración II y Trabajo de Grado I – Modelos de Innovación entre otros, para captar la atención de este segmento de mercado y aportar mucho en el diseño y la composición de la aplicación.

Consideramos que motivar el turismo regional favorece aquellos negocios que son poco conocidos por la comunidad, lo cual permite generar nuevas alternativas de visita para los usuarios y, al mismo tiempo, estimula la economía regional, desde un enfoque creativo y didáctico.

Destrezas como recorrer, reconocer, recordar y detectar lugares que llaman la atención de las personas al visitar, por el solo hecho de generarse una nueva experiencia, es la propuesta que se desea transmitir con esa App. Del mismo modo, un impacto visual novedoso hace que los consumidores se involucren más con la propuesta de Diseño. De nuevo, Letona y Elene (2018, p. 59) mencionan que:

El turismo ha sido uno de los sectores en los que la digitalización ha impactado en mayor grado. En el caso de los millennials, la tecnología forma parte de su vida y no conciben una experiencia de viaje sin internet y sin su teléfono móvil. Los jóvenes hacen las reservas online, comparten sus opiniones en redes sociales y son los mayores usuarios de las plataformas de economía colaborativa

En primera instancia, se argumenta la importancia que tiene el turismo a nivel regional y nacional, y como Colombia tiene ese potencial para ofrecer diversidad de alternativas para poder desarrollar un turismo que atraiga a más personas tanto locales como extranjeras, sin dejar de lado la protección ambiental que estas zonas requieren para su conservación (lo que involucra a la rama del ecoturismo). Por otra parte, se resalta la importancia que encuentran las PYMES el hacer crecer el ecoturismo regional, ya que un mundo en el que las multinacional están posicionadas, debe crear alternativas creativas para poder lograr sobresalir y llamar la atención de nuevos clientes.

Se considera que es necesario una herramienta que impulse el sector del ecoturismo, proponiendo alternativas que ayuden a mejorar la economía local y garantizando opciones para que la sociedad cree iniciativas en pro de mejorar la calidad de y mayores oportunidades socioeconómicas. Colombia tiene ese potencial ecoturístico de zonas vírgenes que aún son desconocidas incluso por los lugareños; algo que genera nuevas opciones o posibilidades que atraigan al turismo.

El segmento de mercado elegido para enfocar este proyecto (es decir, las personas de 18 a 40 años de edad) sienten un placer en conocer lugares que no han visitado en temas de ecoturismo y esto ofrece la posibilidad de que la propuesta planteada sea un instrumento de aprendizaje a nivel cultural e intelectual, que puede servir de inspiración para pasar buenos momentos, creando conciencia ecológica al momento de llegar a esos nuevos sitios que ofrece el país. A su vez, reiteramos que hay un sinnúmero de nuevas alternativas regionales, que fomentan la captación de nuevos visitantes, debido al llamativo sistema ecológico que posee este territorio.

Se señala la importancia de la implementación de la tecnología en el turismo para poder ser más competitivos en el mercado local, ya que contar con todas las herramientas electrónicas sirve para garantizar todo un proceso comunicativo y garantice la seguridad. El diseño es vital según las consideraciones obtenidas en este documento, ya que la manera en cómo te presentan o muestran una idea, nos brinda un atractivo visual y nos trasmite información fácil de captar. Por otra parte, se considera que, en términos de tecnología, las PYMES están en cierta desventaja frente a las multinacionales y un impulso en esta parte sería de vital importancia para el desarrollo –tanto regional, del sector y personal– de las personas que tienen sus negocios en pleno crecimiento.

Para la elaboración de este documento se tomaron referentes bibliográficos que fundamenten la temática a tratar, con relación al desarrollo de una propuesta de tipo editorial para la aplicación de rutas ecoturísticas (Rutacol). Entre los beneficios reiterados a lo largo de este escrito, tenemos: brindar a

los usuarios la alternativa de acceder a una nueva propuesta de diseño que brinde la posibilidad de dar a conocer la empresa en estudio ayuda a que las PYMES pueden promocionar sus pequeños negocios y posibilite a las personas tanto nacionales como extranjeras considerar nuevas propuestas gráficas en donde aprendan a conocer Colombia. Asimismo, gracias al tipo de metodología implementada y a las herramientas de recolección de información, se garantiza una recopilación acorde a todo el proceso investigativo, que compruebe la viabilidad de este proyecto ecoturístico en Colombia, siempre y cuando responda asertivamente en favor de poder utilizar la propuesta que se desea crear.

Conclusiones

Lo que este escrito constata es que el ecoturismo en Colombia puede generar un gran impacto en la economía y estimular al desarrollo de las PYMES. Brindándoles un impulso a estos pequeños negocios, en materia de tecnología e innovación, puede ayudar a su reconocimiento y a la mejora de la economía regional; de igual manera, se enfatizó en cómo Colombia tiene muchos lugares con este gran potencial turístico, y muchos desconocidos que hizo falta mencionar, que atraen innumerables clientes potenciales. Por otra parte, se considera que la tecnología y un buen diseño son necesarios para impulsar a las pequeñas y medianas empresas; todo esto de manera creativa, para generar atractivo turístico, lo cual genera una oportunidad para dar a conocer a las PYMES en el ámbito de turismo. Con la información suministrada se evidenció que existe una necesidad por encontrar nuevas alternativas de lugares turísticos, que tengan una buena calidad y buenos precios.

En conclusión, la alternativa planteada de crear una propuesta editorial que promocioe la aplicación móvil de rutas turísticas (Rutacol) sirve para generar un potencial atractivo para el segmento de mercado elegido y para brindar la utilización de los recursos visuales implementando el Diseño Gráfico; esto se constató en todo el proceso metodológico y de recolección de información, a través de las fuentes bibliográficas que en este documento se plasman; con esto, además de generarse los beneficios tan reiterados en este escrito, es de considerar que sea una propuesta innovadora e interesante para el cliente el tener la opción de ver alternativas seguras y atractiva de carácter ecoturístico por medio rutas confiables, con el fin de mejorar la economía personal y regional en Colombia.

Referencias

- Aguilera, M., Bernal, C. y Quintero, P. (2006). Documentos de Trabajo sobre Economía Regional. Banco de la República.
- Ambrose, G. y Harris, P. (2014). *Fundamentos del diseño gráfico*. Parramón.
- Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 82, 157-171. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/7b6eb921-47ce-4448-86d4-65a3695b9c26/content>
- Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma M. (2007). *El Diseño y Comunicación*. Paidós, 1ra. Edición.
- Arias, G. (1999). El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. https://www.researchgate.net/publication/27288131_El_Proyecto_de_Investigacion_Guia_para_su_Elaboracion
- Barrios, Á. (2011) Ecoturismo y Sostenibilidad: Una revisión bibliográfica. [Trabajo de grado]. Universidad Pablo de Olavide. <https://docplayer.es/64754501-Ecoturismo-y-sostenibilidad-una-revision-bibliografica.html>
- Bustos, G. (2012). *Teorías del Diseño Gráfico*. Red Tercer Milenio. https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_del_disenio_grafico.pdf
- Cárdenas, J. (2009). Estrategias de planeación y marketing para el ecoturismo en Colombia. [Trabajo de grado]. Universidad Nacional de Colombia
- Ceballos, L. (1991). The potential of ecotourism. *The potential of ecotourism*, 2(1), 107-110.
- Fernández, M. y Martínez, T. (2017). Diseño editorial ilustrado referente de la fauna del Parque Nacional Cotopaxi. [Trabajo de grado]. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/4367>
- Florido, L. (2016). Las aplicaciones móviles contribuyen a mejorar los niveles de satisfacción del pasajero. 5(2), 122-148. <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/106>
- García, M. y Vargas, L. (2016). *Visión estratégica del turismo en el Paisaje Cultural Cafetero*. Universidad La Gran Colombia, seccional Armenia. https://www.ugc.edu.co/sede/armenia/files/editorial/vision_estrategica_de_turismo_pcc.pdf
- Hernández, J. (2011). *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales*. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/16122>
- Hernández, S. J. (2021). El turismo en la era digital: las aplicaciones móviles como herramienta de innovación.
- Khovanova, K. (2012). Importancia de las rutas culturales del Consejo de Europa para el desarrollo del turismo europeo y de una cultura diplomática. *Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo*, 18, 34-47. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/publi/Cuadernos_19_num/cuaderno18.pdf
- Letona, C. y Elene, A. (2018). Jóvenes: nuevos hábitos de consumo. *Innovación & Emprendimiento*, 47 - 61.

- López, A. y López, S. (2018). Impacto de las TIC en el Turismo: Caso Colombiano. *Cuadernos de turismo*, 41. Universidad de Murcia. <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327081>
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(784). <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204>
- Martínez, V. (2020). *Planificación colaborativa del Turismo Local y de naturaleza en épocas de crisis*. Universidad de Salamanca, 209-230. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7804044>
- Molina, C. (2011). Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 4(10). https://econpapers.repec.org/article/ervturdes/y_3a2011_3ai_3a10_3a32.htm
- Montoya, Y. y Peña, D. (2016). *Turismo en Colombia ¿Es el turismo una alternativa real para enfrentar el déficit externo?* *Ploutos*, 6(2), 48-55. <https://journal.universidatean.edu.co/index.php/plou/article/view/1585/1518>
- Norman, D. (2004). *Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things*. New Basic Books. https://www.researchgate.net/publication/224927652_Emotional_Design_Why_We_Love_or_Hate_Everyday_Things
- Novoa, E. (2015). Propuesta de material gráfico para implementar el turismo cultural en la ciudad de Cayambe. [Trabajo de grado]. Universidad Tecnológica Israel. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/670/1/UISRAEL-EC-DIS-378.242-102.PDF>
- Picornell, C. (1993). Los impactos del Turismo. *Papers de Turisme*, 11, 65-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2201703>
- Rivera, M. (2012). Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable. Universidad de Córdoba. <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/14889>
- Sabino, C. (1986). *El proceso de Investigación*. Panapo
- Sánchez, E., Barroso, C. y Pérez, A. (2016). Vinculación del Diseño Gráfico en el sector turístico. Congreso Internacional de Investigación e Innovación. <http://www.congresoucec.com.mx/documentos/mem2016/ponencias.html>
- Serrano, J. y Palomeque, P. (2019). Diseño gráfico de una aplicación móvil que aporte al desarrollo turístico del Cantón Azogues. Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9060>
- Tamayo, M. (1981). *El Proceso de la Investigación Científica*. Limusa
- Troncoso, B. (1999). Turismo sostenible y ecoturismo. IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería y Turismo (CONEHOTU). <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/Ecoturismo/TSE.pdf>
- Vieira, A., Mendes, L. y Barbosa, A. (2017). Evaluación de la información de una aplicación turística: un análisis realizado por profesionales del turismo sobre la e-Guía Find Natal (Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, 6(4), 884-904. https://www.researchgate.net/publication/320169577_Evaluacion_de_la_informacion_de_una_aplicacion_turistica_Un_analisis_realizado_por_profesionales_del_turismo_sobre_la_e-Guia_Find_Natal_Brasil