UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO

"APLICACIÓN MÓVIL PARA FOMENTAR EL TURISMO DEL CANTÓN 24 DE MAYO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ"

AUTORA

COBEÑA MENÉNDEZ JOSCELINE LIZBETH

TUTORA

LCDA. VANESSA TERESA SANTOS MOREIRA

JIPIJAPA – MANABÍ – ECUADOR

2021

Lic. Vanessa Teresa Santos Moreira

Docente de la Carrera de Turismo de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

CERTIFICA:

Que el presente proyecto de investigación titulado "**APLICACIÓN MÓVIL PARA FOMENTAR EL TURISMO DEL CANTÓN 24 DE MAYO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ**", ha sido revisado en varias sesiones de trabajo encontrándose listo para su presentación y recepción de sugerencias (de existir) por parte del tribunal de revisión. El proyecto fue elaborado por la Srta. Josceline Lizbeth Cobeña Menéndez

Lcda. Vanessa Teresa Santos Moreira
C.I. 1309895405
DOCENTE TUTOR

CERTIFICAMOS

Que el presente Proyecto de investigación titulado **"APLICACIÓN MÓVIL PARA FOMENTAR EL TURISMO DEL CANTÓN 24 DE MAYO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ",** cuenta con todas las correcciones y sugerencias emitidas por los miembros de tribunal de la carrera de Turismo, motivo por el cual la Srta. **COBEÑA MENÉNDEZ JOSCELINE LIZBETH** es aprobado.

Ing. Boris Miguel López Vera
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Romina Stephania Sáenz Véliz
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcdo. Juan Gabriel Rosero Alcivar
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien firma mediante el presente JOSCELINE LIZBETH COBEÑA MENÉNDEZ, con documento de identidad No 135181147-4, universitaria de la Carrera de Turismo en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, expongo en forma libre y voluntaria ser la autora intelectual del proyecto de titulación con el tema "APLICACIÓN MÓVIL PARA FOMENTAR EL TURISMO DEL CANTÓN 24 DE MAYO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ", dicho trabajo fue realizado en base de fuentes fidedignas, recopilación de datos bibliográficos y consultas web.

Por tal motivo afirmo y asumo que el trabajo presentado y la información vertida en el mismo posee originalidad fundamentada en base a fuentes bibliográficas relacionadas con el tema y contenido expuesto.

Josselin Cobeña M.

Egda. Josceline Lizbeth Cobeña Menéndez
C.I. 135181147-4

DEDICATORIA

Este logro es para mi madre porque ha sido un pilar fundamental y motor de mi vida, puesto que con su cariño y apoyo permanente me han alentado a seguir siempre adelante. A mis hermanos que son mi luz y mi guía, a la par con mis demás familiares que con su infinita confianza me han hecho creer más en mí misma.

Josceline Lizbeth Cobeña Menéndez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios principal actor de nuestras vidas y guiar mi camino día a día permitiéndome haber llegado hasta este momento formación profesional.

A mi familia por todo el apoyo incondicional que he recibido durante esta etapa universitaria.

De manera especial a mis profesores/as que me han direccionado de la mejor manera siendo ese soporte incondicional, para que sea posible culminar con éxito este proyecto, junto con mis compañeros cercanos mediante su apoyo hicieron de esta experiencia, una de las más maravillosas en mi crecimiento como profesional.

Gracias de todo corazón.

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC'S) se han dado a conocer como una herramienta de gran importancia para el turista actual, puesto que facilitan el acceso de información de los diferentes destinos turísticos desde cualquier lugar que la persona se encuentre. Las TIC'S han representado un gran avance para las empresas, ofreciendo sus servicios al público de una manera más didáctica y en el caso del turismo, entregando experiencia a sus clientes.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turista actual está habituado a las redes sociales y pasa conectado casi la mayoría de tiempo, por lo que es importante que los destinos y las empresas turísticas, no solo tengan presencia en Internet, sino que ofrezcan experiencias únicas a sus usuarios que permitan la interacción dentro de la plataforma. Esto ha generado que los viajeros se informen sobre los diferentes destinos a visitar, que coordinen directamente su itinerario, brindando seguridad y confianza previa al inicio de su recorrido (OMT, 2018).

Como se puede analizar la inserción de herramientas tecnológicas es habitual a nivel mundial. Por consiguiente, el estado ecuatoriano también se ha hecho parte de esta línea. En 2016 se lanza al mercado una app llamada Discover Ecuador & more que se dedica a promocionar servicios y sitios turísticos. El Ministerio de Turismo a través del Aesfot están impulsando el progreso del software nacional como táctica para dinamizar y potenciar el sector turístico como lo indica (Tafur, et al., 2018).

Debido al avance a nivel de país, el cantón 24 de Mayo también debería adaptarse con la globalización tecnológica, porque se evidencia que las grandes audiencias usan medios tecnológicos para conocer distintos lugares antes de visitarlo. Es por aquello, que la innovación de vías de promoción del cantón es importante y el mismo no cuenta con una aplicación móvil donde se visualice los diferentes atractivos, productos y servicios que se puede encontrar en el cantón y que les permita planificar su recorrido con anticipación.

La herramienta móvil se puede encontrar todos los atractivos que 24 de Mayo con mapas, sugerencias de rutas más rápidas, información del sitio, horarios, precios, hospedaje, transporte, entre más opciones. Las mismas que permitiría la visita tanto de turistas nacionales como extranjeros brindando información confiable y actualizada.

RESUMEN

Las tendencias actuales a nivel global se encuentran encaminada a la innovación tecnológica en todos los sectores debido a que son potentes generadores de ingresos. Por tal, el sector turístico también se ha adaptado a este camino innovador que ha tenido resultados llamativos a escalas internacionales, nacionales y locales. Evidenciando diferentes estudios que proponen el diseño de herramientas tecnológicas porque contraen beneficios tanto sociales como económicos y el efecto que genera la actualización y uso de dichas plataformas se procede a analizar el diseño de una app móvil con el fin de promocionar, conocer, potenciar los diferentes atractivos naturales y culturales del cantón 24 de mayo ubicado en la provincia de Manabí. Lo que permitirá obtener beneficios para el desarrollo del turismo, y de tal manera el crecimiento económico de la población. Para poder conocer la validación pragmática se ha aplicado la metodología descriptiva explicativa y bibliográfica. También se evidencia el aporte positivo de la aplicación donde la creación de un medio digital para impulsar el turismo en el cantón es significativa. Por otro lado, se presencia características negativas como: la falta de adaptación a las nuevas formas de promoción y bajo impulso de los recursos y atractivos turísticos. Finalmente se analiza los diferentes problemas que conlleva a realizar la respectiva propuesta que abarca el diseño de la app, que permitirá encontrar información actualizada y dinámica y, a su vez dar a conocer a los dueños o dirigentes de los atractivos consolidados los beneficios e importancia de las opciones tecnológicas.

PALABRAS CLAVE: Aplicación móvil**,** promoción turística, turismo.

ABSTRACT

Current global trends are aimed to technological innovation in all sectors because they are powerful income generators. Therefore, the tourism sector has also adapted to this innovative path that has had striking results at international, national, and local scales. Evidence of different studies that propose the design of technological tools because they contract both social and economic benefits and the effect generated by the update and use of said platforms. We proceed to analyze the design of a mobile app to promote, learn about, and enhance the different natural and cultural attractions of the canton 24 de mayo located in the province of Manabí. What will allow to obtain benefits for the development of tourism, and in such a way the economic growth of the population. To know the pragmatic validation, the descriptive explanatory and bibliographic methodology has been applied. The positive contribution of the application is also evident, where the creation of a digital medium to promote tourism in the canton is significant. On the other hand, there are negative characteristics such as: the lack of adaptation to the new forms of promotion and the low impulse of tourist resources and attractions. Finally, the different problems involved in making the respective proposal that encompasses the design of the app is analyzed, which will allow to find updated and dynamic information and, in turn, make the owners or leaders of the consolidated attractions aware of the benefits and importance of technology options.

KEY WORDS: Mobile application, tourism promotion, tourism

ÍNDICE

DEDICATORIA I
AGRADECIMIENTO II
INTRODUCCIÓN III
RESUMEN IV
ABSTRACT V
ÍNDICE VI
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS IX
I.TITULO DEL PROYECTO 1
II. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN 2
I. 2.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA 2
II. 2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. 3
III. 2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA. 3
III. OBJETIVOS 4
IV. 3.1. OBJETIVO GENERAL: 4
V. 3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS: 4
IV. JUSTIFICACIÓN 5
V. MARCO TEÓRICO 6
VI. 5.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS 6
VII. ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL CANTÓN 24 DE MAYO 8
5.1.1. Localización geográfica 8
5.2.1. Climatología 9
5.2.2. Impacto y niveles de contaminación en el entorno ambiental 10
Recurso 11
Impacto 11
Actividad 11

Nivel De Afectación 11
Agua 11
Antrópica 11
Alta 11
Suelo 11
Agrícola 11
Media 11
Aire 11
Contaminación por quema 11
Agrícola 11
Media 11
5.2.3. Ecosistemas para servicios ambientales 11
5.2.4. Amenazas antrópicas 11
5.2.5. Análisis demográfico 12
5.2.6. Actividades económicas 12
5.2.7. Movilidad 13
5.2.8. Oferta Turística 13
5.2.9 Análisis de la situación actual del cantón 24 de mayo 15
5.2.10. Análisis de Observación en sus destinos turísticos 16
5.2.11. Recursos culturales 19
5.2.12. Gastronomía típica del cantón 24 de mayo 20
5.2.13. Planta turística 21
5.1.1. Marketing en el turismo 22
5.1.2. Marketing digital 22
5.1.3. Marketing digital en los destinos turísticos 23

5.1.4. El marketing digital y las Tic’s 24
5.1.5. Aplicación móvil 25
5.1.6. Antecedentes históricos en el campo de App móviles 27
5.1.7. Aplicaciones móviles en el ámbito turístico 27
5.1.8. Sistemas Operativos Móviles 28
VI. METODOLOGÍA 29
VIII. 6.1. VARIABLES Y PARÁMETROS 30
IX. 6.2. POBLACIÓN Y MUESTRA 30
6.2.1. Población 31
6.2.2. Muestra 31
6.2.3. Recursos 32
6.2.4. Recursos Materiales 32
VII. PRESUPUESTO 33
VIII. ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LOS RESULTADOS 35
IX. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 44
CONCLUSIONES 45
RECOMENDACIONES 46
X. PROPUESTA 47
X. 10.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA 47
XI. 10.2. OBJETIVOS 47
10.2.1. Objetivo General 47
10.2.2. Objetivos Específicos 47
XII. 10.3. JUSTIFICACIÓN 47
XIII. 10.4. CONTENIDO DE LA PROPUESTA 48
10.4.1. Actividades por Objetivos 48
XIV. 10.5. CRONOGRAMA 58

XV. 10.6. PRESUPUESTO 59

BIBLIOGRAFÍA 60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estaciones Meteorológicas del INAMHI asentadas en la zona del cantón 24 de Mayo 10

Tabla 2. Descripción de información climática del cantón 24 de Mayo**Error! Bookmark not defined.**

Tabla 3. Matriz para descripción de impactos y nivel de contaminación en el entorno ambiental. 11

Tabla 4. Principales servicios ambientales que proporcionan los ecosistemas 11

Tabla 5. Matriz para descripción de amenazas naturales y antrópicas..... 12

Tabla 6. Población del Cantón 24 de Mayo..... 12

Tabla 7. Lugares Con Oferta Turística Del Cantón 14

Tabla 8. Manifestaciones culturales, Cantón 24 de Mayo..... 14

Tabla 9. Variable y parámetros..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabla 10. Presupuesto para la implementación de una app móvil 33

Tabla 11. Presupuesto para la app móvil dentro de un año. 34

ÌNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Cascada Paila Mocha, Fuente Google Seacrh 16

Imagen 2. Cascada la Planchada; Fuente. Google Search 17

Imagen 3. Cerro la Silla; Fuente, Google Search 18

Imagen 4. Pozo El Azufrado; Fuente, Google Search 18

Imagen 5. Cueva de los Vergeles, fuente, Google Search 19

Imagen 6. La cruz del cerro "La Gloria"; Fuente Google Search**Error! Bookmark not defined.**

Imagen 7. Iglesia San Ignacio de Loyola; fuente, Google Search 20

Imagen 8. Parque Central Sucre; Fuente, Google Search 20

Imagen 9. Gastronomía del cantón 24 de Mayo, Fuente: Google Search 21

Imagen 10. Módulos que forman parte del sistema 51

Imagen 11. Página búsqueda de tipos de lugares; 51

Imagen 12. Formulario de ingreso/edición de tipos de lugares 52

Imagen 13. Link retorno 52

Imagen 14. Formulario de ingreso/edición de lugares 53

Imagen 15.módulo de actividades 54

Imagen 16. Formulario de ingreso/edición de actividades 55

Imagen 17. Módulos del sistema móvil 56

Imagen 18. Pantalla inicial del sistema 56

ÌNDICE DE GRÀFICOS

Gráfico 1. Conocimiento de aplicaciones móviles en Ecuador 35

Gráfico 2. Contenido de visualizaciòn en la aplicación móvil 36

Gráfico 3. Uso de aplicaciones móviles para promocionar destinos 37

Gráfico 4. Atractivos turísticos 38

Gráfico 5. Consideración de una aplicacion móvil en el ámbito turístico 39

Gráfico 6. Consideración de 24 Mayo como turístico 39

Gráfico 7. Apreciación de la aplicación móvil a los turistas 40

I. TITULO DEL PROYECTO

APLICACIÓN MÓVIL PARA FOMENTAR EL TURISMO DEL CANTÓN 24 DE MAYO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ

II. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En la provincia de Manabí preexisten numerosos atractivos turísticos que resaltan, así como también se encuentran muchos que no son renombrados y por ende no son aprovechados para potenciarlos turísticamente.

Debido a los problemas que presenta el cantón y la escaza actualización de herramientas apegadas a la actualidad que permitan resaltar los diferentes lugares turísticos, es necesario analizar el entorno de la localidad para poder determinar los desaciertos; por consiguiente, se han encontrado falencias como: falta de promoción, adaptación de medios, acceso a información detallada, etc. Los mismo que al ser resueltos se verán útiles porque serán destinadas a la inspiración de encontrar lo destinos del cantón y así se podrá a percibir un contenido muy explícito que ayudará a las personas fijar puntos con una ruta rápida y obteniendo una orientación de los lugares de mayor afluencia turística que le ayude al turista planificar su recorrido con anticipación.

24 de Mayo es un cantón que cuenta con recursos turísticos muy productivos con los que podría surgir en la actividad turística, pero su economía se centra especialmente en la agricultura y ganadería, es por este motivo, hasta la actualidad no se ha presentado ningún tipo de estrategia de promoción con lo cual se dé a conocer los sitios turísticos del cantón. Pese a contar con tanta variedad de recursos turísticos, se encuentra carencia de promoción y por ende se necesita realizar una estrategia que permita a los futuros visitantes tener una idea más clara de lo que el lugar tiene para ofrecer, es por este motivo, que se propone la utilización de herramientas tecnológicas que incluyan todos los recursos turísticos y así la comunidad se pueda beneficiar y a su vez mencionado sector sean reconocido a nivel local y nacional.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿De qué manera se fomentaría el turismo del cantón 24 de Mayo?

2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

1. ¿Cuál es la influencia de la aplicación móvil en la promoción turística del cantón?
2. ¿Cuáles son los recursos y atractivos turísticos relevantes para incluir en la página web?
3. ¿De qué manera la aplicación móvil mejoraría el servicio de información turística?

III. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL:

Proponer el diseño de una aplicación móvil capaz de dar a conocer y promocionar el cantón 24 de mayo.

3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- Analizar de qué forma las aplicaciones móviles ayudarían a promover el turismo.
- Identificar los recursos y atractivos turísticos que podrían ir en la aplicación
- Proponer una aplicación móvil para mejorar el servicio de información turística en el cantón 24 de Mayo.

IV. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo proponer un diseño de aplicación móvil que sirva como herramienta para fomentar el turismo del Canto 24 de Mayo localizado en la provincia de Manabí, con la finalidad de dar a conocer los atractivos con los que cuenta el destino y así generar mayores visitas por parte de los turistas. La importancia de este trabajo radica entonces en el impacto turístico que puede tener a futuro, dando a conocer estos espacios de una manera más dinámica con una información precisa, ya que el turista moderno busca información antes de viajar a un destino (Buhalis & Law, 2008).

El propósito de esta propuesta es proporcionar una información rápida de los diferentes destinos turísticos, este tipo de aplicaciones a turistas o visitantes del sector permitiría que más personas sientan el deseo de visitar 24 de Mayo, y si a eso le sumamos que miles de personas disponen en la actualidad dispositivos móviles con sistema operativo Android más la conexión gratuita a internet y esto podría impulsar el turismo del cantón generando mayores ingresos económicos que beneficiarían la economía del cantón.

De esta manera se puede determinar que esta investigación conlleva en la propuesta de un diseño e implementación de una aplicación turística en el cantón 24 de Mayo ya que sería de gran factibilidad y así brindar un mejor servicio a los turistas y como hoy en día se cuenta con las facilidades tecnológicas y de conexión a internet por tal motivo podrían tener en sus dispositivos móviles una aplicación con la guía turística que les muestre información de los diferentes lugares turísticos.

V. MARCO TEÓRICO

5.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La evolución de la tecnología se ha dado en todos los aspectos del desarrollo del ser humano, el sector del turismo ha sido una de las primeras en usar mencionados avances. Por consiguiente, se estudia paulatinamente el impacto debido a que nuevos mecanismos se actualizan con el paso del tiempo, el mismo que contraen múltiples beneficios económicos como lo menciona (Carrera & Vega, 2017).

De acuerdo a Celdrán (2018) en su investigación: "**Open data y turismo. Implicaciones para la gestión turística en ciudades y destinos turísticos inteligentes**" realizado en la Universidad de Alicante, el cual tiene como objetivo analizar la aplicación de open data en el ámbito del turismo de modo que este sea innovador y mejore la experiencia turística. Para ello se profundizo en la conceptualización de Open data y su implicación en la gestión del turismo, además de conocer sí se está aplicando en la actualidad, de modo que permita proponer recomendaciones que mejoren su uso. La metodología que se utilizó es la revisión bibliográfica, en conjunto con el análisis de los portales de datos abiertos en turismo de la red española de ciudades inteligentes (RECI).

Los resultados de la investigación constataron que efectivamente el uso de la tecnología en los destinos, lo convierte en un ecosistema innovador, en el cual los actores públicos y privados compiten y al mismo tiempo trabajan en conjunto para mejorar el lugar y la experiencia del turista, mediante aplicaciones móviles. No obstante, la aplicación del mismo, se encuentra en fase de desarrollo. Es así que, de las 81 ciudades involucradas en la RECI, 32 tienen portales de datos, de los cuales 20 brindan información turística. De tal modo se concluye que se necesitan medidas de apoyo para fusionar el turismo y open data, ya sea por el diseño de estrategias de open data enmarcadas en las características de las ciudades, creación de recursos sistemáticos que permita la catalogación de datos turísticos o por medio de la promoción de incursionar datos en turismo.

El segundo tema analizado es **"Desarrollo de una aplicación móvil y una guía para potenciar la matriz productiva económica en el GAD del cantón Puerto López**" realizado por

Murillo y Pilligua (2019), este tiene como objetivo desarrollar una guía turística a través de una aplicación móvil con el fin de fortalecer la economía del lugar de estudio. Para ello se recopiló información, se diseñó la aplicación móvil con atractivos e información relevante del cantón y se potenció el destino turístico mediante el uso de las Tic`s. La metodología utilizada fue histórica – lógica, análisis – síntesis, bibliográfico y de campo, en este último método se aplicó la técnica de encuestas y entrevistas a turistas, prestadores de servicio turístico y el centro de información turística y facilitación de turistas.

Los resultados que se obtuvieron de la investigación evidencian que el 76% de turistas no conoce los atractivos turísticos del cantón, de modo que el 74% no recibió ningún tipo de publicidad de los servicios, es así que es importante incrementar la promoción del destino, utilizando plataformas digitales, de modo que mejore su experiencia. Es así que el 98% de prestadores de servicios turísticos consideran que la aplicación móvil es la solución a dicha problemática, impactando positivamente a la matriz económica del cantón. Bajo este contexto se desarrolló la guía, mediante la plataforma Unity, misma que tuvo acogida y cumplió con las necesidades de los usuarios.

El tercer estudio realizado por Salazar, et al. (2020) en Riobamba con el tema "**Turismo y nuevas tecnologías: aplicación móvil para promover el turismo gastronómico"** tiene la finalidad de analizar la situación y el uso de las nuevas tecnologías en la difusión de información gastronómica, de tal modo se diseñó una aplicación móvil, con énfasis en guía gastronómica y desde la perspectiva promocional, en la cual los prestadores de servicio gastronómico pueden ofertar sus negocios a un costo menor que la promoción convencional. La metodología utilizada es de campo, aplicada y deductiva.

Los resultados del estudio evidencian que en Riobamba existen la gastronomía ancestral, tradicional, típica y popular, siendo la más relevante la comida tradicional y típica. En base aquello se analizaron los establecimientos y se determinaron ocho platillos considerados relevantes para la guía. Para el diseño de la App se consideró el sistema operativo android studio, ya que es dinámico, versátil y más utilizado. La aplicación móvil se denominó "Mikuna" y tuvo el 99% de aceptación por parte de los actores públicos del GAD de Riobamba.

Finalmente, la investigación presentada por Merino et al. (2020), con el tema "**Planificación del desarrollo de una aplicación móvil para fomentar el turismo para Bayushig perteneciente al cantón Penipe de la provincia de Chimborazo"**. Tiene como objetivo planificar el desarrollo de una aplicación móvil para promocionar nacional e internacional el destino, para ello se utilizó la metodología métrica V3, dividida en cuatro fases: planificar un plan de información, estudio de viabilidad, analizar el sistema de información y diseñar el sistema de información.

Los resultados constatan que planificar y fomentar el desarrollo de aplicaciones móviles para difundir y promocionar la gastronomía es una opción oportuna del destino, especialmente cuando este tiene enfoque diferente, como lo es la realidad virtual aumentada, misma que motiva al turista trasladarse al lugar o adquirir un producto. De tal modo se concluye que promover el turismo a través de herramientas digitales es una forma idónea de tener mayor alcance y mejorar la experiencia turística. Por consiguiente, se puede evidenciar estudios que apuntan a la adaptación de herramientas digitales como puente de publicidad para que las personas tengan un medio actualizado donde se pueda tener información sobre el turismo. Por tal, se apega significativamente a la propuesta de crear una app que permita impulsar el turismo y lo que ofrece 24 de mayo de forma más creativa y con una audiencia más amplia debido a la globalización de las opciones digitales y la existencia de estudios similares de otros rincones de Manabí como es Puerto López.

ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL CANTÓN 24 DE MAYO

5.1.1. Localización geográfica

La ciudad de 24 de Mayo, geográficamente ubicada en el corazón de la provincia de Manabí, es una zona de una fuerte tradición histórica y religiosa. Con una población urbana de 6.603 habitantes y una población rural significativamente dispersa de 25.981 habitantes (datos de proyección del INEC para el año 2010), se encuentra a no más de 50 minutos de la ciudad de Portoviejo, todo el trayecto es una sucesión continua de los plantíos propios de la zona, entre los que destacan el arroz, el maní, el café y el maíz, donde desde muy temprano se observa a las personas trabajando. A pesar de las carencias y las necesidades básicas insatisfechas que indican los estudios, especialmente en el área rural, la ciudad se observa urbanísticamente organizada, con

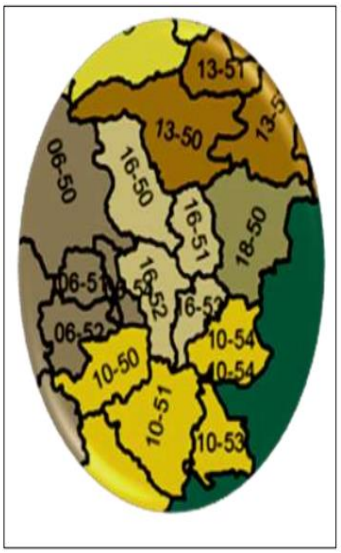
un buen nivel de infraestructura en la vivienda en los aledaños de ciudad se observan casas de materiales más rústicos - y satisfacción de requerimientos básicos. Una ciudad esencialmente campesina, punto de confluencia de las áreas rurales más alejadas, en donde la actividad comercial del sábado y domingo es relevante. Se concentran en la ciudad los servicios básicos otorgados por el Municipio, el área de salud, educación, policía, comunicaciones y un buen nivel de transporte hacia Portoviejo, Manta y zonas más alejadas. (Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) , 2014)

Figura 1

Ubicación del cantón 24 de mayo

Límites:	Cantón
Norte:	Santa Ana
Sur:	Paján
Este:	Santa Ana y Olmedo
Oeste:	Jipijapa

Límites	Parroquias
Norte:	Urbana: Santa Ana
Sur:	Urbana: Paján Rural: Campozano y Lascano
Este:	Urbana: Santa Ana y Urbana: Olmedo
Oeste:	Urbana: Jipijapa y Rural: La Unión



Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT), 2014

5.2.1. Climatología

El clima que presenta 24 de Mayo es cálido con una excelente riqueza ambiental, tiene dos estaciones marcadas que son: invierno y verano. En el periodo invernal es el más caluroso, y se debe al aumento de temperatura influenciado por la corriente cálida del Niño, la misma que corre desde el Istmo de Panamá hacia las costas ecuatorianas, a una velocidad de 0.3 nudos, fluctúa entre 25º y 30º de temperatura, esto permite la evaporización de la parroquia acuosa que da paso a la formación de la estación lluviosa, Por otra parte, la estación de verano comienza a partir de junio hasta diciembre. Mientras tanto la corriente de Humboldt afecta a la parroquia, comprendida entre el cerro de Paján, el Océano Pacifico, los cantones de Pichincha, Manta, y la parte sur del cantón Sucre hasta el Cabo Pasado constituyéndose así una superficie que se caracteriza por su sequedad.

En estos lugares el invierno es corto y en cientos años apenas llueve con frecuencia de dos a tres veces, por lo que este se desarrolla y culmina rápidamente.

En el territorio de la zona que confluyen los cantones Olmedo, Santa Ana y 24 de mayo, el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología INAMHI tiene las siguientes estaciones que controlan las variaciones de temperatura y precipitaciones, en el territorio. (PDOT, 2014)

Tabla 1

Estaciones Meteorológicas en el cantón 24 de Mayo

Código	Nombre Estación	Tipo	Provincia	Latitud	Longitud	Estado
M1258	Casa Lagarto	PV	Manabí	1G 12′ 43″ S	80G 21′ 27″ W	Activa
M1208	La Teodomira	CP	Manabí	1G 9′ 51″ S	80G 23′ 24″ W	Activa
M0295	Banchal (Cuenca Exp.)	CP	Manabí	1G 38′ 1″ S	80G 29′ 36″ W	Activa
M0166	Olmedo-Manabí	AU, CO	Manabí	1G 23′ 44″ S	80G 12′ 21″ W	Activa

Nota: la tabla 1 identifica las diferentes estaciones meteorológicas que se encuentran asentadas en el cantón 24 de mayo adaptada del PDOT (2014).

Tabla 2

Descripción climática del cantón 24 de mayo

Variable	Descripción
Precipitación	Oscilan entre 700 a 1800 mm
Temperatura	15º C promedio bajo, 25º C permanente, y 35º C promedio alto.
Pisos climáticos	Se encuentra entre el subtropical seco y tropical húmedo
Humedad	La humedad relativa de 25º C promedio por año

Nota: la tabla 2 identifica las principales características del clima en el cantón 24 de mayo adaptada del PDOT (2014).

5.2.2. Impacto y niveles de contaminación en el entorno ambiental

En esta sección se describen los principales impactos ambientales presentes en el cantón que han generado este impacto.

Tabla 3

Nivel de contaminación en el entorno ambiental

Recurso	Impacto	Actividad	Nivel De Afectación
Agua	Contaminación por aguas Servidas	Antrópica	Alta
Suelo	Contaminación por mal manejo de Plaguicidas	Agrícola	Media
Aire	Contaminación por quema	Agrícola	Media

Nota: esta matriz describe los problemas más comunes que afectan el entorno ambiental en el cantón 24 de mayo, adaptado del PDOT (2014).

5.2.3. Ecosistemas para servicios ambientales

Esta sección muestra aquellos ecosistemas que puedan brindar potencialmente servicios ambientales a la población dentro del territorio, con especial énfasis en: protección de fuentes de agua, protección forestal, bioconocimiento, biotecnología, cambio climático, turismo, soberanía alimentaria, protección ecosistemas frágiles, entre otras.

Tabla 4

Servicios ambientales que proporcionan los ecosistemas

Servicios de Soporte	**Servicio de provisión**	**Servicios de regulación del ecosistema**	**Servicios culturales**
Biodiversidad	Alimento	Regulación de emisiones	Belleza escénica
Ciclo de nutrientes	Materias Primas	Regulación del clima	Recreación
Formación de suelo	Recursos Genéticos	Prevención de disturbios	Información cultural y artística
Producción primaria	Recursos Medicinales	Regulación de agua	Información espiritual e histórica
Polinización	Recursos Ornamentales	Provisión de agua	Ciencia y educación
Control Biológico		Tratamiento de desechos	

Nota: la tabla 5 describe los ecosistemas que pueden brindar servicios dentro del cantón 24 de mayo, adaptado del PDOT (2014)

5.2.4. Amenazas antrópicas

Las amenazas antrópicas más significativas son llas fuentes naturales de agua que presentan contaminación con agroquímicos; descarga de aguas servidas al suelo y ríos, disposición y quema de basura a cielo abierto, materia orgánica en descomposición, contaminación por desechos orgánicos generados de la actividad de la crianza de animales domésticos.

Tabla 5

Amenazas naturales y antrópicas

Amenazas Naturales	Ubicación	Ocurrencia
Volcánica	Ninguna	
Terremoto		
Sequía	Zonas bajas	Alta
Helada		
Amenazas Antrópicas		
Quema		
Tala		
Caza		
Erosión		
Contaminación		

Nota: la tabla 6 indica las principales amenazas naturales y antrópicas dentro del cantón 24 de mayo, adaptado del PDOT (2014).

5.2.5. Análisis demográfico

Según datos publicados por el Instituto Nacional de Censos y Estadísticas – INEC correspondientes al Censo 2010, se establece que el cantón de 24 de mayo tiene una población de 28.846 habitantes, detallado en la siguiente tabla:

Tabla 6

Población del Cantón 24 de Mayo

Cantón 24 de mayo		
Categoría	**Población**	**Porcentaje**
Hombre	14.901	51,66 %
Mujer	13.945	48,34 %
Total	28.846	100 %

Nota: la tabla 7 muestra datos tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC – 2010.

5.2.6. Actividades económicas

El cantón 24 de Mayo es un centro de producción cafetalera y agropecuaria, ecológica, con seguridad y soberanía alimentaria. Tambien se destaca por los siguientes aspectos: consenso micro regional, procesos agroindustriales, sostenibilidad, artesania y ecoturismo.Con el paso de los años ha logrado una significativa connotación turística, gracias a su rica y variada flora y fauna.

Finalmente el cantón 24 de Mayo es un lugar de profundas riquezas naturales y turísticas, que son consideradas como atractivos para los visitantes. La principal actividad se basa en la producción de yuca, y sus derivados; sin dejar de destacar a los pozos de agua y cascadas

medicinales; siendo un pueblo que mantiene sus costumbres debido a practicas como: velorios a santos, bailes populares, entre otros de acuerdo con la (OTM, 2020).

5.2.7. Movilidad

El transporte en el cantón 24 de Mayo es terrestre pero con diferentes opciones entre cooperativas de transporte públicos:

1. Cooperativa de Transporte 24 De Mayo, Independiente (buses)
2. Cooperativa de Taxis: “15 de Febrero”.
3. Cooperativas de camionetas: San Ignacio del Oyola.

Dichas cooperativas mencionadas con anterioridad son un pilar fundamental para el cantón y fuente de los pobladores y visitantes para su movilización logrando llegar a su destino destacando el servicio que prestan las cooperativas o empresas de camionetas. Mencionadas están al alcance de todos y se los pueden solicitar mediante una llamada telefónica para gozar de sus servicios de transporte.

5.2.8. Oferta Turística

El cantón 24 de Mayo posee una gran variedad de atractivos tanto naturales como culturales que están presentes en el lugar donde expertos e investigadores han visitado el cantón para sus distintas observaciones de sus habitantes. Además de poseer un ambiente y paisajes óptimos para la relajación y visita de turistas.

Mediante el transcurrir de los años está logrando una significativa importancia en lo que es turismo su gastronomía es variada, por otro lado, también es un centro de producción cafetalera, agropecuaria, ecológicamente limpia, con seguridad y soberanía alimentaria. Su principal actividad la basa en la producción de sembríos y es donde se produce el café biológico (Plan de Ordenamiento Territorial , 2014).

Tabla 7

Atractivos Naturales del cantón 24 de mayo

N.º	Atractivos Naturales	Actividades
1	Cerro "La Silla". Parroquia Sucre.	Festival Anual de Parapentismo.
2	Cascada "La Planchada" Parroquia Sucre	Bañismo, Caminata, Observación de Flora,
3	Cascada "Paila Mocha". Parroquia Sucre	Fotografía Gastronomía, Bañismo, Caminata, Observación de Flora,
4	Pozos azufrados	Fotografía, Bañismo, Paisajismo, Turismo de Salud.
5	Cueva los Vergeles	Cultura, Fotografía, recreación, caminatas
6	La cruz "Cerro la Gloria ".	Fotografía, caminata y recreación
7	Parque central	Fotografía, Recreación, Caminata.
8	Iglesia San Ignacio del Oyola	Festividades de la virgen de la Merced, bautismo, novenas y misas

Nota: Los datos de la tabla 8 indica cuales son los principales lugares con oferta turística del cantón 24 de mayo datos proporcionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado GAD.

Tabla 8

Atractivos culturales del cantón 24 de mayo

N.º	Atractivos Naturales	Actividades
Expresiones orales	Amorfinos	Las realiza todo el cantón
	Cuentos.	
Gastronomía	Caldo de Gallina criolla	En todas las cabeceras parroquiales, en sitios turísticos se expenden estos platos típicos especialmente los fines de semana.
	Viche	
	Seco de gallina criolla	
	Sal prieta	
	Maní quebrado	
	Bola de maní	
	Corviche	
	Bollo	
	Greñoso	
	Muchines	
	Empanas de yuca Tortilla de maíz	
	Sancocho de sangre	
Fiestas populares	Desfiles cívicos	21 de septiembre
	Fiestas patronales de Sucre en honor a San Ignacio de Loyola Parroquia Sucre.	30 y 31 de julio.
	Santa Rosa y San Ramón	29 y 30 de agosto
	San Pedro y San Pablo	29 y 30 de Julio

Nota: esta tabla 9 indica cuales son los principales lugares de manifestación cultural con oferta turística del cantón 24 de mayo.

5.2.9 Análisis de la situación actual del cantón 24 de mayo

El cantón actualmente está atravesando una crítica situación debido a la aparición del Covid-19 , antes de la pandemia de manera general, se lograron avances muy significativos pero hoy en día debido a este virus se aumenta el riesgo de agravio por el COVID-19 que afecta mayormente personas con una edad entre 40 -64 y, por consecuencia también se ve afectada la economía del cantón porque afecta directamente al rendimiento de los emprendedores y economía en general sin importar el tamaño.

Por otro lado, el turismo en el cantón es de gran importancia no solo para sus habitantes sino para la provincia de Manabí y el país. Debido a esto y a través de la adaptación tecnológica se puede dinamizar la economía local y de tal manera dar a conocer los diferentes atractivos existentes con una correcta publicidad para que llegue ampliar el potencial brindando información más específica, actualizada, animada y eficiente con el objeto de que el turista tenga una grata experiencia

Con lo mencionado aportará a la reactivación económica del cantón porque tendrá nuevos enfoques utilizados en otros lugares contado con excelentes resultados porque mediante la promoción de los diferentes puntos con atractivos turísticos dará cabida a nuevas ideas de resaltar la cultura y experiencia dentro del cantón permitiéndolos ofrecer productos propios aprovechando el ingenio y eficacia del habitante veinticuatro mayense

5.2.9.1. Atractivos turísticos

El Cantón 24 de mayo tiene potencial en el ecoturismo teniendo varias características como: clima cálido con una excelente riqueza ambiental, entorno de bosque seco premontano en la parroquia Sucre y bosque seco tropical en las parroquias Noboa, Bellavista y Sixto Duran Ballén. En general, el paisaje típico del cantón está conformado por la presencia de árboles dispersos de laurel, guachapelí, pacheco, tagua, cedro, samán, palo de balsa, caña guadua, entre otros , mismo que cuenta con áreas rurales y fauna donde es común encontrar animales nativos como el guatuso, guanta, armadillo, perdis, tigrillo, zaino, gallina guinea, ardilla, pato, entre los más importantes, la avifauna también existen pericos, loros, guacharacas, caciques, pájaros carpinteros, valdivias, tórtolas mencionado en el PDOT (2014).

El cantón cuenta con un espacio de tranquilidad, contacto con la naturaleza y un lugar donde se puede respirar aire puro, además cuenta con festividades y gastronomía que muestran la identidad de este; brindando un poco de su cultura a los visitantes del lugar. Este mismo en la actualidad no cuenta con ningún tipo de promoción turística a nivel nacional ni extranjera, por lo que la mayoría de las turistas que llegan hasta los distintos atractivos turísticos del cantón son oriundos de zonas y cantones aledaños del sector. Cuentan con vías de acceso en buen estado para desplazarse con tranquilidad, además el l turismo que mayormente se realiza es el de naturaleza porque el turista camina por unos minutos hasta llegar a los distintos recursos naturales que ofrece el cantón.

5.2.10. Análisis de Observación en sus destinos turísticos

Este cantón cuenta con ciertos recursos naturales los cuales están conformados por: cerros, cuevas y cascadas el cual se detallan a continuación:

5.2.10.1. Cascada Paila Mocha

Esta cascada se ubica a 40 minutos de la cabecera cantonal sucre, a su entrada hay un recorrido aproximadamente de 30 minutos en la cual mediante dicho recorrido se logra apreciar la diversidad de la flora y fauna por otra parte esta cascada cuenta con una altura de casi 20 metros y una gran profundidad esta misma cuenta con aguas cristalinas y es un paradisiaco lugar para disfrutar en compañía de la familia y amigos las principales actividades Descenso en la cascada, Observación de flora y fauna, Caminatas, Bañismo, Gastronomía, Cultura, Fotografía.

Imagen 1.
Cascada Paila Mocha,

***Fuente**: Diario del Ecuador*

5.2.10.2. Cascada la planchada

Se encuentra ubicada a solo 15 minutos de la cabecera cantonal, esto si se dirigen en medios de transporte ya que a pie aproximadamente se llegaría al lugar en 30 minutos; también posee una altura de 10 metros. Es un lugar totalmente tranquilo, sus aguas cuentan con propiedades medicinales donde sus habitantes aseguran que aquí se encuentra un yacimiento de azufre, además de que se puede degustar de su exquisita gastronomía criolla. La atención en el lugar es brindada por las familias locales que se han organizado desde hace algunos años, quienes dan la debida atención a los turistas que visitan este atractivo natural del cantón

Imagen 2.
Cascada la Planchada

Fuente: Turismo Ecuador

5.2.10.3. Cerro La silla

El "Cerro La Silla" se asienta la cordillera centro- norte del cantón 24 de Mayo, tiene unos 510 metros de altura, y se lo puede visibilizar cuando se viene viajando por la vía Lodana – Sucre y desde la Colon-Portoviejo. Para llegar a este destino se realiza un recorrido en el sector de Miraflores con un tiempo de 90 minutos o también se puede ir por Anona y este dura 30 min en su recorrido, siendo este uno un atractivo en cual se puede realizar caída de parapente, fogatas, caminatas y camping. Muchos de los centros son atendidos `por oriundos de las distintas comunidades de este cantón y es considerado ceremonial prehispánico del asentamiento "Manteño" que existió en el sector de El Pueblito.

Imagen 3
Cerro la Silla

Fuente: Fotografía propia

5.2.10.4. Pozo el azufrado

Este se lo localiza en la comuna de la planchada, las aguas de este pozo contienen minerales de azufre y es popular porque contiene propiedades curativas, son subterráneas y su color es verde cremoso. Peculiarmente contiene una nata espesa por las mañanas y se encuentra en el cauce de un río, sobre una placa de roca llana, en tiempos de lluvia esta poza desaparece bajo las aguas del rio; en las orillas del río se valoran poca cantidad de vegetación.

Imagen 4
Pozo "El Azufrado"

Fuente: Fotografía propia

5.2.10.5. La Cueva de los Vergeles

Este atractivo cuenta con paredes llenas de estalactitas siendo este el rasgo principal del atractivo turístico, se lo ubica a 45 minutos de la cabecera cantonal Sucre y, mediante el trayecto se logra disfrutar el hermoso paisaje natural. Para el recorrido los comuneros se ofrecen como guías y, las mujeres del sector brindan placenteros platos elaborados en hornos de leña.

Imagen 5
Cueva de los Vergeles

Fuente: fotografía propia

5.2.10.6. La cruz del cerro "La Gloria"

Este es uno de los atractivos más llamativos del cantón por su leyenda antigua, la cual cambia de color blanco a negro debido que la cuida un espíritu; esta es contada por diferentes pobladores del cantón, aproximadamente tiene una creación de 20 años y se la logra ver desde un muy lejos. Un dato curioso es que hace 3 años aproximadamente se modificó su estructura pretendiendo llamar la atención a sus espectadores.

Imagen 6
La cruz del cerro "La Gloria"

Fuente: GAD de 24 de Mayo

5.2.11. Recursos culturales

5.2.11.1. Iglesia San Ignacio de Loyola

Ubicada en el centro de la cabecera cantonal de 24 de Mayo, específicamente en la parroquia Sucre. Esta iglesia ha sido reestructurada con un estilo más moderno, porque el pasar del tiempo la ha deteriorado. Es una parroquia llevada por la compañía de Jesús, que busca hacer realidad su misión de promover la fe en dios acatando las leyes religiosas logrando que los pobladores de las distintas comunidades del cantón mantengan su creencia en el señor Jesús.

Imagen 7
Iglesia San Ignacio de Loyola

Fuente: El diario

5.2.11.1. Parque central de Sucre

El cantón 24 de Mayo consta con dos parque, uno de ellos es el parque de las madres y teniendo como principal el parque central, el cual está conformado por áreas verdes que contiene en su parte céntrica; una glorieta que es disfrutada por los visitantes para tomarse fotografías donde los fines de semana es el punto clave de encuentro para los jóvenes porque es punto de referencia para luego partir a los distintos lugares de diversión nocturna.

Imagen 8
Parque Central Sucre

Fuente: GAD de 24 de Mayo

5.2.12. Gastronomía típica del cantón 24 de mayo

Los platos típicos del cantón se fundamentan en mariscos como lo son: los ceviches, el famoso curtido con maní, caldo de gallina criolla hecho a leña, bollos de pescado y cerdo, corviches de pescado, empanadas de verdes, tortillas, seco de gallina criolla, tonga y el inigualable greñoso que se lo prepara con maíz, maní, carne de pollo o de chancho, o ambos a la vez. Todos

estos deliciosos platos son preparados por las bellas mujeres de las distintas comunidades que con su sazón único deleitan el paladar del turista.

Imagen 9
Gastronomía del cantón 24 de Mayo

5.2.13. Planta turística

5.2.13.1. Alojamiento

En respecto al alojamiento el cantón se puede describir que no cuenta con un alto número alojamiento, logrando 3 lugares que cuentan con permisos adecuados de funcionamiento y brindan hospedaje y servicios complementarios para el disfrute de la estadía del huésped.
Establecimientos de alojamiento del cantón 24 de Mayo:

Tabla 9
Alojamiento del cantón 24 de mayo

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Total Habitaciones
Cuna y casa	Alojamiento	Hotel	2 estrellas	15
24 de Mayo	Alojamiento	Hospedaje	1 estrella	15
Vuelta Larga	Alojamiento	Hospedaje	1 estrella	12

Nota: descripción de las entidades de alojamiento que se encuentran en el cantón 24 de mayo

El hospedaje es una clave fundamental para un destino turístico porque es lugar donde el turista logra descansar y recargar energía para consecutivamente retomar las diferentes actividades que ofrece el destino que este visite. A la gente le encanta pasar un buen rato con la familia y amigos mientras exploran varios lugares turísticos, y es por esto, lo que cómodos hoteles e instalaciones de alojamiento desempeñan un papel importante en la popularización de cualquier destino turístico.

5.1.1. Marketing en el turismo

El marketing es la ciencia que trata del conjunto de relaciones de intercambios entre la empresa, los mercados y el cliente, así como de los elementos y entornos que la viabilizan y condicionan para llevarlas a cabo y optimizarlas rentablemente (Oñate, 1997).

Según Kloter (2011), en la actualidad no se debe entender el marketing en el viejo sentido de lograr una venta (comunicar y vender), sino bajo el razonamiento de satisfacer las necesidades del cliente. Si el profesional de marketing comprende las necesidades del consumidor, desarrolla productos y servicios que proporcionan un valor superior para el cliente, fija precios, distribuye y comunica dichos productos y servicios de forma eficaz, venderá estos productos mejor al consumidor.

El marketing turístico es por tanto marketing de servicios. Entonces, podríamos preguntarnos ¿Por qué es necesario desarrollar un marketing específico para los servicios? y más concretamente ¿Por qué es necesario desarrollar un marketing específico para los servicios turísticos? La respuesta se fundamenta en que el marketing se ha desarrollado fundamentalmente para las relaciones de intercambio de bienes físicos donde es más fácil fijar un precio, desarrollar el producto, promocionarlo y distribuirlo. Por su parte, son las propias características de los servicios las que dificultan el desarrollo de las diferentes estrategias de marketing y de la aplicación de los instrumentos fundamentales del marketing a los servicios y concretamente a los servicios turísticos como indica (Beltran, 2014).

Bajo este contexto, se entiende que el turismo es la industria de mayor crecimiento en el mundo, que promueve un cambio de mentalidad en la sociedad donde busca la riqueza cultural de los distintos sitios turísticos, conservando el medio esencial para la promoción adecuada de los destinos. En este sentido el sector turístico está vinculado al uso de herramientas tecnológicas y digitales que promueven la difusión de los destinos, mediante redes sociales, pantallas táctiles y dispositivos móviles.

5.1.2. Marketing digital

El Marketing Digital o Marketing Online es el conjunto de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado. Philip Kotler es considerado el padre del Marketing, y lo define como "El proceso social a partir del cual las personas y grupos de personas satisfacen deseos y necesidades con la creación, oferta y libre negociación de productos y servicios de valor con otros" (Pecanha, 2019).

Muxica (2010) indica que el marketing digital comenzó con la creación de páginas web, como canal de promoción de productos o servicios, pero con el avance tecnológico y las nuevas herramientas disponibles, sobre todo para gestionar y analizar datos recolectados de los consumidores, el Marketing digital ha tomado nuevas dimensiones, convirtiéndose en una herramienta indispensable para las empresas actuales.

Las reglas de juego del mercado cambian rápidamente y lo digital lo está cambiando todo, hasta la manera que el marketing se desarrolla en las empresas (Flores, 2012). Ya no se trata sólo de la tecnología, sino también y sobre todo de los cambios en esas nuevas tecnologías están provocando que el universo digital se extiende en la sociedad y genera nuevos estilos de vida y nuevos hábitos de consumo. El principal cambio de este nuevo mundo digital es que podemos estar conectados en todo momento y en cualquier lugar y en ese nuevo mundo emerge y se desarrolla imparablemente el llamado "marketing digital" que va ocupando su lugar en las estrategias empresariales introduciendo nuevos conceptos y retos. (Andrade, 2016)

A partir de lo mencionado por los autores se define que el uso del marketing digital a través de las nuevas herramientas conlleva a lograr mayor alcance de personas y son rentables, siempre y cuando se planifique una estrategia digital, enfocada en las necesidades y perfil de los clientes, de tal forma la difusión sea efectiva.

5.1.3. Marketing digital en los destinos turísticos

Los destinos son amalgamas de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los consumidores tradicionalmente se los considera zonas geográficas delimitadas o definidas, sin

embargo, se reconoce cada vez más que los destinos pueden ser interpretados de manera subjetiva por los viajeros o consumidores dependiendo dicha interpretación del itinerario de viaje, propósito de la visita o experiencias esperadas. A menudo los destinos están artificialmente divididos por cuestionamientos geográficos o políticos sin tomar en cuenta las preferencias de los turistas o las funciones de la industria turística (Lituma, 2017).

En los últimos años, la eficacia de las técnicas de comunicación tradicionales ha ido disminuyendo y los profesionales del mercadeo han usado las prácticas más creativas para atraer a los consumidores. Una de esas nuevas herramientas de marketing es los advergames móvil, que son vistos como un vehículo de comunicación de marketing atractivo (Palacio, 2014).

Gran parte de las actividades empresariales que se desarrollan hoy en día en el mundo se realizan por medio de redes digitales que conectan a los individuos y a las empresas. Internet, una inmensa red pública de sistemas informáticos, conecta a usuarios de todo tipo y de todas partes del mundo entre sí en un almacén de información sorprendentemente grande. La red ha cambiado fundamentalmente el concepto que tienen los clientes de comodidad, rapidez, precio, información sobre productos y servicios. En consecuencia, ha establecido nuevas formas de crear valor para los clientes y construir relaciones con ellos (Kloter, 2011).

Los destinos turísticos están estrechamente vinculados con el marketing digital, ya que es la forma más rápida y ágil de promocionar el lugar, es así que deben adaptarse a las tendencias e invertir en la promoción digital, ya que esto permitirá tener mayor alcance de potenciales clientes, gestionar proveedores, analizar los cambios en el mercado, comunicar información relevante del destino, mejorar la reputación, interactuar con los turistas y sobre todo dar mayor confianza al momento de viajar.

5.1.4. El marketing digital y las Tic’s

La necesidad de desarrollo organizacional ha llevado a las empresas a repensar sus negocios, y a buscar la forma de rediseñarse en muchos aspectos para enfrentar la competencia y sostenerse en el mercado. El rápido crecimiento de las organizaciones se acompaña con la ampliación de su

estructura funcional, sumado al incremento de volumen en sus actividades. En la medida en que cambian las situaciones, las empresas se transforman para asimilar con prontitud, los nuevos retos. El marketing digital, hoy en día, una alternativa importante para el desenvolvimiento de las ventas. Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los últimos años se han desarrollado rápidamente en el mundo y el Ecuador en el contexto comunicacional de manera contundente; es importante destacar que logró una amplia difusión y accesibilidad de información de los diferentes espacios especialmente en las empresas que aplican hoy por hoy el marketing digital. (Prada, 2016)

Usar las TIC, con la finalidad de estimular al cliente para que posea una conducta de compra, dependiendo que gustos y preferencias que tenga, la empresa como tal emplea técnicas de marketing para que el producto o servicio llegue a manos del consumidor; por lo tanto, se busca la mejor manera de satisfacer las necesidades de la sociedad: amas de casa, estudiantes, profesionales, entre otros; denominados consumidores, con el objetivo de incrementar ventas, cartera de clientes y satisfacer una necesidad o deseo, utilizando medios tecnológico como lo mencionado por Ospina (2016).

A partir de lo mencionado por los autores el marketing digital y las Tic, están directamente relacionadas, ya que a partir del planteamiento de estrategias de valor se puede sacar provecho uno del otro. En este sentido las empresas utilizan dichas herramientas para mejorar la relación entre proveedores y clientes, y al mismo tiempo optimizar la imagen de su marca, productos y servicios.

5.1.5. Aplicación móvil

Una APP es una herramienta diseñada para desarrollar una función específica en una plataforma concreta: móvil, tablet, tv, pc, entre otros. El término se deriva de la palabra en inglés application, lo que significa Aplicación (App), se puede descargar o acceder a las aplicaciones desde un teléfono o desde algún otro aparato móvil (Casteña, 2015).

Según Benbourahla (2012) la telefonía móvil está cambiando la sociedad actual de una forma tan significativa como lo ha hecho el Internet. Esta revolución no ha hecho más que empezar, los nuevos terminales ofrecen unas capacidades similares a un ordenador personal, lo que permite que puedan ser utilizados para leer nuestro correo o navegar por Internet. Pero a diferencia de un

ordenador, un teléfono móvil siempre está en el bolsillo del usuario. Esto permite un nuevo abanico de aplicaciones mucho más cercanas del usuario. De hecho, muchos autores coinciden en que el nuevo ordenador personal del siglo veintiuno será un terminal móvil.

Las tecnologías móviles y su continuo avance están propiciando una nueva generación de aplicaciones, estas son las denominadas "aplicaciones móviles". Se considera aplicación móvil, a aquel software desarrollado para dispositivos móviles. Móvil se refiere a poder acceder desde cualquier lugar y momento a los datos, las aplicaciones y los dispositivos. Este tipo de aplicaciones se desarrollan teniendo en cuenta las limitaciones de los propios dispositivos, como por ejemplo el bajo poder de cómputo, la escasa capacidad de almacenamiento, ancho de banda limitado, etc. Los dispositivos móviles son suficientemente livianos como para ser transportados por personas y disponen de la capacidad de batería adecuada para funcionar de forma autónoma. Estos dispositivos están dominados por diferentes plataformas tecnológicas, incluyendo diferentes sistemas operativos, cada uno tiene sus particularidades en cuanto al manejo por parte del usuario, como así también al momento de desarrollar una aplicación. Los sistemas operativos para móviles son mucho más simples que los de una computadora y están más orientados a la conectividad inalámbrica (Enrriquez, 2013)**.**

Las apps muestran información completa y geolocalizada de todos los recursos del destino y además se permite al usuario crear sus propias rutas, agregando aquellos puntos de interés a su calendario, planificando las visitas en función de las distancias entre los puntos o el tiempo que estime pueda emplear en cada lugar (Torres, 2019)**.**

Las características principales que debe tener una Aplicación móvil para dar a conocer un destino debe cumplir lo siguiente: velocidad, sitio atractivo, optimización en el buscador, manejo fácil, relación gráfica de interés del usuario, contenido de valor e innovador, interacción y chatbot. Una vez analizada la teoría tratada en el marco teórico, se busca diseñar una herramienta, que se base en las nuevas tecnologías de información, como una aplicación móvil para promocionar y dar a conocer los atractivos que se encuentran en el cantón 24 de Mayo, tomando en cuenta las tendencias de mercadeo, las preferencias y el perfil del turista actual al momento de elegir el destino como su próxima visita.

5.1.6. Antecedentes históricos en el campo de App móviles

En la última década, el uso de la telefonía móvil ha tenido un creciente auge; la disminución de los costos en los equipos y la evolución de las tecnologías móviles han permitido aumentar el número de usuarios y las velocidades de transferencia de información, garantizando la penetración en el mercado con un promedio de 103 líneas telefónicas por cada 100 habitantes. (UIT, 2012)

La aparición de las primeras aplicaciones móviles tenía como razón principal poder organizar el trabajo de ejecutivos y profesionales. Agendas, calculadoras, bloc de notas, editores de texto, hojas de cálculo, contactos, email, etc. Sin embargo, con el paso del tiempo, el sector del entretenimiento fue tomando protagonismo. El teléfono móvil había dejado de ser un aparato con el que hacer y recibir llamadas y mensajes de texto para transformarse es una potente máquina, equiparable a un ordenador, con la que poder llevar a cabo casi cualquier tarea diaria (Gasca, et al., 2014).

Según Gasca, et al. (2014) la telefonía móvil da valor agregado ya que tiene una alta penetración en el mercado y un grado de aceptación alto por parte de los usuarios, es el poder ofrecer servicios alternos a los canales de voz. (p.1)

Bajo este contexto, con el paso del tiempo las aplicaciones mòviles han tomado un giro en el mundo digital, ya que a partir de la innovaciòn y desarrollo de nuevos telèfonos mòviles, que tienen mayor capacidad de almanamiento, funciones y sobre todo igualarse a un computador, beneficia a los usuarios y es màs accesible acceder a sitios web, redes sociales y realizar cualquier tarea.

5.1.7. Aplicaciones móviles en el ámbito turístico

Los dispositivos móviles se han convertido en un elemento imprescindible en nuestra vida. Este hecho no puede pasar desapercibido por las marcas y los participantes del negocio empresarial, que ven una gran oportunidad para dirigirse a los consumidores, cumpliéndose así

una de las máximas del marketing, en el que estos participantes deben estar donde están los consumidores. En este nuevo concepto de negocio destaca la oferta de destinos turísticos, cuyas características son idóneas para ser tratado en este ámbito. Además, existe una diversidad de grupos sociales que navegan a través de las aplicaciones móviles, entre ellos las personas discapacitadas. Para que una persona discapacitada pueda acceder a los contenidos disponibles en este tipo de plataformas desde un dispositivo móvil, éste tiene que ser accesible (Sanchez, 2017).

5.1.8. Sistemas Operativos Móviles

Un Sistema Operativo (SO) es el software básico de una computadora que provee una interfaz entre el resto de los programas del computador, los dispositivos hardware y el usuario. Las funciones básicas del Sistema Operativo son administrar los recursos de la máquina, coordinar el hardware y organizar archivos y directorios en dispositivos de almacenamiento. Un Smartphone, es un teléfono inteligente que tiene más funcionalidades que un teléfono celular común. Posee características similares a la de un sistema operativo, por lo cual son vulnerables a los virus o a los ataques al mismo sistema operativo tal como sucede con un computador normal. Entre las características de un Smartphone, se encuentra el soporte de correo electrónico, cuenta con GPS, permiten la instalación de programas de terceros como apps o apks, utiliza cualquier interfaz para el ingreso de datos, como por ejemplo teclado QWERTY y pantalla táctil y permiten ingresar a Internet, entre otras (Jipping, 2007).

VI. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo se utilizó la metodología descriptiva, explicativa y bibliográfica, de acuerdo con Sampieri (1998) la investigación descriptiva permite detallar situaciones y eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. El mismo que ayudó a conocer aspectos influyentes del cantón y permitió tener un panorama del potencial de los diferentes destinos de forma sostenible que conlleve a generar una actividad económica como lo señala el objetivo específico 1.

En esta misma línea, la recolección de datos se elaboró a través de un modelo de encuestas a partir del objetivo de investigación y los principales hallazgos de la parte bibliográfica. El resultado de dicha metodología busca elaborar un análisis del mercado real que visita el destino, el cual explica las variables que se deben tener en cuenta para conocer el perfil del turista con el fin de identificar aquellos elementos que influyen en la demanda como: intereses, motivación de viaje, ingresos, transportes, entre otra. Por lo tanto, es considerada como un instrumento de investigación descriptiva.

Por otro lado, la investigación explicativa su interés se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o porque se relacionan dos o más variables (Hernandez, 2006) . Por consiguiente, permite evidenciar la relación causal entre la aplicación móvil y el turismo.

Finalmente se concluye con el enfoque bibliográfico a este lo define, Szczpankis (1978) manifiesta que investigadores que utilizan el método bibliográfico de forma general , parten de la aplicación explícita o implícita de una serie de procedimientos, el analista debe vislumbrar a la perfección para hacer comprender al lector de forma lógica. Dicho método fue aplicado al diseño de información del marco teórico donde se analiza la importancia y la forma en que las apps móviles generan efectos significativos el sector de estudio, respondiendo al objetivo 3; para poder tener un enfoque claro del objetivo general y llevar a cabo la propuesta de acuerdo al desarrollo de todos los aspectos de la investigación.

Para la revisión de material documental se procedió a buscar información en diferentes libros y documentos que reposan en bibliotecas digital, páginas web y fuentes concretas sobre el cantón. Estudios realizados por entidades públicas relacionados con el turismo. (Ministerio de Turismo de Ecuador) OMT, OMS, datos que tengan que ver con estudio de la demanda turística del cantón 24 de mayo, artículos publicados en navegadores de bases de datos científicos de contenido confiable acerca del tema.

6.1. VARIABLES Y PARÁMETROS

El desarrollo de las siguientes variables se va a desenvolver mediante técnica cuantitativa en colaboración con los moradores del Cantón 24 de Mayo.

Aplicación Móvil: Se ha apreciado que el uso de las aplicaciones móviles para la promoción turística es muy limitado, así lo demuestran los datos de la encuesta estructurada, aplicada a los turistas, aquello puede tratarse por diversos factores, el más propenso es el desconocimiento de esta en el cantón 24 de mayo.

Turismo: Los turistas y los pobladores no conocen sobre una aplicación móvil que promueva el turismo en el Ecuador, y las pocas personas que tienen conocimiento sobre algún tipo de aplicativo móvil solamente han visualizado contenido como mapas e imágenes en su gran mayoría. La dinámica del desarrollo de esta etapa se fundamenta con un formulario compuesto de preguntas los cuales serán respondidas por representantes de cada familia que estén en facultades de brindar toda la información que allí se requiere (Ver apartado de anexos). El cuestionario ha sido diseñado con características de fácil comprensión, preguntas son claras y precisas, de modo que el encuestado no presente inconveniente en el momento de dar a los investigadores la información solicitada.

6.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse

para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. De esta población se extraen unidades de muestreo más específicas, que posteriormente serán analizadas y desarrolladas.

6.2.1. Población

La población para la presente propuesta está compuesta por los turistas nacionales e internacionales que visitaron en el 2018 (como dato más actualizado) el cantón 24 de Mayo de la provincia de Manabí, de acuerdo con la información proporcionada por el GAD cantonal, que corresponde a 1.200 turistas.

6.2.2. Muestra

Para determinar las muestras de los turistas se aplicó la siguiente formula estadísticas para poblaciones finita:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z_a^2 * p * q} =$$

En donde, N = tamaño de la población, el nivel de confianza Z es de 95% que es igual a 1.96, la probabilidad de éxito P es igual a 0.5 y la probabilidad de fracaso es Q = (1-p) lo que da como resultado 0.5, y D es la precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) que es igual al 7.4% o (0.074).

$$n = \frac{1.200 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.0740^2 * (1.200-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} =$$

$$n = \frac{1152.48}{7.526124} = 153.13//r$$

Por el tiempo del que se disponen para realizar la investigación, se aplicó un sondeo de opinión a un total de 153 turistas.

6.2.3. Recursos

- Recursos Humanos
- Estudiante investigador
- Tutor de proyecto
- Comunidad local
- Gad Municipal de 24 de mayo

6.2.4. Recursos Materiales

- Ficha de encuestas y entrevistas
- Bolígrafo
- Hojas
- Contenidos para la investigación
- Computadora
- Impresora
- Memoria USB
- Cámara de fotografía

VII. PRESUPUESTO

En las siguientes tablas se realizará la cotización de implementación para la aplicación móvil. En tabla 10 se hace un coste de cuanto saldrá anualmente el mantenimiento y la puesta en marcha de la propuesta planteada de una app móvil para su implementación en el cantón 24 de Mayo.

Tabla 10

Presupuesto para la implementación de una app móvil

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Total
1	Diseño de la app Móvil	$225	$225
8	Transporte a otros sectores fuera del cantón	$1,50	$12
4	Transporte en el cantón 24 de Mayo	$25	$100
10	Alimentos y Bebidas	$3	$60
1	Equipo de video y Fotografía	$500	$500
		Subtotal	$897,00
		IVA 12%	$107,64
TOTAL			$1.004,64

Nota. Elaboración Propia

Para el inicio de la implementación de la app móvil sería alrededor de $1.004,64 aproximadamente, esto gastos se podría repartir entre el GAD del Municipal de 24 de Mayo y autoridades de la provincia de Manabí especializados en Marketing Turístico, poniendo así en marcha el proyecto para el uso inmediato para así lograr su uso a través de los turistas que se encuentren en el cantón.

Tabla 11

Presupuesto para la app móvil dentro de un año

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Total
1	Varios	$100	$100
12 meses	Plan mensual 10 Mbps	$25	$300
12 meses	Activación de publicidad de la página web en Facebook e Instagram.	$40	$480
1	Trámite de solicitud de registro de marca de la página web (duración de 10 años)	$224	$224
5 personas	Meses	$386	$23.160
2	Escritorio (1) y silla (1)	$150	$150
1	Computadora de Mesa	$400	$400
		Subtotal	$24.814,00
		IVA 2%	$2.977,68
TOTAL			**$27.791,68**

Nota. Elaboración propia

La tabla, indica lo que el gasto con el mantenimiento y las diferentes actividades que se realicen para mantener activa la app móvil durante un año y de la misma manera a los equipos e inmuebles que se necesiten para un mejor manejo del personal para la app. Es un precio que pueden estar involucrados autoridades del GAD de 24 de Mayo profesionales de Manabí que involucren en la ejecución de esta propuesta, así mismo esta app portal será un espacio que se puede brindar a la comunidad local que necesiten ofertar algún producto, pagando un precio económico donde sea accesible para la persona que solicite publicar su publicidad o sus servicios.

VIII. ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LOS RESULTADOS

Objetivo 1: Analizar de qué forma las aplicaciones móviles ayudarían a promover el turismo.

La asignación de una aplicación móvil para promocionar los atractivos turísticos es muy significativa debido a que promueve y comercializa el sector para que así sea visitado con mayor frecuencia por parte de los turistas y de esta manera aumente de manera significativa el desarrollo y fortalecimiento turístico en los habitantes locales, además de los beneficios económicos e inversión para el surgimiento de nuevas actividades, atractivos que permitan ampliar la cartera actual, por ello se realizó los siguientes cuestionamientos:

1. **¿Conoce usted una aplicación móvil que promueva el turismo en el Ecuador?**

Al tabular la información proporcionada por los turistas se evidenció que el 93% no tienen conocimientos de aplicaciones móviles que promuevan el turismo en Ecuador, mientras que el 7% al menos conoce una aplicación.

Esto constata que las aplicaciones móviles convierten a los destinos en innovadores y constituyen una ventaja competitiva, sin embargo, no son abordados y su uso es escaso, ya que su aplicación se encuentra en fase de desarrollo. Por ello es importante que implementar dicha herramienta y enfocar esfuerzos en la promoción de la misma, con el fin de mantener al turista informado y mejorar la imagen del lugar.

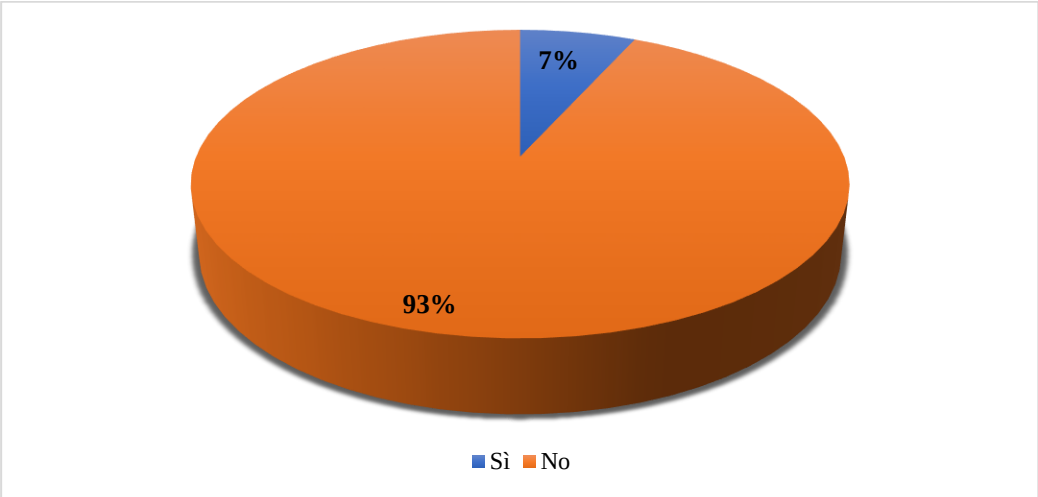


Gráfico 1. Conocimiento de aplicaciones móviles en Ecuador

a. Si la respuesta es afirmativa seleccione que contenido visualizó en la aplicación

De las 153 personas encuestadas solo el 7% afirmó conocer aplicaciones móviles que promueven el turismo en el Ecuador, de los cuales cinco turistas visualizan videos e imágenes y en menor proporción se visualizan gifs animados y textos. Esto constata que es importante que las aplicaciones móviles sean interactivas, coherentes entre imagen, texto y vídeo, además de proporcionar información de valor al usuario. Por tal motivo se debe considerar dichas aplicaciones como una línea base para plantear algo nuevo e innovador.

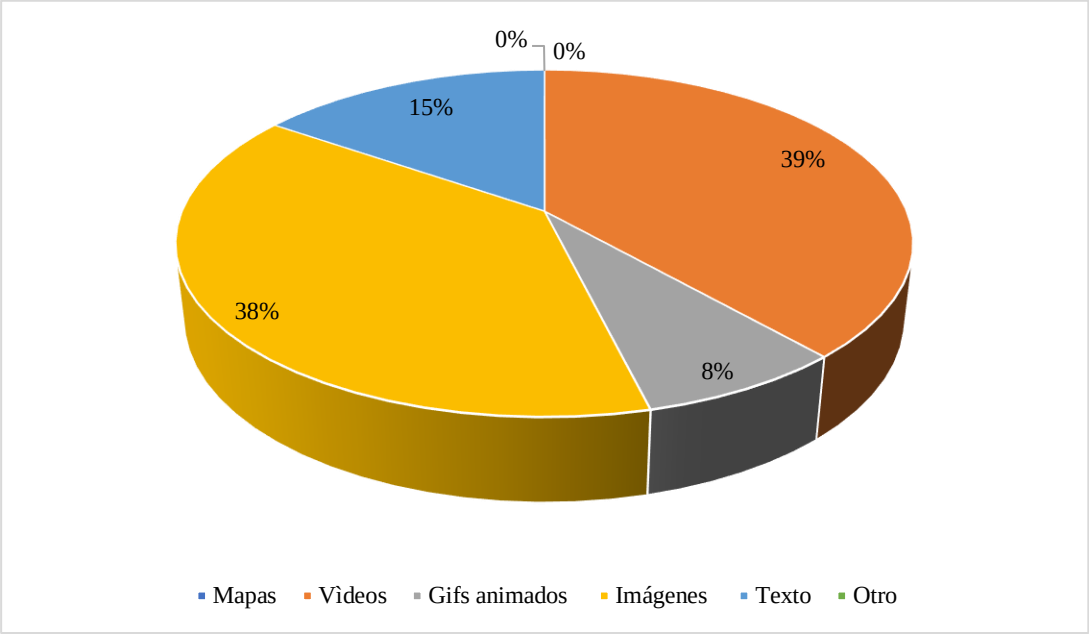


Gráfico 2. Contenido de visualización en la aplicación móvil

2. **¿Considera usted que se debe utilizar aplicaciones móviles para promocionar el turismo del cantón 24 de mayo?**

De acuerdo al análisis realizado el 88% de turistas considera que es necesario utilizar apps móviles para la promoción del cantón ya que se deben adaptar a las tendencias tecnológicas actuales, estar a la vanguardia de las mismas y aprovecharlas a favor del destino, siendo una nueva manera de ofertar el negocio y atraer turistas. Mientras que en menor proporción el 12% mencionó que no es un buen método, ya que desconocen de sus beneficios y de la utilización. En este sentido las aplicaciones móviles facilitan la interacción, información, comunicación y compra de servicios o productos.

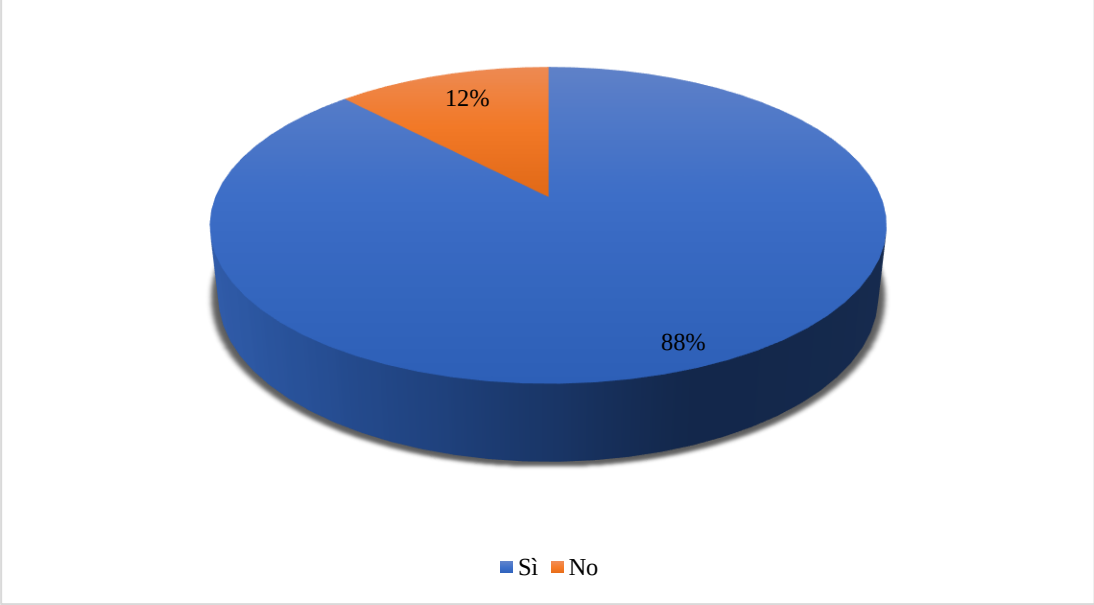


Gráfico 3. Uso de aplicaciones móviles para promocionar destinos

a. **Si su respuesta es afirmativa. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos se debe promocionar?**

Los resultados evidencian que el 49% de turistas mencionan que la gastronomía es uno de los atractivos indispensables al momento de promocionar el cantón, asimismo el 17% considera importante la difusión de la cultura y tradiciones, el 13% las festividades, mientras que en menor proporción la promoción de hostales con 5%.

En base a lo analizado, los turistas consideran que la gastronomía del cantón 24 de Mayo es parte fundamental de su identidad, de tal forma que se debe planificar y aunar esfuerzos para que sea reconocida a nivel nacional, ya que no solo es comida, sino que involucra cultura e historia de su gente.

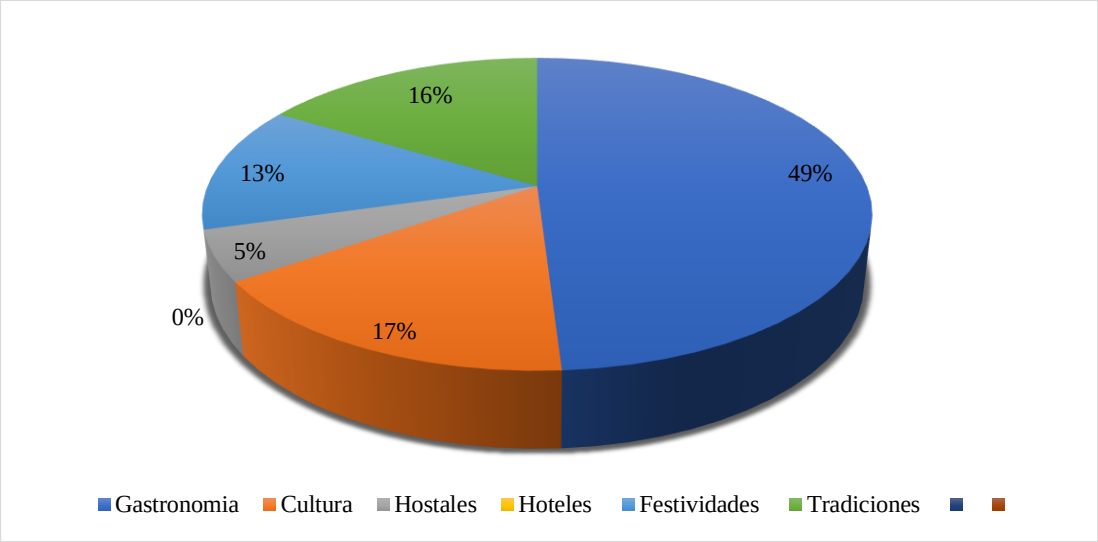


Gráfico 4. Atractivos turísticos

3. **¿Cree usted que las aplicaciones móviles serán útiles para difundir información relevante del cantón?**

El 88% de los encuestados sí han considerado que a la aplicación móvil es factible y de tal manera se la considera una herramienta de marketing y publicidad para mejorar la afluencia turística y sería beneficioso para diferentes negocios de los pobladores, pero creen que no aplican el total de su capacidad tecnológica por desconocimiento de uso. La falta de información y capacitación hace que los encuestados al momento de realizar esta pregunta se despierte un interés debido a que hoy en día, la tecnología llega hasta el rincón que hace unos años no llegaba y se pueden dar cuenta que lugares alrededor del mundo los impulsan por medio de esta. Por tal, están interesados en aprender y estar a nivel de las tendencias actuales, porque tienen despierto la curiosidad, pero no saben cómo hacerlo y los beneficios puntuales que contrae el desarrollo tecnológico como ente impulsador del turismo. Un porcentaje menor que corresponde al 12 % se

vio renuente al cambio, quizás no han podido palpar la relevancia o simplemente la falta de formación muchas veces hace que las personas se estanquen en lo ambiguo.

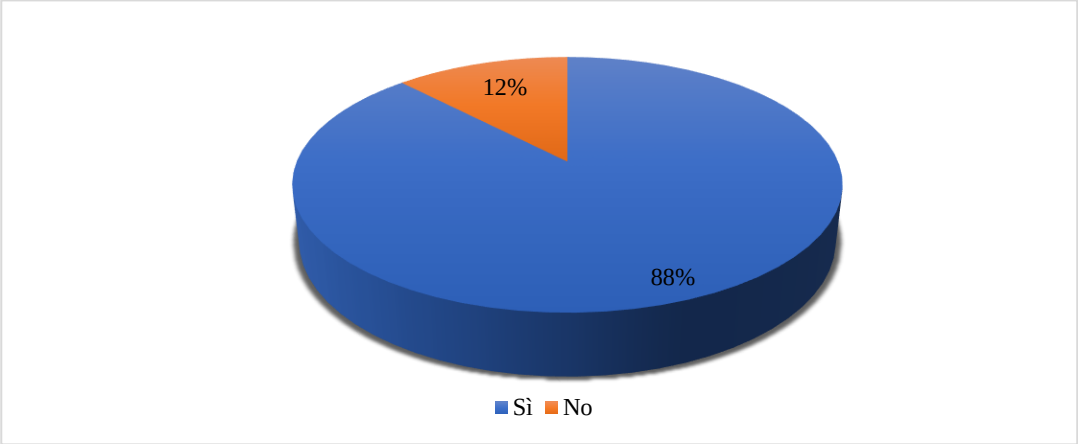


Gráfico 5. Consideración de una aplicación móvil en el ámbito turístico

4. **¿Cómo cree que se encuentra el cantón 24 de Mayo turísticamente (Tomando en cuenta que 5 es excelente y 1 es malo)**

Al tabular los datos se evidenció que el 52% considera muy bueno al cantón 24 de Mayo en el ámbito turístico con una puntuación de 4, por otro lado el 41% considera que aún se encuentra en estado regular y que se puede mejorar, mientras que el 7% califica al cantón como excelente.

Bajo esta perspectiva considerando que 24 de Mayo es medianamente reconocido como turístico se debe trabajar holísticamente para que sea más conocido y considerado como tal y para ello las autoridades deben planificar y gestionar el lugar con actividades y servicios que sean de interés y de acuerdo a las necesidades del turista.

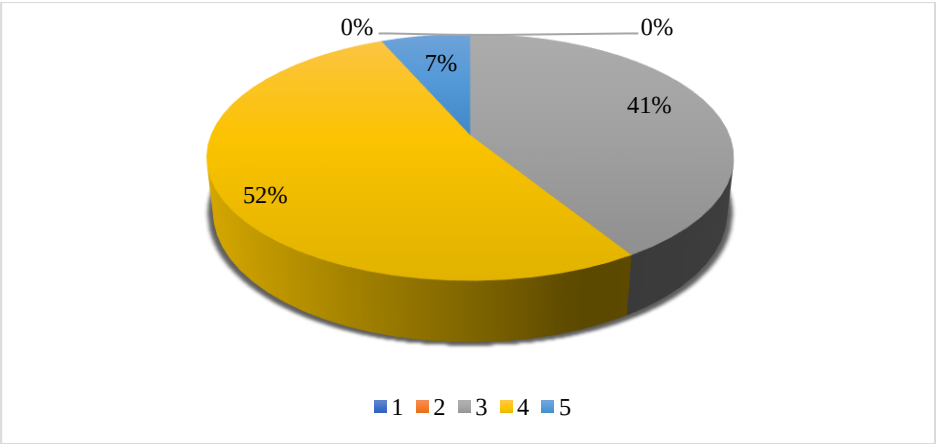


Gráfico 6. Consideración de 24 Mayo como turístico

5. ¿Cómo cree que una aplicación móvil llame la atención de los turistas?

Los resultados constatan que para 63 de turistas la aplicación móvil debe contar con información de los servicios y destinos turísticos del cantón para que llamé su atención, mientras que el restante considera importante los colores llamativos que tenga la página, información precisa de atractivos naturales y que exista una agenda de eventos y festividades del lugar. De tal modo las aplicaciones sean interactivas, coherentes y con información de valor y actualizada.

A partir de lo mencionado por los turistas se evidencia las características esenciales que debe tener la aplicación móvil al momento de crearla, con el fin de que sea agrado para los usuarios.

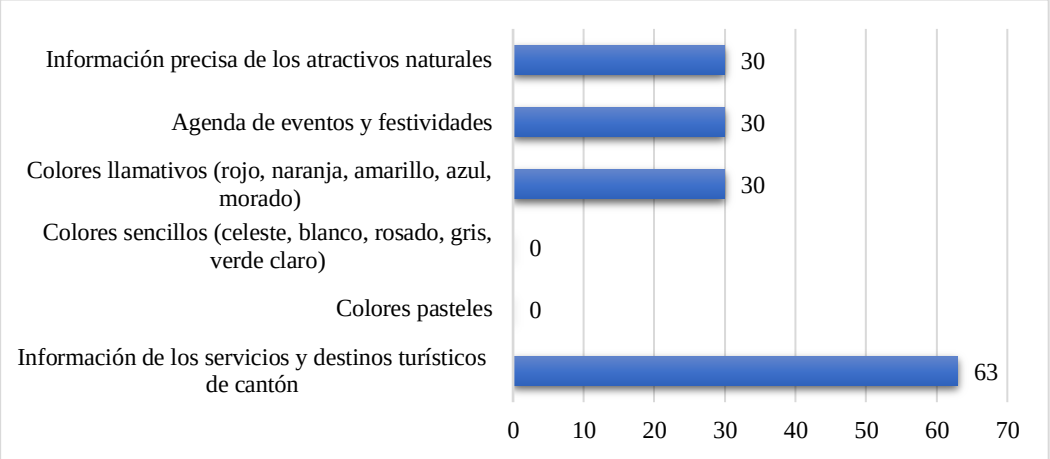


Gráfico 7. Apreciación de la aplicación móvil a los turistas

Objetivo 2: Identificar los recursos y atractivos que podrían ir en la aplicación

24 de Mayo es un cantón rico en recursos a la espera de ser explotado de manera sostenible pero no está teniendo la debida relevancia por consecuencia de la escasa inversión interna y externa que hacen verse difícil el desarrollo de nuevos establecimientos que incentivan y promuevan la actualización y desarrollo constantes nuevas experiencias. En el presente trabajo se evidencia la importancia de la innovación en todo ámbito, incluido el turismo y es donde hay que apuntar.
Durante el tiempo el cantón ha creado atractivos que nos hacen tener una idea de lo que podemos encontrar al momento de visitar el cantón, los mismos que por falta de promoción o confianza no se le da el debido impulso con las herramientas correctas. En la presente tabla se ha podido

identificar los diferentes atractivos y recursos que posee el cantón; que con el debido impulso se puede mejorar los presentes y generar nuevos para el desarrollo turístico y de la población.

Recursos y atractivos que podrían ir en la aplicación

Atractivos	Recursos
Cascadas Paila Mocha	Iglesias
Cascada la planchada	Parques
Cerro la silla	Relieve
Pozo el azufrado	Flora
Cueva de los vergeles	Fauna
La cruz del cerro "La Gloria"	Hidrografía
	Clima
	Gastronomía

Objetivo 3: Proponer una aplicación móvil para mejorar el servicio turístico en el cantón 24 de mayo.

Procedimiento operativo

Según Tubón (2020) las aplicaciones móviles son herramientas con características especiales, orientadas para dispositivos pequeños como: tabletas o teléfonos inteligentes, estas suelen estar disponibles a través de las plataformas de distribución de aplicaciones, como la de Apple denominada App Store, la de Google conocida como Google Play, la de Windows cuyo nombre es Windows Store, entre otras, algunas aplicaciones son gratuitas, mientras que otras deben ser compradas.

Las aplicaciones que se encuentras en estas plataformas de distribución que son compatibles con dispositivos móviles de acuerdo con (Sanromá et al., 2017) estas han evolucionado notablemente en la última década, los teléfonos denominados smartphone constituyen hoy en día una parte muy importante y mayoritaria en el mercado de los teléfonos inteligentes.

Una aplicación para móviles es una aplicación web con formato para Smartphone y tabletas, esta funcional a través del navegador web del dispositivo móvil. Por lo tanto, como una aplicación web tradicional, una aplicación web móvil está construida con tres núcleos tecnologías: HTML (define texto estático e imágenes), CSS (define el estilo y presentación) y JavaScript (define las interacciones y animaciones).

Para el desarrollo de la aplicación se puede utilizar 2.3.Android Studio el cual es un entorno de desarrollo integrado (IDE) para el desarrollo en la plataforma Android, está disponible libremente bajo la licencia Apache 2. (Ascheri et al., 2014); sin embargo, para hacer un uso eficaz de este sistema se requiere de conocimientos avanzados en código de programación.

Por otro lado, de acuerdo con Florido (2021) existen plataformas de uso gratuitos que sirve para crear aplicaciones sin saber programar, por lo que realizando el análisis se pueden utilizar de manera gratuita las siguientes:

- Upplication: es una aplicación para programar apps enfocada en emprendedores y startups. Gracias a sus herramientas podrás aumentar las ventas, fidelizar clientes y diferenciarte de la competencia. Dispone de un tutor personal que te guiará en la creación de la app para tu blog o negocio. Compatible con iOS y Android. Su dirección web es https://www.upplication.com/
- Shoutem: Tiene una amplia gama de plantillas predefinidas para muchos sectores. Dependiendo de la suscripción, podrás crear diferentes tipos de apps. Una de la característica más interesante es la integración con CMS WordPress. Su dirección web es https://shoutem.com/

  Como DIY: Enfocada a las pymes, es ideal para crear un producto mínimo viable sin grandes costes ni complejidad. En tres sencillos pasos podrás publicar tu app en los MarketPlace de apps. Su dirección web es https://www.swiftic.com/
- Appmakr: Compatible con ambos Sistemas Operativos, esta plataforma te permite desarrollar una app sin mucho esfuerzo. Con la versión gratuita podrás crear una app en HTML sin coste alguno. Centrada en pymes y startups. Su dirección web es https://www.appypie.com/app-builder/appmaker

Todas estas plataformas que se han descritos permiten crear una app sin saber programar, por lo que se considera una buena herramienta para desarrollar la aplicación móvil para fomentar el turismo del cantón 24 de Mayo de la provincia de Manabí

Opinión para la implementación de una aplicación móvil

Acorde a la información recolectada se manifiesta que hoy en día la tecnología es una herramienta estratégica de Marketing y mediante esto se toma en cuenta todo lo concerniente al impacto que causa una aplicación móvil en la promoción turística. ahora la propuesta de esta investigación es el poder contribuir con el desarrollo de un aplicativo móvil, que permita a los visitantes mejorar su proceso turístico, complementando el uso de la misma para la promoción turística del cantón 24 de Mayo.

Respuesta	Porcentaje	Interpretación
De acuerdo	51%	Tomando en cuenta los resultados se visualiza que una gran parte de los encuestados está conforme con la ejecución de una aplicación móvil enfocada en el ámbito turístico y de esta manera promocionar los diferentes atractivos y recursos turísticos que tiene el cantón 24 de Mayo con el fin de aumentar la visita de turistas y por ende el crecimiento económico del cantón. También se puede analizar el interés que tienen como lo demuestra el resultado del primero objetivo, por lo consiguiente se puede contrastar que las ganas de nuevas formas de promoción están en la mente de los encuestados. Por otro lado, en un menor porcentaje no consideran factible (2%).
Indiferente	2%	
Totalmente de acuerdo	47%	
Total, general	**100,00%**	

Nota. Turistas encuestados del cantón 24 de Mayo.

IX. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No	Actividades	Períodos										Total de Actividad	
		Primer período académico del año 2020 (PI)					Segundo período académico del año 2020 (PII)					Meses	Porcentaje
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Escoger e indagar el lugar de estudio											1	10,00%
2	Presentación de la propuesta para desarrollar el proyecto de titulación											1	10,00%
3	Aprobación de tema y designación de tutor de proyecto de titulación												
4	Antecedentes del estudio - Revisión bibliográfica											2	20,00%
5	Plantear objetivos alcanzar.												
6	Realizar cronograma de actividades											1	10,00%
7	Metodología preliminar												
8	Revisión de avances con tutor de tesis y hacer los ajustes necesarios											1	10,00%
9	Preparar los documentos e instrumentos para la recolección de los datos												
10	Revisión de documentos con el tutor de tesis												
11	Recolección de datos											2	20,00%
12	Organizar datos para análisis												
13	Iniciar análisis de datos												
14	Finalizar análisis de datos												
15	Redactar hallazgos											1	10,00%
16	Redactar conclusiones y recomendaciones												
17	Redactar propuesta												
18	Depositar el proyecto de titulación para revisión											1	10,00%
19	Defender la tesis con éxito												
20	Presentar la edición final												
21	**TOTAL**											10	100,00%

CONCLUSIONES

1. El avance tecnológico también se ha hecho parte del sector turístico debido a que con las nuevas tendencias las personas optan por buscar información por medio de herramientas tecnológicas antes de ir hacia un destino. El avance es paulatino y contrae beneficios económicos para la población y, con propuestas a nivel nacional, provincial y cantonal; se destaca que más del 85% de las personas encuestadas de 24 de Mayo consideran que las aplicaciones son una excelente opción para dar a conocer los atractivos y recursos turísticos que poseen.

2. Uno de los hallazgos que se ha podido encontrar, es que este sitio impulsa de una manera baja sus recursos y atractivos a través de las plataformas tecnológicas. El GAD cuenta con una página donde se observa la historia, destinos, entre otros aspectos. Pero lo que no permite visualizar, son rutas, precios, horarios, recomendaciones consolidadas en una sola plataforma, el cual permita al usuario palpar los diferentes atractivos como: cascada Paila mocha, cueva de Los Vergeles, pozo azufrado, entre otras; y, recursos como: iglesias, parques, flora, fauna, hidrografía, etc. Las mismas fueron identificadas en el presente estudio.

3. Finalmente, a raíz de los diferentes problemas y la aceptación de más del 90% de los encuestados; destacando la viabilidad económica que genera el impacto de la innovación tecnológica se propone la creación de una app para esta zona. La aplicación ayudará al usuario palpar los diferentes atractivos de una forma más dinámica con buenas imágenes, videos, información, entre otros; con el fin de llamar la atención del usuario e incentivar la planificación desde su hogar o donde se encuentre de forma anticipada porque ¿Quién no busca en una plataforma tecnológica el destino antes de viajar?

RECOMENDACIONES

1. Se debe tomar en cuenta el avance tecnológico experimentado en la actualidad en tema de aplicaciones móviles debido a que es fundamental adaptarse a la tendencia. Por tal, se recomienda instruir sobre los beneficios de las herramientas digitales a la población a través de charlas enfocada a la población general de cantón y en especial a los dueños de los atractivos porque mientras más sea el conocimiento de turistas a través de la aplicación móvil, más serán las visitas al cantón.
2. Los prestadores de servicios turísticos deben seguir actualizándose, preparándose, manteniendo estándares adecuados de calidad y aplicando las normativas vigentes, para mejorar la competitividad del cantón con otros destinos turísticos en cuanto a estructura y educación digital. También la aplicación móvil debe mantenerse actualizada para el funcionamiento de esta.
3. Finalmente, se recomienda mantener alianzas estratégicas y digitales con otras agencias de desarrollo turístico, páginas web, instituciones, empresas públicas, GADS, medios de comunicación, que beneficien al mantenimiento y avance de la aplicación móvil debido a la volatibilidad de las tendencias en el tiempo, como la creación y reforma de los atractivos turísticos

X. PROPUESTA

10.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Aplicación móvil para fomentar el turismo del cantón 24 de Mayo de la provincia de Manabí

10.2. OBJETIVOS

10.2.1. Objetivo General

Diseñar una aplicación móvil para dar a conocer y promocionar el cantón 24 de mayo.

10.2.2. Objetivos Específicos

- Crear trabajos en sinergia con el GAD y universidades para la creación de la aplicación
- Crear los requerimientos funcionales de la aplicación móvil para promocionar el turismo en el Cantón 24 de mayo.
- Diseñar la aplicación con los recursos más relevantes del territorio
- Diseñar los módulos del sistema móvil de la aplicación
- Suministrar datos turísticos fiables, concretos y dinámicos para la facilidad de entendimiento del usuario

10.3. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en consideración que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que permite a las personas de procedencia internacional, nacional, provincial y local salir de su entorno habitual para apreciar la cultura, gastronomía, tradiciones, geografías, artesanías y ostras aspectos de una localidad, permitiendo el disfrute personal y la generación de ingresos a la localidad mediante los servicios que esta puede ofrecer.

Por tal motivo, en la actualidad es imprescindible contar información de primera mano que permita al turista elegir un destino con la facilidad, que se cuente con información de los tipos

servicios sean estos de alimentación, hospedaje y demás actividades que en el lugar seleccionado se ofertan y que el turista puede realizar para su disfrute.

Para proporcionar este tipo de información de los turistas potenciales se hace necesario diseñar una aplicación móvil que contenga toda la información turística, que facilite el acceso a la información sin tener que interactuar con un prestador o agencia de servicios turísticos ahorrando tiempo, dinero y obtenido valiosa información de manera rápida para la toma de decisión.

El diseño de una aplicación puede traer grandes beneficios en doble partida es decir tanto para el turista potencial como para los propietarios de los negocios que se encuentran en los lugares turísticos de 24 de Mayo, entre estos se podría mencionar los siguientes:

- El turista potencial que utilice la aplicación móvil podrá tener una descripción concreta de las actividades que realizan los principales lugares turísticos de 24 de mayo.
- El turista potencial que use la aplicación móvil podrá saber dónde se encuentra ubicado el lugar turístico que desea visitar.
- Los dueños de los negocios que están ubicados en los lugares turísticos podrán ingresar la información de su negocio y actividades comerciales relacionadas al turismo en el portal web, para que los turistas potenciales puedan enterarse de lo que ofrecen a través de la aplicación.

10.4. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

10.4.1. Actividades por Objetivos

Objetivo específico 1.- Crear los requerimientos funcionales de la aplicación móvil para promocionar el turismo en el Cantón 24 de mayo.

REQUERIMIENTOS FUNCIONALES	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIÓN
Requerimiento funcional Diseño base de datos	Lo que se debe realizar es el diseño del modelo Entidad - Relación de la base de datos que soportará el proyecto.	Se analizará la problemática y en base a eso se realizará el esquema de datos.
Requerimiento funcional Diagrama de clases del sistema	Lo que se debe realizar es el diagrama de clases que contendrá el sistema.	Se analizará la problemática y en base a eso se realizará el diagrama de clases del sistema.
Requerimiento funcional Diseño de receta electrónica	Lo que se debe realizar es el diseño de la aplicación móvil la cual contendrá imágenes de los lugares turísticos y utilizará Google maps	Se analizará la problemática y en base a eso se realizará el diseño de la app que utilizará el turista en su Smartphone
Requerimiento funcional Ingreso de turista potencial (usuario)	Ingreso de turista potencial (usuario)	En el sistema web el usuario administrador debe registrarse ingresando el usuario y la clave para luego poder logo utilizar en el sistema para tener acceso a las todas las opciones del aplicativo
Requerimiento funcional Ingreso de tipo de lugar turístico	Ingreso de tipo de lugar turístico	Se deberá ingresar el tipo de lugar turístico al cual va a pertenecer el lugar turístico
Requerimiento funcional modificación de tipo de lugar turístico	Modificación de tipo de lugar turístico	Existirá la modificación del tipo del lugar turístico para el caso de que se necesite alterar algún nombre o descripción de los tipos de lugares turísticos ingresados
Requerimiento funcional eliminación de tipo de lugar turístico	Eliminación de tipo de lugar turístico	En el sistema web el usuario administrador podrá eliminar los tipos de lugares turísticos que se han ingresado
Requerimiento funcional Ingreso de lugar turístico	Ingreso de lugar turístico	Se deberá ingresar el lugar turístico que se quiere impulsar mediante la aplicación móvil
Requerimiento funcional modificación de lugar turístico	Modificación de lugar turístico	Existirá la modificación del lugar turístico para el caso de que se necesite

		alterar algún nombre o descripción de los lugares turísticos ingresados
Requerimiento funcional eliminación de lugar turístico	Eliminación de lugar turístico	En el sistema web el usuario administrador podrá eliminar los lugares turísticos que se han ingresado
Requerimiento funcional ingreso de actividad	Ingreso de actividad	En el sistema web el usuario administrador podrá ingresar las actividades que se van a realizar en ese lugar turístico
Requerimiento funcional modificación de actividad	Modificación de Actividad	Existirá la modificación de las actividades ingresadas en el caso de que exista algún error en la información
Requerimiento funcional eliminación de actividad	Eliminación de actividad	En el sistema web el usuario administrador podrá eliminar las actividades que tiene cada lugar turístico
Requerimientos funcionales consulta de lugares turísticos	Consulta de información de lugares turísticos	Desde la aplicación móvil se podrá consultar la información de los lugares turísticos, las actividades que se realizan en este y la ubicación de estos lugares

Nota. Elaboración propia

Objetivo específico 2.- Diseñar los módulos del sistema móvil de la aplicación.

Los módulos que formaran parte del sistema y son cuatro de acuerdo con el siguiente diagrama:

Imagen 10. Módulos que forman parte del sistema

Módulos de tipo de lugares

Este módulo posee las opciones de mostrar todos los tipos de lugares ingresados, edita o elimina los registros ingresados.

Imagen 11. Página búsqueda de tipos de lugares; **Elaborado por:** La Autora

Formulario de ingreso/edición de tipos de lugares

El formulario de edición/ingreso, permite editar/ingresar tipo de lugares, para lo cual deberá ingresar una descripción como se muestra en la imagen 11.

Imagen 12. *Formulario de ingreso/edición de tipos de lugares;* ***Elaborado por:*** *La Autora*

En el caso de que la operación sea exitosa se mostrará en otra pantalla el mensaje de confirmación con un link de retorno a la pantalla de búsqueda de tipo lugar. Estos mensajes son estándares para todos los ingresos o actualizaciones. Como se puede apreciar en la figura.

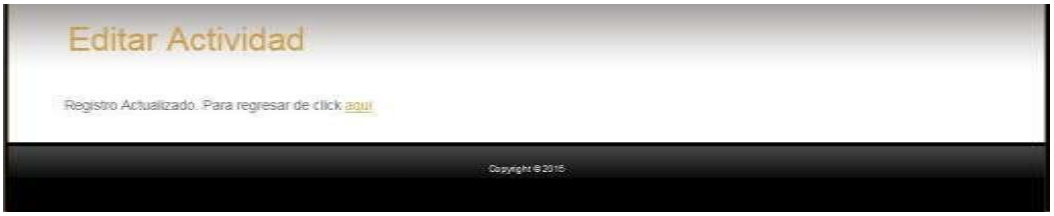


Imagen 13. Link retorno; **Elaborado por:** Lo Autora

Módulo de lugares

Este módulo muestra todos los lugares ingresados por parte del usuario, posee un formulario de edición/ingreso, donde se pueden editar todas las cajas de texto y el elegir el tipo de lugar según sea su categoría. También se podrá seleccionar en el mapa la ubicación del lugar obteniendo su dirección. Se podrá seleccionar una imagen del disco duro del usuario y subirla al servidor, que recomienda sea inferior a los 200kb. Este módulo se puede apreciar en la figura 10.

Imagen 14. Formulario de ingreso/edición de lugares; **Elaborado por:** La Autora

Módulos de actividades

Muestra todas las actividades guardadas en la base de datos por el usuario que se logoneó, esta información es segmentada por cada usuario.

En la grilla de registros mostrados se encuentran acciones que se puede realizar por cada fila de datos (eliminar o editar el registro), y en la parte inferior se encuentra el control de paginación está configurado para que se muestren hasta diez registros en pantalla tal como muestra la Imagen 15.

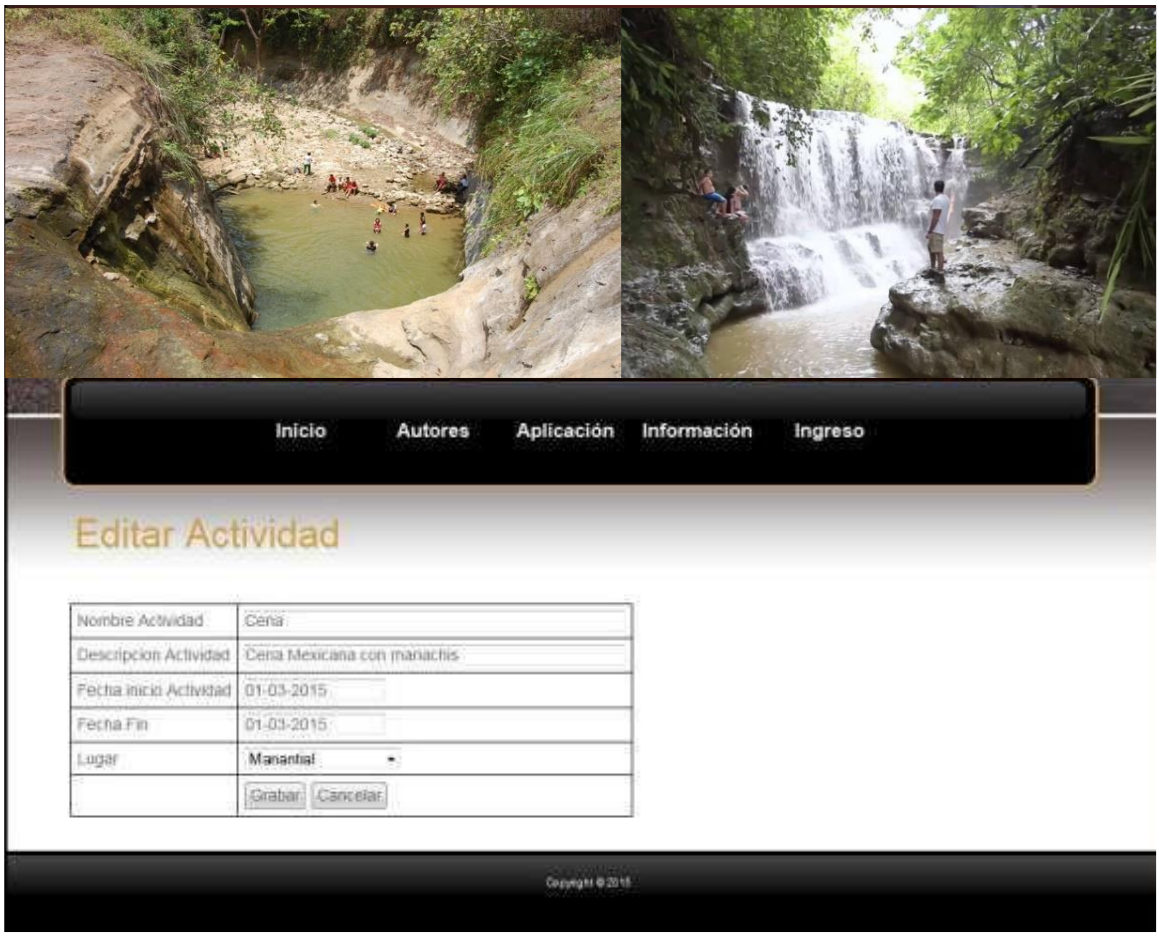


Imagen 15*.módulo de actividades,* ***Elaboración****, la autora*

Edición de actividades

Como se muestra en la figura 12 el formulario de actividades sirve para realizar ingresos y edición, también se tendrá que seleccionar obligatoriamente el lugar donde se va a realizar la actividad de una lista desplegable.

Cada actividad tendrá tiene que contener una fecha de inicio y una fecha final, en la descripción de la actividad se tendrá que ingresar la hora y cualquier información adicional.

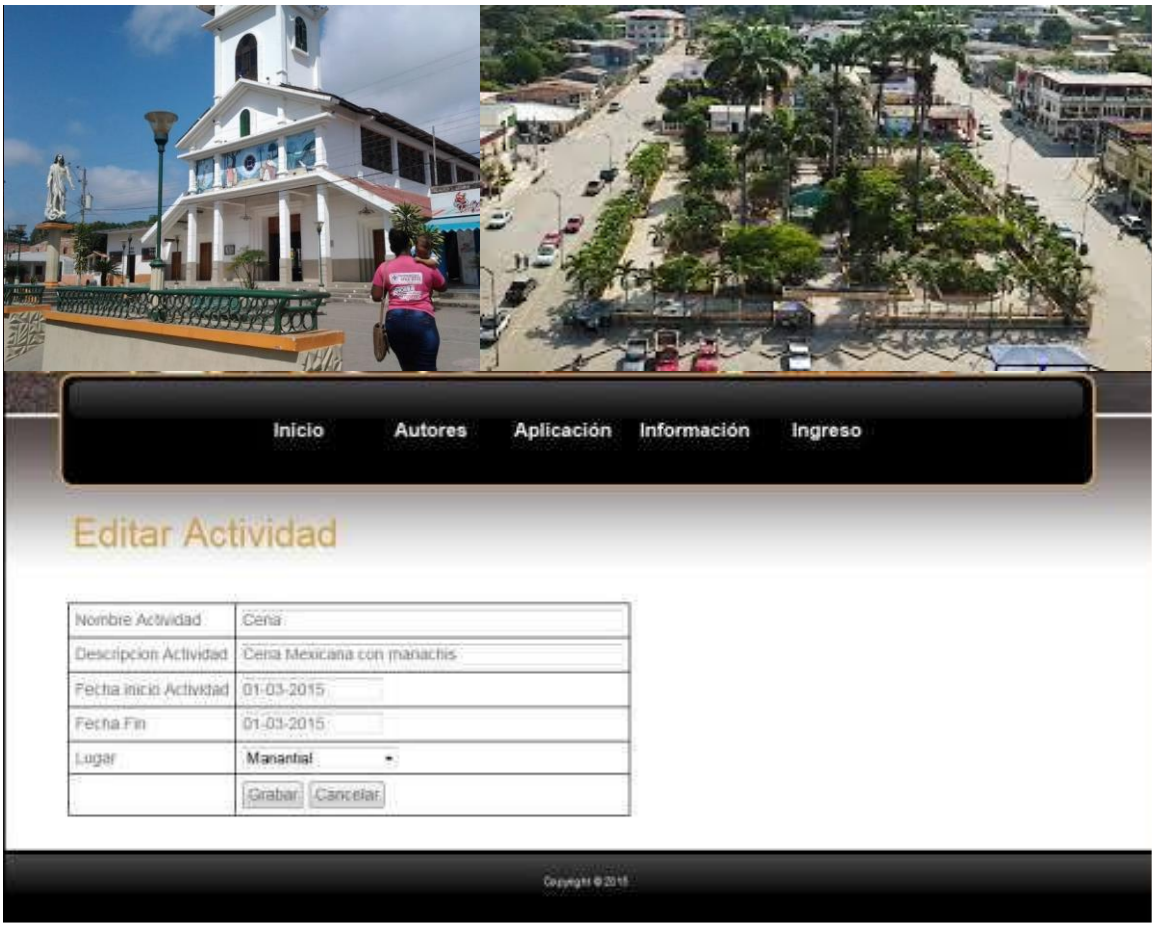


Imagen 16. Formulario de ingreso/edición de actividades; **Elaborado por:** Los Autores

Módulo de registro de usuario

Este módulo incorpora al sistema a nuevos usuarios, que les permitirá ingresar información personal como información de cada una de las actividades a realizarse.

Módulos del sistema móvil

En la imagen 17 se muestran los módulos que forman parte del sistema móvil, los cuales se detallan a continuación:

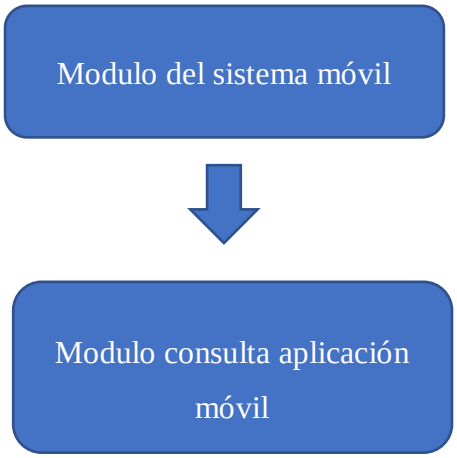


Imagen 17. Módulos del sistema móvil

Módulo de consulta en la aplicación móvil

El siguiente módulo para el sistema móvil, permite al turista podrá consultar los lugares turísticos desde su Smartphone, tal como se muestra en la figura 14.

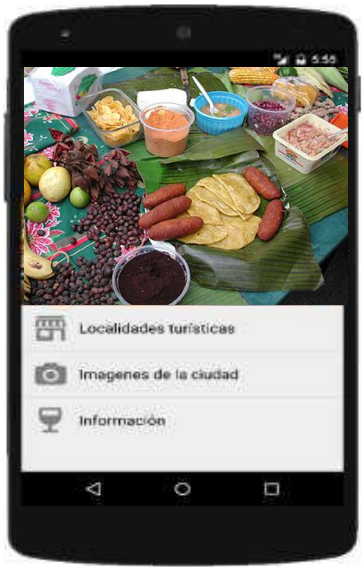


Imagen 18. *Pantalla inicial del sistema;* ***Elaborado por:*** *La Autora*

En esta interfaz móvil el usuario tiene la posibilidad seleccionar tres opciones del menú, las cuales se detallan a continuación.

Localidades turísticas

Es la opción principal de la app en la cual muestra las pantallas de los lugares, actividades, categorías, etc.

Imágenes del cantón

Muestra un slideshow de imágenes del cantón 24 de Mayo.

Información

Muestra otra interfaz con información de la APP.

Objetivo específico 3.- Suministrar datos turísticos fiables y concretos acerca de destinos turísticos en 24 de mayo.

Los datos que se cargaran a la aplicación se demuestran en la siguiente matriz.

Nº	ATRACTIVOS NATURALES	ACTIVIDADES
1	Cerro "La Silla". Parroquia Sucre.	Festival Anual de Parapentismo.
2	Cascada "La Planchada" Parroquia Sucre	Bañismo, Caminata, Observación de Flora,
3	Cascada "Paila Mocha". Parroquia Sucre	Fotografía y Gastronomía. Bañismo, Caminata, Observación de Flora,
4	Cascada los Ángeles Parroquia "Sixto	Fotografía y Gastronomía. Fotografía, Bañismo, Gastronomía, Artesanía
5	Duran Ballen" (Parroquia Noboa) Cascada río Plátano	Cultura. Fotografía, Bañismo, Gastronomía, Artesanía
6	Parroquia Noboa - río guineal: balneario de agua dulce "cabaña las piedras".	Cultura. Fotografía, Bañismo, Gastronomía, Artesanía
7	Cerro Buena Vista. Parroquia Sucre	Cultura. Fotografía.
8	Atractivos Culturales	Actividades
9	Parque central	Fotografía, Recreación, Caminata.

Elaboración propia

10.5. CRONOGRAMA

Nro.	Actividades	Semanas						
	Objetivo Específico 1	1	2	3	4	5	6	7
1	Requerimiento funcional Diseño base de datos							
2	Requerimiento funcional Diagrama de clases del sistema							
3	Requerimiento funcional Diseño de receta electrónica							
4	Requerimiento funcional Ingreso de turista potencial (usuario)							
5	Requerimiento funcional Ingreso de tipo de lugar turístico							
6	Requerimiento funcional modificación de tipo de lugar turístico							
7	Requerimiento funcional eliminación de tipo de lugar turístico							
8	Requerimiento funcional Ingreso de lugar turístico							
9	Requerimiento funcional modificación de lugar turístico							
10	Requerimiento funcional eliminación de lugar turístico							
11	Requerimiento funcional ingreso de actividad							
12	Requerimiento funcional modificación de actividad							
13	Requerimiento funcional eliminación de actividad							
14	Requerimientos funcionales consulta de lugares turísticos							
15	Objetivo Específico 2							
16	Módulos de tipo de lugares							
17	Formulario de ingreso/edición de tipos de lugares							
18	Módulo de lugares							
19	Módulos de actividades							
20	Edición de actividades							
21	Módulo de registro de usuario							
22	Módulos del sistema móvil							
23	Módulo de consulta en la aplicación móvil							
24	Objetivo específico 3							
25	Los datos que se cargaran a la aplicación							

10.6. PRESUPUESTO

N	ACTIVIDADES Objetivo Específico 1	UNIDAD DE MEDIDA	Q	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Requerimiento funcional Diseño base de datos	Programación	1	$100,00	$100,00
2	Requerimiento funcional Diagrama de clases del sistema	Programación	1	$100,00	$100,00
3	Requerimiento funcional Diseño de receta electrónica	Programación	1	$100,00	$100,00
4	Requerimiento funcional Ingreso de turista potencial (usuario)	Programación	1	$100,00	$100,00
5	Requerimiento funcional Ingreso de tipo de lugar turístico	Programación	1	$100,00	$100,00
6	Requerimiento funcional modificación de tipo de lugar turístico	Programación	1	$100,00	$100,00
7	Requerimiento funcional eliminación de tipo de lugar turístico	Programación	1	$100,00	$100,00
8	Requerimiento funcional Ingreso de lugar turístico	Programación	1	$100,00	$100,00
9	Requerimiento funcional modificación de lugar turístico	Programación	1	$100,00	$100,00
10	Requerimiento funcional eliminación de lugar turístico	Programación	1	$100,00	$100,00
11	Requerimiento funcional ingreso de actividad	Programación	1	$100,00	$100,00
12	Requerimiento funcional modificación de actividad	Programación	1	$100,00	$100,00
13	Requerimiento funcional eliminación de actividad	Programación	1	$100,00	$100,00
14	Requerimientos funcionales consulta de lugares turísticos	Programación	1	$100,00	$100,00
15	Objetivo Específico 2	Programación			
16	Módulos de tipo de lugares	Programación	1	$100,00	$100,00
17	Formulario de ingreso/edición de tipos de lugares	Programación	1	$100,00	$100,00
18	Módulo de lugares	Programación	1	$100,00	$100,00
19	Módulos de actividades	Programación	1	$100,00	$100,00
20	Edición de actividades	Programación	1	$100,00	$100,00
21	Módulo de registro de usuario	Programación	1	$100,00	$100,00
22	Módulos del sistema móvil	Programación	1	$100,00	$100,00
23	Módulo de consulta en la aplicación móvil	Programación	1	$100,00	$100,00
24	Objetivo específico 3	Programación			
25	Los datos que se cargaran a la aplicación	Programación	1	$100,00	$100,00
Total			23	$2.300,00	$2.300,00

BIBLIOGRAFÍA

Andrade, D. (2106). Estrategias de marketing digital en la promoción de marca ciudad. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 80, pp. 59-72. https://www.redalyc.org/journal/206/20645903005/html/

Beltran, M. A. (2014). Estrategias de Marketing Turístico. *Retos Turísticos*.

Benbourahla, N. (2012). http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8398/1/TUBSIS007-2017.pdf

Buhalis&Law. (2008). Turismo nuevas tecnologias https://aecit.org/uploads/public/congresos/17/AECIT2012_CAP6.pdf

Carrera, F. A., & Vega, V. (2017). Impacto de Internet en el sector Turístico. UNIANDES EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación, *4*(4).

Casteña, M. L. (22 de MARZO de 2015). Qué son las app y tipos de apps. http://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/2000/2591/2591.pdf

Celdran, M., Mazón, J., & Sanchez, D. (2018). Open Data y turismo. Implicaciones para la gestión turística en ciudades y destinos turísticos inteligentes. *Investigaciones Turísticas*, 49-78. doi:DOI: https://doi.org/10.14198/INTURI2018.15.03

Enrriquez, S. C. (2013). *USABILIDAD EN APLICACIONES MÓVILES.* Obtenido de http://131.161.88.155/index.php/ICTUNPA/article/view/499/519

Flórez, C. (2012). Plataforma de Innovación para el sector textil - confección. Medellin: (s.e).

García Reinoso A. (06 de noviembre de 2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. Dialnet Unirioja. 11 (2) 1-28. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6311570

Garreton, M. A. (2003). http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20100616112148/faletto.pdf

Gasca, M., Camarago, L., & Medina, B. (2014). Metodología para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Tecnura, 18*(4), 20-35. https://www.redalyc.org/pdf/2570/257030546003.pdf

Hernandez. (2006). Metodos investigativos. 108.

Imaginario, A. (AGOSTO de 2019). Diagnostico. https://www.significados.com/diagnostico/

Jipping, M. (2007). Smartphone Operating System Concepts With Symbian OS. *Chichester*, 357.

Kloter, P. (2011). Marketing turistico. Madrid - España.

Lemoine, F., Enrique, V., Pasmiño , V., Romero , M., & Hidalgo, M. (2018). Posicionamiento web en atractivos turisticos del canton Sucre-Ecuador. Mikarimin. Revista Científica *Multidisciplinaria, 4*(4).

Lituma, N. S. (2017). Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/D-101148.pdf

Lopez, C. (2017). Dimension social .

Martinez. (2018). Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina.

Merino, C. G., Jávita, M., Bueñao, C., & Coronel, F. (2020). Planificación del desarrollo de una aplicación móvil para fomentar el turismo en Bayushig – Ecuador. *Polo del Conocimiento, 5*(8), 130-150.

MINTUR. (2015). Atractivos turìsticos del canton 24 de Mayo. https://turisteandoecuador.wordpress.com/2015/08/05/atractivos-turisticos-canton-24-de-mayo-fichas-mintur/

Murillo, L., & Pilligua, M. (2019). Desarrollo de una aplicación mòvil y una guìa turìstica para potenciar la matriz productiva econòmica del cantòn Puerto Lòpez. UNESUM. Facultad de Ciencias Tecnicas. http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/1592

Muxica, J. P. (2010). Marketing digital. Tendencias en su apoyo al: http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ec-cangas_jp/pdfAmont/ec-cangas_jp.pdf

OMT. (s.f.). Jerarquìa de atractivos turìsticos . https://www.entornoturistico.com/jerarquias-de-los-recursos-y-atractivos-turisticos/

OMT. (2018). Panorama de la OMT del turismo internacional. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890

OMT. (2022). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995

Oñate, M. (1997). *Marketing turístico.* Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19948/1/Tema%203.%20Marketing%20tur%C3%ADstico.pdf

Ospina, R. (2016). Las TIC, factor de efectividad en la aplicación del mercadeo digital en negocios de retail. *Revista EAN*, 105-116. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n80/n80a08.pdf

Palacio, M. C. (2014). LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. *estudio y perspectiva del turismo*.

Plan de desarrollo de ordenamiento territorial (PDOT, 2014). http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1360001600001_diagnostico%20-PDOT_GAD24M_2014-2019_17-03-2015_00-06-03.pdf

Pecanha, V. (25 de febrero de 2019). Qué es el Marketing Digital o Marketing Online. : https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/

Prada, O. (2016). Las TIC, factor de efectividad en la aplicación del mercadeo digital en negocios de retail. Scielo. N.80 105-116. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602016000100008&script=sci_abstract&tlng=es

Prado. (marzo 23 de 2012). Diagnostico Situacional. https://es.slideshare.net/azu444/dx-situacional

Roldan, P. (2019). Recursos naturales. https://economipedia.com/definiciones/recursos-naturales.html.

Salazar, D., Salazar , L., Parra , D., & Guerrero, M. (2020). Turismo y nuevas tecnologías: aplicación móvil para promover el turismo gastronómico. *Espacios*, *41*(12).

Sampieri. (1998). Metodologia de la investigaciòn. 60.

Sanchez, M. (2017). Análisis de las aplicaciones móviles de destinos turísticos y su accesabilidad. Teoría y praxis, 25.

Tafur, G., Vélez, C., Alejo, O. J., Zumba, M., & Jacome, J. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador). *ESPACIOS*, *39*(44).

Tamayo. (2012). La poblaciòn de una investigaciòn. http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html

Torres, M. K. (2019). Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/UNESUM-ECU-REDES-2019-38.pdf

ULEAM. (2020). Plan de estrategias para la reactivaciòn econòmica del cantòn 24 de Mayo https://departamentos.uleam.edu.ec/observatorio-territorial/files/2020/10/Propuesta-de-Reactivaci%C3%B3n-Econ%C3%B3mica-del-cant%C3%B3n-24-de-Mayo-comprimido.pdf

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT, 2012). World Telecommunication ICT Indicators Database, Mobile cellular subscriptions. http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/Mobile-cellular2000-2011.xls.

Varizco, C. (2018). Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

Vasquez. (2017). Recursos naturales .

ANEXOS

La siguiente encuesta aplicada a turistas tiene como objetivo determinar el uso de las aplicaciones móviles en la promoción turística del cantón 24 de Mayo.

Diseño de encuesta

Se le recomienda leer detenidamente las preguntas y contestar las respuestas que UD. crea correctamente con (x) si en caso tienen duda preguntar al investigador

1. ¿Conoce usted una aplicación móvil que promueva el turismo en el Ecuador?

Si ( ) No ( )

Si la respuesta fue afirmativa selecciones que contenido visualizo en la aplicación

- Mapas
- Videos
- Gifs Animados
- Imágenes
- Textos
- Otros

…….

2. ¿Considera usted que se debe utilizar aplicaciones móviles para promocionar el turismo en el cantón 24 de mayo?

Si ( ) No ( )

Si su respuesta fue afirmativa, cuál de estos atractivos turísticos se debería promocionar

a. Gastronomía ☐
b. Cultura ☐
c. Hostales ☐
d. Hoteles ☐
e. Festividades ☐
f. Tradiciones ☐

3. ¿Considera Ud. que las aplicaciones móviles serán útiles para difundir información relevante de cantón?

   Nunca ( ) A veces ( ) Siempre ( )

4. ¿Cómo cree que se encuentra el cantón 24 de mayo turísticamente? (Tomando en cuenta que 5 es excelente y 1 muy malo)

   1 2 3 4 5

5. ¿Cómo cree que una aplicación móvil, llame la atención del turista?

   - Información precisa de los atractivos naturales ☐
   - Agenda de eventos y festividades ☐
   - Colores llamativos (rojo, naranja, amarillo, azul, morado) ☐
   - Colores sencillos (celeste, blanco, rosado, gris, verde claro) ☐
   - Colores pasteles ☐
   - Información de los servicios y destinos turísticos de cantón ☐