



UNIVERSIDAD  
**SAN GREGORIO**  
DE PORTOVIEJO

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

Dirección de Posgrado

MAESTRÍA EN TURISMO  
Mención en Gestión del Turismo sostenible

Propuesta de Implementación de Herramientas Tecnológicas para la  
Efectiva Promoción Turística del Cantón Eloy Alfaro, Provincia de  
Esmeraldas

AUTOR:

Ing. Aurora Noelis Segura Quiñonez

Proyecto de grado presentado como requisito para la obtención del  
título de Magíster en Turismo Sostenible

TUTOR:

Blgo. Luis Otoniel López Zambrano, Mgs.

Julio – 2020

Portoviejo – Manabí - Ecuador



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO  
DIRECCIÓN DE POSGRADO -USGP**

**APROBACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN POR EL TUTOR**

Blgo. Luis Otoniel López Zambrano, Mgs. En calidad de tutor de: Segura Quiñonez Aurora Noelis, Maestrante del programa de cuarto nivel: **Maestría en Turismo con Mención en Gestión del Turismo Sostenible**, impartido por la Dirección de Postgrado de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

**CERTIFICO:**

Que he asesorado, revisado y analizado el informe del trabajo científico con el título: **Propuesta de Implementación de Herramientas Tecnológicas para la Efectiva Promoción Turística del Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas**, presentado por la Maestrante *Segura Quiñonez Aurora Noelis*, con cédula de ciudadanía N° 0802705160, como requisito previo para obtener el Grado Académico de Magíster en Turismo con Mención en Gestión del Turismo Sostenible, trabajo investigativo que cumple con los requisitos técnicos y méritos suficientes necesarios de carácter académico y científico, por lo que lo apruebo.

Blgo. Luis Otoniel López Zambrano, Msc.

**TUTOR**

C. C. 130774570-1

Cel. 09672208805

[lolopez@hotmail.com](mailto:lolopez@hotmail.com)

Portoviejo, julio 2020.



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO  
DIRECCIÓN DE POSTGRADO – USGP**

**APROBACIÓN DE PROYECTO**

**TEMA:**

Propuesta de implementación de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística del Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas.

**AUTOR:**

Ing. Aurora Noelis Segura Quiñonez

Proyecto de titulación aprobado y presentado al consejo de postgrado como requisito previo para la obtención del título de:

**Magíster en Turismo Sostenible**

Tribunal de Sustentación

---

Lcda. Gina Molina Molina, Mgs.  
Presidenta de Tribunal de Sustentación

---

Lcda. Patricia Palacios Palma, Mgs.  
Miembro de Tribunal

---

Blgo. Italo Pincay Samaniego, Mgs.  
Miembro de Tribunal

---

Blgo. Otoniel López Zambrano, Mgs.  
Director de Proyecto de Titulación

Portoviejo, 11 de julio de 2020



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO  
DIRECCIÓN DE POSTGRADO – USGP**

**DERECHOS DE AUTOR**

Según la Ley de Propiedad Intelectual, Art 5:

*“el derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión... El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de la formalidad alguna”.*

(Ecuador, Ley de Propiedad Intelectual, Art. 5)

Inscribir el derecho de autor es opcional y si el estudiante lo decide debe inscribir los derechos de autor en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Si lo va a hacer internacionalmente debe tomar en cuenta las normas internacionales para microfilmado.



## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios, porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar en el proceso para obtener cada uno de mis logros. A mis padres, por ser pilares fundamentales en mi vida, quienes a lo largo de ella han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento; depositando su entera confianza en cada reto que se ha presentado sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran modelo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos también, gracias por inculcarnos el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temerle a las adversidades. Es por ello que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Aurora Noelis Segura Quiñonez

## AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, por haberme dado día a día la oportunidad, la sabiduría, ser mi apoyo y la fuerza para seguir adelante y cumplir otro de mis objetivos.

A mi familia por estar siempre presente, en especial a mis padres por inculcar en mí el sentido de la responsabilidad, por ser ellos los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas; a mi segunda madre MI ABUELA, a mis hermanos y a mis tíos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional, ayudándome y llevándome hasta donde estoy ahora.

Agradecer a todos los docentes tanto nacionales como internacionales de la maestría, quienes en esta etapa sembraron sus conocimientos y aquellos consejos, los que servirán a lo largo de mi vida tanto personal como profesional.

De manera especial quiero agradecer al Magister Otoniel López Zambrano, por haber sido mi guía a lo largo del desarrollo de este trabajo y con paciencia y dedicación haber atendido mis dudas en el proceso de desarrollo del presente trabajo.

Mi más sincero agradecimiento al alcalde del GAD cantonal Eloy Alfaro Sr. David Rosero Castillo, por a verme permitido realizar el presente trabajo en el territorio y a la Directora de Turismo Ing. Caridad Armijo, por ayudarme con la información necesaria para el desarrollo del presente trabajo

A mis compañeros de clases que en cada módulo que compartimos conocimientos, anécdotas y un sin números de aventuras, gracias por aquellas vivencias. Gracias, por todo.

A todos por su apoyo:

MUCHAS GRACIAS.

Aurora Noelis Segura Quiñonez

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	v
LISTA DE TABLA .....	vii
LISTA DE IMÁGENES .....	viii
LISTA DE GRÁFICOS .....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT .....	xi
1. TÍTULO .....	1
2. DEFINICIÓN DEL TEMA O PROBLEMA .....	1
3. OBJETIVOS .....	2
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	2
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
4. JUSTIFICACIÓN.....	2
5. HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	3
5.1. HIPÓTESIS PLANTEADA.....	3
5.2. VARIABLES DE ESTUDIO .....	3
6. METODOLOGÍA.....	5
a) Enfoque de la investigación .....	5
b) Diseño de la investigación .....	5
c) Alcances de la investigación.....	6
d) Unidad de análisis, población y muestra .....	6
e) Método para recolectar datos.....	8
f) Desarrollo metodológico .....	8
7. REVISIÓN DE LITERATURA .....	11
7.1. MARCO TEÓRICO.....	11
7.2. MARCO LEGAL.....	17
8. RESULTADOS.....	19
8.1. ESTADO ACTUAL DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN ELOY ALFARO.....	19
8.1.1 Sistema turístico. ....	19
a) Atractivos Turísticos .....	19

b) Planta Turística .....	28
c) Demanda.....	30
d) Superestructura .....	31
8.1.2 Identificación de herramientas tecnológicas utilizadas en la promoción turística.....	32
8.1.3 Entrevista planteada a la directora de turismo cantonal.....	41
8.1.4 Resultados de encuestas planteadas a turistas y prestadores de servicios turísticos.....	43
8.2. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE PERMITEN LA EFECTIVA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN EL CANTÓN ELOY Alfaro .....	60
8.3. PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA BASADA EN IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN EL CANTÓN ELOY ALFARO .....	62
9. DISCUSIÓN.....	69
10. CONCLUSIONES .....	73
11. RECOMENDACIONES .....	75
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	77
ANEXO .....	84



## LISTA DE TABLA

	<b>Pág.</b>
Tabla 1	Conceptualización de variables..... 4
Tabla 2	Variables e indicadores..... 5
Tabla 3	Atractivos naturales y manifestaciones culturales del cantón Eloy Alfaro – provincia de Esmeraldas..... 19
Tabla 4	Catastro de establecimientos turísticos del cantón Eloy Alfaro..... 29
Tabla 5	Análisis de los resultados de la ficha de observación..... 32
Tabla 6	Categoría de edades de personas encuestadas..... 43
Tabla 7	Categoría del sexo de personas encuestadas..... 44
Tabla 8	Procedencia de nacionalidad de personas encuestadas..... 44
Tabla 9	Conocimiento de los turísticos de los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro..... 45
Tabla 10	Considera importante generar estrategias digitales para la promoción de los diferentes atractivos turístico de un cantón..... 45
Tabla 11	Cuando usted desea salir de viaje por recreación y ocio, qué herramientas tecnológicas utiliza para escoger su destino ..... 46
Tabla 12	Herramientas tecnológicas para buscar información de los atractivos turística del cantón Eloy Alfaro..... 48
Tabla 13	Qué herramientas tecnológicas usted utiliza para buscar información sobre los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro..... 49
Tabla 14	Cómo califica la información turística y las campañas promocionales que se utilizan para promover los atractivos del cantón Eloy Alfaro..... 51
Tabla 15	Utiliza medios digitales para promocionar su establecimiento y los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro..... 52
Tabla 16	Cree que esto tiene consecuencias al establecimiento como a los atractivos..... 53
Tabla 17	Considera que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón..... 54
Tabla 18	Qué herramientas tecnológicas utilizan para la promoción..... 55
Tabla 19	Cuál es el contenido de la información que se publica en estas herramientas tecnológicas..... 57
Tabla 20	Con qué frecuencia realizan actualizaciones de la información..... 58
Tabla 21	Herramientas tecnológicas / redes sociales que se pueden utilizar para promoción turística..... 61
Tabla 22	Presupuesto referencial de la propuesta de implementación de herramientas tecnológicas para la promoción turística del cantón Eloy Alfaro..... 68

## LISTA DE IMÁGENES

	<b>Pág.</b>
Imagen 1	Cuevas del Amor de Santa Lucía de las Peñas..... 22
Imagen 2	Manglares Majagual ..... 23
Imagen 3	Manglares Majagual ..... 23
Imagen 4	Tolita Pampa de Oro..... 24
Imagen 5	Centro de Turismo Comunitario..... 25
Imagen 6	Reserva el Tigrillo..... 25
Imagen 7	Parroquias Playa de Oro..... 26
Imagen 8	Vista desde el Hotel Comunitario San Miguel..... 27
Imagen 9	Vista Panorámica de la Parroquia Borbón ..... 28
Imagen 10	Captura de pantalla del perfil de Facebook de la Dirección de Turismo GADMEA..... 34
Imagen 11	Captura de pantalla del perfil de Facebook de la Dirección de Turismo GADMEA – Eloy Alfaro..... 35
Imagen 12	Captura de pantalla del perfil de Twitter del cantón Eloy Alfaro..... 35
Imagen 13	Captura de pantalla de publicaciones de videos en YouTube del cantón Eloy Alfaro..... 36
Imagen 14	Captura de pantalla de publicaciones de videos en YouTube del cantón Eloy Alfaro..... 36
Imagen 15	Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Goraymi..... 37
Imagen 16	Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Viajando..... 37
Imagen 17	Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Visita Ecuador..... 38
Imagen 18	Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Go Ecuador/ Ecuador Travel..... 38
Imagen 19	Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Go Ecuador/ Ecuador Travel..... 39
Imagen 20	Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Turismoi..... 39
Imagen 21	Captura de perfil Twitter de la página Viaja Primero EC de publicaciones del cantón Eloy Alfa..... 40
Imagen 22	Captura del perfil de itinerarios del cantón Eloy Alfaro de la página Viaja Primero Ecuador..... 40
Imagen 23	Captura de itinerario a las Peñas cantón Eloy Alfaro - Puerto Quito de la página Viaja Primero Ecuador..... 41

## LISTA DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1	Categoría de edades de personas encuestadas..... 43
Gráfico 2	Categoría de sexo de personas encuestadas..... 44
Gráfico 3	Procedencia de nacionalidad de personas encuestadas..... 44
Gráfico 4	Conoce los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro..... 45
Gráfico 5	Considera importante generar estrategias digitales para la promoción de los diferentes atractivos turístico de un cantón..... 45
Gráfico 6	Cuando usted desea salir de viaje por recreación y ocio, qué herramientas tecnológicas utiliza para escoger su destino..... 47
Gráfico 7	Utilizó usted herramientas tecnológicas para buscar información de los atractivos turística del cantón Eloy Alfaro..... 48
Gráfico 8	Qué herramientas tecnológicas usted utiliza para buscar información sobre los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro..... 50
Gráfico 9	Cómo califica la información turística y las campañas promocionales que se utilizan para promover los atractivos del cantón Eloy Alfaro..... 51
Gráfico 10	Utiliza medios digitales para promocionar su establecimiento y los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro..... 52
Gráfico 11	Cree que esto tiene consecuencias al establecimiento como a los atractivos..... 53
Gráfico 12	Considera que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón..... 54
Gráfico 13	Qué herramientas tecnológicas utilizan para la promoción..... 56
Gráfico 14	Cuál es el contenido de la información que se publica en estas herramientas tecnológicas..... 57
Gráfico 15	Con qué frecuencia realizan actualizaciones de la información..... 58

## RESUMEN

El presente trabajo integró un análisis cualitativo - cuantitativo y con alcance descriptivo, donde analizando el estado actual de la gestión turística del cantón Eloy Alfaro – provincia de Esmeraldas, tuvo como objetivo plantear una propuesta de implementación de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística de los atractivos del territorio citado.

Como técnicas de investigación se aplicó encuestas dirigidas a turistas emisor y receptor, así como a prestadores de servicios turísticos del cantón. Otra estrategia metodológica fue la aplicación de una entrevista dirigida a la Directora de Turismo del GAD Eloy Alfaro, cuya finalidad fue conocer la planificación en cuanto al desarrollo de la gestión turística local.

Se determinó que los principales factores que no permiten una efectiva promoción de los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro es que el uso de herramientas tecnológicas no considera parámetros actualizados de promoción pertinentes con las fortalezas de los atractivos turísticos, logrando confirmar la hipótesis planteada concluyendo que con la correcta implementación de herramientas tecnológicas se contribuirá a realizar una efectiva promoción turística del Cantón, considerando los turistas encuestados emplean redes sociales y demás herramientas informáticas para elegir un destino de recreación y ocio.

Las herramientas informáticas seleccionadas en la presente propuesta son: sitios web institucional del GAD Eloy Alfaro, con información pertinente a gestión turística e interconexión con redes como: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TripAdvisor y Minube, con las que se puede captar diferentes tipos de mercado turístico, a la vez interactuar con los usuarios, ampliar información, conseguir que los usuarios se animen a ser parte de la promoción con sus publicaciones dejando sus comentarios de experiencias y recomendaciones, ayudando de esta manera a promover el desarrollo turístico, así como la economía solidaria local y la calidad de vida de los habitantes del cantón Eloy Alfaro.

**Palabras clave:** herramientas tecnológicas, promoción turística.

## ABSTRACT

The present work integrated a qualitative - quantitative analysis and with descriptive scope, Analyzing the current state of tourism management in the Eloy Alfaro cantón - Esmeraldas province, the objective was to present a proposal for the implementation of technological tools for effective tourism promotion of the problems of the aforementioned territory.

As research techniques, surveys were applied to sending and receiving tourists, as well as to tourism service providers in the cantón. Another methodological strategy was the application of an interview directed to the Director of Tourism of GAD Eloy Alfaro; whose purpose was to know the planning regarding the development of local tourism management.

It was determined that the main factors that do not allow an effective promotion of the tourist attractions of the Eloy Alfaro cantón is that the use of technological tools does not consider updated parameters of relevant promotion with the strengths of the tourist attractions, managing to confirm the hypothesis stated, concluding that with the correct implementation of technological tools, it will contribute to an effective tourist promotion of the cantón, considering the tourists surveyed use social networks and other computer tools to choose a destination for recreation and leisure.

The computer tools selected in this proposal are: institutional websites of the GAD Eloy Alfaro, with information relevant to tourism management and networking with networks such as: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TripAdvisor and Minube, with which you can capture different types tourism market, at the same time interacting with users, expanding information, getting users to be encouraged to be part of the promotion with their publications, leaving their comments on experiences and recommendations, thus helping to promote tourism development, as well as the local solidarity economy and the quality of life of the inhabitants of the Eloy Alfaro cantón.

**Keywords:** technological tools, tourist promotion.

## 1. TÍTULO

**Propuesta de implementación de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística del cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.**

## 2. DEFINICIÓN DEL TEMA O PROBLEMA

El turismo es considerado una de las actividades económicas más importante a nivel mundial, la diversificación de la demanda y el continuo desarrollo lo convierten en uno de los sectores con mayor crecimiento. La provincia de Esmeraldas cuenta con un potencial turístico que le ha permitido ser receptora de turismo a nivel nacional; posee atractivos naturales y culturales, que no han sido reconocidos a nivel provincial y nacional debido a la escasa promoción turística, lo cual se analiza determinando que la mayoría de los sitios webs de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) municipales de la provincia, disponen de información de manera generalizada y no contenido actualizado específicamente en turismo.

Con relación a la promoción de la oferta de los diferentes recursos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro, existe una difusión limitada, debido a la deficiente implementación de herramientas tecnológicas para la promoción turística, que incide de manera negativa para el desarrollo turístico de este cantón, lo cual se refleja en el aprovechamiento inadecuado de los recursos turísticos.

Otros motivos que contribuyen a la problemática son que, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Eloy Alfaro, no existe personal calificado y profesional en la rama, lo que limita la gestión del turismo en el territorio, evidenciando que no se lleva un registro de visitamiento y/o afluencia de turistas, lo cual proyecta que no se aprovechan ni desarrollan los recursos y atractivos turísticos del cantón.

Haciendo referencia a lo indicado en líneas anteriores, en sintonía con la promoción del turismo mediante la utilización de herramientas tecnológicas, es necesario plantear la siguiente interrogante:

¿Cuáles son los factores que no permiten el uso de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción de los atractivos turísticos del Cantón Eloy Alfaro en la provincia de Esmeraldas?

En el anexo No. 1, se puede observar el análisis de la problemática determinada mediante la técnica de árbol de problemas

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1.OBJETIVO GENERAL**

- Desarrollar una propuesta de implementación de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística de los atractivos del Cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Analizar el estado actual de la gestión turística del cantón Eloy Alfaro con base en información secundaria local.
2. Establecer las herramientas tecnológicas que permitan la efectiva promoción turística en el cantón Eloy Alfaro.
3. Estructurar una propuesta de promoción turística basada en implementación de herramientas tecnológicas en el cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.

### **4. JUSTIFICACIÓN**

La realización de este estudio se consideró beneficioso debido, a que su resultado permite la renovación de las diferentes herramientas de promoción de los distintos atractivos turísticos que se encuentra en el cantón Eloy Alfaro.

Los turistas que decidan visitar el cantón Eloy Alfaro, así como los pobladores del mismo, principalmente los que se dedican a brindar servicios turísticos, serán los principales beneficiarios del presente trabajo de desarrollo, debido a que mejoraran la facilitación de información turística mediante la implementación de las herramientas tecnológicas propuestas.

A su vez, esta propuesta, ayudará a mejorar la problemática que afecta a la promoción el turismo en el lugar, debido que través de las diferentes herramientas tecnológicas existentes en el mundo web, se pueden ofrecer un gran potencial de promoción sobre todo en el ámbito turístico.

Paralelamente, este trabajo de desarrollo, servirá de base a los gestores institucionales relacionados con la administración del cantón Eloy Alfaro, para planificar y llevar a cabo la comunicación publicitaria para la correcta promoción turística en el Cantón Eloy Alfaro.

## **5. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **5.1.HIPÓTESIS PLANTEADA**

La hipótesis planteada en el marco del presente trabajo investigativo, se enfocó en identificar que: **La implementación de herramientas tecnológicas contribuirá a realizar una efectiva promoción turística del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas.**

### **5.2.VARIABLES DE ESTUDIO**

Para la realización de la Propuesta de implementación de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística del cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas, se tomó en cuenta ciertos puntos de interés indispensables en la investigación para obtener datos reales que aportan favorablemente en el proceso del desarrollo teórico del proyecto. En el siguiente cuadro se presentan la conceptualización de las variables consideradas:



**Tabla 1**

Conceptualización de variables.

Tipo de variable	Conceptualización
Variable Dependiente: <b>Efectiva promoción turística</b>	La promoción turística dentro del lenguaje del turismo, es una herramienta indispensable para dar a conocer los servicios y productos que se quieren ofrecer al potencial turista/viajero, es decir, para comunicar y persuadir, Suau F, (2012).
Variable Independiente: <b>Herramientas tecnológicas</b>	Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TICs, se encuadran dentro del conjunto de herramientas, tecnologías y programas creados con el fin de tratar, gestionar, administrar, distribuir, y compartir cualquier tipo de información a través de diferentes canales tecnológicos, De Gregorio (2014).

De acuerdo a investigaciones, las NTICs abarcan los equipos y dispositivos informáticos, así como el software y todo el proceso de las telecomunicaciones, relacionando cada uno de los elementos de los cuales se compone, de tal forma que la comunicación se realiza con mayor efectividad y fluidez Cabero (1998:198).

---

Elaborado por: Aurora Segura Quiñonez, 2020.

En el siguiente cuadro, se puede analizar la categorización de las variables consideradas en el marco de la investigación, así como los indicadores medibles que se consideran para su operacionalización:

**Tabla 2**

VARIABLES E INDICADORES.

<b>Variable Dependiente</b>	
<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Efectiva promoción turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Información actualizada y verídica</li> <li>– Implementación de información relevante.</li> <li>– Estrategias turísticas.</li> </ul>
<b>Variable Independiente:</b>	
<b>Herramientas tecnológicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Instrumentos de promoción.</li> <li>– Transmisión de información relevante.</li> <li>– Desarrollo de promoción online</li> </ul>

Elaborado por: Aurora Segura Quiñonez, 2020.

## 6. METODOLOGÍA

### a) Enfoque de la investigación

El enfoque de la presente propuesta de desarrollo es mixto, por lo que integra los métodos cualitativos y cuantitativos, puesto que para analizar el estado actual de la gestión turística local y establecer herramientas tecnológicas de promoción, se recurrió a planteamiento de encuestas a visitantes, turistas y servidores turísticos, observaciones del estado de los atractivos y entrevistas a funcionarios del GAD Eloy Alfaro relacionados con la gestión del turismo del cantón.

### b) Diseño de la investigación

Según la naturaleza de la información a recopilar, el diseño metodológico es mixto, pues se aplicaron elementos cuantitativos – cualitativos, puesto que se realizó una encuesta en el entorno de la problemática tratada, lo cual permitió obtener información de fuente primaria, así mismo se realizó una observación estructurada, la cual ayudó a visualizar y constatar lo

expresado por los intervinientes de la investigación, esto llevó a conocer el estado actual de la gestión turística del cantón.

De acuerdo a la finalidad, esta es una investigación aplicada, puesto que considera una propuesta alternativa para brindar estrategias que, con ayuda de la tecnología, de una mayor difusión y conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro.

### **c) Alcances de la investigación**

Esta investigación se ha realizado en el cantón Eloy Alfaro, el cual se encuentra ubicado en la parte norte de la provincia esmeraldeña. Los trabajos de recopilación de información en campo, se ejecutaron entre enero – mayo 2020.

El trabajo de titulación tuvo un alcance descriptivo, porque su prioridad fue describir cualidades y características de los atractivos y recursos turísticos del cantón Eloy Alfaro, así como mediante encuestas establecer las herramientas tecnológicas que se deben aplicar para la promoción de los atractivos turísticos del cantón.

### **d) Unidad de análisis, población y muestra**

Se entrevistó a la Ing. Caridad Armijos, Directora de Turismo de GAD Eloy Alfaro; se estableció una encuesta seleccionando una muestra del público objetivo, la misma que fue sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

Mediante la entrevista, se conoció de primera mano el sistema de gestión de promoción, sus alcances, sus resultados y sobre todo su evaluación y retroalimentación para un mejoramiento continuo de la gestión y promoción de los atractivos turísticos; la encuesta permitió el análisis de las variables de análisis como género, instrucción, actividades de ocio, posicionamiento de oferta turística, estrategia digital empleada y utilizada, entre otros.

Se aplicaron encuestas a los turistas emisor y receptor del cantón Eloy Alfaro, así como a servidores turísticos de la localidad.

El cálculo de la muestra se obtuvo mediante la ecuación siguiente, proporcionada por Galindo (2006, p. 387), con 5% de error y una probabilidad de 0.5 de éxito y 0.5 de fracaso, obteniéndose una muestra de 382 personas a encuestar.

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

Donde:

**n** = el tamaño de la muestra.

**N** = tamaño de la población.

**$\sigma$**  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

**Z** = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

**e** = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

La cobertura de la encuesta consideró los grupos poblacionales a observar y/o medir, para lo cual se determinó si se estaba encuestando a turistas, excursionistas o personas de la localidad que brindan servicios turísticos. Los lugares donde se aplicaron las encuestas fueron los puntos de visitamiento o atractivos turísticos, hoteles, restaurantes, terminal terrestre, entre los principales; el periodo encuestal consideró fines de semana y feriados entre los meses de enero y febrero 2020.

**e) Método para recolectar datos**

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos se procedió a la tabulación de cada uno de ellos, para esto se utilizó el software “R” y para la generación de base de datos “Microsoft Excel”.

Se realizó un muestreo estratificado ya que la población muestreada se pudo dividir en clases o estratos (turista receptor, turista emisor, excursionista, comerciante, servidor turístico, etc.).

Para establecer las herramientas tecnológicas y estructurar la propuesta que permita la efectiva promoción turística en el Cantón Eloy Alfaro, con base al resultado estadístico de las encuestas, se consideraron los criterios que los turistas desean conocer y los medios o canales de comunicación, lo que permitió estructurar la propuesta.

**f) Desarrollo metodológico**

Como primer punto, se definió en qué entorno se realizaría la investigación de campo y qué instrumentos y técnicas se necesitaron para obtener datos para la investigación y lograr los objetivos. Luego, se delimitó el área de estudio, lo cual permitió no extenderse más allá de los límites necesarios para realizar la investigación en este punto el proyecto se delimitó a todo el cantón Eloy Alfaro.

Se identificaron los materiales necesarios para la recopilación de información como computadoras, cámaras fotográficas, grabadora de voz; así mismo se analizó los limitantes del estudio los cuales principalmente se relacionaron con el tiempo de estudio, determinando los meses enero y febrero 2020 para la aplicación de los trabajos de campo, considerando el tiempo disponible de las fuentes de información sobre todo aquellas que dependieron de la colaboración de servidores públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Eloy Alfaro.

Para dar cumplimiento al primer objetivo específico trazado en la presente investigación, se inició con la revisión de documentos basado en libros, artículos científicos, catastros, proyectos académicos entre otros. Seguido con la identificación de los atractivos y productos existen en Eloy Alfaro que se deban promocionar y que han sido promocionados por cualquier tipo de método promocional.

A su vez se realizó una ficha de observación estructurada, donde se identificaron las diferentes herramientas tecnológicas que pueden usarse en redes sociales, considerando para el efecto indicadores con los cuales se plantearon cinco preguntas de la encuesta. En este caso se seleccionaron para su observación aplicaciones de: Facebook, Twitter y YouTube; del mismo modo, se observó y analizó lo publicado en las páginas web institucionales del GAD Municipal Eloy Alfaro, así como lo que el Ministerio de Turismo promociona del cantón Eloy Alfaro a través de sus páginas Ecuador Travel y Viaja primero Ecuador. Paralelamente fueron analizadas las páginas Goraymi, EcuRed, Viajando, Turismoi, que también contienen información del cantón Eloy Alfaro.

Dando cumplimiento a las estrategias para la obtención de resultados, específicamente del objetivo estratégico uno, se aplicó una entrevista a la directora del Departamento de Turismo del cantón Eloy Alfaro, Ing. Caridad Armijos. Para la aplicación de esta técnica de recolección de información, fue necesario apoyarse con una guía para realizar 15 preguntas en modalidad abierta.

Para determinar la percepción tanto de los pobladores del cantón Eloy Alfaro que se dedican a la prestación de servicios turísticos como a los turistas y visitantes, fueron aplicadas encuestas tipo cuestionarios. A los prestadores de servicios turísticos se les formuló seis preguntas, y a los turistas y/o visitantes se les consultó siete preguntas. Ambos cuestionarios fueron diseñados con interrogaciones cerradas, entre dicotómicas y de respuestas múltiples.

Con los datos anteriormente obtenidos, se realizó un análisis comparativo de los mismos, los cuales fueron validados para establecer las conclusiones sobre el diagnóstico de la gestión turística del cantón Eloy Alfaro, en lo que respecta a sus estrategias promocionales del turismo, sobre todo se determinó cuáles son los factores que no permiten el uso de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística del cantón Eloy Alfaro.

Con el propósito de dar cumplimiento al objetivo específico número dos, se determinó cuáles deben ser las principales herramientas tecnológicas para realizar una efectiva promoción turística en el cantón Eloy Alfaro, lo cual fue realizado gracias a las conclusiones obtenidas sobre todo con las respuestas de los turistas y servidores turísticos del cantón; al término del análisis de los datos se realizó comparaciones con otros documentos bibliográficos similares a esta propuesta para reafirmación y planteamiento de herramientas tecnológicas que permitan la efectiva promoción turística de los atractivos del cantón Eloy Alfaro.

Una vez que se contó con la información anteriormente indicada, se presenta una propuesta de promoción turística basada en la implementación de herramientas tecnológicas de promoción y publicidad de los diferentes atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro, planteando para el efecto un presupuesto a comprometer anualmente para la sostenibilidad de dicha promoción, así como la información a difundir a través de dichas herramientas tecnológicas de tal manera que se garantice la afluencia permanente de turistas al cantón.

## 7. REVISIÓN DE LITERATURA

### 7.1. MARCO TEÓRICO

En la presente investigación se recopiló y analizó la información más destacada, con relación a la Promoción Turística basada en Herramientas Tecnológicas y su uso en la actividad turística; basado en estos conceptos, y en análisis de información secundaria relacionada con la temática, de lo cual se cita lo siguiente:

Mendoza (2018). En su trabajo “LAS NTICS EN LA PROMOCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTUDIO DE CASOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID” indica que, Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs) constituyen hoy parte esencial de la promoción turística: tanto en los requisitos de la demanda –con el viajero millennial como propulsor- como en la concepción de la oferta; su implementación está en la base de los nuevos modelos de desarrollo turístico.

Las TIC’s, como producto del conocimiento, son el centro de la vida; existe un gran número de dispositivos y versiones de software de aplicaciones que van evolucionando de forma rápida como son las aplicaciones para móviles (Santillán-Núñez, Velarde-Valdez y Obombo-Magio, 2015).

Mendoza (2018), en su estudio “LAS NTICS EN LA PROMOCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTUDIO DE CASOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID”, aborda la conveniencia de que las instituciones incorporen las NTICS de forma efectiva a la promoción de sus destinos turísticos. En concreto, se describe y aplica una metodología de análisis del grado de incorporación de las tres herramientas más extendidas y accesibles: las páginas webs oficiales, las redes sociales y las aplicaciones móviles.

Valladares (2015) en su investigación, considera que las empresas turísticas deberían aprovechar mucho más la promoción y actividad en el Internet, particularmente el uso de las redes sociales, ya que es un método fácil y a la vez económico; sin embargo, es muy



importante darle un uso correcto a esta herramienta, es decir, cumpliendo con los límites y el respeto para que la imagen de la empresa o destino turístico no se vea afectada.

Vargas (2017) en su trabajo “La aplicación de las TICs como requisito para la competitividad turística de Sucre”, documento que concluye expresando que la continua satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes no sólo requiere inversión en TICs por parte de la empresa hotelera, sino también disponer de personal formado en el uso de la tecnología capaz de añadir valor a la experiencia de viaje del cliente.

Del mismo modo, Vargas (2017) expresa que las innovaciones constantes, promueven la implementación de estrategias transaccionales o relacionales, por ello, se vislumbra la importancia de recabar información acerca de las necesidades y deseos que tiene el turista actual, para ello se requiere de una visión clara del papel de las TICs en los programas orientados al cliente y la capacidad de los gestores hoteleros y operadores de traducir las necesidades tecnológicas en las inversiones apropiadas.

Chávez E, (2017), diseñó un sistema de gestión de marketing digital, el cual tuvo como fin promover la actividad turística del cantón Caluma - Ecuador, haciendo una ponderación de la cartera de productos turísticos que se oferta, identificando un 56% óptimo para ecoturismo y turismo de naturaleza. Identificado el producto/servicio se analizaron otros elementos del contexto de tal forma que permitió diseñar un sistema tomando en consideración elementos del marketing online como offline.

El documento “Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil – Ecuador (Tafur, et al. 2018), expresa que, en el sector del turismo ecuatoriano, y particularmente guayaquileño, las TIC se han convertido en un factor clave para el desarrollo empresarial, la toma de decisiones estratégicas y la definición de nuevos modelos de negocio. En este entorno, se han diversificado las formas en que los turistas y clientes interactúan con los servicios en línea, y la manera en que las agencias de viajes y tour

operadores gestionan la información, todo ello tomando como eje la nueva estructura tecnológica del sistema de distribución del turismo.

Andrade K. (2019). En su artículo “Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador, indica que el estudio mostró debilidades por parte de las organizaciones en el uso las herramientas de comunicación digital, pero a la vez se identificó fuertes potencialidades en su aplicación para la difusión turística y conservación de las riquezas de la isla.

En términos generales, diferentes autores han estudiado la influencia de las herramientas tecnológicas en la promoción del turística. Cabe destacar lo aportado por Andrade (2016) sobre la promoción de marca ciudad en relación a las estrategias de marketing digital, establece que la competitividad emergente entre destinos turísticos ha puesto de manifiesto la necesidad de enfatizar estrategias de marketing digital, con el fin de crear un valor agregado intangible para un turista o visitante potencial, enfocadas a crear una imagen favorable de los territorios que se pretenden promocionar.

Lo establecido en la investigación de Aparicio (2017), en la que menciona, que el uso de las Tics en materia de turismo ha abierto las puertas a las personas que quieren conocer el mundo ya sea con las presentaciones virtuales de los lugares de interés o en la utilización de aplicaciones en los dispositivos móviles, siendo esta la tendencia actual de las herramientas de búsqueda en la web. Estas tecnologías han venido a transformar la manera en que los turistas planean y realizan sus viajes. Sin embargo, no sólo los turistas han cambiado sus comportamientos. El empleo de las herramientas tecnológicas para la promoción turística, ha ocasionado un impacto positivo.

Debido a su uso como medio de búsqueda y consulta de información acerca de los productos y destinos turísticos, con el aumento que hay cada día más personas envueltas en el mundo de internet para buscar y encontrar información con fines turístico, se visualiza un cambio de estrategias de los sectores involucrados en este tema. Confirmando esto con lo

dicho por (González, 2015). Las herramientas tecnológicas se han convertido en un pilar fundamental para el turismo, sin embargo, debido a la subjetividad del sector turístico, es uno de los que más depende del su uso.

Coincidiendo con lo aportado por Ivars et al. (2016) en su investigación acerca del uso de las TIC en los destinos inteligentes, el Internet puede resultar un medio eficaz para establecer relaciones con los consumidores, debido a su capacidad de permitir la interacción.

El valor de la información de la actividad turística es un factor determinante para mejorar la competitividad del turismo en un destino, esto corrobora el hecho de que muchos destinos tienen diferentes perfiles en donde se comparte contenido donde se puede ofrecer al futuro visitante, imágenes representativas y atrayentes de la localidad. Es por ende que para dar a conocer un destino no basta solo con tener un buen portal web y aplicación móvil, sino que también hay que disponer de perfiles activos: una red social sin actividad resta turistas potenciales; es más, hoy en día carecer de un perfil en las redes sociales se considera un aspecto negativo al juzgar un destino. Caro, Luque y Zayas, (2015).

Se puede afirmar que el uso de las diferentes herramientas tecnológicas está permitiendo cada día más la persuasión del turista a que visite los diferentes destinos que se promocionan a través de la web, facilitando, la distribución de información de destinos y productos turísticos.

Diferentes autores como: Buhalis y Law, (2008); Fraiz, (2015); Cerezo y Guevara, (2015); Mariani y Felice, (2016) citados por Cervantes , Morales, Martínez, y Morales.(2019), confirma lo embozado anteriormente debido a que, han establecido que el impacto que ha tenido las TIC en la actividad turística, ha señalado un efecto generalizado en la creación, producción y consumo turístico, destacándose el consenso existente sobre la competitividad de productos y destinos.

López de Ávila et al., (2015: 65) menciona como las primeras actuaciones a seguir para la promoción de un destino y la mejora de la experiencia turística, las relacionadas con las nuevas tecnologías, según se reproduce a continuación:

- a) Elaboración de una estrategia de promoción online en la que se [dé] a conocer la web del destino [...traducida...] a los idiomas de los principales grupos de turistas que visiten el destino;
- b) Dentro de la promoción online es necesaria una estrategia específica de comunicación en redes sociales, dado el importante uso que hace de ellas el turista para informarse e interactuar con el destino; y,
- c) Desarrollo de contenidos experienciales para el turista a través de aplicaciones para móviles, realidad aumentada, códigos QR, video mapping, etc.

Las TIC contribuyen a mejorar la calidad del servicio ya que cada vez el turista es diferente, los canales de distribución tradicionales pueden complementarse para una mayor satisfacción, experiencias, motivaciones y deseos de viajar. Lo establecido anteriormente coincide con lo explicado por Aparicio (2017), en su investigación que menciona que la evolución de las tecnologías ha ayudado a mejorar la calidad y cantidad en el intercambio de información, así como en la eliminación de las barreras que existían entre la ubicación de donde se producía la información y donde se encontraban los individuos.

En la web se encuentra una amplia gama de software y aplicaciones afines al sector de las NTICs y que se pueden aplicar al sector turístico, de acuerdo a diferentes autores que en diferentes investigaciones han analizado las herramientas tecnológicas más representativa que se encuentran inmersas en la actividad turística, son las siguientes:

- Facchin, (2013) refiere que esas redes son: Facebook, Twitter, Instagram, Google+, LinkedIn, YouTube, Pinterest, Foursquare, TripAdvisor, Top Rural
- Alonso (2015) TripAdvisor, Minube, Touristeye, Tripwolf, Tourist link, Trips book.

- Rey (2015).: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google+, Pinterest, Instagram
- Cardona & María-Dolores. (2017). Expresa que existen diversos estudios que se analiza el uso de redes sociales en España, en lo que se manifiesta en dichos estudios que las redes sociales más utilizadas son Facebook y Twitter, seguidas de LinkedIn, YouTube, Pinterest e Instagram.
- Gutiérrez., Sánchez & Galiano (2018). Facebook, Twitter, Instagram, YouTube
- Mas Mestanza, L. R. (2015). En su investigación determina las siguientes redes como las más representativas en la actividad turística: Facebook, Twitter, Instagram o YouTube.

El sistema turístico analizado por Albitia (2000), lo señala como un conjunto definible de relaciones, servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes, citado por Quirumbay (2016).

Particularmente, el sistema turístico propuesto por Boullón (1985) citado por Coria, Castro, & Perete (2019), lo conceptualiza como un “conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre.

La partida del funcionamiento del sistema, se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través del proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector y la superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes, según Boullón,(2006) citado por Abarca,(2017).

De acuerdo a Quirumbay (2016). en su investigación considera que el principal objetivo del sistema turístico consiste en proveer al turista de todas aquellas condiciones necesarias,

de modo que encuentre en el destino experiencias que sean gratificantes, distintas al de su ambiente habitual.

## **7.2. MARCO LEGAL**

El sustento legal de la presente investigación se ha basado en:

La Constitución de la República de Ecuador (2008), en el TÍTULO II-DERECHOS, Capítulo segundo: Derechos del buen vivir, Sección tercera, Art. 16: señala el derecho de toda persona, a la libertad en la comunicación y al acceso a las TIC.

La Ley de Turismo (2008), documento que en su CAPÍTULO I, GENERALIDADES, en el Art. 4: menciona los objetivos a cumplir por la política estatal en relación al sector turístico, referente a la promoción del producto turístico y de los atractivos del país.

La misma Ley de Turismo (2008), en su TÍTULO CUARTO: EL FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, Art. 76: De la promoción, plantea el objetivo a perseguir en este ámbito: “consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial al respecto a efectos de posicionar al país como destino turístico”. En este mismo artículo establece la internet como uno de los canales de promoción del Ecuador como destino turístico.

Del mismo modo, la Ley de Turismo (2008), en el TÍTULO VII DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA, Art. 182 declara el fin de la realización de campañas promocionales, dentro y fuera del país.

El Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017 – 2021) establece la política: Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco

de protección del patrimonio natural y cultural. El mismo plan indica como meta “incrementar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de US\$ 1,4 mm a US\$ 2,5 mm a 2021”.

Por último, el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD (2010), en el inciso final del artículo 135, dispone que el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.

El mismo código citado en el párrafo anterior, expresa las funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales. Los literales que se articulan con la presente propuesta y que se citan en el artículo 54 del COOTAD, son:

- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;
- q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón.

## 8. RESULTADOS

### 8.1. ESTADO ACTUAL DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN ELOY ALFARO.

#### 8.1.1 Sistema turístico.

##### a) Atractivos Turísticos

La revisión de bibliografía secundaria, permitió determinar que, en el cantón Eloy Alfaro, de acuerdo al Inventario Atractivos Turísticos -Pilotaje 2016, Ministerio De Turismo, existe 6 Atractivos Turísticos Naturales y 7 Manifestaciones Culturales, lo cual se resume en el siguiente cuadro:

**Tabla 3**

Atractivos naturales y manifestaciones culturales del cantón Eloy Alfaro – Provincia de Esmeraldas.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	TIPO SUB TIPO	JERARQUIA
Río Cayapas	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II
Río Santiago	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II
Bosque Húmedo Playa de Oro	Sitios Naturales	Bosques	Húmedo tropical occidental	II
Las Peñas	Sitios Naturales	Costas Litorales	o Playas	II
Playa de Canchimalero	Sitios Naturales	Costas Litorales	o Estuarios	I
Reserva Cayapas-Mataje	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	de Reserva Ecológica	II
"Museo In situ La Tolita Pampa De Oro"	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Museos	I
Artesanías elaboradas a base de: COCO Y DAMAGUA	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanías	II
Artesanías elaboradas a base de: MADERA	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanías	I



Artesanías elaboradas a base de: SEMILLAS Y MATE	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanías	I
Artesanías elaboradas en base a: RAMPIRA Y LANA	Manifestaciones Culturales		Artesanías	I
Fiestas de San Martín de Porres	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Fiestas	I
Fiestas de Reyes	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Fiestas	I

**Fuente:** Inventario Atractivos Turísticos -Pilotaje 2016, Ministerio De Turismo.

Como se puede observar en el cuadro anterior, la mayoría de los atractivos registrados en el catastro cuentan con una jerarquía de 2. De acuerdo a la evaluación de diferentes criterios relacionados en base con el Índice de Competitividad Viajes y Turismo (TTCI), conocido también como Índice de Competitividad Turística de la Organización Mundial de Turismo publicada por el Foro Económico Mundial en el año 2015 y la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos OEA 2004 según el Manual de Atractivos Turísticos (2018).

Los cuales son: 1. Accesibilidad y conectividad 2. Planta turística / Servicios 3. Estado de conservación e integración atractivo / entorno 4. Higiene y seguridad turística 5. Políticas y regulaciones 6. Actividades que se practican (Opciones recreacionales) Criterios relacionados con la demanda: 7. Difusión 8. Registro de visitante y afluencia 9. Recurso humano.

Con base a lo anterior, se determina un débil desarrollo de los diferentes lugares turísticos del cantón, puesto que se evidencia que los atractivos cuentan con atributos mínimos que no permiten desarrollar un consolidado producto turístico. Lo anterior, coincide a su vez con la problemática que se cita en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Eloy Alfaro (2014-2022) que limitan el desarrollo y el aumento del grado de importancia de estos atractivos. Las causas citadas en el PDyOT (2014-2022) son las siguientes:

- Débil conectividad terrestre y fluvial hacia y desde los atractivos turísticos.
- Débil promoción turística a nivel regional y nacional.
- Ausencia de sistemas de comunicación que permita a las comunidades gestionar su propia comercialización (genera dependencia y encarece el precio final).
- Falta de apoyo institucional y de inversión en la promoción de los sitios.
- Elevación de los precios en la intermediación.
- Ausencia de redes comunitarias que hagan de nexo y gestor de los destinos.
- Débil infraestructura sanitaria y AAPP.
- Débil de infraestructura turística de apoyo y de seguridad en los principales atractivos turísticos naturales.
- Ausencia de estímulos para atraer la inversión privada para proyectos turísticos.
- Falta de conocimientos por parte de las comunidades para gestionar ellos mismos la comercialización sin intermediarios.
- Falta de comercialización de los destinos turísticos del norte de la provincia por parte de los intermediarios locales, para mejorar la situación deben existir alianzas estratégicas entre las comunidades y Tour Operadores, agencias de viajes nacionales e internacionales.
- Instituciones de apoyo (instituciones educativas, fundaciones, ONG's, agencias de cooperación internacional) y Gobiernos Autónomos Descentralizados - GAD'

Entre otros atractivos que posee el cantón están, las Cuevas del Amor de Santa Lucía de Las Peñas que cuenta con 20 Km de playa y tiene un espacio denominado cuevas del amor, incluye la playa vainillita, Rompido, Molinita y playa Majagual.

**Imagen 1**

Cuevas del Amor de Santa Lucía de Las Peñas



**Fuente:** (GAD PARROQUIAL RURAL DE SANTA LUCIA DE LAS PEÑAS., s.f.)

Otro punto es, la reserva de los manglares más alta del mundo denominada Majagual allí se concentran diferentes tipos de mangle, cuenta con un centro de interpretación donde se cultiva diferentes tipos de plantas medicinales. El recinto Olmedo, Santa Rosa y la parroquia Pampanal de Bolívar al ubicarse en zonas bajas cuentan con casas tipo zancos y al subir el mar la gente se desplaza en canoas convirtiendo a estos sectores en pequeñas Venecia, siendo este un atractivo turístico interesante.

**Imagen 2**

Manglares Majagual



**Fuente:** (Revista VistalSur, s.f.)

**Imagen 3**

Manglares Majagual



**Fuente:** (Revista VistalSur, s.f.)

Un sitio de relevante importancia natural y cultura es La Tolita Pampa de Oro, lugar donde según indicios fue un centro de comercio indígena, pues allí se encontró la careta del Dios Sol que representa al Banco Central del Ecuador y actualmente el territorio es

patrimonio cultural de la humanidad, de allí a salido una incalculable riqueza patrimonial que descansa en museos de Ecuador y el mundo, aun así, la comunidad custodia varias Tola las cuales en su interior reservan grandes riquezas aún sin explotar.

**Imagen 4**

Máscara del sol encontrada en la parroquia Tolita Pampa de Oro



**Fuente:** (ViajandoX, s.f.)

El túnel de Santa Rosa es otro atractivo donde la naturaleza genera distracción, pues en un brazo de mar los mangles se entrelazan formando un túnel para proteger del sol al turista, allí en la quietud se puede observar al tasquero pata roja, cangrejos, piaquil, churos, conchas, tigrillos y diversidad de aves, el recorrido armoniza la vida con la naturaleza.

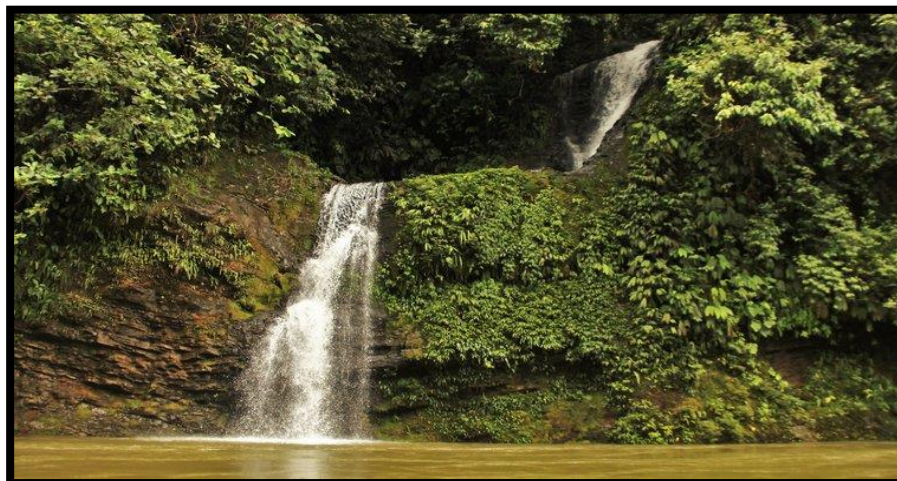
La isla de los pájaros ubicada en Ancón de Sardinias (Pampanal de Bolívar) es un atractivo extraordinario quien visita ese lugar se encontrará con gran cantidad de aves que se concentrarán allí, es un panorama en el cual quien llega a observar se queda extasiado de tanta maravilla que forma parte de la naturaleza.

**Imagen 5**  
Centro de Turismo Comunitario



**Fuente:** (Fundaciona ALDEA, 2019)

**Imagen 6**  
Reserva el Tigrillo



**Fuente:** (Fundación ALDEA, 2019)

### **Imagen 7**

Parroquia Playa de Oro



**Fuente:** (Fundación ALDEA, 2019)

En el río Santiago hay atractivos en las parroquias Playa de Oro allí se puede hacer turismo comunitario, visitar la reserva el tigrillo, realizar el avistamiento de aves, disfrutar de las cascadas.

En la misma ruta está Timbire con su Rica gastronomía, cascada y sus carnavales en temporada, allí junto a Selva Alegre y Colón Eloy en semana santa de practica el turismo religioso.

Otro sitio turístico es el Capricho un recinto cerca de la parroquia Borbón y se llega por el río allí se elabora la cocada más rica del Ecuador la cual se distribuye en cantidad a diario incluso se la exporta a otros países del mundo, también se saca el guarapo y la panela, este es un lugar donde el turista puede participar de la molienda y aprende el proceso de elaboración de los productos derivados de la caña y el coco.

En la parroquia Colón Eloy hay un recinto denominado Valdés allí se encuentra la laguna, el cerro y el mirador denominado la tunda se desarrolla el turismo ecológico.

A lo largo del río Cayapas se observa las vivencias y costumbres ancestrales, su gente construye linda artesanía hay centros ceremoniales, cascadas, está la cueva del murciélago e infinidad de bondades naturales, también se encuentra el hotel comunitario en el río San Miguel.

### **Imagen 8**

Vista desde el Hotel Comunitario San Miguel



**Fuente:** (Diario La Hora, 2016)

El cantón Eloy Alfaro tiene los ríos más grandes de la provincia de Esmeraldas, el río Santiago y Cayapas y el río Onzole, son afluentes que se entrelazan frente a la parroquia Borbón y desembocan en el océano Pacífico frente a la Tola, su gastronomía, cultura y la gentileza de su gente lo hacen un cantón extraordinario.



**Imagen 9**

PANORÁMICA. Malecón de Borbón.



**Fuente:** (Diario La Hora, 2017)

**b) Planta Turística**

En cuanto a planta turística se refiere en el cantón cuenta con una variedad de establecimientos turísticos registrados, que cuenten con las patentes y permisos necesarios para su funcionamiento en diferentes servicios como alojamiento, alimentación y bebidas, bares y discotecas, entretenimiento, artesanías.

De acuerdo al catastro de establecimiento turísticos, (MINTUR, 2017), la planta turística con la que cuenta el cantón Eloy Alfaro entre hoteles, hostería, hostales, cabañas, restaurantes está conformada de la siguiente manera de acuerdo al catastro de establecimientos del cantón:

**Tabla 4**

Catastro de Establecimientos Turísticos del cantón Eloy Alfaro.

<b>TIPO</b>	<b>NOMBRE DE ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>CATEGORIA</b>
Hoteles	María José	Segunda
Hostería	Solo Mar	Segunda
	Rincón Del Pacifico	Segunda
	Playa Real	Segunda
	"Cristal Perla"	Tercera
	Hostales	El Descanso De Dios Casa Blanca
	Cumbres Andinas	Tercera
	Gran Jehová	Tercera
	Selmar	Tercera
Cabañas	Coral Reef	Segunda
	Paraíso Toledo 'S' El	Tercera
	Marabú	Tercera
Restaurantes	Don Queve	Tercera
	Playa Amanecer	Segunda
	Playa Arena	Tercera
	Sierra Y Mar	Tercera
Centros de Turismo	Playa De Oro	Única
Comunitarios	San Miguel	Única
Restaurantes	Nathaly	Tercera

**Fuente:** Catastro de establecimiento Turísticos, Ministerio De Turismo, 2017

Las empresas de transporte turístico, que cuentan con, terrestre de las cuales existen dos empresas de transporte público terrestre que se trasladan dentro y fuera de varias parroquias del cantón desde la provincia de Esmeraldas, estas empresas son La Costeñita y El Pacífico, y marítimo que también cuentan con dos empresas de transporte marítimo con el mismo nombre que el transporte terrestre, y a su vez cuentan con otras embarcaciones con las que se realiza durante feriados son paseos por la bahía y/o avistamiento de ballenas en temporada.

Servicios Complementarios como los Servicios Bancarios; en los que puede incluir a BanEcuador que tiene su oficina en la cabecera cantonal Valdés “Limonés” y los diferentes Banco del Barrio, como son el Banco de Guayaquil, “Mi Vecino”, y también el Banco del Pichincha.

Servicios de Combustible como gasolineras se encuentra en Borbón, en el cantón Rioverde, Esmeraldas o Lita.

Servicios de Salud están los hospitales tipo C que los más cercanos se encuentran en Borbón, en la cabecera cantonal y en el cantón Río Verde. Las parroquias cuentan cuenta con un centro de Salud.

Sistema de Conectividad en términos de telefonía se encuentra bastante bien aún que existen lugares que no cuenta con ella, la principal empresa que facilita los servicios telefónicos locales es CNT. También existen los servicios de internet local y TV cable, con la facilidad de realizar recargas para obtener estos servicios.

### **c) Demanda**

Perfil del Visitante la persona que visitan el cantón Eloy Alfaro son persona que se encuentra entre los 20 a 60 años. Los turistas que acuden a los diferentes atractivos del cantón han culminado su educación secundaria, son personas que en su gran mayoría utilizan el Facebook y páginas web como herramientas tecnológicas predilecta al momento de viajar.

De acuerdo el PDOT (2014-2019) actualmente no existe una comercialización directa desde las comunidades. El 83,3% de los emprendimientos, no comercializan sus servicios por ningún medio de difusión, ya sea impreso o a través de cualquier otro medio de comunicación.

#### **d) Superestructura**

El análisis de actores locales, permite indicar que, en el territorio local, destaca la gestión y función del GAD Cantonal de Eloy Alfaro, quien de acuerdo a sus competencias normativas en materia turística debe articular sus actividades con los GAD Parroquiales de Anchayacu, Atahualpa, Borbón, Colon Eloy Del María, La Tola, Luis Vargas Torres, Maldonado, Pampanal De Bolívar, San Francisco De Onzolé, San José De Cayapas, Santa Lucia De Las Peñas, Santo Domingo De Onzolé, Selva Alegre, Telembi, Timbire Valdez (Limonos) ,así como Ministerio de Turismo y el GAD Provincial de Esmeraldas. En el territorio provincial, también se cuenta con oficina del Ministerio del Ambiente, entidad responsable del manejo y custodia de las áreas protegidas que interceptan con el territorio cantonal de Eloy Alfaro (indica que áreas protegidas son creo que es los manglares).

Un grupo de la superestructura que es vital en el proceso de la gestión turística son los prestadores de servidores turísticos, con quienes se deben articular procesos de promoción y a quienes está dirigida los resultados de la presente propuesta.

Otras instituciones que están en territorio y contribuyen a la gestión del turismo son: policía nacional, cuerpo de bombero entre todos estos organismos, con los cuales se garantiza la seguridad en el territorio, misma que está directamente relacionada con la seguridad de los turistas y servidores, ante el riesgo que asumen por factores de delincuencia que se puedan presentar.

Dentro del territorio cantonal han hecho presencia diferentes instituciones, ONG's Nacionales e internacionales, así como centros de educación superior, brindando conocimientos, asesoría y cooperación, en la ejecución de acciones en las diferentes áreas como de educación, salud, ambiental, turismo, proyectos productivos, manejo de recursos naturales, recursos costeros y ecosistemas de manglares, fortalecimiento organizacional, equidad y género, y atención a grupos vulnerables.

Entre las más destacadas se encuentran: MAQUITA, UNICEF, CEDEAL, COOPERACION ALEMANA GIZ, ONU MUJERES, PROTOS, OVCI, HIA, FUCAPE, FUDELA, UNFPA, ACNUR, CODESPA, MAE, Consejo Noruego de Refugiados, Plan Internacional, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Turismo, así como La Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede en Esmeraldas.

### 8.1.2 Identificación de herramientas tecnológicas utilizadas en la promoción turística.

Para identificar las herramientas tecnológicas que se han venido utilizando para la promoción turística del Cantón Eloy Alfaro, se utilizó una ficha de observación con planteamiento de cinco preguntas. Se obtuvo los siguientes datos que se evidencian en el siguiente cuadro:

**Tabla 5**

Análisis de los resultados de la ficha de observación

<b>HERRAMIENTA TECNOLÓGICO</b>	<b>ATRIBUTOS QUE SE PROMOCIONAN</b>
<b>Facebook</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El contenido que se da a conocer en esta red son fotos de las actividades desarrolladas por el departamento de turismo como: la participación de la directora en talleres, socialización, reuniones. El contenido promocional es bajo.</li> <li>• La frecuencia de la actualización es mensual.</li> <li>• En cuanto a las interacciones con el visitante, no existe.</li> <li>• No mantiene un trato personalizado.</li> <li>• No responden las inquietudes de los turistas.</li> </ul>
<b>Twitter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El perfil de esta herramienta no contiene nada de información turística ni de otro tipo.</li> <li>• No tiene una frecuencia de actualización.</li> <li>• No hay interacciones con el usuario.</li> <li>• No mantiene un trato personalizado.</li> </ul>

- No responden las inquietudes de los visitantes.
- 

### **YouTube**

En esta herramienta hay varias cuentas en que se publican videos que contienen información promocional de los diferentes atractivos turísticos como: las Penas y sus playas, Canchimalero y su playa y la festividad de homenaje a San Martín de Porres (Santo Negro) en la fecha del 3 de noviembre; La Tolita Pampa de Oro, lugar donde se encontró la careta del Dios Sol que representa al Banco central del Ecuador; y, Majagual, con los manglares más altos del mundo.

- No cuentan con una frecuencia marcada la mayoría de los videos tienen 6,5, 4 años y 6 meses de haber sido publicados.
  - No tienen interacciones con el usuario.
  - No mantiene un trato personalizado.
  - No responden las inquietudes de los visitantes.
- 

### **Páginas web**

**Goraymi:** el contenido es de manera general 95% texto, los atractivos que menciona son las dos reservas que se encuentran en el cantón, la Reserva Ecológica Manglares Cayapas – Mataje y la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas.

---

**Viajandox:** la información que se encuentra en esta página es general cien por ciento textos.

---

**Turismo:** se encuentran información de texto, de cuáles son las parroquias del cantón.

---

**Visita Ecuador:** el contenido que se encuentra en la página es poco contenido, pero de manera general.

---

**Ecuador Travel/ Go Ecuador:** la información que se encuentra en esta página generalmente básica.

---

**Viaja primero Ecuador:** en su página como en su perfil Twitter realiza una publicación con contenido de foto de las Peñas, de los manglares más altos del mundo (Majagual) y su gastronomía del cantón.

---

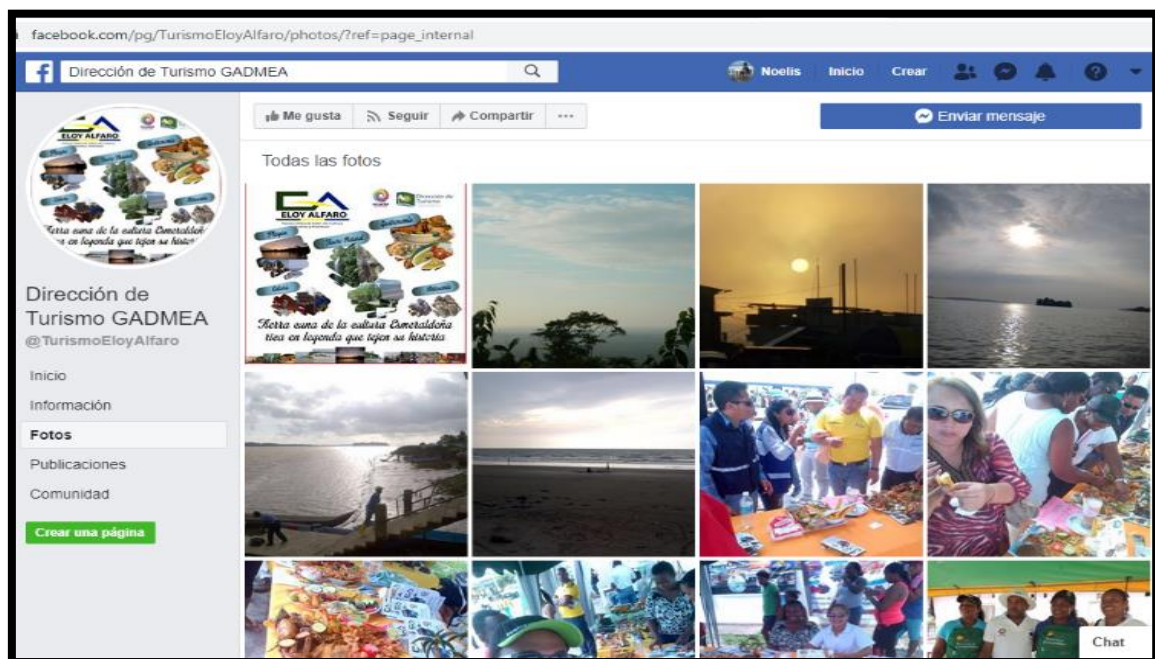
- En estas herramientas no tienen una actualización frecuente son estáticas, su información no ha sido modificada.
- No tienen interacciones con el usuario.
- No mantiene un trato personalizado.
- No responden las inquietudes de los visitantes.

**Fuente:** Aurora Segura -2020

A continuación, se evidencia una muestra de imágenes con capturas de pantalla de las diferentes actividades que se publican en las páginas o herramientas tecnológicas analizadas:

### Imagen 10

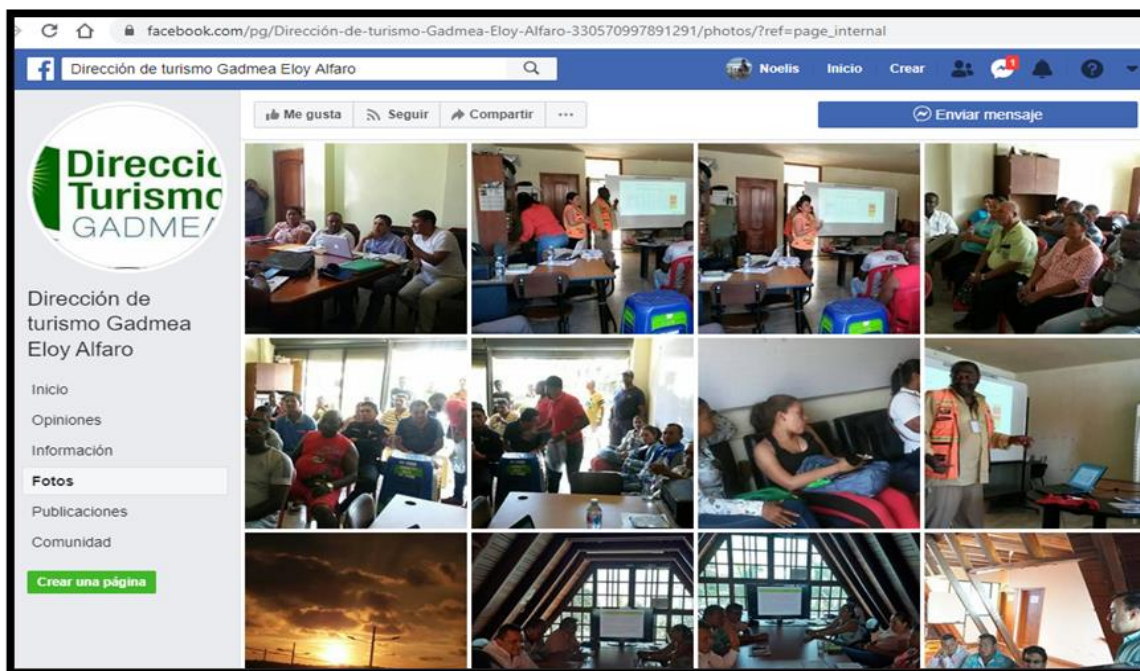
Captura de pantalla del perfil de Facebook de la Dirección de Turismo GADMEA



**Fuente:** (Dirección de Turismo GADMEA, s.f.)

### Imagen 11

Captura de pantalla del perfil de Facebook de la Dirección de Turismo GADMEA – Eloy Alfaro



Fuente: (Dirección de turismo GADMEA Eloy Alfaro, s.f.)

### Imagen 12

Captura de pantalla del perfil de Twitter del cantón Eloy Alfaro

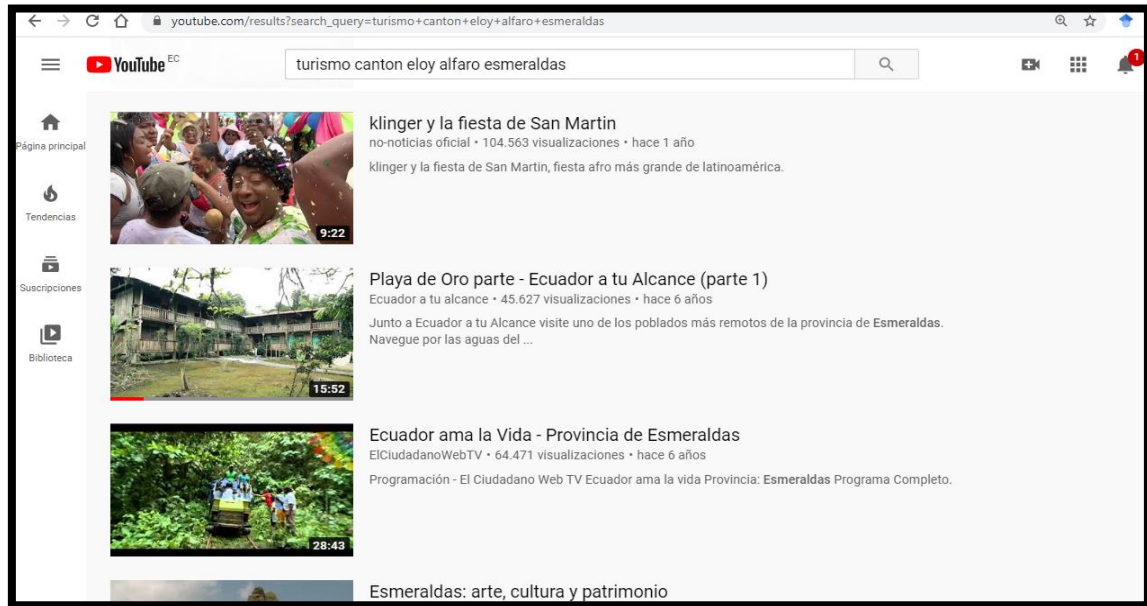


Fuente: (Cantón Eloy Alfaro, s.f.)



### Imagen 13

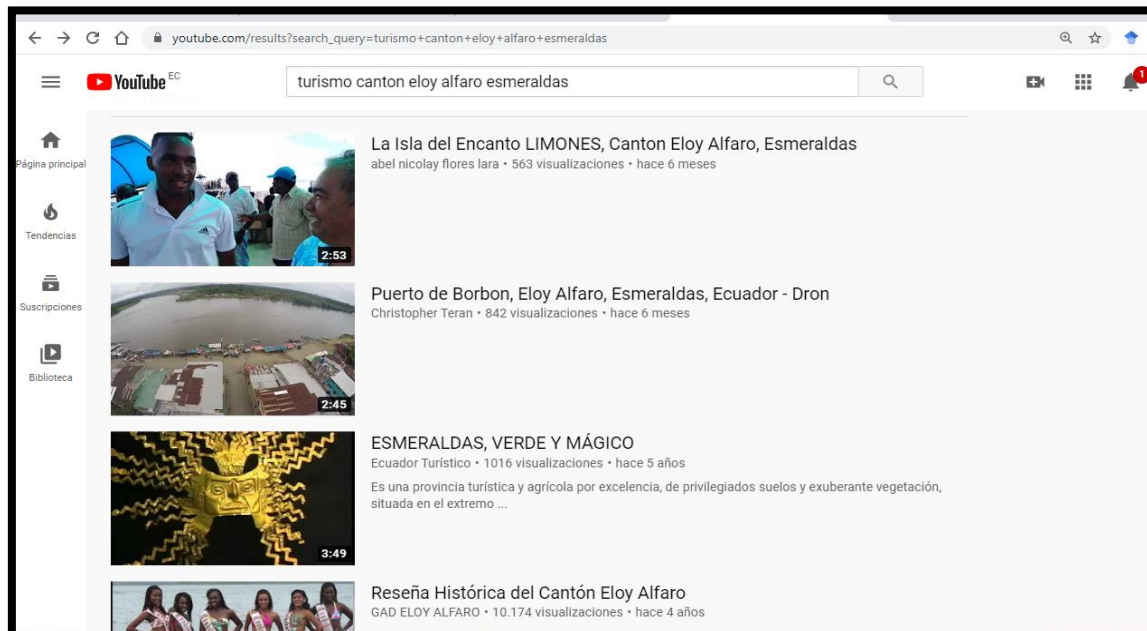
Captura de pantalla de publicaciones de videos en YouTube del cantón Eloy Alfaro



Fuente: (YouTube, s.f.)

### Imagen 14

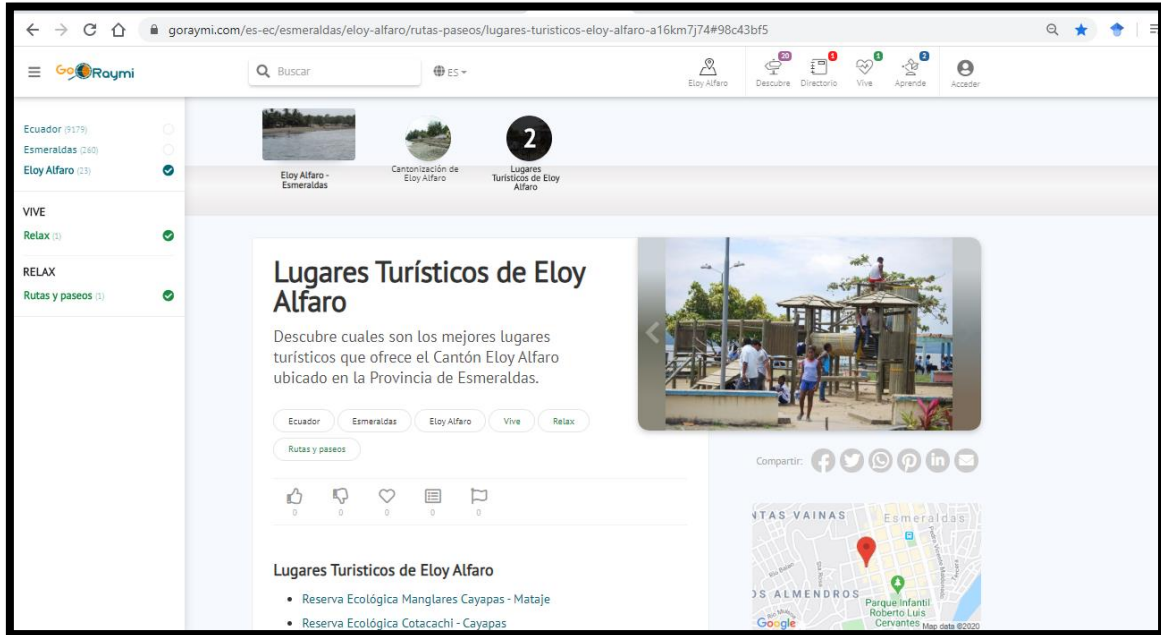
Captura de pantalla de publicaciones de videos en YouTube del cantón Eloy Alfaro



Fuente: (YouTube, s.f.)

### Imagen 15

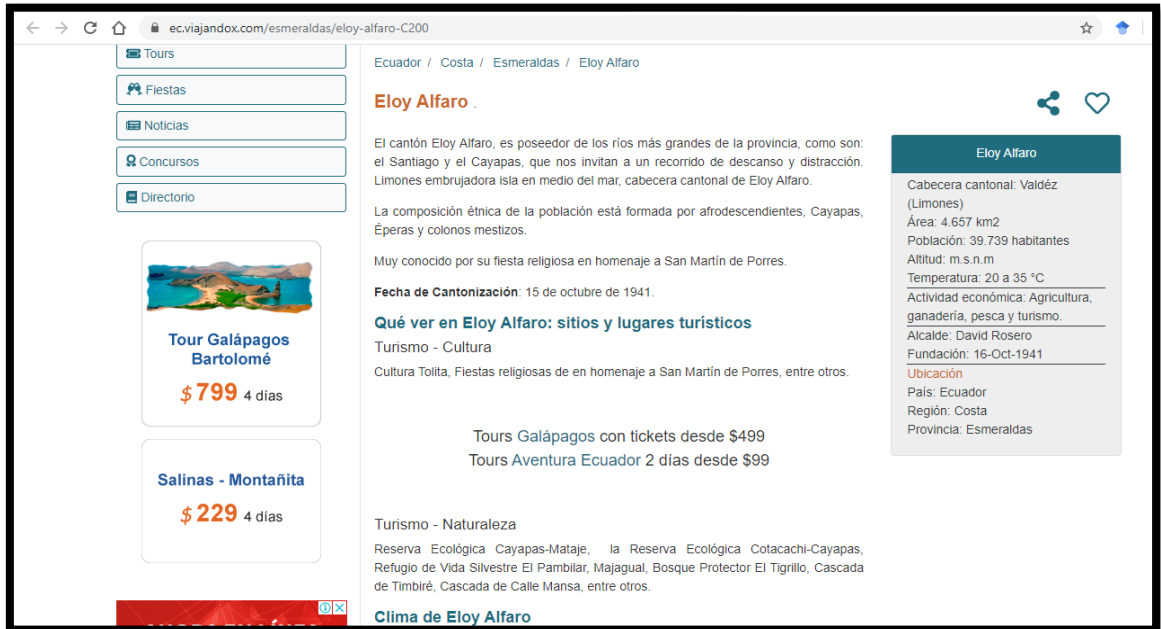
Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Goraymi



Fuente: (Go Raymi, s.f.)

### Imagen 16

Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página ViajandoX



Fuente: (ViajandoX, s.f.)

### Imagen 17

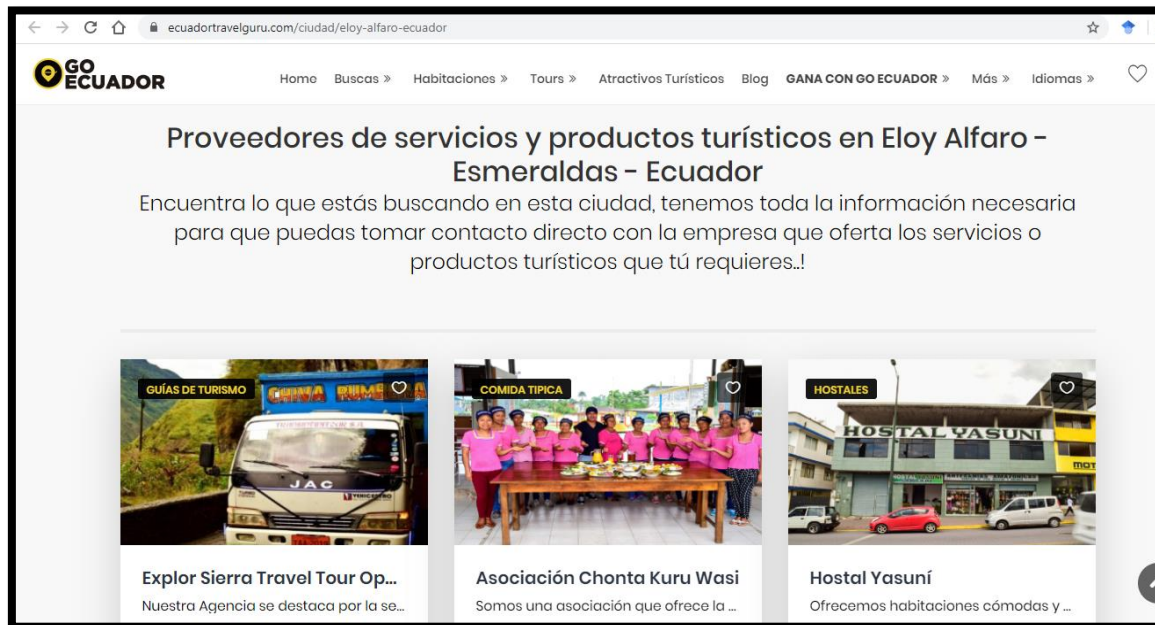
Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Visita Ecuador



Fuente: (Visita Ecuador., s.f.)

### Imagen 18

Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Go Ecuador/ Ecuador Travel



Fuente: (GO ECUADOR, s.f.)

### Imagen 19

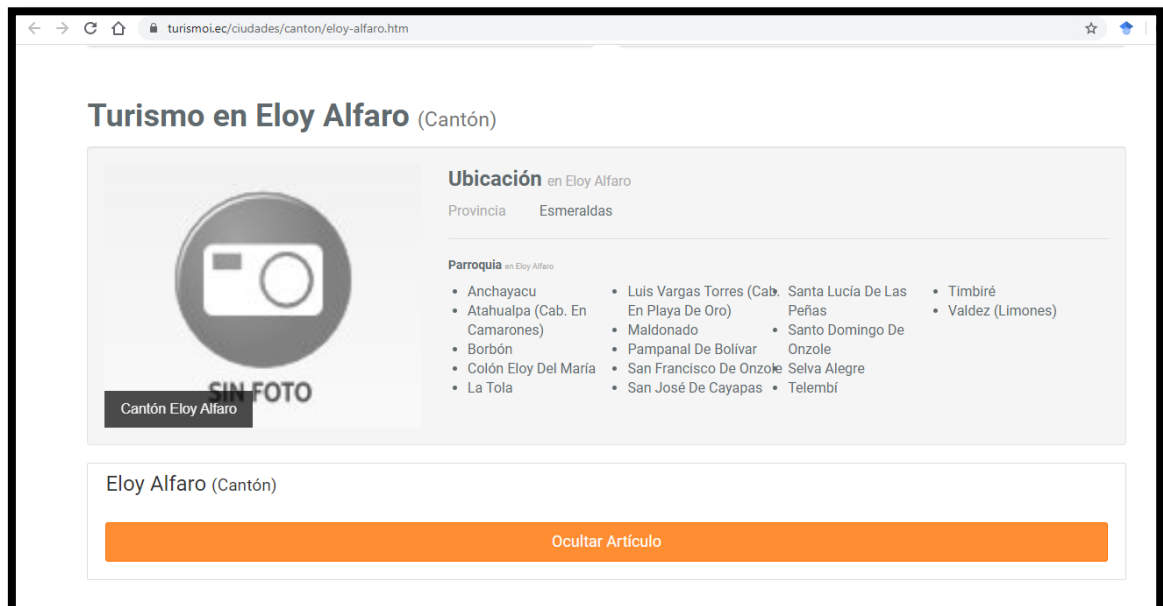
Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Go Ecuador/ Ecuador Travel



**Fuente:** (Go Ecuador, s.f.)

### Imagen 20

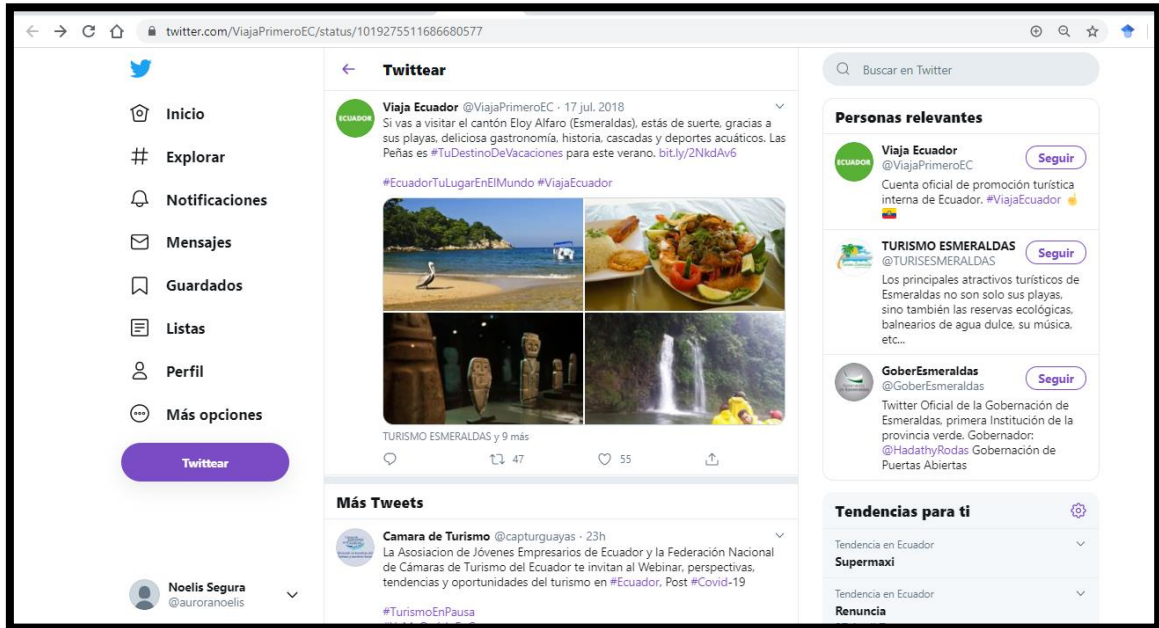
Captura de perfil del cantón Eloy Alfaro de la página Turismoi



**Fuente:** (Turismoi.ec, s.f.)

### Imagen 21

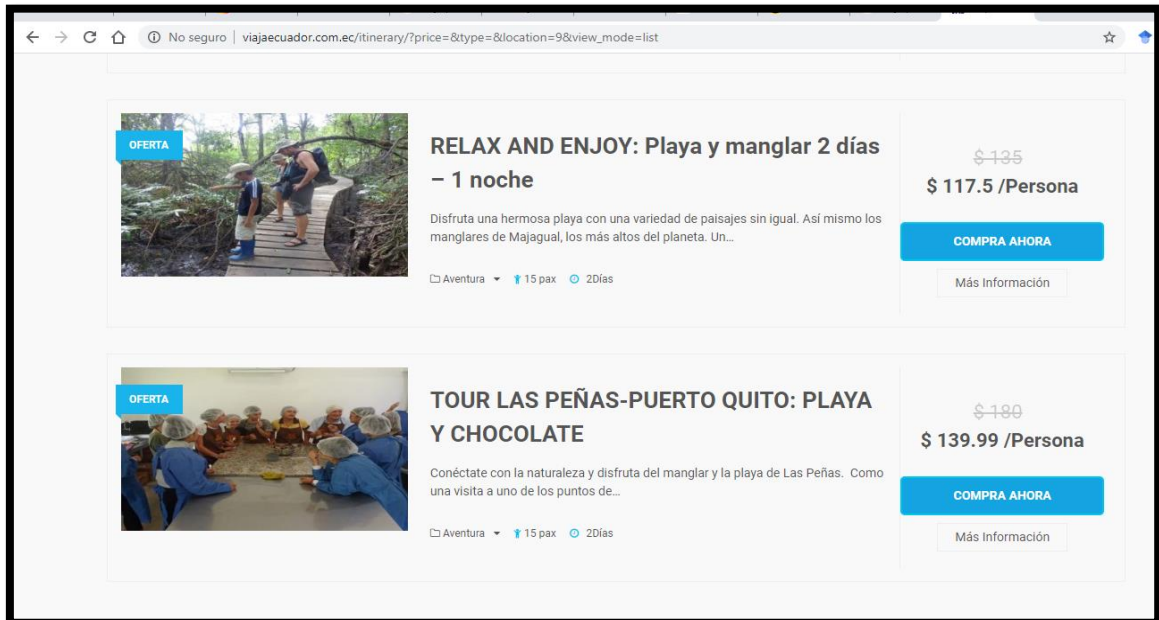
Captura de perfil Twitter de la página Viaja Primero EC de publicaciones del cantón Eloy Alfaro



Fuente: (ViajaPrimeroEC, s.f.)

### Imagen 22

Captura del perfil de itinerarios del cantón Eloy Alfaro de la página Viaja Primero Ecuador



Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019)

### Imagen 23

Captura de itinerario a las Peñas cantón Eloy Alfaro - Puerto Quito de la página Viaja Primero Ecuador



**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2019)

### 8.1.3 Entrevista planteada a la directora de turismo cantonal

Paralelamente, se planteó una entrevista a la Ingeniera Caridad Armijos, Directora de Turismo del Gobierno Municipal del cantón Eloy Alfaro, respecto al Uso de Herramientas Tecnológicas para la Promoción de los Atractivos Turísticos del cantón, se resalta lo siguiente:

- Los atractivos turísticos que se promocionan en el cantón son: Las Peñas, con su playa; Canchimalero, con su playa y la festividad de San Martín de Porres (Santo Negro); y, Majagual, con sus manglares más altos del mundo.
- Los medios de difusión de los atractivos turísticos que posee el cantón son páginas webs y la red social Facebook, instrumento de fácil acceso y principal estrategia de promoción que se considera abarca la mayor parte de la población que se constituirán en posibles visitantes y turistas.
- La Dirección Municipal de Turismo, no posee parámetros o criterios, ni métodos definidos para la difusión y actualización del contenido que promocióne los atractivos del cantón; en las páginas webs se muestra únicamente información

general sobre el mismo, en la red social Facebook solamente se realizan publicaciones como reuniones, talleres, charlas, entre otras, pero no muestran mayor contenido turístico que motiven a los visitantes y turistas a preferirlos sobre otras alternativas.

- La Ing. Caridad Armijos sugiere que las mejores herramientas tecnológicas para fortalecer la promoción turística del cantón serían: Facebook, Instagram, Twitter, Minube, Booking, Tripadvisor, Web Site, Blog; de una manera bien direccionada y con información relevante.
- En la actualidad se está desarrollando el Plan de Desarrollo Turístico del cantón con el apoyo del AME (Asociación de Municipalidades del Ecuador), que cuenta con un catastro de establecimientos turísticos; pero, que requiere ser actualizado, para que refleje los sitios que realmente están a disposición del disfrute de los visitantes y turistas.
- En lo posterior se tiene planeado ejecutar proyectos turísticos que incluyan la participación primordialmente de los jóvenes, mediante capacitaciones; con el propósito de fomentar el turismo cultural, comunitario y de aventura, ya que los recursos que posee el cantón se prestan para realizar este tipo de actividades.
- Para este año 2020, el presupuesto destinado para las actividades turísticas del cantón, es aproximadamente de \$25.000,00; monto que es posible que se reduzca el próximo año; disminuyendo así las posibilidades de realizar una promoción turística que llegue eficazmente a todos los visitantes y turistas, obligando a las autoridades municipales a buscar el apoyo de ONG's mediante la presentación de proyectos. De igual manera, se está considerando la aplicación del cobro de la LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas), misma que se encuentra en proceso de reformas y que desde el año 2016 que entró en vigencia no se ha hecho efectiva; con la finalidad de aumentar los recursos de la municipalidad destinados para el fortalecimiento de la actividad turística.

### 8.1.4 Resultados de encuestas planteadas a turistas y prestadores de servicios turísticos.

Con el propósito de determinar la percepción tanto de los pobladores del Cantón Eloy Alfaro que se dedican a la prestación de servicios turísticos como a los turistas y visitantes, fueron aplicadas encuestas tipo cuestionarios. A continuación, se presentan, los resultados obtenidos y análisis de interpretación de la encuesta planteada a los turistas, lo cual fue realizado entre los meses de enero y febrero, de 2020. Los puntos o lugares donde se planteó la encuesta fueron en La Tola, Las Peñas Olmedo, Borbón, Limones.

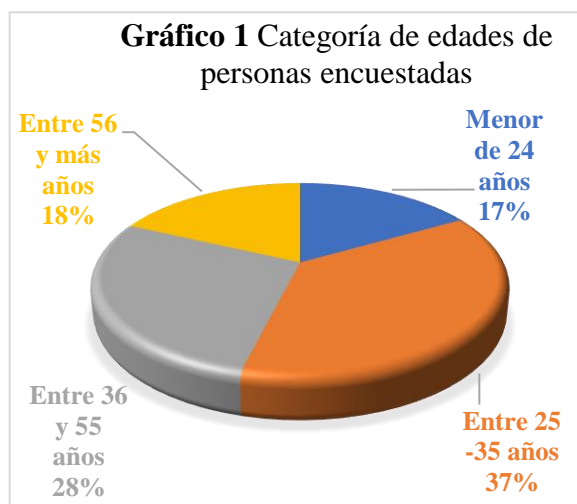
**Tabla 6**

Categoría de edades de personas encuestadas

Datos	Cantidad	Porcentaje
Menor de 24 años	64	17%
Entre 25 -35 años	142	37%
Entre 36 y 55 años	107	28%
entre 56 y más años	69	18%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** Como se aprecia en el cuadro N°6, y en el gráfico N°1 fueron encuestadas 382 personas con edades comprendidas de 18 a 56 años

La gran mayoría de los encuestados, están en años de edades de 25 y 35, esto es el 37 % de los investigados, seguidos con un 28% por el grupo que están entre los 36 y 55 años.



**Tabla 7**

Categoría de sexo de personas encuestadas

Datos	Cantidad	Porcentaje
Femenino	187	49%
Masculino	195	51%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** De las 382 personas encuestados, el 51% representan al sexo masculino, y el 49% al sexo femenino. El cuadro N° 7 y el gráfico N°2 así lo demuestra.

**Tabla 8**

Procedencia de nacionalidad de personas encuestadas

Datos	Cantidad	Porcentaje
Costa	228	60%
Sierra	95	25%
Colombia	49	13%
España	6	1%
Venezuela	4	1%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** En cuanto a la procedencia de los turistas encuestados, de acuerdo el cuadro N° 8 y el gráfico N°3 se puede observar, que el mayor porcentaje son turistas nacionales, específicamente de la localidad y de la zona Sierra, seguido de la costa. En menor porcentaje se refleja a turistas provenientes de España y de Colombia.

**Pregunta N°. 2: ¿Conoce los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro?**

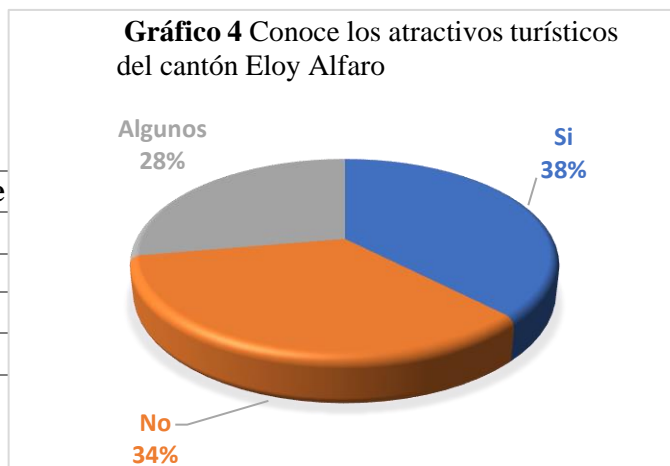
**Tabla 9**

Conoce los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro

Datos	Cantidades	Porcentaje
Si	144	38%
No	132	34%
Algunos	106	28%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** De acuerdo con la opinión solicitada al grupo encuestado sobre si conocen los diferentes atractivos del cantón Eloy Alfaro, se puede identificar en el cuadro N° 9 y el gráfico N° 4 que el 38 % representado por 44 personas que respondieron que si conocen los atractivos del cantón un mientras que 132 personas que determina el 34% no conocen y el otro 28% que simboliza a 106 personas restante que mencionan conocer algunos atractivos del cantón.

**Pregunta N° 3: ¿Considera importante generar estrategias digitales para la promoción de los diferentes atractivos turístico de un Cantón?**

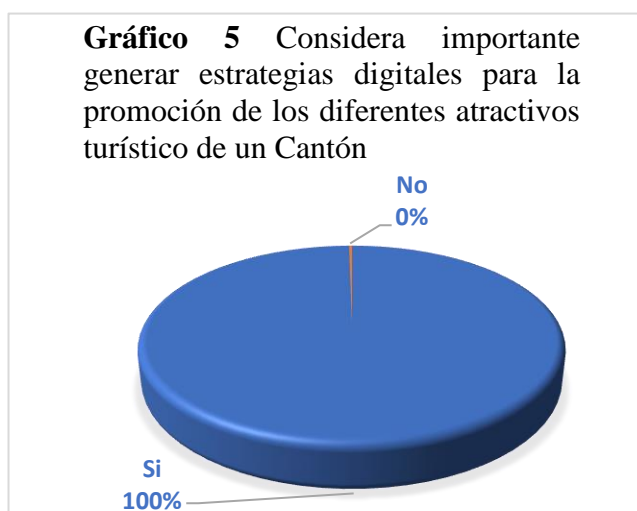
**Tabla 10**

Considera importante generar estrategias digitales para la promoción de los diferentes atractivos turístico de un Cantón

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	382	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** Al pedir la opinión de las 382 personas encuestadas referente a la importante generar estrategias digitales para la promoción de los diferentes atractivos turístico de un Cantón, el 100% coincidieron en que si es muy relevancia en la actualidad. El cuadro N° 10 y el gráfico N° 5 se puede observar este resultado.

**Pregunta N° 4: ¿Cuándo usted desea salir de viaje por recreación y ocio, que herramientas tecnológicas utiliza para escoger su destino?**

**Tabla 11**

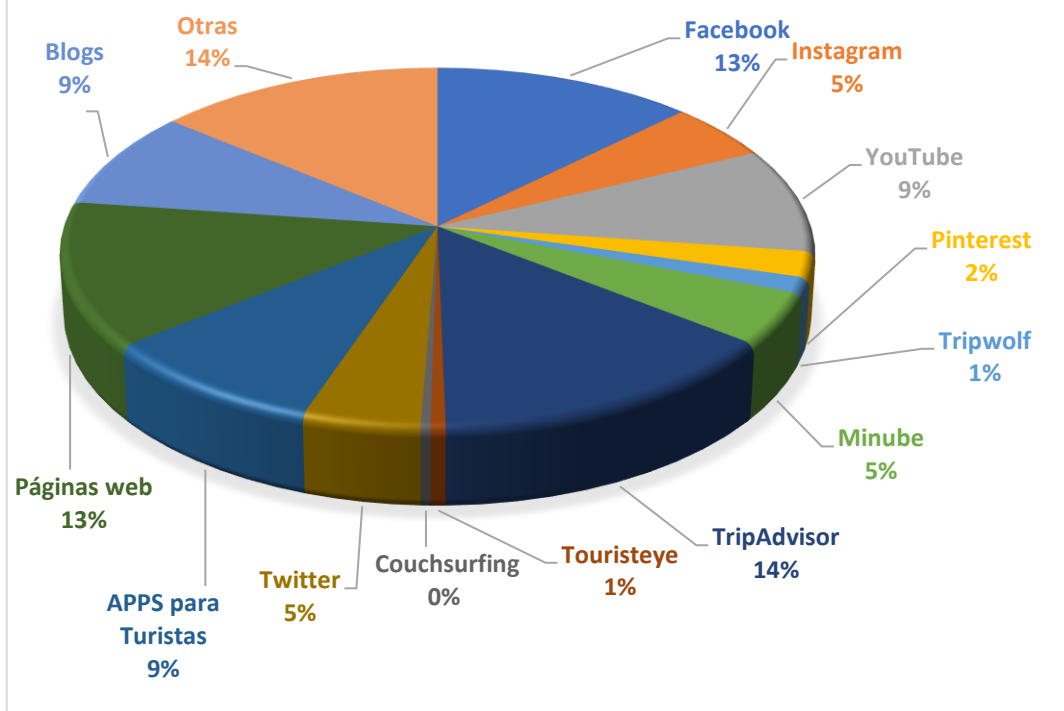
Cuando usted desea salir de viaje por recreación y ocio, que herramientas tecnológicas utiliza para escoger su destino

<b>Datos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Facebook</b>	265	13%
<b>Instagram</b>	108	5%
<b>YouTube</b>	198	9%
<b>Pinterest</b>	48	2%
<b>Tripwolf</b>	29	1%
<b>Minube</b>	98	5%
<b>TripAdvisor</b>	296	14%
<b>Touristeye</b>	12	1%
<b>Couchsurfing</b>	8	0%
<b>Twitter</b>	96	5%
<b>APPS para Turistas</b>	189	9%
<b>Páginas web</b>	272	13%
<b>Blogs</b>	185	9%
<b>Otras</b>	293	14%

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Gráfico 6** Cuándo usted desea salir de viaje por recreación y ocio, que herramientas tecnológicas utiliza para escoger su destino



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas  
**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** como se aprecia en el cuadro N°11 y el gráfico N°6 que, de las 382 personas encuestadas, utilizan diferentes herramientas tecnológicas para buscar información sobre los destinos turísticos cuando desean viajar; en este sentido se obtiene que la herramienta tecnológica más utilizada de acuerdo con la opinión de los encuestados TripAdvisor, otras como (Airbnb, Google) seguidas por Facebook, igual que las páginas web.

**Pregunta N° 5: ¿Utilizó usted herramientas tecnológicas para buscar información de los atractivos turística del cantón Eloy Alfaro?**

**Tabla 12**

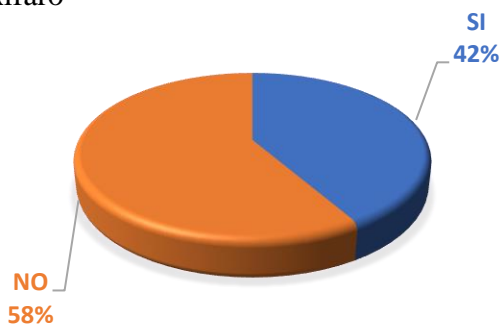
Utilizó usted herramientas tecnológicas para buscar información de los atractivos turística del cantón Eloy Alfaro

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	159	42%
No	223	58%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Gráfico 7** Utilizó usted herramientas tecnológicas para buscar información de los atractivos turística del cantón Eloy Alfaro



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** En el cuadro N°12 y el gráfico N°7 expresa datos relevantes al momento de pedir la opinión de las 382 personas encuestadas el 58% que representa a 223 personas encuestadas que no indican utilizar herramientas tecnológicas de acuerdo a la pregunta planteada; mientras que el 42% que simboliza a 159 personas si las utilizaron para este fin.

**Pregunta N°6: ¿Qué herramientas tecnológicas usted utiliza para buscar información sobre los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro?**

**Tabla 13**

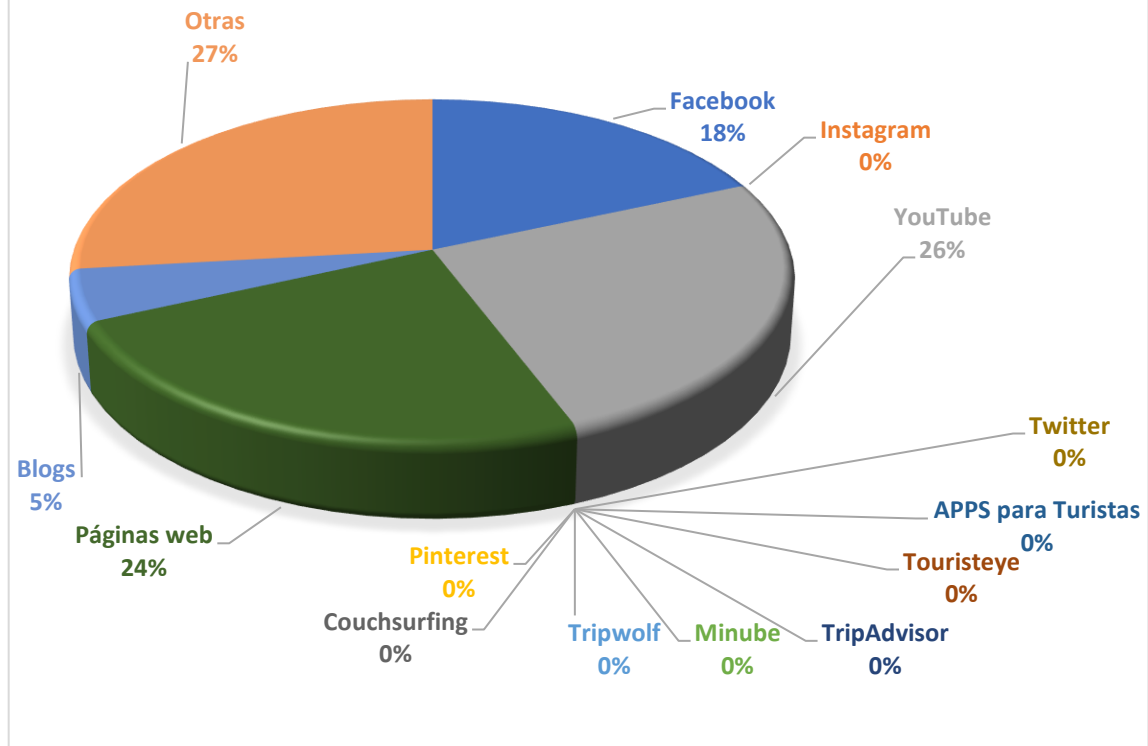
Qué herramientas tecnológicas usted utiliza para buscar información sobre los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro

<b>Datos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Facebook</b>	98	18%
<b>Instagram</b>	0	0%
<b>YouTube</b>	136	26%
<b>Pinterest</b>	0	0%
<b>Tripwolf</b>	0	0%
<b>Minube</b>	0	0%
<b>TripAdvisor</b>	0	0%
<b>Touristeye</b>	0	0%
<b>Couchsurfing</b>	0	0%
<b>Twitter</b>	0	0%
<b>APPS para Turistas</b>	0	0%
<b>Páginas web</b>	128	24%
<b>Blogs</b>	26	5%
<b>Otras</b>	142	27%

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Gráfico 8** Qué herramientas tecnológicas usted utiliza para buscar información sobre los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas  
**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** De las 159 personas que expresaron que, si utilizan herramientas tecnológicas para buscar información sobre los atractivos del Cantón Eloy Alfaro, el parámetro “otras” son las principales indicando que las redes que usan son: Airbnb y Google; seguido por YouTube, Páginas web, Facebook y Blogs. En el cuadro N°13 y el gráfico N°8 así lo refleja.

**Pregunta N° 7: Cómo califica la información turística y las campañas promocionales que se utilizan para promover los atractivos del cantón Eloy Alfaro**

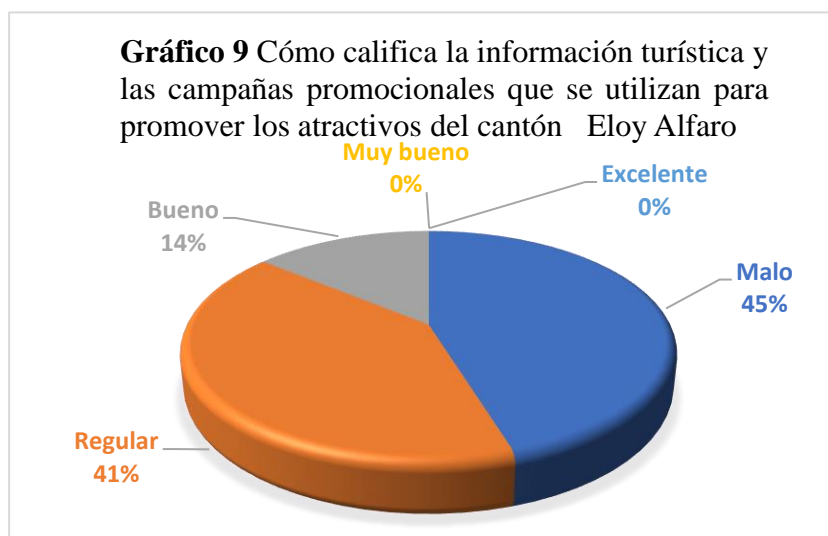
**Tabla 14**

Cómo califica la información turística y las campañas promocionales que se utilizan para promover los atractivos del cantón Eloy Alfaro

Datos	Cantidad	Porcentaje
<b>Malo</b>	71	45%
<b>Regular</b>	64	41%
<b>Bueno</b>	22	14%
<b>Muy bueno</b>	0	0%
<b>Excelente</b>	0	0%
<b>Total</b>	157	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** Al consultar a los turistas su opinión sobre la información turística y campañas promocionales que se realizan para publicitar los atractivos turísticos del Cantón Eloy Alfaro, el 45% de los encuestados opinó que se lleva una mala campaña promocional, un 41% expresó que es buena. En el cuadro N°14 y el gráfico N°9 expresan estos resultados.



A continuación, se presentan, las preguntas, resultados obtenidos y análisis de interpretación de la encuesta planteada a los servidores turísticos, lo cual fue realizado entre los meses de enero y febrero de 2020. Los puntos o lugares donde se planteó la encuesta fueron en La Tola, Olmedo, Las Peñas, Borbón, Limones.

**Pregunta No. 8 ¿Utiliza medios digitales para promocionar su establecimiento y los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro?**

**Tabla 15**

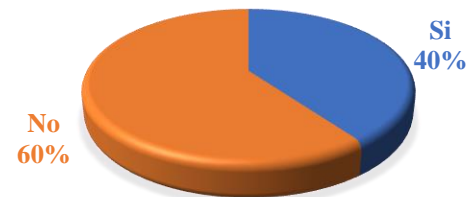
Utiliza medios digitales para promocionar su establecimiento y los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	14	40%
No	21	60%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Gráfico 10** Utiliza medios digitales para promocionar su establecimiento y los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro



**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** En el cuadro N°15 y el gráfico N°10 expresan que, de los 35 prestadores de servicios turísticos, el 60% no utilizan medios digitales para promocionar su establecimiento y los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro y el 40% del total, afirman haber utilizado estas herramientas para ese fin.

**Pregunta No. 9 En caso de ser negativo ¿cree que esto tiene consecuencias al establecimiento como a los atractivos?**

**Tabla 16**

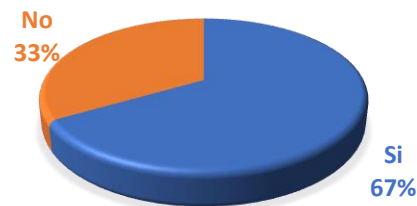
Cree que esto tiene consecuencias al establecimiento como a los atractivos

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	14	67%
No	7	33%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Gráfico 11** En caso de ser negativo, cree que esto tiene consecuencias al establecimiento como a los atractivos



**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** De acuerdo con la opinión de las 21 personas encuestadas que negaron utilizar los medios digitales, el 67 % admite que al no utilizar los medios digitales si les trae consecuencia para llegar a más turistas y poder dar conocer sus servicios y atractivos que posee el canto a diferencia del otro 33% restante no cree que lo haga alguna diferencia.

**Pregunta No. 10 ¿Considera que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón?**

**Tabla 17**

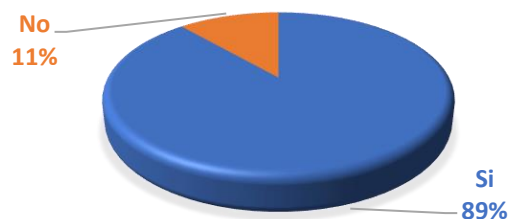
Considera que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	31	89%
No	4	11%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Gráfico 12** Considera que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón



**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** De acuerdo con los datos que se pueden apreciar cuadro N°17 y el gráfico N°12, adquiridos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos determina que el 89% manifiesta que las herramientas tecnológicas son importantes para la promoción, según sus opinión de vivido a que en la actualidad estas herramientas están inmersas en la actividad turística debido a su fácil acceso y que cada vez son más los usuarios que buscan información turística, a diferencia del 11% que piensa que estas herramientas no son de gran utilidad debido que ven una importancia utilizarla.

**Pregunta No. 11 ¿Qué herramientas tecnológicas utilizan para la promoción?**

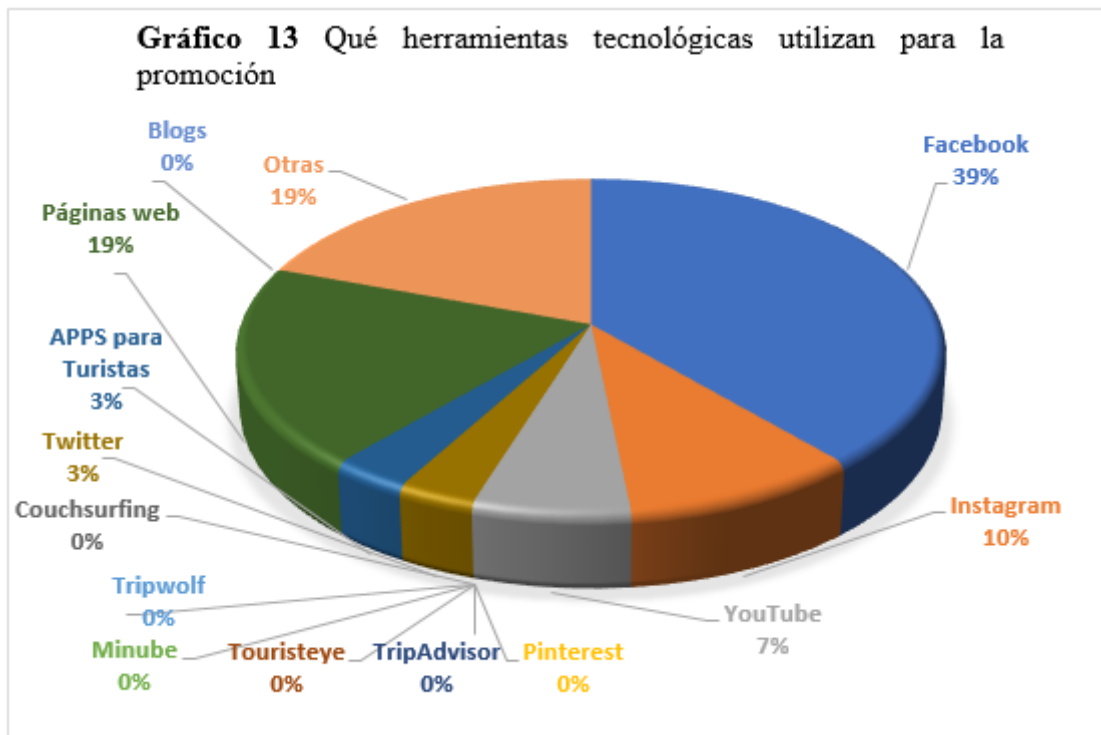
**Tabla 18**

Qué herramientas tecnológicas utilizan para la promoción

<b>Datos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Facebook</b>	12	39%
<b>Instagram</b>	3	10%
<b>YouTube</b>	2	7%
<b>Pinterest</b>	0	0%
<b>Tripwolf</b>	0	0%
<b>Minube</b>	0	0%
<b>TripAdvisor</b>	0	0%
<b>Touristeye</b>	0	0%
<b>Couchsurfing</b>	0	0%
<b>Twitter</b>	1	3%
<b>APPS para Turistas</b>	1	3%
<b>Páginas web</b>	6	19%
<b>Blogs</b>	0	0%
<b>Otras</b>	6	19%

**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020



**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos  
**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** De los 14 prestadores de servicios turísticos que afirmaron utilizar las herramientas tecnológicas para promocionar atractivos sus establecimiento y atractivos de cantón Eloy Alfaro de acuerdo a su respuesta se puede observar en el cuadro N° 18 y gráfico N°13 que las herramientas más utilizada para darse a conocer son Facebook (39%), páginas web (19%), otras (19%) como (Airbnb, Google), Instagram (10%), YouTube (7%), Twitter (3%) y app para turistas (3%).

**Pregunta No. 12 ¿Cuál es el contenido de la información que se publica en estas herramientas tecnológicas? ¿Por qué esos contenidos?**

**Tabla 19**

Indique el contenido de la información publicado en estas herramientas tecnológicas

Datos	Cantidad	Porcentaje
Información del establecimiento	14	44%
Información de los lugares de visita	10	31%
Información de las festividades y eventos	8	25%

**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos.

**Autor:** Aurora Segura -2020.

**Gráfico 14**Cuál es el contenido de la información que se publica en estas herramientas tecnológicas



**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos.

**Autor:** Aurora Segura -2020.

**Análisis de interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta que se puede observar en el cuadro N°19 y el gráfico N°14 que el 44% de información de los establecimientos seguido de un 31 % de información de los lugares de visita en el cantón y con un 25% datos sobre los diferentes eventos que se realizan.

**Pregunta No. 13 ¿Con qué frecuencia realizan actualizaciones de la información? ¿Por qué?**

**Tabla 20**

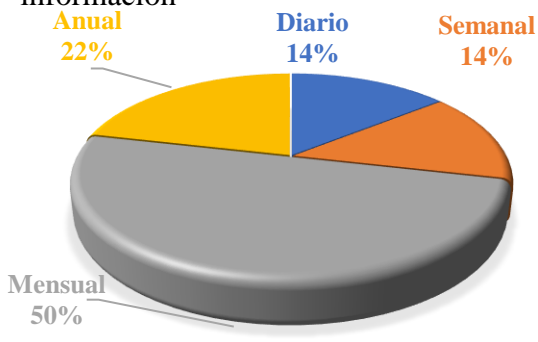
Con qué frecuencia realizan actualizaciones de la información

Datos	Cantidad	Porcentaje
<b>Diario</b>	2	14%
<b>Semanal</b>	2	14%
<b>Mensual</b>	7	50%
<b>Anual</b>	3	22%
<b>Total</b>	14	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Gráfico 15** Con que frecuencia realizan actualizaciones de la información



**Fuente:** Encuesta aplicada a prestadores de servicios turísticos

**Autor:** Aurora Segura -2020

**Análisis de interpretación:** En el cuadro N°20 y el gráfico N°15 expresa la frecuencia en la que actualizan la información que comparten los prestadores de servidores turístico los cuales el 50% lo realizan mensualmente, seguido por publicaciones anuales con un 22%, mientras que un 14% comparten información tanto semanal como también diariamente con el mismo porcentaje.

Con los datos anteriormente obtenidos, se realizó un **análisis comparativo** de los mismos, los cuales fueron validados para establecer las conclusiones sobre el diagnóstico de la gestión turística del cantón Eloy Alfaro, en lo que respecta a sus estrategias promocionales del turismo, sobre todo se determinó cuáles son los factores que no permiten el uso de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística del cantón Eloy Alfaro.

Una vez expuesto los resultados, se determina que el 100 % de los turistas encuestados consideran importante promocionar el cantón Eloy Alfaro por medio de medios o herramientas tecnológicas; la opinión de los prestadores de servicios turísticos expresa en un

89% estar de acuerdo en que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los atractivos del cantón debido a que por medio de ellas pueden dar a conocer sus ofertas tanto a nivel de atractivos como de emprendimientos, sin embargo un 11 % de prestadores turísticos indica que no les parece provechosas porque de acuerdo a ellos no han podido llegar atraer a más turistas.

En segundo lugar en la encuesta realizada a los prestadores de servicios se pregunta si utilizan medios digitales para la promoción de su establecimiento y los atractivos del cantón, el 40% de los encuestados indicaron que si utilizan diferentes herramientas tecnológicas a diferencia del otro 60%, que negó usarlas; a su vez se le preguntó si creen que eso les trae consecuencias al establecimiento como a los atractivos, el 67% cree que al no usarlas tienen resultados desfavorables en el momento de dar a conocer sus ofertas. Los resultados citados, se relacionan con el comentario emitido por la Ing. Caridad Armijos, quien indicó que sin duda alguna las herramientas tecnológicas favorecen la promoción turística de un territorio, obviamente diseñando estrategias promocionales reales y pertinentes con lo que se desea ofertar.

Así mismo se le preguntó a la directora de turismo del GAD Eloy Alfaro, Ing. Caridad Armijos, las consecuencias del uso de herramientas tecnológicas para la promoción del turismo, coincidiendo su respuesta con lo expresado en el párrafo anterior, donde se expresa que las herramientas tecnológicas no son aplicadas adecuadamente para fines turísticos. Concordando con los resultados obtenidos en la ficha de observación en las diferentes redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube en las que se encontró poca información promocional, por lo que se puede confirmar el resultado al preguntar a los turistas sobre cómo califican la información turística y las campañas promocionales que se utilizan para promover los atractivos lo que la mayoría que correspondiente al 45% lo considera como malo, el otro 41% regular y el 14% faltante lo ve como bueno; permitiendo determinar como uno de los factores que no permiten una adecuada promoción turística junto a la mala implementaciones las herramientas tecnológicas.



Otra de las preguntas ejecutada en las diferentes técnicas de investigación, es que herramienta tecnológica utiliza para la promoción en lo que la mayoría de prestadores de servicios respondieron que las más utilizadas son Facebook 39%, Páginas web 19%, otras como Airbnb Google 19%, Instagram 10% y YouTube con un 7%; al consultar lo mismo a la directora de turismo del GAD Eloy Alfaro expresa que Facebook y La Páginas web. De igual manera al preguntar a los turistas sobre qué herramientas utilizan para la búsqueda de información del cantón siendo las más utilizadas otras como Airbnb, Google con 37%, YouTube 36%, Páginas web 33%, Facebook 26%.

## **8.2.HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE PERMITEN LA EFECTIVA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN EL CANTÓN ELOY Alfaro**

Los resultados obtenidos con las respuestas emitidas por turistas, servidores turísticos y la Ing. Caridad Armijos – Directora de Turismo del GAD Eloy Alfaro, así como con el análisis de información colgada en la web sobre los atractivos turísticos del cantón, y documentos bibliográficos de otros autores relativos a propuestas similares en otros territorios locales o destinos turísticos, permitió establecer qué herramientas tecnológicas / redes sociales, son las que se deben utilizar para promocionar las bondades turísticas y culturales del cantón Eloy Alfaro. En el siguiente cuadro, se documentan estas herramientas:

**Tabla 21**

Herramientas tecnológicas / redes sociales que se pueden utilizar para promoción turística.

Autores / Fuentes	Herramientas tecnológicas / redes sociales sugeridas														
	Facebook	Twitter	Instagram	Google	LinkedIn	YouTube	Pinterest	TripAdvisor	Minube	Turisteye	Tripwolf	Touris link	Trips book	Sitios web	Airbnb
Facchin (2013),	X	X	X	X	X	X	X	X							
Alonso (2015)								X	X	X	X	X	X		
Rey (2015)	X	X	X	X	X	X	X								
Mas (2015)	X	X	X			X									
Cardona & María-Dolores. (2017).	X	X	X		X	X	X								
Gutiérrez, Sánchez & Galiano (2018).	X	X	X			X									
Encuestas a turistas y servidores turísticos de Eloy Alfaro.	X	X	X	X				X						X	
Entrevista a Ing. Caridad Armijos.	X	X	X			X		X						X	X
No. Repeticiones	7	7	7	3	3	6	3	4	1	1	1	1	1	2	1

Fuente: Aurora Segura (2020).

De acuerdo al cuadro anterior se puede determinar como herramientas tecnológicas más utilizadas en la promoción de actividades turísticas: Facebook, Instagram y Twitter con 7 repeticiones cada una, YouTube con 6 repeticiones, TripAdvisor con 4 repeticiones, Google, LinkedIn y Pinterest con 3 repeticiones cada una, Páginas web con 2 repeticiones, las cuales se consideran en la propuesta a desarrollar en el presente trabajo de titulación.

A pesar de que la mayoría de redes sociales identificadas, no son directamente herramientas tecnológicas de promoción turística, debido a su desarrollo, cobertura y mayoritaria aceptación, han dado a conocer atractivos de diferentes partes del mundo, por lo que se las utiliza para promoción turística, llegando cada vez a más posibles turistas o visitantes.

### **8.3. PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA BASADA EN IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN EL CANTÓN ELOY ALFARO**

La propuesta se fundamenta en base de los análisis realizados de la situación actual de la promoción turística empleada en las diferentes herramientas tecnológicas, a su vez por datos obtenidos por entrevista realizada a la directora de turismo del cantón y encuestas que se emplearon a prestadores de servicios turísticos.

De esta manera se tiene un panorama más claro de las deficiencias o falencias que tienen en el uso de las herramientas tecnológicas para promoción, donde se evidencia diferentes factores que influye como lo es el deficiente uso de las herramientas tecnológicas, la falta de información turística en las redes, actualización de contenido, débil coordinación con los actores involucrados en el sector turístico.

Con base al análisis realizado a las diferentes herramientas tecnológicas y/o redes sociales mediante las que se promociona al cantón, resultados de las encuestas a turistas y servidores

turísticos, entrevista a Directora de Turismo del GAD Eloy Alfaro, y el análisis comparativo de resultados y bibliografía de diferentes autores con datos similares a la presente investigación en otros territorios o destinos, se pudo establecer una propuesta de promoción turística para el cantón, la cual debe cumplir las expectativas de los actores de la gestión turística local, así como de visitantes y turistas.

Con el planteamiento anterior, se cumple con la finalidad u objetivo de plantear la presente propuesta, el cual se basa en la implementación de herramientas tecnológicas para la efectiva promoción turística de los atractivos del Cantón, contribuyendo así en el posicionamiento y desarrollo de estos en la actividad turística.

Las herramientas tecnológicas más representativas planteadas en esta propuesta estarán directamente relacionadas con la actividad turística del cantón y con información actualizada de los diferentes lugares a promocionar de acuerdo a las fortalezas, infraestructura y facilidades de cada lugar o atractivo, contenido que estará en español/ inglés. Las herramientas planteadas son las siguientes:

- **WEB SITE:** Página interactiva donde el visitante puede encontrar información del cantón, relacionada con los lugares más emblemáticos para visitar, rutas, actividades, donde comer y dormir, a su vez tendrá iconos de enlace y acceso a otras herramientas tecnológicas, para que automáticamente se difunda la información por medio de otras redes sociales identificadas.

A pesar que esta herramienta, no se ubicó entre los primeros lugares de repetición de uso o de planteamiento de autores, en función que el GAD Eloy Alfaro es la primera institución de desarrollo local con funciones relativas a gestión del turismo, es necesario que se actualice perennemente esta página con información que permita a los visitantes y turistas conocer de primera fuente qué lugares pueden visitar en el cantón.

- **Facebook:** Perfil donde se compartirá contenidos como fotos videos e información de los diferentes atractivos y en que los usuarios pueden interactuar, compartir sus opiniones.

- **Instagram:** Por su simplicidad y predominio del elemento visual, se postearán fotos de los diferentes atractivos y las actividades de manera frecuente utilizando su herramienta de ubicación geográfica y los hashtags, siendo estos unas de las razones por las que Instagram es una de las redes más utilizadas para atraer turistas.
- **Twitter:** Es una red que permite conocer un lugar o empresa en tiempo real y a su vez permite debatir, dar su valoración sobre un tema, y dejar su opinión, su mayor contenido es fotográfico y hasta 150 caracteres.
- **YouTube:** Es una de las **principales referencias de muchos viajeros**, a la hora de consultar sobre un destino sino también para descubrir qué actividades se pueden realizar o qué **experiencias recomiendan otros turistas**. Los videos que se postean deben ser informativos, mostrar imágenes atractivas sobre los atractivos del cantón esto, permitirá dar a conocer un mejor panorama del turismo potencial a realizar en el cantón.
- **TripAdvisor:** Es una herramienta más usadas a la hora de planear un viaje donde el posible visitante podrá consultar hacer reservas, de hoteles, carros de alquiler, vuelos, restaurantes y de qué hacer en los atractivos, y podrá leer opiniones, recomendaciones de experiencias de otros turistas que de una u otra manera influye en la mente de estos, es por eso que la información de esta tiene que ser siempre 100% real y atractiva para el turista.
- **Minube:** Permite planificar sus viajes creándose una guía personalizada para decidir su próximo destino realizando comparaciones teniendo en cuenta las opiniones y las recomendaciones reales de otros usuarios, su contenido es por eso que el contenido debe ser verídico atractivo y de importancia. Esta herramienta no apareció entre las principales usadas por turistas o por servidores, sin embargo, desde la perspectiva propia como investigador y profesional en turismo, se considera importante implementarla en el territorio en función de la aplicabilidad que tiene en gestión del turismo.

### 8.3.1. INDICADORES / PARÁMETROS DE LA PROPUESTA

Para implementación de herramientas tecnológicas direccionadas específicamente a la promoción del cantón Eloy Alfaro, se deben considerar “indicadores de navegabilidad”, en las que se plantea considerar los siguientes indicadores/parámetros teniendo en cuenta que cada una de estas herramientas son diferentes tanto en implementación como en uso:

- Íconos de acceso directo a información de los atractivos y sus actividades.
  - Imágenes y videos representativas de los atractivos, junto a títulos que complementan el eslogan, es decir brindan alternativas de acuerdo a las preferencias del visitante relacionadas con:
    - ✓ Naturaleza
    - ✓ Religión
    - ✓ Gastronomía
    - ✓ Aventuras
    - ✓ Entretenimiento
    - ✓ Patrimonio
    - ✓ Actividades
    - ✓ Hospedaje
    - ✓ Infografías de que usar
  
- Esta información también se encuentra organizada como directorio en otro menú de la misma página principal como:
  - ✓ Enlaces a sitios externos
  - ✓ Con datos de localización como mapas
  - ✓ Teléfono de contacto
  - ✓ Correo electrónico
  - ✓ Sitio web
  
- Sitio web o icono de sugerencias de itinerario o de actividades para realizar en el transcurso de preparación de su viaje.

- Publicación de contenido creado por el usuario de sus experiencias en su visita al cantón, que pueden ser compartidas como:
  - ✓ Publicación de fotografías y de videos.

La presencia de diferentes perfiles a través de las herramientas tecnológicas anteriormente citadas, deben tomar en cuenta varias apreciaciones para su contenido debido a que cada una de ellas tienen sus diferencias al utilizarse. Las principales apreciaciones a considerar deben ser:

- ✓ Valor agregado y único en el contenido de las publicaciones cada perfil social.
- ✓ Valor diferencial en las publicaciones en comparación con competidores en este caso atractivos turísticos de otros cantones.
- ✓ Interacción permanente con los seguidores, actividad frecuente.
- ✓ Retroalimentación de la información sobre los diferentes atractivos.
- ✓ Integración con otros canales digitales.
- ✓ Utilización buscadores (frases o palabras claves)

El desarrollo y la presentación visual de las diferentes herramientas tecnológicas propuestas deben ser analizadas por varios profesionales expertos en esta temática, especialmente en diseño gráfico, marketing y turismo para realizar el diseño, el formato y organización de la información como tal para cada una.

Por ende, es necesario involucrar a las diferentes parroquias, comunidades, existentes en el cantón donde se realiza la actividad turística y desarrollar un trabajo en conjunto con los diferentes prestadores de servicios turísticos y la Dirección de Turismo del cantón para la recaudación de información turística y para el mantenimiento de actualización frecuente de las diferentes herramientas planteadas. Teniendo una participación dual en el desarrollo y fortalecimiento de la actividad turística y a su vez de la economía del cantón Eloy Alfaro.

Los principales contenidos que deben constar en la información anual que se actualice deben ser los siguientes:

- ✓ Ofertas de alojamiento y/o restauración.
- ✓ Oferta de rutas y/o excursiones.
- ✓ Oferta de transportes.
- ✓ Otras Actividades.
- ✓ Información segmentada sobre los atractivos turísticos, de acuerdo a tipo de turismo que se puede realizar.
- ✓ Información sobre la historia.
- ✓ Información gastronómica.
- ✓ Información climatológica.
- ✓ Información de contactos.
- ✓ Integración de mapas.
- ✓ Agenda de eventos.
- ✓ Información sobre que llevar de acuerdo al tipo de turismo o actividades que va a realizar.

### **8.3.2. PRESUPUESTO REFERENCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA**

La propuesta desde el punto de vista presupuestario, considera realizar este trabajo una vez cada año, de tal manera que se mantenga actualizada la información. Se propone contratar un servicio de consultoría para lo cual se considera un presupuesto referencial anual inicial de USD **6.227,76**, el mismo que deberá revisarse cada año, en función de los costos unitarios considerados.



Como se puede analizar en el siguiente cuadro, se considera realizar este trabajo de actualización anual de información en un mes calendario, por lo que se incluyen valores mensuales de honorarios profesionales, movilización y alimentación de personal, servicios de internet. Tenido en cuenta que el valor de partida del sitio web cambia al año siguiente por el costo del mantenimiento del Hosting y Dominio. Se plantea la actualización anual del sitio web institucional en lo relativo a gestión del turismo del cantón Eloy Alfaro, enlazando esta información con las seis redes sociales identificadas y que son las más utilizadas y recomendadas entre las que constan: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TripAdvisor y Minube.

**Tabla 22**

Presupuesto referencial de la propuesta de Implementación de Herramientas Tecnológicas para la promoción turística del cantón Eloy Alfaro.

<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Diseñador web	Sitio web anual	975,00
	6 redes sociales	50,00
Investigador de Campo	Mensual	850,00
Fotógrafo	Mensual	850,00
Internet	Mensual	30,00
Equipo de computación		600,00
Viáticos	Movilidad Hospedaje Alimentación	1450,00
	<b>Subtotal</b>	<b>5.055,00</b>
	<b>10 % de imprevisto</b>	<b>505,50</b>
		<b>5.560,50</b>
	<b>12%</b>	<b>667,26</b>
	<b>Total</b>	<b>6.227,76</b>

**Fuente:** Aurora Segura (2020).

El financiamiento de este presupuesto, debería ser considerado en la Planificación Presupuestaria Anual del GAD Eloy Alfaro, mismo que debe contar con ingresos por concepto del cobro de la Licencia Anual de Funcionamiento Turístico (LUAF). Del mismo,

modo, se debe involucrar a los actores turísticos locales con el aporte de información relevante para la promoción del cantón y de los servicios que ofertan lo cual fortalecerá el crecimiento económico y social de los habitantes del cantón Eloy Alfaro.

Otra fuente de financiamiento o autogestión, podría ser que la empresa privada turística financie esta actualización anual de información por medio de contribuciones a cambio de participación en la promoción y publicidad que se realizaría promedio de las diferentes herramientas propuestas.

## **9. DISCUSIÓN**

Los resultados obtenidos y sintetizados en el capítulo anterior, permiten confirmar la hipótesis planteada en la presente propuesta. Los datos obtenidos tanto del análisis de redes sociales que actualmente se utilizan para promocionar turísticamente el Cantón Eloy Alfaro, como los criterios planteados por la Ing. Caridad Armijos – Director de Turismo de dicho GAD Municipal así como las evidencias de las encuestas particularmente lo referido a las estrategias que tienen tanto turistas como servidores para elegir un destino, indican que con la correcta implementación de herramientas tecnológicas se contribuirá a realizar una efectiva promoción turística de este importante cantón de la provincia de Esmeraldas, considerando que la procedencia de los turistas vienen principalmente de la región Sierra del Ecuador, seguido de la región Costa y luego por turistas extranjeros provenientes de Colombia, España y Venezuela, quienes emplean redes sociales y demás herramientas informáticas para elegir un destino de recreación y ocio.

Con los diferentes métodos, técnicas e instrumentos empleados se obtuvieron datos relevantes con los que se llegaron a dar respuesta a la pregunta científica formulada en la presente propuesta, determinando que principalmente los factores que no permiten una efectiva promoción de los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro es que el uso de herramientas tecnológicas no considera parámetros actualizados de promoción pertinentes con las fortalezas de los atractivos turísticos. Entre los principales factores que limitan esta promoción se analizó que los contenidos que se dan a conocer en redes sociales

principalmente obedecen a: a) actividades que desarrolla el departamento de turismo del GAD Eloy Alfaro como participación en talleres y reuniones; b) no se documenta información de promoción turística en general; c) no existe frecuencias establecidas de actualización de información; d) No existen aplicativos para que por redes sociales se interactúe con los turísticas; e) No se consideran mapas interactivos de información turística relevante, entre los principales.

En términos generales, actualmente no es elevado uso de herramientas tecnológicas para promoción del turismo en el cantón Eloy Alfaro, más bien es escaso y débil, dado que el 42% de turistas encuestados expresaron haberlas utilizado para búsqueda de información de los diferentes atractivos del cantón, permitiendo comprobar el débil manejo de estas herramientas e información puesto que un 58% de los turistas o visitantes que si las utilizaron consideran que la información turística y campañas promocionales realizadas para dar a conocer los atractivos es mala; lo cual se manifiesta de manera desfavorable para el desarrollo turístico del territorio.

Paralelamente, los datos encuestales establecieron que el 100% de los turistas, consideran importante generar estrategias digitales para la promoción turística, dado a que se puede evidenciar que utilizan las herramientas como TripAdvisor. Páginas web, Facebook, YouTube, apps para turistas, entre otras para la búsqueda de información de los atractivos a la hora de viajar; sin embargo, del Cantón Eloy Alfaro, no se focalizan datos de promoción pertinentes en estas redes y/o herramientas informáticas.

La entrevista planteada a la Ing. Caridad Armijos, Directora de Turismo del GAD Eloy Alfaro, permitió verificar que este GAD Municipal utiliza como herramientas tecnológicas su página web institucional y la red social Facebook, coincidiendo con algunas de las herramientas utilizadas por los turistas a la hora de buscar información. Los mismo se puede corroborar con los datos obtenidos en la encuesta aplicada a prestadores turísticos, quienes indicaron que también utilizan medios informáticos como: Airbnb y Google, YouTube, Páginas web, Facebook y Blogs, para ofertar sus servicios y compartir información referente de sus establecimientos y lugares de visitas; sin embargo, lo que no se evidencia con

pertinencia es indicadores de promoción relacionados con interacción entre el cliente, turista o visitante, con el GAD Municipal o con los prestadores de servicios turísticos, así como tampoco existen mapas interactivos de información turística detallada y actualizada como distancias, ubicación geográfica, costos de servicios, ofertas de alojamiento, gastronomía, rutas y excursiones, transporte, actividades turísticas a desarrollar por cada atractivo, datos de contacto, actividades de eventos, entre los principales.

Documentos bibliográficos de autores como: Facchin (2013), Alonso (2015), Rey (2015), Mas (2015), Cardona & María-Dolores (2017), Gutiérrez, Sánchez & Galiano (2018), quienes en sus investigaciones han analizado a diferentes tipos de herramientas tecnológicas que están inmersas en el turismo permitiéndoles determinar cuáles son las más relevantes desde su punto de vista en esta actividad como para dar un conocer atractivos, permitió establecer una selección de las herramientas informáticas que se deben emplear en el Cantón Eloy Alfaro, las cuales pueden ser utilizadas tanto por el sector público, que para este caso es el GAD Municipal Eloy Alfaro, como para las empresas y microempresas turísticas representantes del sector privado; las herramientas seleccionadas fueron: sitios web institucional del GAD Eloy Alfaro, con información pertinente a gestión turística, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TripAdvisor y Minube. El principal parámetro considerado para la selección de estas herramientas es la alta aceptación que las mismas tienen por los turistas a la hora de escoger un destino de ocio y recreación tanto a nivel nacional como internacional.

Lo anterior, tiene su fundamento teórico en lo expresado por Gutiérrez, Sánchez & Galiano (2018), quienes en este contexto destacan las redes sociales como canales para obtener y difundir información sobre experiencias de viaje, siendo de gran influencia por parte de los turistas a la hora de tomar una decisión de compra. Coincidiendo con (Dina & Sabou, 2012), citado por Gutiérrez, Sánchez & Galiano (2018) quienes expresan que, en la actualidad, un gran número de personas dispuestas a viajar a un destino turístico eligen las alternativas de comunicación y planificación en línea, entre las que destacan las redes sociales.

Al igual que en los estudios realizados por autores como: González (2015) y Valladares (2015), y Mendoza (2018); se corrobora la importancia de las redes sociales, los resultados expresados por la Ing. Caridad Armijos, Directora de Turismo del cantón Eloy Alfaro; como los prestadores de servicios tanto los que afirmaron como los que negaron usarlas dado a que se han convertido en una gran ayuda para la promoción, permitiendo llegar a más turistas, debido a que cada día son más las personas inmersas en ellas, pasando más tiempo conectadas en búsqueda de información turística, haciendo a un lado el uso de los medios tradicionales. La Organización Mundial del Turismo [OMT] (2014) citado por Sotomayor (2018) sostuvo que el uso de las nuevas tecnologías ha impulsado el interés de viajar y ha fomentado la comunicación de los consumidores y el fácil acceso de intercambio de información y experiencias, lo cual se corrobora con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Lo contraproducente en el uso de las dos herramientas informáticas que emplea el GAD Municipal Eloy Alfaro, para dar a conocer los atractivos, es su contenido el cual no está relacionado directamente con las bondades de los atractivos turísticos, ni con la oferta por parte de los servidores. Estos resultados se confirman en ficha de observación realizada a las herramientas informáticas usadas para promocionar el turismo del cantón. Se evidenció la limitada promoción de atractivos del turismo en el cantón, solo contenido de diferentes actividades realizadas por el departamento de turismo siendo este uno de los principales factores que impiden una debida gestión, débil implementación de estas redes, poca frecuencia de actualización, entre principales factores de incidencia.

En términos generales los resultados de esta investigación, demuestra que en este sentido existen aspectos en los que hay que fortalecer, uso y manejo de estas herramientas, el contenido de información actualizada, una debida planificación de estrategias de promoción digital, lo cual concuerda con Vargas (2017), quien expresa que las innovaciones constantes, promueven la implementación de estrategias transaccionales o relacionales, que permiten mejorar la implementación de las herramientas tecnológicas en el desarrollo de la actividad turística; coincidiendo con Tafur, et al. (2018), quien manifiesta que el uso de herramientas tecnológicas se ha convertido en un factor clave para el desarrollo empresarial, la toma de decisiones estratégicas y por ende el desarrollo de la gestión turística local.

## 10. CONCLUSIONES

Con base a los resultados obtenidos, se plantean las siguientes conclusiones:

- Los principales factores que no permiten una efectiva promoción de los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro es que el uso de herramientas tecnológicas no considera parámetros actualizados de promoción pertinentes con las fortalezas de los atractivos turísticos. Los factores que limitan esta promoción obedecen a: a) solo se documenta actividades que desarrolla el departamento de turismo del GAD Eloy Alfaro como participación en talleres y reuniones; b) no se documenta información de promoción turística en general; c) no existe frecuencias establecidas de actualización de información; d) No existen aplicativos para que por redes sociales se interactúe con los turísticos; e) No se consideran mapas interactivos de información turística relevante, entre los principales.
- Con la correcta implementación de herramientas tecnológicas se contribuirá a realizar una efectiva promoción turística del Cantón Eloy Alfaro, considerando los turistas encuestados emplean redes sociales y demás herramientas informáticas para elegir un destino de recreación y ocio.
- El uso de las herramientas tecnológicas en la promoción de los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro, en un 42% es escaso y débil. Un 58% de los turistas o visitantes expresan si utilizar redes sociales que incluyen información del Cantón Eloy Alfaro como método de selección de este destino, sin embargo, consideran que la poca información disponible es “mala”, lo que pone en desventaja el desarrollo turístico local.
- Las herramientas informáticas seleccionadas en la presente propuesta son: sitios web institucional del GAD Eloy Alfaro, con información pertinente a gestión turística e interconexión con redes como: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TripAdvisor y Minube. El principal parámetro considerado para la selección de estas herramientas es la alta aceptación que las mismas tienen por los turistas a la hora de escoger un destino de ocio y recreación tanto a nivel nacional como internacional.
- La presente propuesta considera que para ofertar sus servicios y compartir información referente de sus establecimientos y lugares de visitas se deben

considerar indicadores de promoción relacionados con interacción entre el cliente, turista o visitante, con el GAD Municipal o con los prestadores de servicios turísticos, así como documentar mapas interactivos de información turística detallada y actualizada como distancias, ubicación geográfica, costos de servicios, ofertas de alojamiento, gastronomía, rutas y excursiones, transporte, actividades turísticas a desarrollar por cada atractivo, datos de contacto, actividades de eventos, entre los principales. Toda esta información deberá ser actualizada de forma anual para garantizar la sostenibilidad turística del territorio, cuyo financiamiento de actualización deberá ser responsabilidad del GAD Municipal Eloy Alfaro, como principal institución de desarrollo local en base a sus atribuciones legales y competencias de desarrollo turístico.

- En base al desarrollo metodológico empleado en el presente trabajo, se puede concluir, que actualmente las herramientas tecnológicas son un aliado fundamental para la actividad turística en especial en la promoción del turismo, ya que con un solo clic se puede conseguir información del sitio de los atractivos que se quiera visitar, siendo como una ventana al mundo; es por ello, que el desarrollo y uso adecuado de estas herramientas es necesaria para dar a conocer los atractivos del cantón planteando parámetros que lleven a una adecuada promoción turística.
- El planteamiento de esta propuesta, está basado en herramientas informáticas tecnológicas, con las que se puede captar diferentes tipos de mercado turístico, a la vez interactuar con los usuarios, ampliar información, conseguir que los usuarios se animen a ser parte de la promoción con sus publicaciones dejando sus comentarios de experiencias y recomendaciones, ayudando de esta manera a promover el desarrollo turístico, así como la economía solidaria local y la calidad de vida de los habitantes del cantón Eloy Alfaro.

## 11. RECOMENDACIONES

Para la aplicación de la presente propuesta de desarrollo, es necesario considerar las siguientes recomendaciones:

- Establecer mejoras en las estrategias digitales del GAD Eloy Alfaro, analizado las herramientas tecnológicas y su contenido, para de esta manera dar a conocer la actividad turística que se realiza en el cantón, mejorando el desarrollo de la promoción turística de los diferentes atractivos de Eloy Alfaro.
- Es de suma importancia manejar una imagen e información relevante de los atractivos en estas herramientas, puesto que por este medio se puede llegar a un gran porcentaje de posibles visitantes o turistas que buscan información en la web antes de realizar un viaje.
- Se recomienda al GAD municipal Eloy Alfaro, realizar una actualización del inventario de atractivos como del catastro de establecimientos turísticos del cantón, para así brindar mayor información actualizada a turistas interesados en visitar los atractivos turísticos del cantón.
- Se recomienda el apoyo de entidades gubernamentales como GAD Municipal, MINTUR y no gubernamentales para el mejoramiento de los servicios turísticos ofrecidos en el cantón y a su vez tener en cuenta las otras problemáticas que se plantean dentro de los resultados debido a que también influyen de manera directa e indirecta en la actividad turística, ya que dicha mejora ayudara a atraer satisfacción y fidelización de los turistas que visiten el cantón Eloy Alfaro.
- Se recomienda al GAD Municipal Eloy Alfaro, tener en cuenta la aplicación del plan de promoción turística basado en sitio web para solucionar la escasa de información turística acerca del Cantón en el internet, sabiendo que a través de este medio se llegara a más usuarios y posibles turistas que se estimulen a visitar el cantón.
- También se recomienda al GAD Municipal Eloy Alfaro, realizar un trabajo en conjunto con todos los involucrados en la actividad turística, los diferentes GAD



parroquiales, comunas y prestadores de servicios, logrando un empoderamiento turístico interno para el desarrollo de una efectiva promoción turística del cantón de manera participativa y dinámica para que esta pueda ser más frecuente y sostenible.

- Tomando en consideración los momentos en el que está pasando a nivel mundial el turismo por motivos de la pandemia del COVID19, se recomienda, proponer estrategias para la reactivación del turismo por medio de la recuperación del mercado turístico interno siendo esta la propuesta del MINTUR.
- Por último, y de igual manera al GAD Municipal Eloy Alfaro, considerar el presupuesto referencial planteado en esta propuesta para de manera anual incluirlo en la planificación de la dirección de turismo, teniendo en cuenta que el valor de partida del sitio web cambia al año por el costo del mantenimiento del Hosting y Dominio, y así de esta manera garantizar la actualización de la información turística a promocionar con base en la propuesta técnica planteada.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abarca, M. (2017). Propuesta de un modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico.

Alonso, A. (2015) Redes sociales para empresas del sector turístico. Recuperado de <http://socialmediaempresa.com/redes-sociales-tematicas-empresas-sector-turistico/>

Andrade, D.A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. Revista Escuela de Administración de Negocios, 89, 59-72.

Andrade Mendoza, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, (30), 211-227.

Aparicio, C. G. M. (2017). Una nueva forma de hacer negocios en el turismo: los buscadores en la web. International journal of scientific management and tourism, 3(2), 101-120.

Boullon, R. C. (1985). Planificación del espacio turístico. México: Trillas

CABERO ALMERA, J (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. Grupo Editorial Universitario. Granada

Canton Eloy Alfaro. (s.f.). Twitter. Obtenido de [https://twitter.com/search?q=cantón%20eloy%20alfaro%20turismo&src=typed\\_query](https://twitter.com/search?q=cantón%20eloy%20alfaro%20turismo&src=typed_query)

Código Orgánico Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD (2010), Registro Oficial Suplemento 303 de 19-oct-2010

Cardona, C. M. G., & María-Dolores, S. M. M. (2017). Análisis de la actividad y presencia en facebook y otras redes sociales de los portales turísticos de las Comunidades Autónomas españolas. Cuadernos de turismo, (39), 239-264.

Caro, J.L., Luque, A., y Zayas, B. (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13(4), 931-945.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Quito: eSilec Profesional.

Copyright © 2015 Ministerio de Turismo del Ecuador. Todos los derechos reservados.  
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/gestion-y-desarrollo-turistico>

Coria, E. Castro, J. & Perete, A. (2019). Sistema turístico del pueblo mágico Real del Monte, Hidalgo, México. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA, 8(15), 71-72.

Chávez García, E. M. (2017). Diseño de un Sistema de Gestión de Marketing Digital para el desarrollo turístico del Cantón Caluma (Master's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).

Cervantes, Morales, Martínez, y Morales. (2019) Community Manager o Gestor de Redes Sociales. Perfil del cargo por competencias para entidades turísticas. Conferencia: 37 Congreso Interamericano de Psicología., At La Habana, Cuba.  
[https://www.researchgate.net/publication/336722813\\_Community\\_Manager\\_o\\_Gestor\\_de\\_Red\\_Sociales\\_Perfil\\_del\\_cargo\\_por\\_competencias\\_para\\_entidades\\_turísticas](https://www.researchgate.net/publication/336722813_Community_Manager_o_Gestor_de_Red_Sociales_Perfil_del_cargo_por_competencias_para_entidades_turísticas)

Diario La Hora(2016) <https://lahora.com.ec/noticia/1101935827/hotel-comunitario-en-san-miguel-del-cayapa>

Diario La Hora. (2017). Borbón, descubrimiento y origen de su nombre. Obtenido de <https://lahora.com.ec/esmeraldas/noticia/1102097234/borbon-descubrimiento-y-origen-de-su-nombre>

Dirección de Turismo GADMEA (s.f)  
[https://www.facebook.com/TurismoEloyAlfaro/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/TurismoEloyAlfaro/photos/?ref=page_internal)

Dirección de Turismo GADMEA Eloy Alfaro(s.f)  
<https://www.facebook.com/Direcci%C3%B3n-de-turismo-Gadmea-Eloy-Alfaro-330570997891291/>

El Plan Nacional Toda una Vida 2017-2021. Quito, Ecuador.

Facchin, J. (2013) Social Media en Turismo y Hotelería ehotelexperts. Recuperado de <http://josefacchin.com/social-media-en-turismo-y-hoteleria-ehotelexperts/>

Fundación ALDEA. (20 de Marzo de 2019). ALDEA. Obtenido de <http://www.fundacionaldea.org/galeria>

Fundación ALDEA. (20 de Marzo de 2019). ALDEA. Obtenido de <http://www.fundacionaldea.org/noticias-aldea/y5m6a74c8499csgxtrt5a8dfed4xbn>

GAD PARROQUIAL RURAL DE SANTA LUCIA DE LAS PEÑAS. (s.f.). Obtenido de <http://www.gadslp.gob.ec/index.php/ct-menu-item-53/ct-menu-item-55>

Gad Parroquial Santa Lucia de las Peñas (s.f) <http://www.gadslp.gob.ec/index.php/ct-menu-item-53/ct-menu-item-55>

Galindo, E. (2006). Estadística Métodos y Aplicaciones. Quito: Prociencia Editores

González, R. (2015). Promoción turística en redes sociales. Tesis de grado. Altamira Escuela Universitaria de Turismo, Santander.

Go Ecuador. (s.f.). Obtenido de <https://goecuador.net/ciudad/elay-alfaro-ecuador/9>

GO ECUADOR. (s.f.). Obtenido de <https://www.ecuadortravelguru.com/ciudad/elay-alfaro-ecuador>

Go Raymi. (s.f.). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/esmeraldas/elay-alfaro/rutas-paseos/lugares-turisticos-elay-alfaro-a16km7j74#98c43bf5>

Gutiérrez Montoya, G. A., Sánchez Jiménez, M. Á., & Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 135-150.

Ivars-Baidal, J., Solsona Monzonís, F. J., & Giner Sánchez, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes.

Ley de turismo: reglamento y legislación conexas. (2008). Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.

López de Ávila, A., Lancis, E., García, S., Alcantud, A., García, B., & Muñoz, N. (2015). Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. SEGITTUR: Madrid, Spain.

Mas Mestanza, L. R. (2015). Las redes sociales y el turismo: importancia de las redes sociales sobre la estrategia empresarial del sector turístico.

Mendoza de Miguel, S. (2018). Las NTICS en la promoción de destinos turísticos. Estudio de casos en la Comunidad de Madrid. *International journal of scientific management and tourism*, 4(1), 167-202.

- Ministerio de Turismo (2017). Catastro de establecimientos turísticos de esmeraldas. Quito: Mintur
- Ministerio de Turismo del Ecuador, (2018) Manual de atractivos turísticos. Quito, Ecuador <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). Viaja Ecuador. Obtenido de <http://www.viajaecuador.com.ec/itinerary/tour-las-penas-puerto-quito-playa-y-chocolate/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Viaja Ecuador. Obtenido de [http://www.viajaecuador.com.ec/itinerary/?price=&type=&location=9&view\\_mode=list](http://www.viajaecuador.com.ec/itinerary/?price=&type=&location=9&view_mode=list)
- Montserrat de Gregorio Pachón, 2014. Impacto de las TICS en el sector Turístico, ESCUELA DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE SORIA, Universidad de Valladolid, España.
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2014). Turismo y nuevas tecnologías, Seminario Técnico. Madrid, España: Seminario San José-Costa Rica. NO ESTA CITADO EN EL DOCUMENTO...resultados
- Quirumbay J. (2016). Diagnóstico del sistema turístico de la parroquia San José de Ancón: oportunidades y amenazas para un desarrollo sustentable, año 2016 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2016.).
- Rey, N. (2015). La promoción turística a través de las redes sociales: el caso de los ayuntamientos gallegos de menos de 5000 habitantes.
- Revista VistalSur. (s.f.). Obtenido de Copyright 2020 Viajes Vistalsur Powered by Neu Digital Media: <https://www.viajesvistalsur.com/en-us/Article/content/864/detail/Esmeraldas-Visite-los-manglares-mas-altos-del-mundo>

Santillán-Núñez, M.A., Velarde-Valdez, M. y Obombo-Magio, K. (2015). Tecnologías de Información y Comunicación al servicio del turismo en Mazatlán, Sinaloa, México Ciencias Holguín, XXI (1) pp. 1-10.

Sotomayor, M. (2018) Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador NO ESTA CITADO EN EL DOCUMENTO... resultados

Suau Jiménez, Francisca El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 10, núm. 4, 2012, pp. 143-153 Universidad de La Laguna El Sauzal (Tenerife), España

TAFUR, G. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil. Revista ESPACIOS, 39(44).

Turismo.ec. (s.f.). Obtenido de <https://turismo.ec/ciudades/cantón/eloy-alfaro.htm>

Valladares, M (2015) Análisis de las redes sociales como herramienta para la promoción de empresas turísticas. Tesis de grado. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencia del Mar Licenciatura en Turismo. Guayaquil. Ecuador.

Vargas, P. (2017). La aplicación de las TICs como requisito para la competitividad turística de Sucre. Revista Ciencia, Tecnología e Innovación, 15(16), 921-932.

ViajandoX. (s.f.). Obtenido de Copyright 2020 ViajandoX: <https://www.goraymi.com/es-esmeraldas/eloy-alfaro/rutas-paseos/lugares-turisticos-eloy-alfaro-a16km7j74#98c43bf5>

ViajandoX. (s.f.). Copyright 2020 ViajandoX. Obtenido de <https://ec.viajandoX.com/san-lorenzo/la-tolita-A1406>

ViajaPrimeroEC. (s.f.). Twitter. Obtenido de  
<https://twitter.com/ViajaPrimeroEC/status/1019275511686680577>

Visita Ecuador. (s.f.). Obtenido de  
<https://visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=559&informacion=3>

YouTobe. (s.f.). Obtenido de  
[https://www.youtube.com/results?search\\_query=turismo+cantón+eloy+alfaro+esmeraldas](https://www.youtube.com/results?search_query=turismo+cantón+eloy+alfaro+esmeraldas)



**ANEXO N°1 ARBOL DE PROBLEMAS**

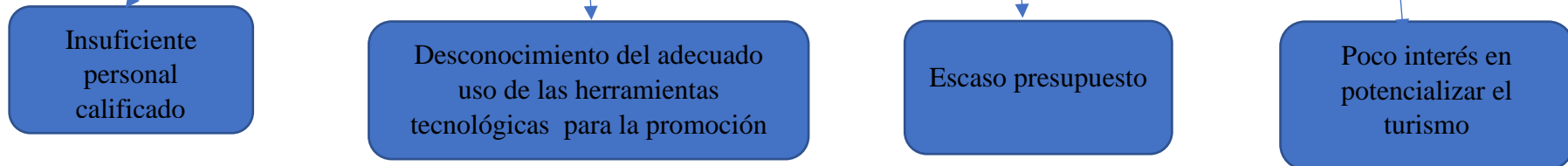
Efectos



Problema



Causas



## **ANEXO N°2: Guía de Entrevista**

**Entrevistada:** directora de turismo del cantón Eloy Alfaro ing. Caridad Armijo.

### **Objetivo:**

Aanalizar y establecer las herramientas tecnológicas que permitan la efectiva promoción turística de los atractivos del cantón Eloy Alfaro.

### **Cuestionario:**

1. ¿Utiliza medios digitales para difundir los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro?
2. ¿En la actualidad, qué herramientas tecnológicas utilizan para la promoción de los atractivos del cantón Eloy Alfaro?
3. En caso de ser negativo: ¿Por qué no las utilizan? ¿Qué consecuencias usted cree trae esto para los atractivos?
4. En caso de afirmativo: ¿Por qué utilizan las herramientas tecnológicas mencionadas?
5. ¿Cuál es el contenido de la información que se publica en estas herramientas tecnológicas?
6. ¿Cuáles son los parámetros o criterios utilizados para incluir los contenidos descritos?
7. ¿Mediante que métodos realizan actualizaciones de la información a promocionar? ¿Por qué?
8. ¿Considera que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón? ¿Por qué?

9. ¿En su opinión, ¿cuáles serían las mejores herramientas tecnológicas para una efectiva promoción de los atractivos?
10. ¿Qué atractivos y/o productos turísticos se han promocionado en Eloy Alfaro?
11. ¿Cuál es la planta turística del cantón Eloy Alfaro? (ojo esto se refiere a si tienen un catastro turístico regulados por el MINTUR o por la municipalidad)
12. ¿Qué estrategias de promoción turística se han implementado?
- |                     |                             |
|---------------------|-----------------------------|
| Redes sociales      | Ferias                      |
| Trípticos           | Spot televisivos y radiales |
| Revistas turísticas | Otros_____                  |
13. ¿Qué proyectos o planes tiene para el turismo en el cantón?
14. ¿Cuánto es el presupuesto que se destina para actividades turísticas anualmente?
15. ¿Tienen alguna ordenanza municipal que regule las actividades turísticas en el cantón?  
Solicite una copia de la ordenanza en caso de tenerla...

### **ANEXO N°3: Cuestionario para encuesta a turista o visitantes**

Se está llevando a cabo una investigación en el cantón Eloy Alfaro, de la provincia de Esmeraldas, con el objetivo de analizar y establecer herramientas tecnológicas que permitan la efectiva promoción turística de los atractivos del cantón Eloy Alfaro. Le pedimos a usted su colaboración para la participación en dicha investigación, llenando el presente cuestionario, con el que se persigue el fin de conocer el estado actual de la implementación de las herramientas tecnológicas en la promoción turística de los atractivos del cantón. Sus respuestas serán anónimas y confidenciales, por lo que le rogamos la mayor sinceridad al responder el cuestionario.

Marque con una **X** en cada pregunta según sea su respuesta. En cada pregunta puede seleccionar más de una opción.

#### 1. Datos generales

Edad:

- Menor de 24 años     Entre 36 y 55 años  
 Entre 25 -35 años     Más de 65 años

Sexo:

- Femenino                       Masculino

País o ciudad de procedencia: \_\_\_\_\_

#### 2. ¿Conoce los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro?

Sí \_\_\_\_                      No \_\_\_\_

#### 3. ¿Considera importante generar estrategias digitales para la promoción de los diferentes atractivos turístico de un Cantón?

Sí \_\_\_\_                      No \_\_\_\_

#### 4. ¿Cuándo usted desea salir de viaje por recreación y ocio, que herramientas tecnológicas utiliza para escoger su destino?

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Facebook    | <input type="checkbox"/> Couchsurfing       |
| <input type="checkbox"/> Instagram   | <input type="checkbox"/> Twitter            |
| <input type="checkbox"/> YouTube     | <input type="checkbox"/> APPS para Turistas |
| <input type="checkbox"/> Pinterest   | <input type="checkbox"/> Páginas web        |
| <input type="checkbox"/> Tripwolf    | <input type="checkbox"/> Blogs              |
| <input type="checkbox"/> Minube      | <input type="checkbox"/> Otras _____        |
| <input type="checkbox"/> TripAdvisor |   |
| <input type="checkbox"/> Touristeye  |   |

5. ¿Utilizó usted herramientas tecnológicas para buscar información de los atractivos turística del cantón Eloy Alfaro?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Nota:** Si su respuesta es afirmativa prosiga contestando las siguientes, de ser negativa usted ha terminado su colaboración en el estudio. Agradecemos su participación.

6. ¿Qué herramientas tecnológicas usted utiliza para buscar información sobre los atractivos turísticos del cantón Eloy Alfaro?

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Facebook           | <input type="checkbox"/> Instagram   |
| <input type="checkbox"/> YouTube            | <input type="checkbox"/> Pinterest   |
| <input type="checkbox"/> Tripwolf           | <input type="checkbox"/> Minube      |
| <input type="checkbox"/> TripAdvisor        | <input type="checkbox"/> Touristeye  |
| <input type="checkbox"/> Couchsurfing       | <input type="checkbox"/> Twitter     |
| <input type="checkbox"/> APPS para Turistas | <input type="checkbox"/> Páginas web |
| <input type="checkbox"/> Blogs              | <input type="checkbox"/> Otras _____ |

7. ¿Cómo califica la información turística y las campañas promocionales que se utilizan para promover los atractivos del cantón Eloy Alfaro?

- |                                    |                                    |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Malo      | <input type="checkbox"/> Regular   |
| <input type="checkbox"/> Bueno     | <input type="checkbox"/> Muy bueno |
| <input type="checkbox"/> Excelente |                                    |

**¡Gracias por su colaboración!**

#### **ANEXO N°4: Cuestionario para encuesta de prestadores de servicios turísticos.**

Se está llevando a cabo una investigación en el cantón Eloy Alfaro, de la provincia de Esmeraldas, con el objetivo de analizar y establecer herramientas tecnológicas que permitan la efectiva promoción turística de los atractivos del cantón Eloy Alfaro. Le pedimos a usted su colaboración para la participación en dicha investigación, llenando el presente cuestionario, con el que se persigue el fin de conocer el estado actual de la implementación de las herramientas tecnológicas en la promoción turística de los atractivos del cantón. Sus respuestas serán anónimas y confidenciales, por lo que le rogamos la mayor sinceridad al responder el cuestionario.

Marque con una **X** en cada pregunta según sea su respuesta. En cada pregunta puede seleccionar más de una opción.

#### **Cuestionario:**

1. ¿Utiliza medios digitales para promocionar su establecimiento y los atractivos turísticos que posee el cantón Eloy Alfaro?  
Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_
2. En caso de ser negativo ¿cree que esto tiene consecuencias al establecimiento como a los atractivos?  
Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_
3. ¿Porqué? \_\_\_\_\_ ¿C  
onsidera que las herramientas tecnológicas son valiosas para la promoción de los  
atractivos turísticos que posee el cantón?  
Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_  
¿Porqué? \_\_\_\_\_
4. ¿Qué herramientas tecnológicas utilizan para la promoción?  
( ) Facebook ( ) Instagram  
( ) YouTube ( ) Pinterest  
( ) Tripwolf ( ) Minube  
( ) TripAdvisor ( ) Touristeye  
( ) Couchsurfing ( ) Twitter  
( ) APPS para Turistas ( ) Páginas web  
( ) Blogs ( ) Otras \_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es el contenido de la información que se publica en estas herramientas tecnológicas? ¿Por qué esos contenidos?

6. ¿Con que frecuencia realizan actualizaciones de la información? ¿Por qué?

( ) Diaria

b) Semanal

( ) Mensual

d) Anual

**¡Gracias por su colaboración!**

**ANEXO N°5: Ficha de observación**

Fenómeno observado:

Herramientas tecnológicas para la promoción turística gubernamentales de los organismos oficiales de turismo del cantón Eloy Alfaro.

Objetivo:

Analizar el estado actual de la gestión turística del cantón Eloy Alfaro con base en información secundaria local.

1. ¿Qué herramientas tecnológicas se utiliza para la promoción turísticas utilizan?

---

---

---

---

2. Cuáles son los atractivos y/o productos turísticos promocionados del cantón Eloy Alfaro?

---

---

---

3. Qué tipo de contenido es publicado.

---

---

---

---

4. Frecuencia con la que es actualiza la información publicada.

Diaria ( )

Mensual ( )

Semanal ( )

Anual ( )



5. Tiene interacción con los usuarios de las herramientas tecnológicas, (SI - NO).
- a. Trato personalizado a los seguidores \_\_\_\_\_
  - b. Responden preguntas a los seguidores \_\_\_\_\_
  - c. Hacen preguntas a los seguidores \_\_\_\_\_
  - d. Toman parte en las conversaciones de seguidores \_\_\_\_\_
  - e. Piden opinión acerca de los servicios \_\_\_\_\_
  - f. Valoran los comentarios de los seguidores \_\_\_\_\_
  - g. Agradecen a los seguidores \_\_\_\_\_

**ANEXO N°6.**

**Fotografía 1**

Conversación con el Ing. David Rosero Castillo, alcalde del Cantón Eloy Alfaro sobre la propuesta.



**ANEXO N°7.**

**Fotografía 2**

Firma de carta de inteso de elaboración de la propuesta para el Cantón Eloy Alfaro



**ANEXO N°8.**

**Fotografía 3**

Aplicación de entrevista a la Ing. Caridad Armijos de directora de turismo del Cantón Eloy Alfaro



**ANEXO N°9.**

**Fotografía 4**

Aplicación de encuestas a servidores turísticos del Cantón Eloy Alfaro



**ANEXO N°10.**

**Fotografía 5**

Aplicación de encuestas a servidores turísticos del Cantón Eloy Alfaro



**ANEXO N°11.**

**Fotografía N°. 6.** Aplicación de encuestas a servidores turísticos del Cantón Eloy Alfaro

