



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**EXTENSIÓN LA MANÁ
CARRERA DE ECOTURISMO**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
BASADA EN HERRAMIENTAS WEB PARA EL CANTÓN LA
MANÁ”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciatura en Ecoturismo

AUTORA:
Patango Ayala Norma Rocio

TUTORA:
Lic. Moscoso Garrido Karol del Cisne

**LA MANÁ-ECUADOR
FEBRERO-2024**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Patango Ayala Norma Rocio, con cedula de ciudadanía No. 1750371427, declaro ser autora del presente **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA BASADA EN HERRAMIENTAS WEB PARA EL CANTÓN LA MANÁ”**, siendo la Lic. Moscoso Garrido Karol del Cisne MSc, tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

La Maná, 29 enero del 2024



Patango Ayala Norma Rocío

C.C: 1750371427

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de tutora del proyecto de Investigación sobre el título: “**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA BASADA EN HERRAMIENTAS WEB PARA EL CANTÓN LA MANÁ**”, de Patango Ayala Norma Rocio, de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo de la Extensión La Maná, considero que dicho Trabajo Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

La Maná, 2 de febrero de 2024



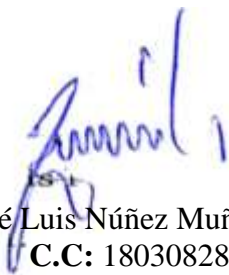
Karol del Cisne Moscoso Garrido.
C.C: 1205545930
TUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná; por cuanto, la postulante Patango Ayala Norma Rocio, con el título del proyecto investigación: **“DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA BASADA EN HERRAMIENTAS WEB PARA EL CANTÓN LA MANÁ”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.


Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Para constancia firman:



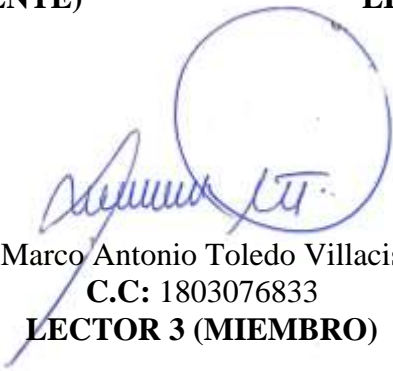
José Luis Núñez Muñoz
C.C: 1803082849

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Karol del Cisne Moscoso Garrido
C.C:1205545930

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Marco Antonio Toledo Villacis
C.C: 1803076833

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios a quien he puesto mi fe y llevo junto a mí en todas las etapas de mi vida, a mi madre y padre, hermana, hermano, y amistades, quienes me han brindado su apoyo y confianza y sin duda me han demostrado su amor y lealtad, y mi agradecimiento y dedicatoria infinita y sincera a todos los docentes de la carrera de turismo quien me han hecho sufrir pero en todo ese sufrimiento he aprendido más cosas nuevas y me han enseñado a no rendirme y seguir adelante para alcanzar mis objetivos y la Universidad Técnica de Cotopaxi, quien me abrió las puertas del saber y del aprendizaje.

Norma

DEDICATORIA

Este esfuerzo y trabajo que lleve varios años durante toda la carrera le dedico a Dios a quien he puesto mi fe y mis objetivos de vida a su voluntad y que nunca me abandonado, a mi madre y padre, hermana, hermano, y amistades, quienes me han brindado su apoyo y nunca me han dejado sola siempre han confiado en mí y sin duda me han demostrado su amor y lealtad.

Norma

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

EXTENSIÓN LA MANA

TEMA: “DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOSÓN TURISTICA BASADA EN HERRAMIENTAS WEB”

Autora:

Patango Ayala Norma Rocio

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar estrategias de promoción turística basadas en herramientas Web para la difusión de los lugares turísticos del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi. El problema identificado dentro de la investigación es la posible falta de un sitio web para promocionar los lugares, servicios, festividades, demás atractivos turísticos del sector. Se utilizó una metodología con enfoque mixto, de tipo documental, de campo con la entrevista, encuesta y observación directa, como técnica de recolección de la información. Se determinó una muestra de 16 prestadores de servicios turísticos y 92 turistas del cantón La Maná. Como resultado, según los prestadores, las autoridades locales muestran poco interés y no brindan apoyo al desarrollo turístico del cantón La Maná, lo que obstaculiza su potencial turístico y limita las oportunidades de crecimiento para los negocios locales. A su vez, en base a la aplicación del instrumento de investigación se obtuvo que un 100% de los turistas encuestados revela la necesidad de que exista un sitio web que provea de información turística del cantón. Por lo que el sitio web diseñado, cuenta con secciones de inicio, historia, atractivos turísticos, culturales, balnearios, fiestas culturales, emprendimientos, servicios de hospedaje, restaurantes, y servicios de emergencia. Se concluyó, que el sitio web permite mejorar la accesibilidad a la información de diferentes atractivos turísticos del cantón, para que los visitantes puedan encontrar fácilmente la información que necesitan.

Palabras claves: Cantón, estrategias, herramientas web, promoción, turismo.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

LA MANA EXTESION

THEME: “DESIGN OF TOURIST PROMOTION STRATEGIES BASED ON WEB TOOLS”

Author:
Patango Ayala Norma Rocio

ABSTRACT

The objective of this project is to design tourism promotion strategies based on web tools for the dissemination of tourist places in La Maná Canton, Cotopaxi Province. The identified problem inside the research is the possible lack of a website to promote the places, services, festivities, and other tourist attractions in the sector. A methodology with a mixed approach of documentary type, field with interview, survey and direct observation was used as an information collection technique. A sample of 16 tourism service providers and 92 tourists from La Maná canton is estimated. As a result, according to providers, local authorities show little interest and they do not provide support for the tourism development of La Maná canton which hinders its tourism potential and limits growth opportunities for local businesses. In addition, based on the application of the research instrument, it was obtained that 100% of the tourists surveyed revealed the need of having a website that provides tourist information about the canton. According to this, the designed website has sections on home, history, tourist attractions, cultural attractions, spas, cultural festivals, businesses, lodging services, restaurants, and emergency services. It was concluded that the website improves accessibility to information on different tourist attractions in the canton, so that visitors can find easily the information they need.

Palabras claves: Canton, strategies, web tools, promotion, tourism.

ÍNDICE GENERAL

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
ÍNDICE DE TABLAS	xii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
4.1. Beneficiarios directos	4
4.2. Beneficiarios indirectos	4
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5.1. Formulación del problema.....	6
6. OBJETIVOS	6
6.1. Objetivo General	6
6.2. Objetivos específicos.....	6
7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	6
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA	8
8.1. Antecedentes	8
8.2. Marco Legal	10
8.3. Marco Teórico	11
8.3.1. <i>Turismo</i>	11
8.3.1.1. Sector turístico	12
8.3.2. <i>Modalidades del turismo</i>	12
8.3.2.1. Turismo rural.....	13
8.3.2.2. Turismo comunitario	14
8.3.2.3. Turismo ecoturismo.....	15
8.3.2.4. Turismo de aventura.....	16
8.3.2.5. Recursos turísticos.....	17
8.3.3. <i>Promoción turística</i>	18
8.3.3.1. Importancia de la promoción turística	19
8.3.3.2. Innovación turística	20
8.3.4. <i>Herramientas Tecnológicas</i>	21

8.3.4.1. Sitio Web para la promoción turística	21
8.3.4.2. Lenguaje Web	22
8.3.4.3. Bases de datos de la Web	23
8.3.5. <i>Página Web</i>	24
8.3.5.1. Elementos de una página Web.....	24
8.3.5.2. Pasos para diseñar una página Web.....	25
9. HIPÓTESIS.....	26
10. METODOLOGÍA	27
10.1. Enfoque de la investigación.....	27
10.1.1. <i>Enfoque mixto</i>	27
10.2. Tipos de la investigación	27
10.2.1. <i>Investigación documental</i>	27
10.2.2. <i>Investigación de campo</i>	27
10.3. Métodos de investigación	28
10.3.1. <i>Método analítico sintético</i>	28
10.3.2. <i>Método deductivo</i>	28
10.4. Técnicas e instrumentos de recolección de la información	28
10.4.1. <i>Entrevista</i>	28
10.4.2. <i>Encuesta</i>	29
10.4.3. <i>Observación directa</i>	29
10.5. Población y muestra	29
10.5.1. <i>Población</i>	29
10.5.2. <i>Muestra</i>	29
10.6. Proceso metodológico	32
10.6.1. <i>Fases del diseño</i>	32
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	33
11.1. Análisis de la entrevista aplicada a prestadores de servicios turísticos en el Cantón La Maná para diagnosticar la situación actual del turismo del cantón para el levantamiento de una línea base turística (objetivo 2)	33
11.2. Análisis y tabulación de la encuesta realizada a los prestados de servicios del Cantón La Maná (Objetivo 2).....	35
11.3. Discusión de resultados	42
11.4. Propuesta.....	43
11.4.1. <i>Misión</i>	43

11.4.2. <i>Visión</i>	43
11.4.3. <i>Objetivos</i>	43
11.4.4. <i>Caracterización y delimitación</i>	44
11.4.5. <i>Población</i>	45
11.4.6. <i>Oferta de atractivos Turísticos</i>	45
11.4.7. <i>Diagnóstico estratégico (FODA)</i>	45
11.4.8. <i>Diseño de estrategias de promoción</i>	46
11.4.9. <i>Diseño del sitio web</i>	47
12. IMPACTOS	52
12.1. Impactos técnicos	52
12.2. Impactos sociales.....	52
12.3. Impactos Ambientales	52
12.4. Económicos	53
13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	53
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
14.1. Conclusiones	55
14.2. Recomendaciones	56
15. BIBLIOGRAFÍA	57
16. ANEXOS	62
Anexo 1. Currículum vitae del investigador.....	62
Anexo 2. Modelo de la entrevista aplicadas a los propietarios de los establecimientos turísticos del cantón La Maná.	64
Anexo 3. Modelo de la encuesta aplicadas a los turistas que visitan al cantón La Maná.....	66
Anexo 4. Solicitud de información y resultado de la población de turistas del Cantón La Maná.	70
Anexo 5. Aval de traducción.....	72
Anexo 6. Certificación de informe de similitud.	73
Anexo 7. Tabla de datos tabulados (encuesta)	74
Anexo 8. Tabla para recolección de información de atractivos turísticos.....	78
Anexo 9. Recolección de información de encuestas.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Objetivos específicos y tareas designadas.....	6
Tabla 2: Catastro Turístico Nacional 2023.....	31
Tabla 3: Herramienta Web	45
Tabla 4: Presupuesto	53
Tabla 5: Cronograma de actividades	54
Tabla 6: Género	74
Tabla 7: Edad.....	74
Tabla 8: Residencia	74
Tabla 9: Motivación de visita al Cantón La Maná	75
Tabla 10: Sitios turísticos, en el que le gustaría obtener información de La Maná	75
Tabla 11: Medios de información que se utilizaron para acceder a lugares turísticos del Cantón.....	75
Tabla 12: Conocimiento acerca de la variedad de ofertas turísticas del Cantón La Maná.....	76
Tabla 13: Lugares turísticos que se conoce de la Maná	76
Tabla 14: Importancia de un sitio que provea información turística del Cantón La Maná.....	76
Tabla 15: Medios de información digital que más utilizan los turistas para visitar un atractivo turístico	77
Tabla 16: Medios de comunicación efectiva para obtener información turística.....	77
Tabla 17: Fiestas San Vicente	79
Tabla 18: Virgen del Cisne.....	80
Tabla 19: Carnaval de la Alegría y Folklor Lamanense.....	81
Tabla 20: El salón municipal de exhibición de piezas Arqueológicas	82
Tabla 21: Ruinas de Maqui Machay.....	83
Tabla 22: La iglesia La Maná.....	84
Tabla 23: Cascada del Venado	85
Tabla 24: Cascada de Guadual	86
Tabla 25: Cascada de Tinieblas.....	87
Tabla 26: Bosque Jardín de los sueños.....	88
Tabla 27: Molienda de Caña y elaboración de Panela	89
Tabla 28: Producción de queso artesanal	90
Tabla 29: Tejidos atarrayas	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género	35
Figura 2. Edad	36
Figura 3. Residencia	36
Figura 4. Razones de visita del Cantón La Maná.....	37
Figura 5. Mapa del Cantón La Maná.....	44
Figura 6. Portada del sitio web.....	48
Figura 7. Reseña histórica	49
Figura 8. Turismo	50
Figura 9. Servicio de hospedaje	50
Figura 10. Servicio para alimentarse	51
Figura 11. Servicio de operadoras de turistas.....	51
Figura 12. Servicio de emergencia	52

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: “Diseño de estrategias de promoción turística basada en herramientas web para el Cantón La Maná”

Fecha de inicio: Octubre 2023

Fecha de finalización: Febrero 2024

Lugar de ejecución: Cantón La Maná.

Facultad que auspicia: Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que auspicia: Licenciatura en Turismo.

Equipo de Trabajo: Anexo 1 (Hoja de vida)

Área de Conocimiento: Servicio.

Línea de investigación: Planificación y Gestión del turismo sostenible.

Sub línea de investigación: Gestión del turismo sostenible

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto "Diseño de Estrategias de Promoción Turística Basadas en Herramientas Web para el Cantón La Maná" se enfoca en crear y desarrollar estrategias de promoción turística utilizando herramientas web para difundir los lugares de interés en el Cantón La Maná, ubicado en la Provincia de Cotopaxi. El problema identificado es la posible ausencia de un sitio web dedicado a promover los lugares, servicios, festividades y otros atractivos de la zona.

Para abordar esta problemática, se empleó una metodología mixta que combinó investigación documental con técnicas de campo, incluyendo entrevistas, encuestas y observación directa. Se seleccionó una muestra de 92 turistas del Cantón La Maná para recolectar datos relevantes.

Los resultados de la investigación revelaron que el 100% de los encuestados expresó la necesidad de contar con un sitio web que ofreciera información turística del cantón. En respuesta a esta demanda, se diseñó un sitio web que incluye secciones como inicio, historia, atractivos turísticos, culturales, balnearios, fiestas culturales, emprendimientos, servicios de hospedaje, restaurantes y servicios de emergencia.

La conclusión obtenida del proyecto es que el sitio web desarrollado contribuye significativamente a mejorar la accesibilidad a la información sobre los diversos atractivos turísticos del Cantón La Maná. Esto permite que los visitantes encuentren fácilmente la información necesaria para planificar y disfrutar de su experiencia en la zona.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En la actualidad, la falta de estrategias de promoción turística puede llevar a que los turistas no estén al tanto de los atractivos y servicios que ofrece un destino. Esto puede hacer que las personas elijan otros lugares más conocidos, lo que afecta la llegada de visitantes al lugar (Aldaz & Barroso, 2019). Por ello, esta investigación busca documentar y generar estrategias de promoción turísticas de La Maná. A su vez, se justifica en términos de la importancia de conocer los diferentes atractivos turísticos, festividades, tradiciones. Estos atractivos suelen ser la base del desarrollo turístico del Cantón, ya que son los elementos que generan interés y atraen a los turistas. Estos atractivos pueden ser de naturaleza cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica.

El estudio permitirá identificar los puntos positivos de estos atractivos, ver las deficiencias en la promoción, crear estrategias mediante herramientas Web que combatan los aspectos negativos en el turismo y que permitan atraer al turista a dicho sector. Además, es importante destacar que, a pesar de la falta de investigación específica en este ámbito, muchas empresas turísticas en Ecuador están comenzando a reconocer las oportunidades que brindan las aplicaciones móviles como herramientas de promoción y publicidad (Coronel & Castillo, 2022). Por este motivo, el tema es novedoso, ya que, existen diferentes herramientas Web para utilizar como medio de promoción de atractivos turísticos, y no existe un tema similar realizado en el Cantón La Maná. Esto, considerando que las herramientas web permiten llegar a un público amplio y diverso en todo el mundo. A través de redes sociales y otras plataformas en línea, las empresas turísticas pueden promocionar sus destinos y atraer a turistas de diferentes partes del mundo.

La presente investigación resulta viable, ya que se dispone de los conocimientos previos, los recursos humanos, económicos y de las fuentes de investigación de información sobre sitios web y promoción turística, necesarios para llevarlo a cabo. Además, que el presente trabajo investigativo genera un alto interés sobre este tema, pues es de vital importancia obtener información sobre los atractivos turísticos del Cantón La Maná, y más aún dar a conocer a otras personas dichos atractivos.

La importancia práctica de este estudio se centra en el desarrollo de un plan de promoción turística a través del sitio web en La Maná. Este proyecto de investigación servirá como una herramienta que contribuirá a promover y fomentar las actividades turísticas del cantón, atrayendo así a turistas interesados en este campo. Para lograr este proyecto, el plan está estructurado en estrategias creativas que permitirán alcanzar los objetivos establecidos.

La investigación cuenta con la factibilidad técnica, económica y tecnológica necesaria para llevarse a cabo exitosamente. Se dispone de recursos humanos, tecnológicos y bibliográficos, así como el respaldo y apoyo de los líderes de los encargados de los atractivos turísticos en La Maná. Estos líderes jugarán un papel fundamental al proporcionar la información primaria necesaria para la elaboración de los resultados. Es importante destacar que la disponibilidad de estos recursos y el apoyo de los líderes comunitarios aseguran que la investigación se realice de manera efectiva y que se obtengan resultados de calidad.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1. Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos de este estudio son todos los prestadores de servicios turísticos del cantón, y de acuerdo a ello se tomó en cuenta a 16 diferentes prestadores de servicios del Cantón La Maná, quienes decidieron participar y formar parte del proyecto, dando conocer información relevante sobre la belleza natural y cultural, y permitiendo identificar las actividades, festividades del cantón La Maná.

4.2. Beneficiarios indirectos

En cuanto a los beneficiarios indirectos, se tiene a la población en general y los turistas que acuden al Cantón La Maná, dado que, al generar un sitio web como herramienta, el cantón tendrá más visitas y los turistas tendrá mayor información sobre los lugares para visitar en el cantón La Maná.

5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel mundial, en la actualidad la promoción turística enfrenta muchos desafíos, especialmente debido a la pandemia de Covid-19. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el tráfico turístico disminuyó un 74% en 2020 en comparación con 2019. Esto tiene un impacto significativo en países grandes como España y Estados Unidos (Unwto, 2022). En España, el turismo es un sector económico importante. Sin embargo, la pandemia ha afectado duramente a la industria, provocando una disminución de las llegadas de turistas y menores ingresos económicos.

En Estados Unidos, la industria del turismo también se ha visto afectada por la pandemia. Las restricciones de viaje, las medidas de distanciamiento social han reducido el número de turistas extranjeros y el gasto turístico (OMT, 2021). Así, de acuerdo con (Palma & Zambrano, 2017), la promoción turística mundial enfrenta desafíos relacionados con la pandemia de Covid-19. Esto tiene un impacto significativo en países importantes, incluida una disminución en el número de turistas, una reducción en los ingresos por turismo y un impacto negativo en la economía y el empleo relacionado con los viajes.

El sector turístico en Ecuador se enfrenta a desafíos relacionados con la inestabilidad laboral y la informalidad comercial. La informalidad comercial es un problema que afecta tanto a los trabajadores como a los empresarios del sector turístico. Referida a la actividad económica que no

está regulada ni controlada por el Estado, lo que puede tener consecuencias negativas para la economía y la calidad de vida de las personas involucradas (Traffic, 2023).

A nivel nacional, el turismo enfrenta varios desafíos que afectan su desarrollo. Por ello, de acuerdo con SWI (2023), uno de los problemas es la presencia de comportamientos económicos oportunistas, que pueden perjudicar la calidad y la sostenibilidad del turismo en el país. Además, la falta de políticas públicas efectivas para promover el turismo también contribuye a esta situación. La falta de una adecuada planificación y gobernanza limita el desarrollo sostenible del sector turístico en Ecuador. Por lo tanto, es necesario tomar medidas concretas para abordar estos problemas y promover el turismo en el país.

El cantón La Maná, se enfrenta a una limitación en el desarrollo del turismo debido al desconocimiento turístico, la escasez de información y la falta de promoción de los atractivos turísticos de la zona. El no contar con una promoción de los atractivos turísticos impide que la región aproveche al máximo su potencial turístico. Sin embargo, es importante resaltar que La Maná cuenta con características únicas, como su clima, biodiversidad, hidrografía y relieve, que la convierten en un lugar potencialmente atractivo (Caiza, 2020).

La falta de herramientas web de promoción turística en el cantón puede generar varios problemas significativos. Según Salazar y Nuñez (2021), la mayoría de las personas que trabajan en los establecimientos turísticos utilizan Internet para buscar información turística, lo que resalta la importancia de tener una presencia en línea para llegar a estos potenciales visitantes. Sin embargo, en el caso del Cantón La Maná, se encontró que la promoción turística es escasa, y la página web oficial municipal no ofrece información detallada y específica sobre los atractivos turísticos del cantón. Esto puede resultar en una falta de acceso a información confiable para los turistas interesados en visitar el lugar.

Además, la falta de herramientas web de promoción turística puede contribuir a una deficiente o limitada promoción turística en general, lo que puede afectar el desarrollo turístico del cantón. La ausencia de una presencia en línea puede limitar la capacidad del cantón para atraer a turistas más experimentados y planificadores, quienes suelen buscar información principalmente en Internet antes de realizar un viaje.

5.1. Formulación del problema

¿De qué manera influye el diseño de estrategias en herramientas web en la promoción turística para el cantón La Maná?

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

Diseñar estrategias de promoción turística por medio del uso de herramientas web para el cantón La Maná.

6.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente el turismo, y las herramientas web utilizadas en la promoción turística.
- Diagnosticar la situación actual del turismo del cantón para el levantamiento de una línea base turística.
- Diseñar una página web para la promoción digital del turismo de La Maná.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 1: Objetivos específicos y tareas designadas

Objetivos	Actividades	Resultados de las actividades	Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)
Fundamentar teóricamente el turismo, y las herramientas web utilizadas en la promoción turística.	<ul style="list-style-type: none"> * Investigar fuentes bibliográficas sobre la promoción turística * Investigar fuentes bibliográficas sobre las herramientas web 	Análisis de documentos (Libros, tesis, artículos), sitios web	<ul style="list-style-type: none"> * Revisión bibliográfica * Análisis de documentos

<p>• Diagnosticar la situación actual del turismo del cantón La Maná, generando estrategias de promoción turística.</p>	<p>*Diseño de instrumento (encuestas). Diseño de instrumento (entrevista) * Salida de campo * Aplicación de la encuesta Aplicación de la entrevista</p>	<p>Aplicar la entrevista, encuesta</p>	<p>* Técnica de encuestas * Cuestionario *Técnica de la entrevista Observación</p>
<p>• Diseñar una página web para la promoción digital del turismo de La Maná.</p>	<p>* Selección de Dominio Web (el nombre de tu sitio web) * Diseño (Colores, Fuentes, Menús, Botones, Elementos visuales, Diseño móvil). * Generación de Contenido llamativo (texto, imágenes, gráficos y videos, para transmitir su información).</p>	<p>Página Web</p>	<p>* Técnica de Estrategia de Diseño Web. *Técnica elegir una Plantilla. * Técnica de sistema de navegación * Técnica analítica *Técnica de crear un estilo de escritura, fotografías.</p>

Fuente: Propia

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

8.1. Antecedentes

Como antecedentes investigativos, se consideran diversos estudios que comparte, una temática, objetivos, o metodología similar al tema “Diseño de estrategias de promoción turística basada en herramientas web para el cantón La Maná”.

El artículo investigativo denominado “Promoción turística en una herramienta web para el Cantón Bolívar, Ecuador”, en el que, Alfonso y García (2017), establecieron como objetivo desarrollar un plan de promoción turística basado en la creación de una página web para el Cantón Bolívar, Ecuador. Con una metodología cualitativa, se realiza un análisis preliminar de las principales bases, métodos del tema de investigación. La herramienta metodológica contempla tres etapas: el desarrollo de un plan de promoción de información turística, la creación de un sitio web como herramienta publicitaria, la fase de control y seguimiento de las actividades propuestas. Resulta que el aporte del trabajo radica en la utilidad práctica del plan para el desarrollo de las actividades turísticas y comerciales. Por ello, el sitio web se crea como una herramienta para ayudar a los usuarios, prestatarios y entidades afines a presentar propuestas, actividades, eventos, opiniones, experiencias que puedan ser replicadas en otros estados de la provincia de Manabí. En conclusión, se ha creado un plan de promoción turística basado en herramientas en línea, con el propósito de facilitar, ampliar el conocimiento sobre aspectos relacionados con el desarrollo de las actividades turísticas y la segmentación geográfica del cantón Bolívar.

Por su parte, el proyecto investigativo con el tema “Diseño de una aplicación móvil para la promoción Turística del Cantón Pastaza”, en el cual, Aldaz y Barroso (2019), establecieron como objetivo desarrollar una aplicación móvil para la promoción turística del Cantón Pastaza. Se utiliza una metodología mixta con un tipo descriptivo, transversal e investigación aplicada, tomando como referencia 384 personas como muestra, una encuesta a los turistas nacionales y extranjeros. Se realiza un análisis de la situación actual en el ámbito de la promoción turística en Bolívar, así como la viabilidad de utilizar aplicaciones móviles como medio de promoción turística. Los resultados muestran que la promoción turística en la región se lleva a cabo principalmente a través de medios tradicionales como la radio, la televisión, los periódicos impresos, redes sociales como Facebook. En conclusión, los turistas que visitan el cantón tienen un alto nivel de aceptación hacia las aplicaciones de publicidad móvil, ya que la mayoría utiliza aplicaciones de viajes. Esta aplicación

estará disponible para el sistema operativo Android y se promocionará a través de sitios web de Facebook y YouTube, facilitando así su descarga.

A la vez, el proyecto investigativo “Promoción turística en un sitio web para el desarrollo turístico del Cantón Bolívar”, en el que Palma y Zambrano (2017), establecieron como objetivo desarrollar un plan de promoción turística basado en la web. Utilizando una metodología cualitativa y cuantitativa, una investigación documental, de campo y un diseño metodológico de dos etapas. En la primera etapa, se realiza una búsqueda de información relacionada con el desarrollo de un plan de promoción turística en línea. En la segunda etapa, se lleva a cabo un diagnóstico de casos, donde se caracteriza y delimita el área de investigación, analizando las necesidades de los turistas, los registros de invitados para el sitio web en base a estos significados y necesidades. Resulta, una propuesta de turismo actual en el Cantón a través del análisis de la demanda turística, una matriz potencial con los factores internos y externos que influyen en la situación actual. Se concluye que, el plan de promoción turística incluye estrategias, tácticas, actividades para promover el destino turístico basado en la información disponible sobre Cantón. Además, se propusieron acciones para controlar y monitorear la implementación del plan de promoción.

Por otro lado, se considera la investigación “Diseño de estrategias digitales basadas en la web 3.0 para difundir los lugares turísticos del cantón Penipe Provincia de Chimborazo”, en el que Vergara (2016), tuvo como objetivo desarrollar estrategias digitales en base a la Web 3.0 para difundir lugares turísticos en el Cantón Penipe, de acuerdo a la tendencia actual y mercado virtual. Se utilizó una metodología cuantitativa con una investigación de campo, de tipo no experimental, entrevistas y 381 encuestas digitales para obtener una muestra de la población relacionada con la actividad económica en la ciudad de Riobamba. Los resultados revelan que existe una falta de estrategias de comunicación digital en el turismo. Sin embargo, se encontró que el 98% de la población está interesada en organizar eventos de viaje en Cantón. Además, se determina que el Internet es un entorno digital ideal para promover el turismo, con un 75% de aceptación. Resulta que la prueba de Wilcoxon es importante para implementar estrategias digitales Web 3.0 que respondan de manera efectiva a los estímulos creados en realidad virtual. Esto demuestra la importancia de la gestión del marketing digital en la promoción turística del Cantón Penipe. En conclusión, se destaca el impacto positivo del desarrollo de una estrategia digital basada en Web 3.0 en la distribución de las instalaciones turísticas en el estado Penipe, ubicado en la provincia de Chimborazo. Es importante mencionar que la implementación de este proyecto de investigación es impulsada por

el gobierno de la ciudad del cantón Penipe, y desempeña un papel importante en el posicionamiento de Penipe como un destino de viaje que ofrece experiencias nuevas e innovadoras.

Por último, la investigación con tema “Análisis de las nuevas tendencias en el aspecto de marketing digital de los emprendimientos del sector turístico de Tungurahua” en el que Villacís (2022), estableció como objetivo determinar la tendencia del marketing digital y su impacto en el desarrollo de las agencias de turismo en la provincia de Tungurahua. Para lograr esto, se utiliza una investigación de naturaleza descriptiva con un enfoque cuantitativo. En la investigación se tiene diferentes técnicas, como la recopilación de información a través de encuestas digitales y entrevistas, así como el análisis de datos utilizando herramientas estadísticas como el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados obtenidos reflejan un análisis del estado actual de la industria turística en línea con el marco teórico establecido. Estos resultados son esenciales para identificar nuevas tendencias en el marketing digital, así como aplicar estrategias que contribuyan a la comunicación digital de las empresas turísticas y promuevan el desarrollo de la industria. En conclusión, el estudio se centra en analizar la tendencia del marketing digital en el turismo de la provincia de Tungurahua y su impacto en el desarrollo de las agencias de turismo. Se utilizan diferentes métodos y técnicas de investigación para recopilar, analizar datos, y los resultados obtenidos proporcionan información valiosa para identificar nuevas tendencias y aplicar estrategias efectivas en el ámbito del marketing digital turístico.

Según los resultados de diferentes estudios, se ha observado que el uso de internet y las herramientas web en la promoción turística aún no se ha aprovechado al máximo. Sin embargo, se reconoce el potencial de la web para la distribución de información turística y la promoción de destinos. Se ha demostrado que la implementación de estrategias digitales, como el uso de sitios web especializados, redes sociales y aplicaciones móviles, puede contribuir de manera significativa a la comunicación y promoción de las empresas turísticas.

8.2.Marco Legal

El marco legal del Ecuador para las herramientas de promoción turística en línea está establecido en la Ley de Turismo. Esta ley, publicada en el Anexo 733 del Registro Oficial el 27 de diciembre de 2002, tiene como objetivo establecer un marco jurídico que regule la promoción, desarrollo y regulación de la industria turística. También establece los derechos, prerrogativas y obligaciones tanto del Estado como de los proveedores y usuarios de servicios turísticos.

Según la Ley de Turismo de Ecuador, se establece un marco legal para la promoción, regulación, desarrollo del sector turístico, y las potestades del Estado, los derechos de los prestadores, y sus obligaciones. La ley también contempla la protección del patrimonio natural y cultural, así como la diversidad biológica y cultural del país en beneficio de la población y la actividad turística. Además, se establece un mecanismo en la defensa de derechos en los usuarios de servicios turísticos, incluyendo la resolución de conflictos a través del Centro de Protección al Turista y la posibilidad de acudir a la justicia ordinaria o a centros de mediación y arbitraje en caso de controversias (Ley de Turismo, 2022).

La Ley de Turismo de Ecuador busca fomentar el turismo como una actividad económica sostenible, generadora de empleo e ingresos, contribuyendo al desarrollo nacional, regional o local. El artículo 8 establece que para realizar actividades turísticas es necesario contar con un libro de registro turístico que acredite la idoneidad de los servicios prestados y cumpla con los estándares técnicos y de calidad vigentes.

El artículo 9 menciona que el registro de turismo comprende la inscripción de los prestadores de servicios turísticos, independientemente de que sean personas naturales o jurídicas, antes del inicio de operaciones y por una sola vez ante el Ministerio de Turismo, de conformidad con los requisitos que reglamentariamente se especifiquen (Ley de Turismo, 2022).

8.3. Marco Teórico

8.3.1. Turismo

El turismo está experimentando un crecimiento constante tanto a nivel nacional como internacional, gracias a los ingresos generados por los servicios de entretenimiento, transporte y la libertad de movimiento que ofrece. Según Mullo (2019), esto ha llevado a que el turismo sea considerado como un grupo social, económico y político de gran importancia a nivel nacional, continental y global. Este fenómeno muestra una tendencia creciente en la demanda, lo que a su vez genera la necesidad de desarrollar nuevas rutas de viaje.

El turismo se define como un fenómeno complejo que abarca aspectos sociales, económicos y culturales, y se caracteriza por el desplazamiento temporal y voluntario de individuos o grupos desde su lugar de residencia a destinos que no están directamente relacionados con actividades remuneradas (Salazar & Nuñez, 2021). Estos desplazamientos tienen como objetivo principal el disfrute recreativo, el descanso, la inmersión cultural y el cuidado de la salud.

Además, el turismo no solo contribuye al crecimiento económico, sino que también desempeña un papel crucial en la generación de empleo, el fomento de la igualdad y el apoyo al desarrollo sostenible. La OMT destaca que el turismo es una fuente de oportunidades muy necesarias, especialmente en países en desarrollo que dependen en gran medida del turismo internacional (Ostelea, 2022).

Además, la OMT promueve el turismo sostenible, el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mediante la inclusión del turismo en la agenda de desarrollo y la construcción de asociaciones con el sector privado, organizaciones turísticas regionales y locales, instituciones académicas, la sociedad civil y el sistema de las Naciones Unidas (OMT, 2021).

8.3.1.1. Sector turístico

La industria del turismo es un conjunto de unidades de producción de diversas industrias que proporcionan bienes o servicios necesarios a los turistas. Se le llama industria turística porque atrae turistas e incide significativamente en el movimiento económico del país, a través de la creación de empleo (Ruiz & Vilar, 2020). Esta industria incide directamente en los tres factores que a continuación se describen:

Cultural: El turismo promueve el intercambio cultural entre locales y visitantes, promoviendo el entendimiento y aprecio mutuos (Arboleda, 2015). Estas interacciones promueven la tolerancia, el respeto y el apoyo a la diversidad cultural, enriqueciendo las experiencias de los turistas.

Económico: El turismo es un fenómeno que genera ingresos nacionales, crea empleos y promueve el desarrollo de la industria local. Además, el turismo contribuye a las divisas en la balanza de pagos, lo que puede tener un impacto positivo en la economía de un país a través del turismo tanto nacional como extranjero.

Sociopolítico: El turismo puede influir en la política y la sociedad de un país, por su contribución al producto interno bruto (PIB), al empleo y a los salarios en diversos sectores de la economía, lo que muestra su impacto en la sociedad en su conjunto (Alfonso & Gracia, 2017).

8.3.2. Modalidades del turismo

El turismo engloba una amplia variedad de actividades, ya que cada una se centra en diferentes áreas, como el turismo rural, turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura, etc (Villacís, 2022). Estas modalidades abarcan numerosas actividades dinámicas, pero ofrecen de manera constante los mismos servicios, como la alimentación, el alojamiento y el transporte.

A su vez, de acuerdo con Yumisaca y Benavides (2019), se crean condiciones para satisfacer las necesidades de diversos grupos segmentados por edad, intereses y conocimientos, con el fin de cumplir las expectativas de cada viajero en diferentes destinos, épocas del año y propósitos distintos. De esta manera, el turismo abarca una amplia gama de modalidades, cada una con sus propias características y atractivos. Algunas de las modalidades del turismo incluyen:

8.3.2.1. Turismo rural

El turismo rural comprende actividades turísticas realizadas exclusivamente en zonas rurales, que abarcan una cadena de suministro integrada de actividades recreativas impulsadas por la demanda, fomentando el contacto respetuoso con el medio ambiente, la naturaleza y la interacción con la población local (Caiza, 2020). En la actualidad, esta modalidad de turismo goza de gran popularidad. Los turistas extranjeros suelen acudir a lugares que ofrecen amplios recursos de turismo rural, como ríos, cascadas y otros entornos naturales, que suelen ser las principales opciones para este tipo de visitantes, ya que les brindan motivos adicionales para relajarse y disfrutar del ambiente (Coronel & Castillo, 2022).

Estos viajes están diseñados para facilitar la convivencia e interacción con una comunidad rural específica, permitiendo el intercambio de información con los lugareños, el conocimiento de sus costumbres y tradiciones, así como la participación en eventos locales. Teniendo en cuenta a Loor y Zambrano (2022), en el norte de la provincia de Manabí, las comunidades que ofrecen este tipo de recursos son visitadas con regularidad por turistas, quienes aprecian la oportunidad única de intercambiar información con la comunidad y participar en actividades ambientales conjuntas. Esto les brinda la posibilidad de comprender la cantidad de recursos disponibles y su importancia.

Según Ostelea (2022), el turismo rural es una actividad socioeconómica y cultural ampliamente apreciada por los turistas que buscan una experiencia nueva, inmersa en la cultura y la tradición locales. Los visitantes tienen la oportunidad de aprovechar los recursos disponibles en diversas comunidades. Este tipo de turismo abarca diversos enfoques, entre los cuales se destaca el turismo público, que se ha convertido en una de las alternativas más conocidas. Además, desde la perspectiva de Villacís (2022), se promueven propuestas de innovación turística que ofrecen experiencias únicas con las comunidades locales, fomentando el contacto directo con la naturaleza y todo lo que ello implica. Esta modalidad de turismo público representa el concepto fundamental de este método de viaje.

Algunas características comunes del turismo rural incluyen:

- Alojamiento en casas rurales: Los turistas suelen hospedarse en casas rurales, que son propiedades ubicadas en áreas rurales y que ofrecen comodidades básicas pero acogedoras para los visitantes.
- Actividades al aire libre: El turismo rural ofrece actividades al aire libre, como senderismo, paseos a caballo, ciclismo, observación de aves y pesca, entre otras.
- Conexión con la naturaleza: Los turistas pueden disfrutar de paisajes naturales impresionantes, como montañas, bosques, ríos y lagos, y participar en actividades relacionadas con la naturaleza, agricultura, la recolección de frutas y la observación de animales.
- Experiencia cultural: El turismo rural también brinda la oportunidad de conocer la cultura local, interactuar con los lugareños, aprender sobre las tradiciones y costumbres, y probar la gastronomía regional (Mullo, 2019).

8.3.2.2. Turismo comunitario

El turismo comunitario es una forma de relación social con los visitantes desde una perspectiva intercultural, promoviendo viajes organizados con la participación de los miembros de la comunidad (Coronel & Castillo, 2022). Su objetivo es asegurar la gestión adecuada de los recursos naturales y culturales, fomentando así el desarrollo futuro del turismo sostenible y logrando un equilibrio que satisfaga a las personas que utilizan los recursos turísticos en diferentes áreas rurales.

Para el desarrollo exitoso del turismo comunitario, es fundamental tener en cuenta varios aspectos, como las características de los recursos disponibles, la cultura local, el entorno físico y la gastronomía típica de la región (Garabiza & Franco, 2022). Estos factores influyen en la elaboración de un plan que proporcione productos turísticos de alta calidad que se ajusten a las necesidades de los visitantes.

En Ecuador, de acuerdo con Cuétara y Sablón (2021), el desarrollo del turismo rural comunitario ha experimentado cambios importantes, con el respaldo de diversas personalidades y organizaciones que promueven las relaciones sociales y ofrecen productos de viaje de alta calidad. Se brinda un trato amable e íntimo, basado en el respeto y la solidaridad. Por tanto, es de vital importancia que la comunidad continúe invirtiendo en actividades relacionadas con esta área.

Según Salazar y Nuñez (2021), en la Maná, existen innumerables eventos de turismo rural comunitario que aprovechan los recursos locales y cuentan con la participación activa de la comunidad. A continuación, se presentan algunas características clave del turismo comunitario

- **Desarrollo socioeconómico:** El turismo local es una herramienta eficaz para promover el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, al actuar como catalizador para la integración. Los gobiernos pueden utilizarlo como una herramienta para combatir la pobreza y fomentar mejoras en las condiciones de vida.
- **Participación de la población local:** Este tipo de turismo combina diferentes formas o modelos de gestión, en los cuales el elemento básico es que la participación turística debe ser sostenible (Aldaz & Barroso, 2019).
- **Protección ambiental y promoción de la cultura local:** El turismo local valora el entorno natural y promueve la identidad social mediante la valoración de la cultura local y el intercambio intercultural. Además, se centra en el desarrollo de productos innovadores, la satisfacción del cliente y el desarrollo comercial.
- **Empoderamiento de la comunidad:** La comunidad ejerce control sobre los productos turísticos, otorgándole el derecho de tomar todas las decisiones relacionadas con el desarrollo de este tipo de turismo (Tobar, 2020).

8.3.2.3. Turismo ecoturismo

El ecoturismo se basa en la visita y conservación de áreas naturales y ecosistemas frágiles. Los turistas pueden participar en actividades de conservación, observación de flora y fauna, y aprender sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental (Vergara, 2016).

Según Caiza (2020), el ecoturismo se enfoca en la conservación y apreciación de la naturaleza y los ecosistemas frágiles. Se trata de viajar con responsabilidad y sostenible, minimizando el impacto ambiental y promoviendo la conservación de la biodiversidad y la cultura local.

El objetivo principal del ecoturismo es brindar experiencias en entornos naturales, al tiempo que aporta al desarrollo económico, social en las comunidades. Por ello según Mullo (2019), se tiene las siguientes características:

- **Conservación del medio ambiente:** El ecoturismo se basa en la conservación y protección del medio ambiente. Los destinos ecoturísticos suelen ser áreas naturales, como parques nacionales, reservas naturales y áreas protegidas.
- **Sostenibilidad:** El ecoturismo se desarrolla de manera sostenible, considerando la capacidad de los ecosistemas y minimizando el impacto negativo en el entorno natural y cultural (Castillo, 2022).
- **Educación y conciencia ambiental:** El ecoturismo busca educar a los turistas acerca de la conservación del medio ambiente, de la biodiversidad. Se promueve la conciencia ambiental y se brinda información sobre los ecosistemas locales, la flora y fauna, y las prácticas de conservación.
- **Beneficio para las comunidades locales:** El ecoturismo busca generar beneficios económicos y sociales para las comunidades locales. Se fomenta la participación de la comunidad en la gestión del turismo, promoviendo la creación de empleo, el respeto a las tradiciones culturales y el intercambio cultural entre los turistas y las comunidades locales (Mullo, 2019).

Es importante destacar que el ecoturismo puede tener un impacto positivo para el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Sin embargo, también es necesario asegurarse de que las prácticas de ecoturismo sean genuinas y estén respaldadas por políticas y regulaciones adecuadas.

8.3.2.4. Turismo de aventura

Este tipo de turismo se basa en la realización de actividades emocionantes y desafiantes, como el senderismo, el rafting, el paracaidismo, el buceo, entre otros. Los destinos para el turismo de aventura suelen ser áreas naturales con paisajes impresionantes (Arboleda, 2015).

De acuerdo con Cajamarca (2021), el turismo de aventura es un tipo de turismo que se enfoca en la participación activa de los turistas en actividades físicas y placenteras en entornos naturales o remotos. El objetivo de este tipo de turismo es brindar experiencias divertidas y estimulantes en las que los visitantes puedan poner a prueba sus capacidades físicas y disfrutar de paisajes impresionantes.

Algunas características del turismo de aventura son las siguientes:

- **Actividades al aire libre:** Los viajes de aventura a menudo incluyen actividades al aire libre como escalada en roca, senderismo, rafting, kayak, buceo, ciclismo de montaña, entre otras.

- **Riesgos controlados:** Aunque los viajes de aventura pueden presentar algunos riesgos, generalmente están supervisados por guías capacitados y se toman precauciones para garantizar la seguridad de los participantes. El objetivo es proporcionar emoción y desafío, pero dentro de límites seguros (Garabiza & Franco, 2022).
- **Conexión con la naturaleza:** El turismo de aventura se realiza en entornos naturales, permitiendo a los visitantes disfrutar de la belleza y diversidad de la naturaleza. Los destinos suelen ser zonas remotas o relativamente inexploradas.
- **Experiencias físicas y emocionales:** Los viajes de aventura se esfuerzan por brindar experiencias enriquecedoras, tanto físicas como mentales. Los participantes podrán superar desafíos, enfrentar miedos, experimentar una sensación de realización y satisfacción personal.
- **Turismo sostenible:** El turismo de aventura también se centra en la sostenibilidad y la protección del medio ambiente. Fomenta el respeto por la naturaleza y se esfuerza por minimizar los impactos negativos en el ecosistema (Vergara, 2016).

Es decir, los viajes de aventura pueden variar en intensidad y nivel de riesgo, y contar con guías y operadores turísticos confiables y capacitados es esencial para garantizar la seguridad de los participantes.

8.3.2.5. Recursos turísticos

Los recursos turísticos son la base fundamental del turismo. Su análisis y evaluación son necesarios para determinar el potencial turístico de una zona y, por tanto, su viabilidad como soporte del turismo (Tobar, 2020). El objetivo del desarrollo de esta actividad es proporcionar calidad y satisfacción a los clientes que utilizan regularmente estos recursos.

Están divididos en naturales y culturales. Los recursos naturales creados por la naturaleza, como paisajes naturales, playas, montañas, ríos, lagos y parques nacionales. Por otro lado, según Ostelea (2022), los recursos culturales están relacionados con la historia, el patrimonio cultural y las tradiciones de una zona. Pueden incluir sitios históricos, monumentos, museos, festivales, cocina local, artesanías y otros.

Además, de acuerdo con Pinto (2022), de estos recursos directos, también existen recursos socioeconómicos o infraestructura necesarios para el desarrollo de actividades turísticas, como hoteles, restaurantes, transporte, campamentos, servicios, compras, complejos de entretenimiento y otros.

Es por eso que el desarrollo del turismo ha sido recientemente un soporte para generar ingresos económicos satisfactorios. Ecuador es uno de los países más turísticos para visitar, ya que atrae a múltiples turistas por su riqueza natural y cultural, logrando un equilibrio económico sostenible. Los ciudadanos utilizan estos recursos turísticos para realizar actividades relacionadas con el turismo o simplemente para cumplir con los requisitos de estos productos turísticos (Solís & Zambrano, 2021).

Existen varios factores esenciales en la promoción y valorización de estos recursos turísticos. Por lo tanto, el marketing turístico desempeña un papel crucial en la promoción de estos atractivos (Alfonso & Gracia, 2017). A través de actividades relevantes y estandarizadas por los seres humanos, se puede utilizar como motivo suficiente de motivación.

8.3.3. Promoción turística

La promoción turística es uno de los pilares más importantes de las comunicaciones de marketing integradas, ya que tiene como objetivo informar a los turistas potenciales (consumidores) sobre los servicios turísticos disponibles. En la promoción de destinos turísticos se utilizan tanto herramientas de promoción tradicionales como no tradicionales (Gaviño & Guananga, 2017).

A su vez, de acuerdo con Tíbar (2020), la promoción turística es una forma de desarrollar y enfocar la estrategia de marca de un destino turístico. Se utiliza como método para transmitir un mensaje unificado mediante la coordinación de programas de publicidad, promoción y relaciones públicas.

De esta manera, con la llegada de Internet y las nuevas tecnologías, se ha producido una revolución en muchos campos, incluido el turismo. Las empresas turísticas deben adaptarse a estos cambios y poner en práctica estrategias que les permitan competir con sus competidores (Alfonso & Gracia, 2017). En la actualidad, existen numerosas empresas de viajes en Internet 2.0 que buscan atraer clientes de todo el mundo.

La promoción turística es un elemento clave en las comunicaciones de marketing integradas. Con la finalidad de dar información de las ofertas de viajes y persuadirlos para que elijan un destino turístico (Aldaz & Barroso, 2019). En este contexto, se utilizan tanto herramientas promocionales tradicionales como no tradicionales.

La publicidad tradicional es una de las herramientas utilizadas en la promoción turística. Su objetivo es llegar al mayor número posible de clientes y transmitir un mensaje persuasivo. Esta

forma de promoción puede incluir anuncios en medios impresos, radio, televisión y vallas publicitarias, entre otros.

De acuerdo con Palma y Cedeño (2017), además de la publicidad tradicional, la promoción turística también se lleva a cabo a través de herramientas no tradicionales. Algunas de estas herramientas incluyen:

Redes sociales: Plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube se utilizan para promover destinos turísticos y compartir contenido visualmente atractivo. Las redes sociales permiten llegar a un público amplio y generar interacción con los usuarios.

Sitio web: Los sitios web son una herramienta fundamental en la promoción turística. A través de un sitio web, se puede proporcionar información detallada sobre el destino, mostrar imágenes y videos, ofrecer opciones de reserva y brindar una experiencia interactiva a los usuarios (Coronel & Castillo, 2022).

Marketing de contenidos: Implica crear y compartir contenido importante sobre el turismo. Esto puede incluir blogs, guías de viaje, videos informativos y otros recursos que brinden información útil y atractiva sobre el destino.

Influencers y bloggers de viajes: Los influencers y bloggers de viajes tienen un gran impacto en la promoción turística. A través de sus plataformas y seguidores, pueden compartir experiencias de viaje, recomendar destinos y generar interés en determinados lugares (Ponce & Hogue, 2022).

8.3.3.1. Importancia de la promoción turística

La promoción turística se refiere a las actividades y estrategias utilizadas para promocionar un lugar como destino turístico. Su objetivo principal es atraer turistas y generar ingresos económicos para una determinada región o país. De acuerdo con Arboleda (2015), la promoción turística es sumamente importante por varias razones:

- Aumenta el atractivo turístico del lugar, destacando su singularidad y atractivo.
- Incrementa y publicita ofertas de viajes para turistas.
- Registra eventos relacionados con el área que pueden atraer a más turistas.
- Fomenta la participación de profesionales del turismo para hacer crecer la industria y atraer más turistas.

- Se utilizan diversas herramientas para promover el turismo, como:
- Congresos, ferias y seminarios relacionados con el turismo.
- Visitas a atracciones turísticas, fiestas y eventos especiales.
- Rutas turísticas que permiten a los visitantes explorar y experimentar una variedad de atracciones (Arboleda, 2015).

Con la llegada de Internet, la promoción turística ha evolucionado para incluir estrategias de marketing digital. Estas estrategias incluyen el uso de herramientas como el inbound marketing y los compradores. El inbound marketing consiste en crear contenido útil y discreto para que los clientes puedan encontrar la información en la página de destino (Aldaz & Barroso, 2019). Esto convierte la página web de promoción turística en la fuente principal de información para el visitante.

Es decir, la promoción turística es una actividad esencial para atraer turistas y generar ingresos económicos en una localización específica. Se utilizan diversas herramientas y estrategias, incluido el marketing digital, para distribuir y promocionar los atractivos turísticos de una región o país.

8.3.3.2. Innovación turística

La innovación turística se refiere a la implementación de ideas, productos, servicios del sector turístico con la finalidad de tener una mejor experiencia del turista, aumentado la competitividad y adaptándose a las demandas del mercado (Tobar, 2020). La innovación en el turismo puede abarcar desde la introducción de nuevas tecnologías y estrategias de marketing hasta la creación de experiencias únicas para los viajeros.

Desde la perspectiva de Caiza (2020), en el sector turístico existe una necesidad de competir con el mundo globalizado, así como en la capacidad de adaptarse a las cambiantes preferencias y expectativas de los turistas. La innovación turística es crucial para diferenciarse de la competencia, atraer a más clientes y garantizar la sostenibilidad a largo plazo del negocio turístico.

Para Castillo (2022), la innovación el turismo puede manifestarse a través de diversas formas, como la introducción de nuevas tecnologías, la creación de experiencias memorables para los turistas, la mejora continua de los servicios y la colaboración entre empresas del sector para ofrecer servicios de alta calidad que respondan a objetivos comunes.

Es esencial para seguir generando valor añadido, transformar el modelo de negocio hacia uno más sostenible y duradero, y pasar de un enfoque en la cantidad de turistas a uno centrado en la calidad de la experiencia ofrecida (Arboleda, 2015).

Además, es una obligación en la situación actual, como única garantía de mantenerse relevante y competitivo en un entorno en constante evolución.

8.3.4. Herramientas Tecnológicas

Para que el turismo tenga un impacto significativo en la mente de los consumidores, se utilizan herramientas publicitarias. El uso de la tecnología en el sector turístico ha evolucionado junto con la digitalización de la sociedad. Las nuevas tecnologías tienen el potencial de crear oportunidades para facilitar el intercambio cultural y mejorar la identidad de viaje de las personas al hacerlo más accesible (Pinto, 2022). Además, también contribuyen al desarrollo económico. En el pasado, estos campos no despertaban tanto interés.

El uso de Internet en las actividades turísticas se ha expandido más allá de proporcionar información general sobre destinos y empresas (Ruiz & Vilar, 2020). De hecho, cada vez más personas eligen y compran productos en línea debido a la rapidez y comodidad que ofrecen las nuevas tecnologías de comunicación. En este sentido, las redes sociales desempeñan un papel fundamental.

Ahora, las nuevas tecnologías utilizadas en el turismo incluyen la integración de las redes sociales, la geolocalización y los dispositivos móviles. Estos avances tecnológicos hacen que sea más fácil y accesible para los emprendedores y aquellos que deseen promocionar un producto específico a través de sitios web y redes sociales, entre otros canales (Ponce & Hogue, 2022). Del mismo modo, en el sector turístico, el uso de herramientas ayuda a distribuir y promocionar de manera más efectiva destinos, productos, servicios y paquetes de viajes, lo que a su vez genera beneficios económicos para aquellos que participan en esta actividad.

8.3.4.1. Sitio Web para la promoción turística

Un sitio web es un conjunto de páginas web interconectadas que se alojan en un servidor web. Este espacio virtual es accesible para cualquier persona con conexión a internet a través de un navegador web. El sitio web se compone de diversos tipos de contenido, incluyendo texto, imágenes, videos y elementos interactivos (Garay, 2017). Es decir, es un conjunto organizado de páginas web que proporciona información, publicidad o notificación de contenido, productos y servicios al mundo.

En el mundo global actual, las organizaciones turísticas deben buscar estrategias de venta diferentes para satisfacer las demandas del mercado, y recibir información detallada sobre sus viajes. Internet se ha convertido en la herramienta más poderosa, ya que los sitios web son los mejores canales de distribución (Amaguaña, 2022). Por lo tanto, los sitios web son las principales herramientas de comunicación utilizadas en las estrategias de ventas actuales.

Internet ofrece una gran oportunidad para desarrollar el turismo de manera más estable y proporcionar consejos, ya que a través de Internet se puede brindar a los turistas y residentes un mayor conocimiento sobre el destino, la información objetiva y los detalles. También se destaca la importancia del comercio electrónico, que es muy útil para todos los servicios o empresas manufactureras (Castillo, 2022). Además, las ventas en línea no se limitan solo a estos dos tipos de actividades, sino que también incluyen diversas estrategias y enfoques de venta.

8.3.4.2. Lenguaje Web

El desarrollo web se basa en el uso de varios lenguajes de programación y tecnologías para crear sitios web funcionales y atractivos (Ruiz & Vilar, 2020). Algunos de los lenguajes utilizados en el desarrollo web incluyen:

- **HTML (HyperText Markup Language):** Es el lenguaje fundamental para la creación de la estructura de una página web. Se utiliza para definir los elementos y la organización del contenido.
- **CSS (Cascading Style Sheets):** Utilizada para brindar el estilo y diseño a los elementos HTML. Controla la apariencia visual de una página web, como colores, fuentes, diseños de página y efectos visuales (Amaguaña, 2022).
- **JavaScript:** Lenguaje de programación utilizado para la interactividad y funcionalidad a una página web. Además, brinda la posibilidad de crear efectos dinámicos, manipular elementos de la página, validar formularios y realizar solicitudes a servidores, entre otras cosas.
- **PHP:** Lenguaje de programación del lado del servidor, que se lo utiliza para crear aplicaciones web dinámicas. PHP se integra con HTML y se utiliza para generar contenido dinámico en función de la interacción del usuario o de los datos almacenados en una base de datos.
- **Python:** Es un lenguaje de programación versátil que se utiliza en el desarrollo web para crear aplicaciones web, realizar análisis de datos y automatizar tareas. Python es conocido por su legibilidad y facilidad de uso (Loor & Zambrano, 2022).

Cabe considerar que, estos son solo algunos ejemplos de los lenguajes de programación utilizados en el desarrollo web. La elección del lenguaje depende de los requisitos del proyecto, las

preferencias del desarrollador y las necesidades específicas de la aplicación o sitio web (Villacís, 2022).

Es importante tener en cuenta que el desarrollo web es un campo en constante evolución, y los lenguajes y tecnologías utilizados pueden cambiar con el tiempo. Por lo tanto, es recomendable mantenerse actualizado sobre las tendencias y las mejores prácticas en el desarrollo web.

Es decir, los lenguajes de programación más comunes utilizados en el desarrollo web incluyen HTML, CSS, JavaScript, PHP y Python, entre otros (Tobar, 2020). Cada uno de estos lenguajes tiene su propio propósito y se utiliza para diferentes aspectos del desarrollo web.

8.3.4.3. Bases de datos de la Web

Una base de datos en línea es un sistema utilizado para almacenar información a la que luego se puede acceder a través de un sitio web. Es importante gestionar y organizar los datos que se mueven en el espacio del sitio web (Alfonso & Gracia, 2017). Las bases de datos en línea se utilizan ampliamente en diversos contextos, como el comercio electrónico, los servicios financieros, la recuperación de información, el acceso remoto a bases de datos, la creación de documentos HTML personalizados y el seguimiento de visitantes.

El uso de bases de datos en el diseño de sitios web hoy en día es extremadamente importante y rara vez hay sitios web que no las utilicen. Estas herramientas facilitan la creación de sitios web, especialmente en aplicaciones como WordPress. Las bases de datos de Internet permiten una gestión más dinámica y flexible de los datos en Internet, proporcionando beneficios que no se pueden lograr utilizando otros medios de información (Guananga, 2021).

Existen varias bases de datos populares utilizadas en la web. Algunas de las más conocidas son:

SQL Server: Sistema de gestión de base de datos, desarrollado por Microsoft. Se lo utiliza para el entorno empresarial, dado que tiene características, y herramientas para el almacenamiento y la recuperación de datos

Oracle: Desarrollada por Oracle Corporation como una base de datos, utilizado en entornos empresariales por sus gamas de características y herramientas avanzadas. Oracle es conocido por su escalabilidad, seguridad y confiabilidad (Amaguaña, 2022).

PostgreSQL que se lo utiliza para diseñar páginas web.

MongoDB: Es conocido por su escalabilidad horizontal y su capacidad para manejar grandes volúmenes de datos no estructurados (Pinto, 2022).

8.3.5. Página Web

Es un documento electrónico que contiene información específica sobre un tema en particular. Puede ser consultado por cualquier persona que esté conectada a Internet y tenga los permisos adecuados para acceder a ella (Solís & Zambrano, 2021). A su vez, de acuerdo con Aldaz y Barroso (2019), puede ser estático, con un contenido que permanece constante, o dinámico, y la información se genera en base a la información introducida por el usuario (Aldaz & Barroso, 2019).

Según (Cajamarca, 2021), una página web es un documento digital que se encuentra en la World Wide Web (WWW), que se accede por medio de un navegador, de una conexión activa a internet. Es el formato básico de contenido en la red y puede contener texto, imágenes, videos y otros elementos multimedia. Existen más de mil millones de páginas web en Internet, que abarcan una amplia variedad de temas y están disponibles en diferentes idiomas.

Las páginas web forman parte de los sitios web, que son conjuntos de páginas web relacionadas bajo un mismo tema y organizadas de manera coherente. Cada página web tiene una URL específica que la identifica de manera única en Internet. Las páginas web pueden ser estáticas, que muestran información fija, o dinámicas, que pueden cambiar según la interacción del usuario o la información en tiempo real (Garay, 2017).

8.3.5.1. Elementos de una página Web

Los elementos de una página web pueden variar dependiendo del propósito y diseño de la página, pero aquí hay algunos elementos comunes que se encuentran en muchas páginas web:

Encabezado: De la parte superior, que contiene el logotipo de la empresa o el sitio web, el menú de navegación y posiblemente alguna información de contacto.

Contenido principal: Esta es la sección principal de la página donde se encuentra el contenido principal, como texto, videos, imágenes. Aquí es donde se presenta la información o el mensaje principal de la página (Amaguaña, 2022).

Barra lateral: Algunas páginas web tienen una barra lateral en un lado de la página que puede contener elementos adicionales, como enlaces relacionados, publicidad, formularios de suscripción, etc.

Pie de página: En la parte inferior de la página, contiene enlaces adicionales, información de contacto, derechos de autor y otros elementos legales.

Menú de navegación: Permite a los usuarios moverse por diferentes secciones de la página web. Puede estar ubicado en el encabezado o en la barra lateral y puede ser horizontal o vertical (Alfonso & Gracia, 2017).

Enlaces: Los enlaces son elementos interactivos que permiten a los usuarios navegar a otras páginas web o secciones dentro de la misma página. Pueden estar resaltados en texto o imágenes (Salazar & Nuñez, 2021).

Formularios: Los formularios se utilizan para recopilar información de los usuarios, como suscripciones, comentarios, registros, etc. Pueden incluir campos de texto, botones de opción, casillas de verificación, y botones de envío.

Botones de llamada a la acción: Son elementos destacados que invitan a los usuarios a realizar una acción específica, como "Comprar ahora", "Registrarse" o "Descargar".

Imágenes y videos: Las imágenes y los videos se utilizan para agregar contenido visual atractivo a la página web. Pueden ser ilustraciones, fotografías, infografías, videos promocionales, etc.

Redes sociales: Muchas páginas web incluyen enlaces o widgets que permiten a los usuarios compartir el contenido en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc (Vergara, 2016). Estos son solo algunos de los elementos comunes que se encuentran en una página web. La combinación y disposición de estos elementos puede variar según el diseño y los objetivos de la página.

8.3.5.2. Pasos para diseñar una página Web

Para diseñar una página web, puedes seguir los siguientes pasos:

Define la idea y los objetivos de tu sitio web: Antes de comenzar a diseñar, es importante tener claro el propósito de tu sitio web y qué quieres lograr con él. Define el tipo de negocio o contenido que deseas presentar y establece los objetivos que quieres alcanzar.

Planifica la estructura y el contenido: Organiza la información que deseas incluir en tu sitio web y determina cómo se organizará en diferentes secciones y páginas. Considera la navegación y la experiencia del usuario al diseñar la estructura de tu sitio (Pinto, 2022).

Elige una plataforma de diseño web: Hay varias opciones disponibles para crear tu sitio web, como WordPress, Wix, Squarespace, entre otras.

Diseña el aspecto visual: Selecciona un diseño o plantilla que se ajuste a la imagen y estilo que deseas transmitir. Personaliza los colores, fuentes y elementos visuales para que se alineen con la identidad de tu marca o el propósito de tu sitio web.

Crea y organiza el contenido: Agrega el contenido a tu sitio web, incluyendo texto, imágenes, videos y otros elementos multimedia. Asegúrate de que el contenido esté bien organizado y sea fácil de leer y comprender para los visitantes (Vergara, 2016).

Optimiza tu sitio web para los motores de búsqueda: Incluye la optimización de palabras clave, la creación de meta descripciones, mejorando la velocidad del sitio.

Prueba y revisa tu sitio web: Antes de lanzar tu sitio web, asegúrate de probarlo en diferentes dispositivos y navegadores para garantizar que se vea y funcione correctamente. Realiza revisiones finales para corregir cualquier error o mejorar aspectos que consideres necesarios.

Publica tu sitio web: Configura tu dominio y alojamiento web para que tu sitio esté accesible para los visitantes (Amaguaña, 2022).

9. HIPÓTESIS

Las estrategias de promoción turística con herramientas web incrementan el flujo turístico al cantón La Maná.

10. METODOLOGÍA

10.1. Enfoque de la investigación

10.1.1. Enfoque mixto

De acuerdo con Pinto (2022), la investigación de métodos mixtos combina los aspectos cuantitativos y cualitativos en un estudio único con el fin de añadir profundidad al análisis cuando las preguntas de investigación son complejas. Esta metodología no se limita a ser una mera síntesis de resultados, sino que se trata de una orientación con su propia cosmovisión, vocabulario y métodos, fundamentada en una filosofía pragmática que pone énfasis en las consecuencias de las acciones en la práctica real.

En la presente investigación se plantea un enfoque mixto, ya que se utilizaron tanto técnicas cualitativas, como la entrevista aplicada a los 16 prestadores de servicios turísticos, y cuantitativas, como la encuesta aplicada a los 92 Turistas del Cantón La Maná.

Este enfoque mixto permitió obtener una visión integral de la situación del turismo en La Maná, al combinar la obtención de información detallada y amplia a través de la entrevista, con la posibilidad de aplicar las conclusiones relacionadas con estrategias de promoción, y mediante el uso de técnicas de muestreo adecuadas en la encuesta. Además, la información recolectada fue tabulada, presentada en tablas y gráficos. Con el método analítico se procedió al análisis e interpretación de los datos.

10.2. Tipos de la investigación

10.2.1. Investigación documental

Amaguaña (2022) menciona “la investigación documental es aquella que obtiene información a través de la recopilación, organización y análisis de fuentes documentales escritas, habladas o audiovisuales” (p.46). Este tipo de investigación recopila datos de diferentes medios, como, libros, diarios, artículos, bibliografías y cualquier otro tipo de documento.

Esta investigación permitió realizar una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el tema de estudio en documentos como INEC, MINTUR, PDOT, PDF, y demás archivos informativos con relación al diseño de una página web turística.

10.2.2. Investigación de campo

Como menciona Survey (2024), la investigación de campo se basa en la observación directa de los fenómenos que se desean estudiar, sin intervenir en ellos, y en el registro de los resultados

obtenidos. En algunos casos, puede ser útil complementar la observación con encuestas para recopilar opiniones adicionales.

La investigación de campo se realizó durante el proceso de recopilación de información en el Cantón La Maná. Se aplicaron instrumentos de recolección de información, como la entrevista a los 16 prestadores de servicios turísticos quienes formaron parte del proyecto y colaboraron con la información respectiva, así como encuestas a una muestra seleccionada de 92 turistas. El objetivo fue diagnosticar la situación actual del turismo del cantón para el levantamiento de una línea base turística. Es decir, estas herramientas permitieron recopilar información sobre la demanda turística, los recursos turísticos disponibles, las preferencias de los visitantes y otros aspectos relevantes para el desarrollo del turismo en el cantón.

10.3. Métodos de investigación

10.3.1. Método analítico sintético

Pinto (2022) afirma “el método analítico-sintético es un modelo de estudio científico basado en la experimentación directa y la lógica empírica. Este método analiza el fenómeno que estudia, descomponiéndolo en sus elementos básicos para su estudio y consideración por separado” (p.38). El método analítico se utilizó para analizar la información recopilada a través de las entrevistas con los 16 prestadores de servicios turísticos y las encuestas dirigidas a los 92 turistas del Cantón La Maná.

10.3.2. Método deductivo

De acuerdo con Ruiz y Villar (2020), el método deductivo es un enfoque de razonamiento que parte de principios generales para llegar a conclusiones específicas. En este método, la conclusión se deriva de premisas o principios generales.

El método deductivo se utilizó en el diseño de la página web turística del cantón La Maná al partir de las premisas obtenidas de la entrevista a los 16 prestadores de servicios turísticos quienes colaboraron con la información y formaron parte del proyecto y la encuesta a los 92 turistas, para llegar a conclusiones específicas sobre los elementos y funcionalidades que debían incluirse en el diseño.

10.4. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

10.4.1. Entrevista

Una entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas (Palma & Zambrano, 2017).

En este trabajo investigativo, se emplearon entrevistas a través del cuestionario de entrevista semiestructurado, el cual incluye preguntas abiertas para abordar a los 16 prestadores de servicios turísticos sobre los temas relacionados con de la promoción turística, las herramientas web y las estrategias de promoción (Ver Anexo 2).

10.4.2. Encuesta

La encuesta permite recopilar información y datos de diversas personas, incluyendo sus opiniones y criterios, lo que contribuye a comprender las necesidades de los turistas que visitan los sitios turísticos (Survey, 2024).

En este sentido, se aplicó una encuesta de 11 preguntas a una muestra de 92 turistas del Cantón La Maná mostrada en el Anexo 3. Con base en esta información, se desarrolló y creó una página web que se ajusta a las necesidades específicas visualizadas en la tabulación de las respuestas de los turistas.

10.4.3. Observación directa

La observación se la realizó en conjunto con la investigación de campo, teniendo en cuenta el Cantón La Maná, los sitios recorridos para realizar un análisis de cómo se conservan los lugares y comprender la realidad del área y sus alrededores.

La información obtenida a través de esta técnica se utilizó para diseñar estrategias de promoción turística basadas en herramientas web ajustándose a las necesidades de los turistas que visitan dichos sitios.

10.5. Población y muestra

10.5.1. Población

De acuerdo con Aldaz y Barroso (2019), la población se define como un conjunto de individuos de la misma especie que viven en un área específica y coinciden en el tiempo.

De esta manera, según la Empresa Pública Municipal De Turismo y Comunicación Social La Maná la población de turistas del Cantón La Maná es de 1219 turistas.

Los datos obtenidos de la población, se justifican en base a la solicitud de información de la cantidad de turistas que visitaron el cantón en el año 2023, visualizado en el Anexo 4.

10.5.2. Muestra

Según Caiza (2020), el concepto de muestra se refiere a una porción o subconjunto representativo de una población más grande. En el contexto de la estadística, una muestra se obtiene mediante métodos específicos y se utiliza para inferir conclusiones sobre la población en su conjunto.

Por lo tanto, la muestra constituyó una parte representativa de la población, según EMTURCON (Anexo 4) se estima que, de acuerdo a la recopilación de datos obtenidos de diferentes establecimientos turísticos, durante el año 2023 han visitado 1219 turistas al Cantón La Maná.

Para el cálculo se toma en base a la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= Tamaño muestral del estudio

e= Margen de error admisible = 0.10

N= Población objeto de estudio 1219

DATOS	
n	?
e	0.10
N	1219

$$n = \frac{1219}{(0.10) * 2 (1219 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{1219}{(0.01) * 2 (1218) + 1}$$

$$n = \frac{1219}{13.18} = 92$$

Se ha identificado, a través de un muestreo probabilístico, una muestra total de 92 turistas a las que se les aplicó una encuesta con preguntas relacionadas a las variables de estudio. Además, se llevó a cabo un muestreo no probabilístico con técnica de muestreo al azar, teniendo en cuenta al catastro turístico que en el cantón (ver tabla 2) que existe 42 establecimientos turísticos y entre ella se tomó en cuenta a los 16 prestadores de servicios turísticos quien colaboraron con la información, y formaron parte del proyecto y fue a quienes se les realizaron entrevistas para la recolección de información.

Tabla 2: Catastro Turístico Nacional 2023

Nombre Comercial	Actividad / Modalidad	Clasificación	Categoría	Provincia	Cantón
HOTEL SOMAGG	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LA MANÁ
HOSTERIA ACUATICA CARLOS PATRICIO	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	3 estrellas	COTOPAXI	LA MANÁ
JESED	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LA MANÁ
CENTRO TURÍSTICO INFANTIL LA FAMILIA	PARQUES DE ATRACCIONES ESTABLES	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	COTOPAXI	LA MANÁ
LAS CASCADAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	4 estrellas	COTOPAXI	LA MANÁ
LAS CASCADAS HELADERIA	ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	(1) Una taza	COTOPAXI	LA MANÁ
EL CACAGUAL	PARQUES DE ATRACCIONES ESTABLES	TERMAS Y BALNEARIOS	TERCERA	COTOPAXI	LA MANÁ
HOSTERIA ACUATICA D'PATRICK'S	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	3 estrellas	COTOPAXI	LA MANÁ
EL REFUGIO DE GRACE	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 estrellas	COTOPAXI	LA MANÁ
GRAND LA MANA	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 estrellas	COTOPAXI	LA MANÁ
RESTAURANTE POLLOS AL GUSTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	(1) Un tenedor	COTOPAXI	LA MANÁ
NUEVA ONDA	ALIMENTOS Y BEBIDAS	DISCOTECA	(1) Una copa	COTOPAXI	LA MANÁ
JACARANDA	ALOJAMIENTO	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	COTOPAXI	LA MANÁ

Fuente: Catastro Turístico, donde se puede apreciar los establecimientos dedicados al turismo.

10.6. Proceso metodológico

10.6.1. Fases del diseño

Dentro del diseño metodológico, se considera 4 fases:

Tabla 3: Fases de diseño

Fase	Etapas	Actividades	Métodos e instrumentos
I. Análisis bibliográfico	1. Búsqueda de información	1. Investigación en fuentes bibliográficas temas de promoción turística	Recopilación de la información
	2. Análisis de la información	1. Selección de la información teórica relevante	Investigación analítica
II. Diagnóstico turístico y situacional	1. Georreferenciación	1. Caracterización del área objeto de estudio	Observación
	2. Diagnóstico estratégico	2. Caracterización de las áreas turísticas	Inventario turístico
	3. Visita de campo	Aplicación de la entrevista Aplicación de la encuesta	Encuesta Entrevista
III. Plan de promoción turística en el sitio web	4. Determinación del marco fisiológico	Fijación de los objetivos. Misión y visión	Investigación bibliográfica
	5. Determinación del marco operativo	Elaboración del sitio web	Sitio Web
III. Sensibilización turística ambiental	6. Determinación del eje de sensibilización	Elaboración de estrategias	Matriz estratégica

Fuente: Propia

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente apartado se presenta el análisis de resultados, de la entrevista aplicada a 16 prestadores de servicios turísticos del Cantón La Maná, así como de la encuesta realizada a 92 turistas. Esto con la finalidad de obtener información relevante para el diseño de estrategias de promoción turística basadas en Herramientas Web para el Cantón la Maná para difundir el turismo.

11.1. Análisis de la entrevista aplicada a prestadores de servicios turísticos en el Cantón La Maná para diagnosticar la situación actual del turismo del cantón para el levantamiento de una línea base turística (objetivo 2).

La entrevista se la realizó a 16 prestadores de servicios turísticos del Cantón La Maná quien colaboraron con la información, y quisieron formar parte del proyecto, teniendo en cuenta 5 preguntas de respuesta teórica y abordando diferentes aspectos relacionados con el turismo.

11.1.1. Opinión en cuanto a la importancia de que exista una página web para impulsar el turismo en el Cantón La Maná

Resulta crucial contar con una página web que promueva el turismo en el cantón La Maná. Según la opinión de los prestadores de servicios turísticos, las autoridades no brindan apoyo y muestran poco interés en el desarrollo turístico del cantón.

Este hallazgo resalta la necesidad de una mayor atención por parte de las autoridades hacia el turismo local, ya que el impulso turístico puede tener un impacto significativo en la economía y el desarrollo de la región. La falta de apoyo gubernamental puede obstaculizar el potencial turístico del cantón La Maná y limitar las oportunidades de crecimiento para los negocios locales.

11.1.2. ¿Razones por las que se debe ofrecer información adecuada para fomentar el turismo en el Cantón La Maná?

Existe una necesidad de ofrecer una adecuada información que ayude a fomentar el turismo. En primer lugar, una adecuada difusión de la información turística puede aumentar la visibilidad del cantón, atrayendo así a un mayor número de visitantes. Además, al proporcionar información detallada sobre las atracciones locales, la gastronomía, la cultura y las actividades disponibles, se puede generar un mayor interés en la región, lo que a su vez puede impulsar el desarrollo económico local.

Asimismo, resultó que la promoción efectiva del turismo puede contribuir a la preservación y valorización de los recursos naturales y culturales de la zona, fomentando la conservación del patrimonio y promoviendo un turismo sostenible y responsable. Por último, al ofrecer información

clara y precisa, se facilita la toma de decisiones de los potenciales visitantes, lo que puede resultar en experiencias turísticas más satisfactorias y enriquecedoras.

11.1.3. Principales medios de comunicación para promocionar los atractivos turísticos

Resultó que los principales medios de comunicación para promocionar los atractivos turísticos del cantón La Maná pueden incluir la utilización de plataformas digitales como páginas web especializadas en turismo, redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok), blogs de viajes y portales de reseñas turísticas. Asimismo, la colaboración con medios de comunicación locales, la difusión de material promocional en ferias turísticas y la participación en programas de radio y televisión dedicados al turismo pueden ser estrategias efectivas para llegar a una audiencia más amplia y promover los atractivos turísticos del cantón.

11.1.4. Medios de transporte utilizados para viajar a destinos turísticos

Se utiliza diferentes medios de transporte para viajar a destinos turísticos. Es decir, de los 16 prestadores de servicios turísticos entrevistados, mencionaron que los turistas que han visitado a sus establecimientos, han utilizado medios de transporte como moto, carro propio y autobús entre otros.

11.1.4. Necesidad de diseñar una página web para incrementar el turismo

Resultó, que existe la necesidad de diseñar una página web para incrementar el turismo en el cantón La Maná. Actualmente no existe una página actualizada que promocioe todos los lugares turísticos del cantón. Y Una página web bien diseñada y de fácil acceso puede servir como una herramienta efectiva para promocionar los atractivos turísticos, la cultura local, la gastronomía y las actividades disponibles en la región. Además, una página web puede proporcionar información detallada y actualizada, lo que puede aumentar la visibilidad del cantón y atraer a un mayor número de visitantes interesados en explorar lo que la zona tiene para ofrecer.

11.1.4. Resultado del diagnóstico de la situación actual del turismo en el cantón La Maná (Objetivo 2) en base a los datos de la entrevista.

En resumen, el diagnóstico de la situación actual del turismo en el cantón La Maná (Objetivo 2), revela varias conclusiones importantes:

- Falta de apoyo gubernamental: De acuerdo a los prestadores de servicios turísticos, las autoridades locales muestran poco interés y no brindan apoyo al desarrollo turístico del cantón La Maná, lo que obstaculiza su potencial turístico y limita las oportunidades de crecimiento para los negocios locales.

- Necesidad de información adecuada: Existe una necesidad de ofrecer información detallada sobre las atracciones locales, la gastronomía, la cultura y las actividades disponibles para atraer a más visitantes y promover el desarrollo económico local.
- Importancia de la promoción efectiva: Una promoción efectiva del turismo puede contribuir a la preservación y valorización de los recursos naturales y culturales, fomentando la conservación del patrimonio y promoviendo un turismo sostenible y responsable.
- Medios de comunicación recomendados: Se sugiere utilizar medios digitales como Google, Facebook, Instagram, y TikTok, así como publicidad en televisión y radio, para promocionar los atractivos turísticos del cantón La Maná.
- Necesidad de una página web actualizada: Actualmente no existe una página web actualizada que promueva todos los lugares turísticos del cantón La Maná. Una página web bien diseñada y de fácil acceso puede servir como una herramienta efectiva para promocionar los atractivos turísticos, la cultura local, la gastronomía y las actividades disponibles en la región, además de proporcionar información detallada y actualizada para aumentar la visibilidad del cantón y atraer a más visitantes.

11.2. Análisis y tabulación de la encuesta realizada a los prestados de servicios del Cantón La Maná (Objetivo 2)

La encuesta fue aplicada a un total de 92 turistas del Cantón La Maná con la finalidad de obtener datos referentes a la promoción turística. Teniendo así la siguiente información:

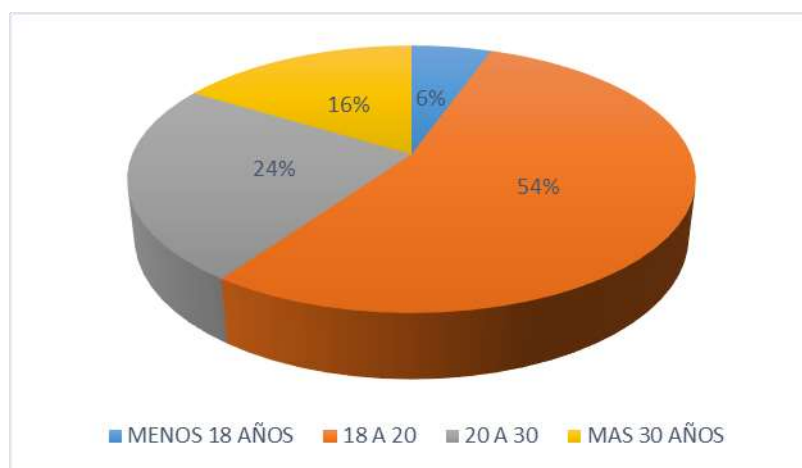
Figura 1. Género



Fuente: Propia

Análisis: De los 92 turistas del Cantón La Maná que constituyen el 100%, se observa que hay una distribución casi equitativa entre los géneros masculino y femenino. El género masculino representa ligeramente más de la mitad de la muestra, con un 52%, mientras que el género femenino representa el 48%.

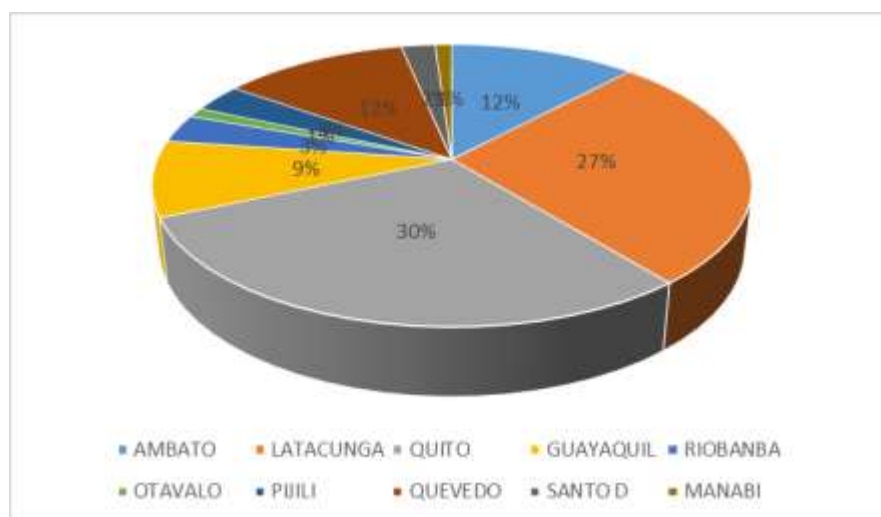
Figura 2. Edad



Fuente: Propia

Análisis: Estos datos revelan la distribución de edades en la muestra analizada. La mayoría de los turistas encuestados se encuentran en el rango de edad de 18 a 20 años, representando el 54% del total; le siguen los turistas en el rango de 20 a 30 años que representan el 24% del total. Los turistas menores de 18 años y mayores de 30 años representan porcentajes más bajos en la muestra con 6% y 16% respectivamente.

Figura 3. Residencia



Fuente: Propia

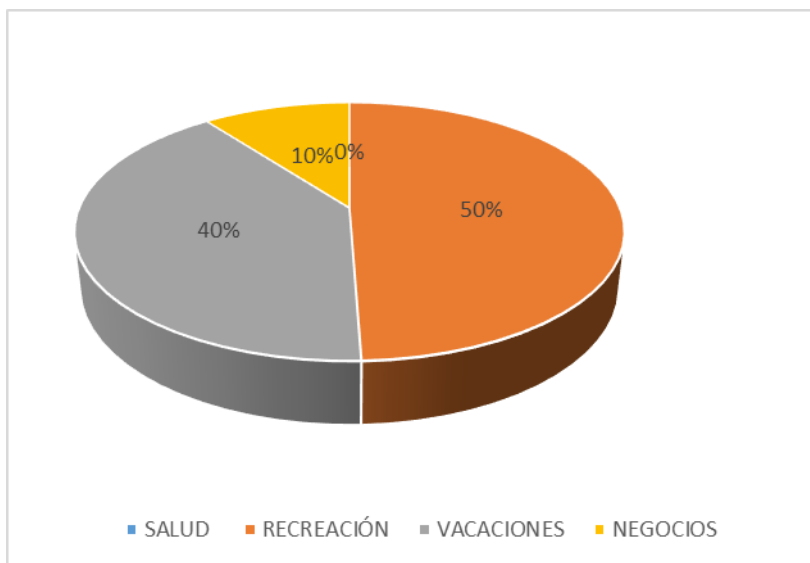
Análisis: El análisis de la distribución de lugares de residencia de los turistas del cantón La Maná revela patrones interesantes sobre la procedencia de los visitantes. Los datos muestran que la mayoría de los turistas encuestados provienen de ciudades importantes del Ecuador, con Quito liderando como el principal lugar de origen, representando el 30% del total de la muestra. Este hallazgo sugiere que La Maná atrae a un segmento significativo de turistas que viajan desde la capital del país, posiblemente buscando escapar del bullicio urbano y disfrutar de la tranquilidad y belleza natural que ofrece el cantón.

Le sigue en importancia Latacunga, que representa el 27% de los turistas encuestados. Este dato puede indicar una tendencia regional, donde los habitantes de ciudades cercanas como Latacunga eligen visitar La Maná como destino turístico. Quevedo y Ambato también muestran una presencia notable, cada una con un 12% de visitas. Estas cifras sugieren que el cantón La Maná atrae a una base diversa de turistas que provienen de diferentes regiones del Ecuador.

Además, se observa que Guayaquil representa el 9% de los turistas encuestados. Aunque este porcentaje es menor en comparación con otras ciudades, aún indica que La Maná es un destino de interés para los habitantes de una de las principales ciudades portuarias del país.

- Razones por las que se visita el Cantón La Maná

Figura 4. Razones de visita del Cantón La Maná



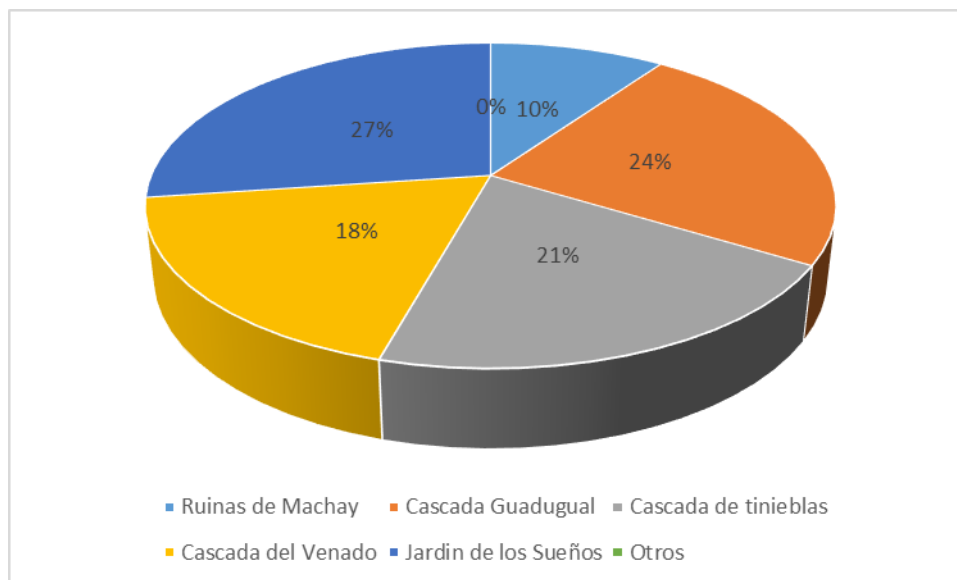
Fuente: Propia

Análisis: Los turistas encuestados indicaron que la razón principal para ir al Cantón La Maná, es la recreación, representando el 50% del total de los 92 turistas, seguido de las vacaciones con el

40%. Un número menor de turistas indicaron que su razón o motivación es por negocios, representando el 10% del total de la muestra analizada.

- Sitios turísticos que le gustaría obtener información

Figura 5.

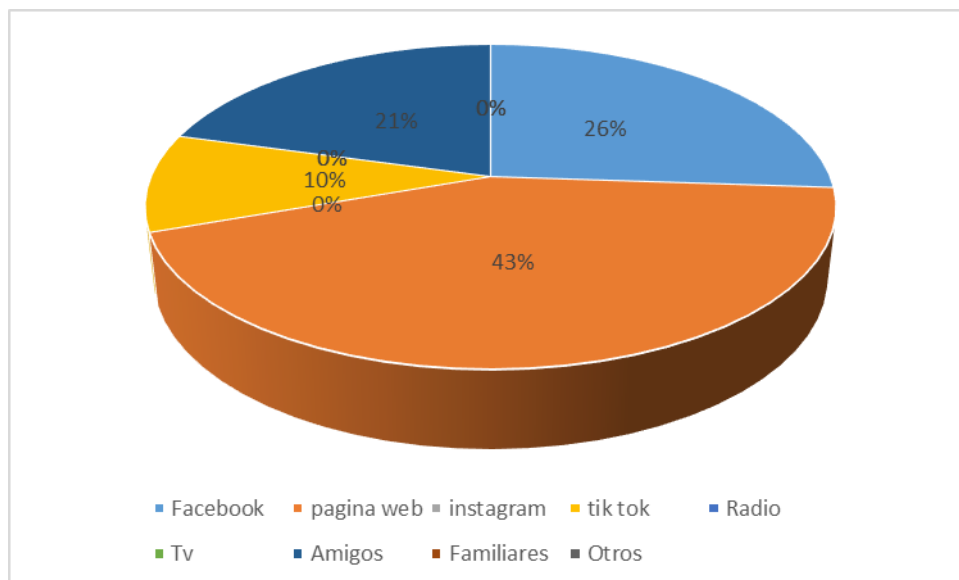


Fuente: Propia

Análisis: La mayoría de las personas encuestadas (27%) mencionaron que les gustaría obtener información de Jardín de los Sueños, y (24%) cascada de Guadugual, y un (21%) de la cascada de Tinieblas. Sin embargo, un pequeño porcentaje (18%) y (10%) mencionó cascada de Venado y las Ruinas de Machay, como un lugar turístico que han escuchado o les gustaría obtener más información.

- Medios de información por los que se informa del turismo en el Cantón La Maná

Figura 6. Medios de información

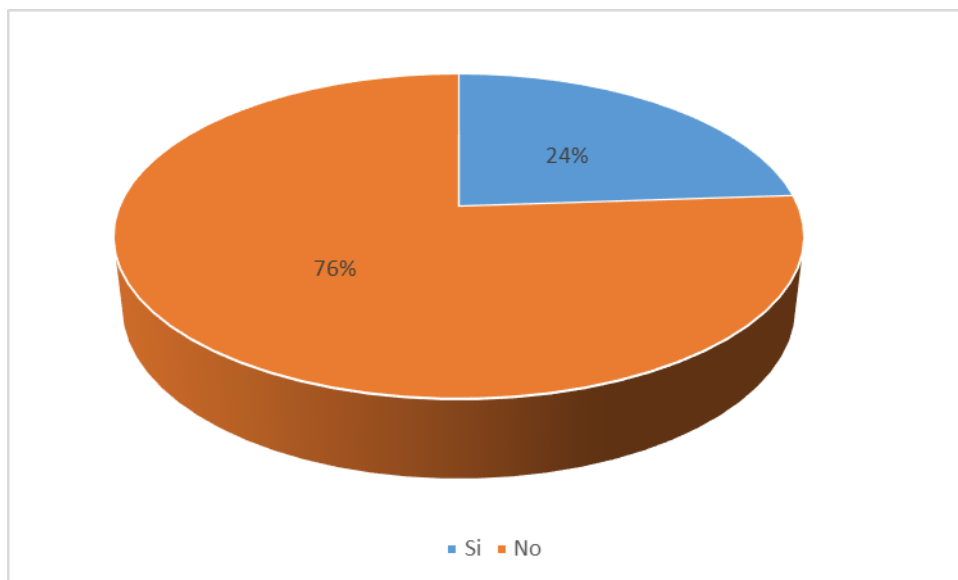


Fuente: Propia

Análisis: Estos datos revelan los diferentes medios a través de los cuales los turistas encuestados se informaron acerca de los lugares turísticos del cantón La Maná. La mayoría de los turistas indicaron que se informaron a través de páginas web, representando el 43% del total. Le siguen las personas que se informaron a través de Facebook, representando el 26% del total. Un número menor de personas indicaron que se informaron a través de TikTok y amigos, representando el 10% y el 21% del total respectivamente.

- Conocimiento sobre la variada oferta turística del cantón La Maná.

Figura 7. Conocimiento sobre la variada oferta turística



Fuente: Propia

Análisis: De acuerdo a los turistas el 76 %, afirma que no tienen conocimiento, y el 24% sí tienen conocimientos acerca de los atractivos turísticos del cantón La Maná.

- Lugares turísticos que ha escuchado del cantón La Maná.

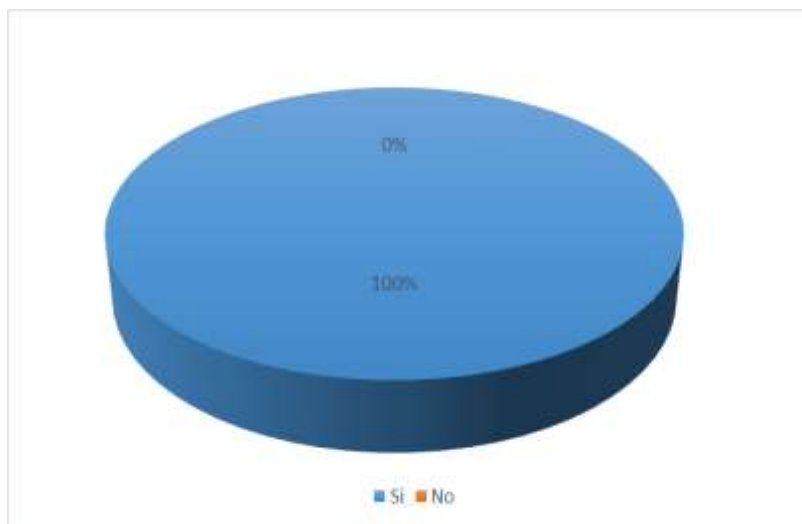
Figura 8. Lugares turísticos que le gustaría conocer



Análisis: La mayoría de las personas encuestadas (89%) mencionaron que conocen otros lugares turísticos que no pertenecen al cantón La Maná. Sin embargo, un pequeño porcentaje (11%) mencionó las Ruinas de Machay como un lugar turístico que conocen.

- Confirmación de querer contar con un sitio que provea información turística del cantón La Maná.

Figura 9. Sitios de información turística

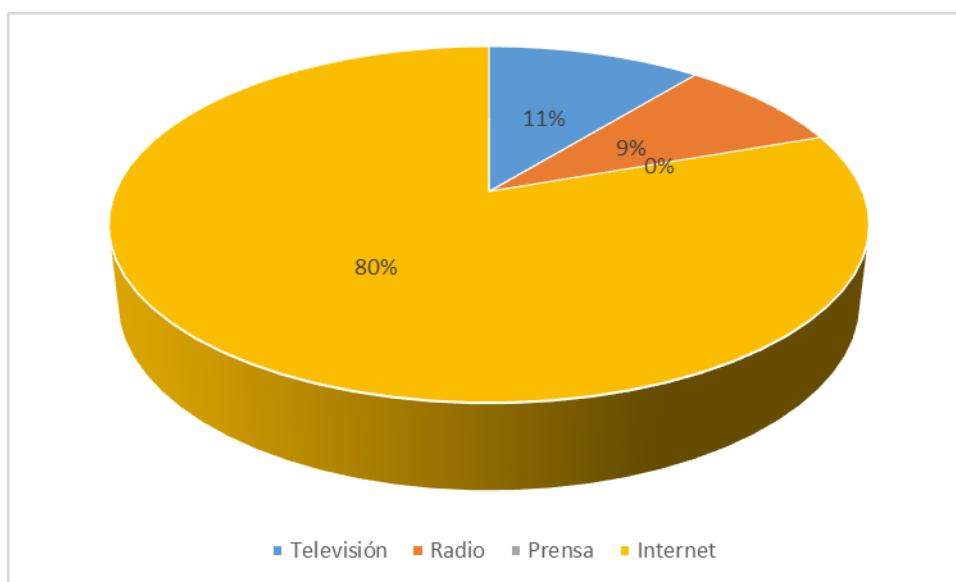


Fuente: Propia

Análisis: De acuerdo a los turistas encuestados, el 100% expresaron que les gustaría contar con un sitio que provea información turística del cantón. Esto indica un alto interés por parte de los turistas encuestados en tener acceso a información de los atractivos turísticos sobre el cantón La Maná.

- Medios de comunicación efectivos para la promoción de información turística

Figura 10. Medio de comunicación efectivo

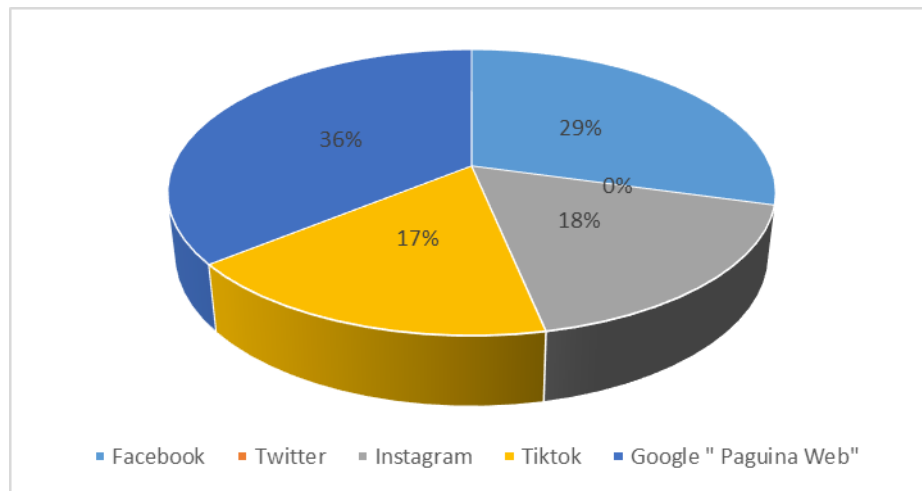


Fuente: Propia

Análisis: La mayoría de los turistas encuestados (80%) consideran que Internet es el medio de comunicación más efectivo cuando buscan obtener información turística. Le siguen la televisión con un 11% y la radio con un 9%. Por otro lado, ningún turista mencionó la prensa como un medio efectivo para obtener información turística.

- Medio digital más utilizado en la actualidad para la promoción turística

Figura 11. Plataformas como medio de información digital



Fuente: Propia

Análisis: Estos datos revelan que hay una distribución equitativa en cuanto al uso de los diferentes medios digitales entre los turistas encuestados. Tanto Facebook como Google "Página Web" son utilizados por el 65% de los turistas encuestados, mientras que Instagram y Tiktok son utilizados por el 35% de las personas cada uno.

- Importancia de contar con una herramienta web, para la promoción de atractivos turísticos del cantón La Maná

11.3. Discusión de resultados

El diagnóstico de la situación actual del turismo en el cantón La Maná revela varios hallazgos importantes que son fundamentales para el levantamiento de una línea base turística: Se observa una distribución casi equitativa entre los géneros femenino y masculino, con un 52% y 48% respectivamente, en la muestra analizada. La mayoría de los turistas encuestados se encuentran en el rango de edad de 18 a 20 años (54%), seguido por el rango de 20 a 30 años (24%). Además, los datos muestran que la mayoría de los turistas provienen de ciudades importantes del Ecuador.

Quito lidera como el principal lugar de origen, representando el 30% del total de la muestra, seguido por Latacunga (27%), Quevedo (12%), Ambato (12%), y Guayaquil (9%).

El análisis de los diferentes medios utilizados por los turistas para informarse acerca de los lugares turísticos del Cantón La Maná revela la importancia de las plataformas digitales en la difusión de información turística. Los datos muestran que la mayoría de encuestados optaron por informarse a través de páginas web, lo que representa el 43% del total. Este hallazgo destaca la relevancia de contar con una página web bien diseñada y de fácil acceso para promover los atractivos turísticos del cantón, ya que es el medio preferido por una parte significativa de los turistas potenciales.

Además, todos los prestadores de servicios turísticos entrevistados y turistas encuestados expresaron su deseo de contar con un sitio que provea información turística del cantón. Es por esto, que el (80%) consideran que Internet es el medio de comunicación más efectivo para obtener información turística.

De esta manera, el diagnóstico destaca la importancia de desarrollar una estrategia integral de promoción turística que aproveche los medios digitales, especialmente una página web actualizada, para llegar eficazmente a una amplia audiencia y promover los atractivos turísticos del cantón La Maná.

11.4. Propuesta

11.4.1. Misión

Convertir en un medio líder que posicione al cantón La Maná como un destino turístico preferido tanto para visitantes nacionales como extranjeros. Con el compromiso de ofrecer diversas alternativas de viaje que satisfagan las necesidades y preferencias de todos los turistas, sin importar su género, edad o nacionalidad.

11.4.2. Visión

Ser la principal fuente de información turística de la región, brindando una plataforma atractiva y accesible que inspire a los visitantes a descubrir y explorar los diversos atractivos turísticos que el cantón tiene para ofrecer.

11.4.3. Objetivos

Brindar información detallada, actualizada sobre los lugares turísticos, actividades, eventos y servicios disponibles en el cantón La Maná. Esto incluiría descripciones de los atractivos turísticos, horarios de funcionamiento, precios, recomendaciones y cualquier otra información relevante para los visitantes.

Generar interés y promover la visita: El sitio web debería ser diseñado de manera atractiva y visualmente agradable para captar la atención de los usuarios y despertar su interés en visitar el

cantón La Maná. Se podrían utilizar fotografías de alta calidad, videos y testimonios de visitantes anteriores para mostrar la belleza y las experiencias únicas que ofrece el cantón.

Proporcionar a los visitantes herramientas y recursos que les permitan planificar y organizar su viaje de manera eficiente. Esto podría incluir la posibilidad de realizar reservas en línea para alojamiento, tours y actividades, así como brindar información sobre opciones de transporte, mapas interactivos y recomendaciones de itinerarios.

11.4.4. Caracterización y delimitación

El cantón La Maná, está geográficamente ubicado en la provincia de Cotopaxi, Ecuador. Su nombre se basa a la extracción del oro, que antiguamente se extraía de la zona. Fue creado como cantón el 19 de mayo de 1986, y corresponde al sexto cantón de la provincia de Cotopaxi.

En cuanto al clima, La Maná tiene un clima cálido, frío, templado, con una temperatura media al año de 20°C, y su precipitación anual que varía entre 600 y 2.000 mm. El cantón cuenta con varios pisos climáticos, que van desde subtropical hasta tropical, y su altitud varía de 200 a 1.150 metros sobre el nivel del mar.

El cantón tiene una extensión territorial de 646,9 kilómetros cuadrados (Prefectura de Cotopaxi, 2023). Está conformado de 5 parroquias. De estas 3 son urbanas: La Maná, El Carmen y El Triunfo. Y 2 son parroquias rurales: Guasaganda y Pucayacu.

Figura 5. Mapa del Cantón La Maná.



Fuente: (Municipio La Maná, 2023)

La Maná se encuentra en las estribaciones de la cordillera occidental de los Andes, en una llanura de pie de cordillera compuesta por depósitos aluviales cubiertos de cenizas y arenas volcánicas de

origen desconocido. El cantón limita al norte con la parroquia Alluriquín, al sur con el río Calope que lo separa de la parroquia Moraspungo, al este con la parroquia El Tingo del cantón Pujilí y Sigchos, y al oeste con los cantones Valencia y Quinsaloma de la provincia de Los Ríos.

11.4.5. Población

La Maná tiene aproximadamente 42216 habitantes, de acuerdo al último censo (INEC, 2010). Esta población se distribuye como 51,2% de hombres y un 48,8% de mujeres. El 50% de la población se encuentra en el sector rural del cantón.

11.4.6. Oferta de atractivos Turísticos

En cuanto a los atractivos turísticos, La Maná ofrece una amplia variedad de opciones culturales y naturales para los visitantes. Entre los aspectos destacados se encuentran las festividades locales, que incluyen la celebración de la cantonización, las fiestas en honor a San Vicente y la Virgen del Cisne, el colorido Carnaval de la Alegría y el vibrante Floklor Lamanense. Además, el cantón cuenta con sitios de interés cultural como el Salón Municipal de exhibición de piezas Arqueológicas y las impresionantes Ruinas de Malqui Machay.

En cuanto a la naturaleza, La Maná ofrece una gran diversidad de paisajes y actividades al aire libre. Los visitantes pueden explorar la majestuosa iglesia local, así como disfrutar de las impresionantes cascadas de Venado, Guadual y Tinieblas. El Bosque Jardín de los Sueños ofrece una experiencia única en contacto con la naturaleza, mientras que la visita a la Molienda de Caña y la elaboración de panela brinda una visión fascinante de las tradiciones locales. Además, los amantes de la gastronomía pueden degustar el delicioso queso artesanal producido en la región, y apreciar el arte del tejido de atarrayas.

Todos estos atractivos turísticos están detalladamente descritos en el Anexo 6 para proporcionar a los visitantes información completa y detallada sobre las opciones disponibles en La Maná.

11.4.7. Diagnóstico estratégico (FODA)

Se utiliza una matriz FODA, para el diagnóstico estratégico porque es una herramienta que ayuda a determinar las características internas y externas del área de estudio. Mediante el uso de esta herramienta se identificaron las fortalezas y debilidades de los factores internos, así como también los factores externos que representan oportunidades y amenazas que determinan la situación turística del cantón La Maná, así como la importancia y necesidad de promocionar al cantón La Maná para el turismo a través de sitios web.

Tabla 3: Herramienta Web

	FORTALEZAS		OPORTUNIDADES
F1	Ubicación potencial de recursos turísticos	O1	Apoyo local por parte del Gad Municipal y entidades educativas
F2	La variedad de ofertas, y servicios turísticos.	O2	Comerciantes de mercado sénior y agricultores que necesitan capital para hacer crecer su negocio.
F3	Accesibilidad para llegar a los atractivos turísticos.	O3	Acuerdos con otras organizaciones sobre la prestación de servicios adicionales al turismo.
F4	Desarrollo de festividades para atraer turistas.	O4	La población aumentó constantemente.
	DEBILIDADES		AMENAZAS
D1	Pérdidas de atractivos turísticos, por desastres naturales.	A1	La crisis económica actual dificulta al turismo
D2	La falta de personal bien capacitado para atraer turistas	A2	La falta de empleo en el mercado afecta la economía de los turistas.
D3	La falta de control y seguimiento del turismo del cantón	A3	Competencias de los lugares aledaños con la promoción turística online
D4	Crecimiento del mercado turístico en otras provincias.	A4	Cambios políticos y económicos.

Fuente: Propia

11.4.8. Diseño de estrategias de promoción

El diseño de estrategias se realiza en base a la matriz FODA presentada:

Estrategia principal: Diseñar un sitio web de los lugares turísticos del cantón La Maná, con la finalidad de generar publicidad online para captar usuarios y turistas.

Estrategias secundarias, dentro del sitio web:

- Destacar los atractivos naturales y culturales del cantón, como paisajes, monumentos históricos y festividades locales.
- Mostrar la diversidad de actividades y experiencias que los turistas pueden disfrutar en La Maná, como ecoturismo, turismo de aventura y gastronomía local.
- Destacar la facilidad de acceso a través de carreteras principales, transporte público y servicios de guía turística.

- Promocionar las festividades locales y eventos culturales que atraen a visitantes de otras regiones.
- Destacar la colaboración con el gobierno local y las instituciones educativas para promover el turismo y desarrollar proyectos conjuntos.
- Promover la colaboración con los comerciantes locales y agricultores para ofrecer productos y servicios turísticos auténticos y de calidad.
- Buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones para ofrecer servicios complementarios, como transporte, alojamiento y actividades recreativas.
- Destacar el crecimiento demográfico como una oportunidad para atraer más turistas y satisfacer sus necesidades.
- Destacar la importancia de la formación y capacitación del personal turístico para brindar un servicio de calidad y generar una experiencia positiva para los visitantes.
- Enfocar en la diferenciación y promoción de los atractivos únicos de La Maná para atraer turistas de otras provincias.
- Destacar la importancia de ofrecer precios competitivos y paquetes turísticos atractivos para superar los desafíos económicos actuales.

11.4.9. Diseño del sitio web

En primer lugar, los objetivos del sitio web son:

- Proporcionar información detallada sobre los lugares de interés en el cantón La Maná, como balnearios, cascadas, festividades y otros atractivos naturales y culturales
- Resaltar la privilegiada ubicación geográfica del cantón La Maná y su accesibilidad para llegar a los atractivos turísticos. Esto incluye proporcionar información sobre rutas de transporte, carreteras principales y servicios de guía turística.
- Captar la atención de los turistas potenciales y motivarlos a visitar el cantón La Maná.
- Servir como plataforma para establecer alianzas con otras organizaciones, como entidades educativas, comerciantes locales y otras instituciones, para ofrecer servicios adicionales al turismo y promover el desarrollo conjunto.

Inicio de la página

La página web, se la encuentra en el siguiente Link:

<https://normapatango.wixsite.com/my-site>

Al hacer clic en el enlace, se puede ver la página de inicio del sitio web, que incluye un vídeo sobre el turismo del cantón y una introducción a la belleza natural y cultural de Maná, como se muestra en la figura 6.



Figura 6. Portada del sitio web

Fuente: Propia

Reseña histórica: En este apartado se observa la información relevante sobre el cantón la Maná, desde las características y aspectos que ha hecho historia para su turismo.



La Mana

El origen de la palabra Maná, tiene varias teorías. Según una versión La Maná proviene de los vocablos "LANG MANA ATTI" que significa "Mina del Gran Rey" por existir las extensas minas de oro y otros minerales, teoría que se fortalece con el hallazgo de objetos arqueológicos en especial en el sector de Estero Hondo. Según el vocablo colorado MANÁ significa "HERMOSO, GRANDE", que se atribuye a la fertilidad y a la generosidad de su suelo, ya que es apto para todo tipo de cultivo. La Maná fue habitada por los Tsáchilas o indios colorados, por lo que en el sector se han encontrado vestigios de su presencia, como pedazos de barro en forma de cachos, estatuillas zoomorfas con adornos en alto relieve, crisoles de barro, donde presumiblemente, se fundían metales como el oro que abundaba en las montañas.

Figura 7. Reseña histórica

Fuente: Propia

Turismo: Este apartado presenta subapartados que detallan diversos atractivos turísticos en categorías como naturaleza, cultura, balnearios, festividades culturales y emprendimientos locales. Cada uno de estos atractivos incluye recomendaciones, actividades sugeridas, información sobre costos, opciones de reservación de hospedaje, tarifas de cabañas disponibles y números de contacto relevantes, entre otros detalles importantes. Estos datos están claramente presentados y organizados para facilitar la planificación de viajes, como se puede apreciar en la figura 7.

**BOSQUE PROTECTOR
PRIVADO "JARDÍN DE LOS
SUEÑOS"**



Se encuentra localizado en el recinto Los Laureles, perteneciente al cantón La Maná. Tiene alrededor de 107 hectáreas con el objetivo de impulsar la conservación, protección de la naturaleza y la biodiversidad local, el área cuenta con una gran variedad de especies de flora y fauna, para la sostenibilidad del proyecto se ha establecido una casa de huéspedes, hecha con caña guadua, destinado para visitantes que pueden observar la flora y fauna y realizar investigaciones científicas, es un lugar perfecto para cualquiera que desee vivir en armonía con la naturaleza.

Actividades: Educación Ambiental, Visitas Guias, Observación de Aves, Hospedaje.

Costos:
Entrada al Jardín: \$ 2.50

Reservaciones hospedaje:
Tarifas Cabaña Saman
Precio por noche, pensión completa:
1 persona \$100
2 personas \$160
3 personas \$210
4 personas \$250

Tarifas de Cabaña Copal
Precio por noche, pensión completa:
1 persona \$100
2 personas \$160
3 personas \$210

contactarse a:
099 367 8357
Facebook: [Bosque privado "Jardín de los Sueños"](#)

Figura 8. Turismo

Fuente: Propia

Servicios: Este apartado contiene información sobre los lugares para hospedarse, lugares para comer y servicios de operadoras de turistas:

Entre los lugares para hospedarse se tiene: Hoteles, hosterías, incluido, la ubicación, tarifas, servicios y horarios de atención, inclusive su página de Facebook y contacto.

Hosterías



Hostería Carlos Patricio

Un paraíso en medio de la naturaleza cuenta con 15 hectáreas de parque acuático.

Servicios:

- Servicio de Hospedaje.
- Piscinas para adultos y niños, 15 piscinas
- 6 resbaladeras para niños y adultos.
- Resbaladera de 100m. con agua Natural de río.
- 7 cascadas artificiales.
- Canchas deportivas.
- Área de hamacas.
- Wifi gratis
- Parqueadero privado.
- Bar de snacks y bebidas.
- Restaurante

Atención: Lunes a Domingo (09:00 am a 06:00 pm)



Hostería Acuática Somag

Esta ubicada en la ciudad de La Maná, a 30 min. de Quevedo, es un lugar seguro y divertido para toda la familia.

Tarifas entradas:
\$2 (personas 2-10 años cumplidos)
\$3 (desde 11 años en adelante)
\$2 (personas con discapacidad orientado la cédula).

Servicio:
Los fines de semana ofrecen sauna turca e hidromasaje. Valor adicional \$2 por persona.
Habitaciones confortables familiares y matrimoniales desde \$35.00

Facebook: [Hostería Acuática Somag](#)

Figura 9. Servicio de hospedaje

Fuente: Propia

Entre los lugares para comer se tiene: Cafeterías, Restaurantes, incluido su presentación, sucursal, número de contactos.

Cafeterías y Restaurantes

		
Cafeteria Sweet Land	Restaurante Asadero y Pollos la Esquina de Ales	Restaurante Pollo al Gusto
<p>Cafetería y pastelería con un ambiente agradable para que no dejes pasar el momento junto a tus amigos y familiares, estamos presentes en La Maná.</p> <p>Sweet Land La Maná Sucursal 5: Av. 19 de Mayo, frente al Colegio La Maná Cel: 0997926676 Telf: 032568639</p>	<p>Asadero y Pollos La Esquina De Ales ofrece una amplia variedad de platos para esos momentos en que no queremos salir de nuestra casa y lo único que deseamos es disfrutar de nuestra comida favorita en casa. Anímate a probar la oferta del día en Asadero y Pollos La Esquina De Ales y recibe tu domicilio usando Rappi.</p> <p>Facebook</p>	<p>Disfruta de un jugoso pollo al Gusto de todos. Puedes ordenar tu pedido con tus papas favoritas , fritas , cocidas y/o gratinadas se encuentra Ubicados en el cantón la maná . En la Av 19 de mayo y los álamos Diagonal al SRI</p> <p>Pollo al Gusto</p>

Figura 10. Servicio para alimentarse

Fuente: Propia

Entre los servicios de operadoras de turistas se tiene: Reptil Expediciones, incluido su contacto de Facebook, celular, descripción, entre otros.

acompañados de Guías Profesionales, Renta de bicicletas, Canyoning, Kayak, Rafting, Boyakeo, Equipos de Camping.



REPTIL EXPEDICIONES

Sigue explorando

LA AVENTURA TE ESTÁ ESPERANDO

LA MANA ECUADOR
0981138053

Disfruta con seguridad de bici rutas, kayak, atractivos naturales, frutas de exportación, gente linda

contacto | 0981138053

[Facebook](#)

Figura 11. Servicio de operadoras de turistas

Fuente: Propia

Finalmente, se tiene el contacto de emergencia, entre ellos: cuerpo de bomberos, Policía Nacional, centro de salud.



Figura 12. Servicio de emergencia

Fuente: Propia

12. IMPACTOS

El diseño de estrategias de promoción turística basada en herramientas web para el Cantón La Maná, tiene los siguientes impactos:

12.1. Impactos técnicos

- Mejora de la accesibilidad y la usabilidad del sitio web para los usuarios.
- Implementación de tecnologías y herramientas digitales para la promoción turística en línea.
- Desarrollo de sistemas de reservas y gestión de servicios en línea.

12.2. Impactos sociales

- Mayor visibilidad y promoción de los lugares turísticos de La Maná.
- Generación de empleo en el sector turístico local.
- Fomento de la interacción y la participación de la comunidad en el desarrollo turístico.

12.3. Impactos Ambientales

- Posible aumento de la demanda de recursos naturales y servicios ambientales.
- Necesidad de implementar prácticas sostenibles en el diseño y la gestión del sitio web.
- Potencial para promover la conservación y protección del entorno natural de La Maná.

12.4. Económicos

- Incremento en la llegada de turistas y visitantes a La Maná.
- Estimulación de la economía local a través del gasto turístico.
- Oportunidades de crecimiento para los negocios de hospedaje, restaurantes y servicios turísticos.

13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Tabla 4: Presupuesto

Recurso	cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipos				
Computadora	1	Unidad	\$ 164,00	\$ 164,00
Impresora	1	Unidad	\$ 229,00	\$ 229,00
GPS	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Cámara	1	Unidad	\$ 291,19	\$ 291,19
Transporte				
Transporte	4	Global	\$ 3,00	\$ 12,00
Salida de Campo	3	Global	\$ 25,00	\$ 75,00
Materiales				
Resma de papel	1	Unidad	\$ 4,50	\$ 4,50
Material bibliográfico				
Manual para crear una página web	1	Unidad	\$ 120,00	\$ 120,00
Impresión	56	Unidad	\$ 0,05	\$ 2,80
Gastos Varios				
Diseño Mapa	1	Unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
Diseño Pagina Web	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Sub Total				\$ 1.998,49
	10%			\$ 199,85
Total				\$ 2.198,34

Fuente: Propia

Tabla 5: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.																	
ACTIVIDADES	Octubr e				Noviem bre				Diciem bre				Enero				Observación
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Fundamentar teóricamente el turismo, y las herramientas web utilizadas en la promoción turística.	■																
Investigar fuentes bibliográficas sobre la promoción turística.	■																
Investigar fuentes bibliográficas sobre las herramientas web.		■															
Estudio situacional (Matriz Foda).		■															
Diagnosticar la situación actual del turismo del cantón La Maná, generando estrategias de promoción turística.			■														
Diseño de instrumento (encuestas).			■														
Diseño de instrumento (entrevistas).				■													
Salida de campo.					■	■											
Salida de campo.						■	■										
Aplicación de entrevistas.							■										
Aplicación de encuestas (92 turistas).								■									
Tabulación de encuestas.								■	■								
Diseñar una página web para la promoción digital del turismo de La Maná.										■							
Selección de dominio Web (nombre de dominio web).											■						
Diseño (colores, fuentes, menús, botones, elementos visuales, diseño móvil).												■					
Generación de contenido llamativo (texto, imágenes, gráficos, videos para transmitir información).													■				
Validación														■			
Presentación															■		
Defensa																■	

Fuente: Propia

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1. Conclusiones

- En conclusión, la fundamentación teórica del turismo y el uso estratégico de herramientas web en su promoción son aspectos fundamentales para el desarrollo y la visibilidad de destinos turísticos como el cantón La Maná. La implementación efectiva de herramientas digitales y estrategias de promoción en línea no solo permite resaltar los atractivos turísticos y los servicios disponibles, como hoteles y hospedaje, sino que también amplía el alcance hacia un público más diverso, aumentando así la visibilidad del cantón como destino turístico y generando interés en sus servicios. Este enfoque no solo impulsa el turismo, sino que también contribuye al desarrollo económico y social del cantón.
- El diagnóstico del turismo actual en el Cantón La Maná reveló una variedad significativa de atracciones, que incluyen festividades como la cantonización, fiestas de San Vicente y Virgen del Cisne, el Carnaval de la Alegría y Floklor Lamanense, así como sitios culturales como el salón municipal de exhibición de piezas arqueológicas, las Ruinas de Malqui Machay, la iglesia, y paisajes naturales como las Cascadas de Venado, Guadual y Tinieblas, junto con el Bosque Jardín de los Sueños. Además, se identificó la presencia de actividades artesanales y tradicionales como la molienda de caña, la elaboración de panela, la producción de queso artesanal, el tejido de atarrayas. Sin embargo, gracia a la entrevista aplicada a 16 prestadores de servicios turísticos, se encontró que la información turística disponible es insuficiente, lo que destaca la necesidad urgente de proporcionar datos precisos y actualizados sobre estos atractivos. Mientras que, la encuesta realizada a 92 turistas resalta la importancia de las plataformas digitales, especialmente las páginas web, como medios preferidos por los encuestados para acceder a información turística. Esto subraya la relevancia de mejorar y promover el acceso a través de estos canales digitales para garantizar una difusión efectiva de la información turística del cantón.
- Finalmente, se concluye que la página web dedicada a la promoción digital del turismo en La Maná ofrece una completa y detallada descripción de los atractivos naturales y culturales del cantón. Desde una introducción que resalta la belleza local, hasta una reseña histórica informativa, la plataforma brinda una visión completa del destino. Los apartados específicos que presentan los diversos puntos de interés, actividades sugeridas y opciones de hospedaje, junto con detalles prácticos como costos y números de contacto, demuestran un esfuerzo integral por proporcionar información útil y accesible para los visitantes. La inclusión de detalles sobre lugares de hospedaje,

con especificaciones sobre servicios y horarios de atención, añade valor al sitio al facilitar la planificación de viajes. En resumen, esta página web constituye una herramienta efectiva para promover y facilitar la experiencia turística en La Maná, consolidando su posición como un destino atractivo y bien organizado para los viajeros.

14.2. Recomendaciones

- Es fundamental que el cantón La Maná utilice herramientas web y fundamentos teóricos del turismo para promocionar sus atractivos turísticos. Además, se recomienda mantener la información actualizada y precisa en estas herramientas digitales para atraer a un público más amplio y generar interés en el turismo de la región.
- Dado que la información turística actual del cantón La Maná es insuficiente, se sugiere mejorar la disponibilidad y la calidad de la información sobre los atractivos turísticos. Se recomienda desarrollar un sistema de gestión de información turística que incluya la creación de folletos, mapas y guías turísticas actualizadas. Además, se sugiere establecer alianzas con entidades educativas y locales para capacitar al personal encargado de brindar información turística y promover la importancia de la información precisa y actualizada para atraer a más visitantes al cantón.
- Para mejorar la promoción digital del turismo en La Maná, se recomienda potenciar la página web existente. Se sugiere agregar más contenido visual, como imágenes y videos, para resaltar la belleza natural y cultural del cantón. Además, se recomienda ampliar la información sobre los atractivos turísticos, incluyendo actividades sugeridas, costos, opciones de hospedaje y números de contacto.

15. BIBLIOGRAFÍA

- Aldaz, E., & Barroso, B. (2019). *Diseño de la aplicación móvil en la promoción turística del Cantón Pastaza*. Universidad Estatal Amazónica. Tesis Pregrado. Obtenido de <https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/552/1/T.TUR.B.UEA.4124.pdf>
- Alfonso, R., & Gracia, N. (2017). Promoción turística de una herramienta web en el Cantón Bolívar, Ecuador. *Revista Eca Sinergia*, 8(1), 61-74. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588562208005/588562208005.pdf>
- Amaguaña, A. (2022). *La innovación del Turismo Comunitario como alternativa de desarrollo local en la parroquia rural Santiago de Calpi*. Tesis pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8704/1/7.-Amagua%C3%B1a%20Arredondo.%20A%20%282022%29%20La%20innovaci%C3%B3n%20en%20el%20Turismo%20Comunitario%20como%20alternativa%20de%20desarrollo%20local%20en%20la%20parroquia%20rural%20Santiago%20de%20Calpi>
- Arboleda, P. (2015). *La promoción turística y la revalorización del pensamiento montalvino en la casa y Mausoleo de Juan Montalvo*. Tesis pregrado, Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12860/1/FCHE-THP-216.pdf>
- Caiza, E. (2020). *Caracterización de las alternativas ecoturistas del canton La Maná*. Tesis pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/6826/1/PC-000947.pdf>
- Cajamarca, J. (2021). *Marketing turístico aplicado en San Jacinto, Manabí y su efecto en el posicionamiento como destino turístico*. Tesis pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/24943/1/T-ESPE-044554.pdf>
- Castillo, M. (2022). La innovación del sector turístico: una aproximación de los servicios y cocreación de experiencias. *Universidad Externado de Colombia*, 30(1), 26-49. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5762/576272098001/html/>

- Coronel, F., & Castillo, J. (2022). Climas motivacionales, procesos psicológicos mediadores, funcionamiento óptimo en deportistas. *Sinéctica*, 1(59), 1-17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/998/99874454005/99874454005.pdf>
- CRE. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_sistema.pdf
- Cuétara, L., & Sablón, N. (2021). Producto turístico de la naturaleza para el desarrollo de las comunidades rurales en Manabí, Ecuador. *Universidad del Zulia*, 28(2), 287-297. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28070565019/html/>
- Garabiza, B., & Franco, C. (2022). Análisis de efectos generados a causa de la pandemia mundial COVID-19 del sector turístico ecuatoriano. *Revista espacios*, 43(5), 1-20. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a22v43n05/a22v43n05p03.pdf>
- Garay, L. (2017). *El ciclo de evolución de destino turístico. Una aproximación del desarrollo histórico del turismo en Cataluña*. Tesis Doctoral, Universidad de Catalunya. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4078/lagt1de1.pdf?sequence=1>
- Gaviño, N., & Guananga, K. (2017). *La promoción turística de los atractivos culturales en el cantón Ambato y el impacto del incremento de visitantes*. Universidad Técnica de Ambato. Tesis pregrado. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26033/1/Guananga%20L%c3%b3pez%20Katherine%20Alejandra%201804417903.pdf>
- Guananga, W. (2021). *Hosterías y reactivación económica Posto Confinamiento*. Tesis pregrado, Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33455/1/Tesis%20Wilmer%20Guananga.pdf>
- Guzmán, A. (2017). Brecha digital de herramientas web 2.0 de los docentes en la Institución educativa Agropecuaria de Fonseca. *Telematique*, 16(1), 43-59. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78455666003>
- Ley de Turismo. (2022). *Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002*. Ley 97. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

- Loor, G., & Zambrano, G. (2022). *Diagnóstico de gestión en la información de sector turístico en el cantón Portoviejo en el contexto del covid-19*. Tesis pregrado, Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.
- Manig, A., & Marquez, J. (2022). Creencias limitantes de los profesores de la universidad tecnológica acerca de investigación y productividad científica. *Sinéctica*, 1(59), 1-24. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/998/99874454003/99874454003.pdf>
- Mullo, E. (2019). Innovación y desarrollo turístico. Reflexiones y desafíos. *Universidad y Sociedad*, 11(4), 394-399. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n4/2218-3620-rus-11-04-394.pdf>
- OMT. (2021). Conclusiones al seminario internacional: "Respuestas de Turismo Mundial a los Nuevos Retos de la Economía Global". *Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante*, 7(2), 137-140. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88111635001>
- Ostelea, T. (2022). *Tendencias del turismo para el 2022*. Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- Palma, R., & Zambrano, C. (2017). *Promoción turística basada del sitio web para el desarrollo turístico del cantón Bolívar*. Escuela Superior Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Tesis pregrado. Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/482/1/TT61.pdf>
- Pinto, L. (2022). *Análisis de la evolución del turismo y la incidencia en el desarrollo de Ecuador*. Tesis pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8696/1/T3805-MGD-Pinto-Analisis.pdf>
- Ponce, M., & Hoguín, J. (2022). Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López. *Revista científica Dominio de las ciencias*, 3, 32. Obtenido de <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3005>

- Ruiz, A., & Vilar, L. (2020). Revisión Teórica sobre la innovación en el desarrollo del turismo sostenible y su influencia socio ambiental. *ECA Sinergia*, 11(1), 133-143. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588563772010/html/>
- Salazar, D., & Nuñez, J. (2021). *Modelo de gestión turística para el cantón La Maná*. Ambato: Primera. Obtenido de <https://cienciadigital.org/libroscienciadigital/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/download/16/81/218-1?inline=1>
- Solís, C., & Zambrano, J. (2021). *Análisis de la oferta turística perteneciente al cantón Chone, Manabí*. Tesis pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53494>
- SWI. (2023). *Turismo en Ecuador logro récord en ingresos durante festivos de 2022*. Obtenido de https://www.swissinfo.ch/spa/ecuador-turismo_turismo-en-ecuador-logr%C3%B3r%C3%A9cord-en-ingresos-durante-festivos-de-2022/48181746
- Tobar, B. (2020). *Plan de promoción Turística para el cantón San Miguel de Urucuquí*. Tesis pregrado, Universidad Tecnológica Israel. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2415/1/UISRAEL-EC-MASTER-TURIS-378.242-2020-001.pdf>
- Traffic. (2023). *Sector de viajes y turismo de Ecuador*. Obtenido de <https://trafficamerican.com/sector-de-viajes-y-turismo-de-ecuador-representara-el-4-4-de-la-economia-nacional-al-cierre-de-2023-wttc/#:~:text=En%202022%2C%20la%20contribuci%C3%B3n%20del,4.2%25%20de%20la%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana.>
- Unwto. (2022). *El turismo internacional se situo en 2022 al 63% del nivel previo a la pandemia*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/evaluacion-del-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-internacional>
- Vergara, H. (2016). *Diseño de estrategias digitales basadas en la web 3.0 para difundir los lugares turísticos del cantón Penipe Provincia de Chimborazo*. Tesis pregrado, Escuela Superior

Politécnica de Chimborazo. Obtenido de
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/5856>

Villacís, P. (2022). *Análisis de las nuevas tendencias del aspecto de marketing digital de los emprendimientos del sector turístico de Tungurahua*. Tesis pregrado, Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36354/1/046%20MT.pdf>

Yumisaca, J., & Benavides, T. (2019). La innovación de la actividad turística: la aproximación al sector hospedaje de Salinas. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 7-14. Obtenido de
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n2/2218-3620-rus-11-02-7.pdf>