



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS**  
**DE LA EDUCACIÓN:**  
**MENCIÓN HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

**USO DE LAS TIC'S Y SU INCIDENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO DE**  
**QUEVEDO EN EL PERIODO 2015 - 2019.**

**AUTOR:**

**MATAILO MATAILO ISIDRO MAURICIO**

**TUTOR:**

**CARRANZA PATIÑO HELEN MARÍA**

**BABAHOYO - 2020**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



**DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación se la dedico a Dios por guiarme, porque siempre ha esto alimentando mi espíritu de valentía y mantenerme de pie para seguir luchando por mi meta. También se la dedico a mis padres y a mis hermanos por estar siempre apoyándome económicamente por tener fe en mí para culminar con éxito esta nueva etapa de vida, también dedico a todos mis amigos que conocí durante el trayecto de mi carrera profesional invertí mi valioso tiempo de pasar con mi familia para continuar con este trabajo de investigación.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecir mi camino para poder llegar hasta mi meta, por que me ayudó a realizar un sueño anhelado. A la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo por darme la oportunidad de estudiar y formarme como profesional. A mi tutora quien invirtió su tiempo para guiarme en este proyecto de investigación. A todos mis profesores quienes compartieron sus conocimientos para ayudarme a formar como profesional. Agradezco a todos mis compañeros de clases con quienes compartimos grandes experiencias aprendimos juntos lo que significa trabajar en equipo, agradezco a mi familia a pesar de la distancia siempre han estado pendientes de mis estudios y a todos mis amigos que siempre me han estado dando su apoyo incondicional para seguir luchando les doy las gracias desde el fondo de mi corazón.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



## **RESUMEN**

Las tecnologías de Información y Comunicación conocidas como las TIC's son importantes en la vida de las personas su evolución es increíble, a nivel mundial estas han generado diferentes cambios positivos y negativos dando movimiento a la economía global, en la actualidad todo sector depende de las tecnologías.

El turismo como tal también se ha desarrollado en las diferentes partes del mundo gracias a estas tecnologías de comunicación se a podido conocer gran cantidad de atractivos turísticos, el ecuador es uno de los países más ricos en vegetación y biodiversidad, Quevedo perteneciente a la provincia Los Ríos ubicado en la región costa ecuatoriana, tiene una gran influencia turística sin ser explotada.

Las capacitaciones de la propuesta son un eje fundamental para que las personas se puedan guiar de una mejor manera cuando compartan información, fotografías de los diferentes atractivos turísticos locales, con etiquetas, palabras claves se puede generar vistas dentro de los medios digitales como páginas web, redes sociales y entre otros, esto es una manera para empezar a desarrollar el turismo de Quevedo.

Los medios de información digital y los sectores vinculados al turismo tienen falencias para utilizar las TIC's y distribuir información en los medios digitales, con las redes sociales se a podido llegar con mayor facilidad a personas de todo el mundo, estas evoluciones tecnológicas ayudan a mejorar la calidad de los servicios, a ofertar sus productos, vender con facilidad ahorrando el espacio tiempo, aunque esto afecta negativamente al personal que laboran en estos sectores como agencia de viajes, hoteles, la información se digitaliza y las empresas empiezan con la reducción de personal.

**Palabras clave:** Las TIC's en el turismo, Turismo de Quevedo.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



## **ABSTRACT**

The Information and Communication technologies known as ICTs are important in people's lives, their evolution is incredible, worldwide these have generated different positive and negative changes giving movement to the global economy, currently every sector depends on The technologies

Tourism as such has also developed in different parts of the world thanks to these communication technologies, many tourist attractions have been known, Ecuador is one of the richest countries in vegetation and biodiversity, Quevedo belonging to the province of Los Rivers located in the Ecuadorian coast region, has a great tourist influence without being exploited.

The training of the proposal is a fundamental axis so that people can be guided in a better way when they share information, photographs of the different local tourist attractions, with tags, keywords can generate views within digital media such as web pages, social networks and among others, this is a way to start developing tourism in Quevedo.

The digital information media and tourism-related sectors are flawed to use ICTs and distribute information in digital media, with social networks it has been easier to reach people around the world, these technological developments help to improve The quality of services, to offer their products, sell easily saving space time, although this negatively affects the staff working in these sectors as a travel agency, hotels, the information is digitized and companies start with the reduction of staff .

**Keywords:** ICTs in tourism, Tourism in Quevedo.

# ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN .....	i
CAPITULO I .....	1
DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	1
<b>Contexto Internacional</b> .....	1
<b>Contexto Nacional</b> .....	3
<b>Contexto Local</b> .....	4
<b>Contexto Institucional</b> .....	5
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	5
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.4.1. Problema General o Básico .....	6
1.4.2. Sub-problemas o Derivados .....	6
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.7.1. Objetivo general .....	8
1.7.2. Objetivos específicos.....	8
CAPITULO II .....	9
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL .....	9
2.1. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1.1. Marco conceptual .....	9
Definición de la TICs.....	9
Que son las TICs.....	10
Las TICs en el Turismo.....	12
Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales. ....	13

<b>Uso de TICs en Turismo, Nuevas Tecnologías al Servicio del Viajero</b> .....	14
<b>Uso y aportes de las TIC en la actividad turística</b> .....	16
<b>El sistema turístico</b> .....	17
<b>Clasificaciones de las TICs</b> .....	18
<b>La Industria Turística</b> .....	23
<b>Ventajas</b> .....	25
<b>La Política en Relación con las TICs</b> .....	26
<b>Las agencias de viajes y las certificaciones de calidad</b> .....	30
<b>Reseña Histórica de Quevedo</b> .....	31
<b>Clima de la ciudad del Río</b> .....	31
<b>Ubicación Geográfica de Quevedo</b> .....	32
<b>La Ciudad del Río Quevedo</b> .....	32
<b>Turismo de Quevedo</b> .....	32
<b>Agro turismo</b> .....	33
<b>Atracciones turísticas de Quevedo</b> .....	33
<b>Malecón de Quevedo</b> .....	33
<b>Museo Municipal</b> .....	33
<b>Monumento del Día de la Madre</b> .....	34
<b>La Iglesia San José</b> .....	34
<b>La Pileta el Atascoso</b> .....	34
<b>Gastronomía de Quevedo</b> .....	35
<b>Cultura y tradiciones de la Ciudad del Río</b> .....	35
<b>Las TICs en el Turismo de Quevedo</b> .....	36
<b>La Incidencia de las TICs en el Sector Turístico de Quevedo</b> .....	36
<b>Agencias de Viajes</b> .....	37
<b>Hoteles y Hostales</b> .....	37
<b>Bares y Discotecas</b> .....	38
<b>2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación</b> .....	38
<b>Los servicios en la economía del conocimiento y las TIC</b> .....	42
<b>2.1.2.1. Antecedentes investigativos</b> .....	43
<b>2.1.2.2. Categorías de análisis</b> .....	43
<b>2.1.3. Postura teórica</b> .....	44

2.2.	HIPÓTESIS.....	46
2.2.1.	Hipótesis General o Básica.....	46
2.2.2.	Sub-hipótesis o Derivadas.....	46
2.2.3.	Variables.....	46
CAPITULO III.....		47
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....		47
3.1.	RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
3.1.1.	Pruebas estadísticas aplicadas.....	47
3.1.2.	Análisis e interpretación de datos.....	48
3.2.	CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	54
3.2.1.	Específicas.....	54
3.2.2.	General.....	54
3.3.	RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	55
3.3.1.	Específicas.....	55
3.3.2.	General.....	55
CAPÍTULO IV.....		56
PROPUESTA DE APLICACIÓN.....		56
4.1.	PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.....	56
4.1.1.	Alternativa obtenida.....	56
4.1.2.	Alcance de la alternativa.....	56
4.1.3.	Aspectos básicos de la alternativa.....	57
4.1.3.1.	Antecedentes.....	57
4.1.3.2.	Justificación.....	58
4.2.	OBJETIVOS.....	59
4.2.1.	General.....	59
4.2.2.	Específicos.....	59
4.3.	ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	59
	Capacitación N° 1.....	60
	Capacitación N° 2.....	69
	Capacitación N° 3.....	75
4.4.	RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.....	82
4.5.	CRONOGRAMA DEL PROYECTO.....	88

BIBLIOGRAFÍA .....	89
ANEXOS .....	92

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1.....	19
Figura N° 2.....	47
Figura N° 3.....	60
Figura N° 4.....	60
Figura N° 5.....	61
Figura N° 6.....	62
Figura N° 7.....	63
Figura N° 8.....	64
Figura N°9.....	64
Figura N° 10.....	65
Figura N° 11.....	66
Figura N° 12.....	67
Figura N° 13.....	68
Figura N° 14.....	69
Figura N° 15.....	70
Figura N° 16.....	72
Figura N° 17.....	73
Figura N° 18.....	75
Figura N° 19.....	76
Figura N° 20.....	77

Figura N° 21.....	77
Figura N° 22.....	78
Figura N° 23.....	78
Figura N° 24.....	82
Figura N° 25.....	83
Figura N° 26.....	83
Figura N° 27.....	84
Figura N° 28.....	84
Figura N° 29.....	85
Figura N° 30.....	85
Figura N° 31.....	86
Figura N° 32.....	86
Figura N° 33.....	87
Figura N° 34.....	115

## DEMÁS ÍNDICE TABLAS

<b>Tabla #1</b> .....	<b>48</b>
¿Conoce las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's)?	
<b>Tabla #2</b> .....	<b>49</b>
¿Con que frecuencia usted utiliza las redes sociales?	
<b>Tabla #3</b> .....	<b>50</b>
¿Cuáles son los motivos para utilizar las redes sociales?	
<b>Tabla #4</b> .....	<b>51</b>
¿Considera usted que el cantón Quevedo se deben promocionar los atractivos turísticos en páginas web o medios electrónicos?	
<b>Tabla #5</b> .....	<b>52</b>
¿Ha difundido uno de estos atractivos turísticos y que porqué medio lo hizo?	
<b>Tabla #6</b> .....	<b>53</b>
¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejore la gestión de los recursos turísticos?	
<b>Tabla #7</b> .....	<b>113</b>
Si el turismo es una fuente para el desarrollo económico del Cantón ¿Cómo promocionarías el mismo?	
<b>Tabla #8</b> .....	<b>114</b>
¿Cómo se entera de un atractivo turístico?	
<b>Tabla #9</b> .....	<b>115</b>
¿A través de que medios realiza la búsqueda de tarifas, horarios, y disponibilidad del medio de transporte con el que llegará a su destino?	
<b>Tabla #10</b> .....	<b>116</b>
¿A través de que medios suelen ejecutar la búsqueda de tarifas y disponibilidad y otra información relacionada con el alojamiento para sus viajes?	

## DEMÁS ÍNDICE TABLAS

<b>Gráfico #1</b> .....	<b>48</b>
¿Conoce las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's)?	
<b>Gráfico #2</b> .....	<b>49</b>
¿Con que frecuencia usted utiliza las redes sociales?	
<b>Gráfico #3</b> .....	<b>50</b>
¿Cuáles son los motivos para utilizar las redes sociales?	
<b>Gráfico #4</b> .....	<b>51</b>
¿Considera usted que el cantón Quevedo se deben promocionar los atractivos turísticos en páginas web o medios electrónicos?	
<b>Gráfico #5</b> .....	<b>52</b>
¿Ha difundido uno de estos atractivos turísticos y que porqué medio lo hizo?	
<b>Gráfico #6</b> .....	<b>53</b>
¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejore la gestión de los recursos turísticos?	
<b>Gráfico N° 7</b> .....	<b>113</b>
Si el turismo es una fuente para el desarrollo económico del Cantón ¿Cómo promocionaría el mismo?	
<b>Gráfico N° 8</b> .....	<b>114</b>
¿Cómo se entera de un atractivo turístico?	
<b>Gráfico N° 9</b> .....	<b>115</b>
¿A través de que medios realiza la búsqueda de tarifas, horarios, y disponibilidad del medio de transporte con el que llegará a su destino?	
<b>Gráfico N° 10</b> .....	<b>116</b>
¿A través de que medios suelen ejecutar la búsqueda de tarifas y disponibilidad y otra información relacionada con el alojamiento para sus viajes?	

## INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de información son un medio que hace que millones de personas a nivel mundial puedan compartir información de forma inmediata, para los jóvenes en la actualidad es muy fácil adaptarse a esta evolución del mundo digital, brinda grandes ventajas y a la vez desventajas, las tecnologías de la información TIC's se han convertido en un eje principal en todos los sectores incluyendo el turismo, de forma que para poder promocionar los diferentes atractivos turísticos en la actualidad se lo realiza mediante redes sociales, la compra y venta de vuelos, tours, se lo realiza mediante plataformas virtuales.

En el Capítulo I está destinado al tema de investigación en conjunto con el marco contextual, en donde se toma en cuenta las relaciones de las TIC's con el contexto internacional, contexto nacional, contexto local e institucional, con el fin de realizar el estudio del presente proyecto de investigación.

El turismo en la actualidad también ha tomado fuerza gracias a las TIC's, se ha desarrollado en gran magnitud hasta que se ha convertido en una fuente principal de ingresos económicos en todo el mundo.

En el Capítulo II está destinado al marco teórico, en donde se relaciona los diferentes puntos de turísticos con las TIC's, la evolución tecnológica las nuevas generaciones tienen una facilidad de adaptación, las personas también evolucionan a los diferentes cambios que tiene el mundo gracias a las TIC's por el cual se lo ha llamado la era del mundo digital.

De la misma manera que se desarrollan estos sectores también traen sus desventajas al personal de servicios que laboran como por ejemplo las agencias de viajes se van reduciendo por que las personas realizan sus compras, reservaciones, cotizaciones mediante las plataformas virtuales, los hoteles reducción de personal en recepción por la facilidad que tienen los clientes en reservar habitaciones.

El Capítulo III está destinada a la modalidad de investigación, a los métodos de investigación que se utilizaron para realizar el presente trabajo investigativo.

# CAPITULO I

## DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Uso de las TIC's y su Incidencia en el Sector Turístico de Quevedo en el periodo 2015 - 2019.

### 1.2. MARCO CONTEXTUAL

#### **Contexto Internacional**

A nivel Internacional Rivera & Rodríguez (2011) mencionan que varios estudios referentes a las TICs en el sector turístico nos indican que tradicionalmente las pequeñas y medianas empresas -PyMEs-: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, líneas aéreas, etc., sólo han empleado la red para darse a conocer y ofertar sus productos; por lo que existe un gran potencial de explotación y aprovechamiento de estas nuevas tecnologías en las mismas.

Aunque no cabe duda de que el comercio electrónico y las TIC están llamados a desempeñar un papel cada vez más importante en la economía mundial, repercutiendo cada vez más en sectores como el turístico, la inexistencia de datos fiables e internacionalmente comparables es una carencia lamentada tanto por los responsables de la elaboración de políticas como por investigadores y empresarios de este sector. Ante esta situación, en países en desarrollo como los latinoamericanos, donde el turismo es una importante fuente de ingresos, es necesario conocer el grado de desarrollo del comercio electrónico y la implementación de nuevas tecnologías de información en el sector; para poder plantear de una forma más efectiva los planes de desarrollo que ayuden a este sector a ser más competitivo a nivel mundial (Rivera & Rodríguez, 2011).

El flujo de las actividades turísticas se va desarrollando en diferentes países, gracias a las competencias existentes a nivel mundial mejoran su calidad y servicio, por lo general para

hacerse conocer cada uno de estos sectores utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación también llamadas TICs, como medio para promocionarse y facilitar información necesaria para los viajeros.

Las TIC tuvieron impactos muy importantes. En primer lugar, permitieron la transformación de los servicios en actividades globales, terminando con la naturaleza no transable de muchos de ellos. Ello se tradujo en el surgimiento de servicios globales (*offshoring* de servicios) que con base en plataformas de Internet permiten operar de manera integrada, en tiempo real y a escala mundial. Un segundo impacto general de las TIC se refiere a que permiten un cambio cualitativo en la relación entre proveedores y usuarios, en la medida en que posibilitan la personalización de los servicios y la interacción usuario-usuario, además de la interacción usuario-proveedor. Un tercer impacto positivo es que posibilitan mejorar la competitividad y el acceso a mercados para las PYMES, particularmente en hotelería y telecomunicaciones. Otro rasgo particular en el paradigma de las TIC es el de promover la innovación combinatoria, por la cual un grupo de tecnologías puede combinarse para crear nuevos productos, abriendo un abanico creciente de posibilidades. (Garrido, 2009)

Aunque, en muchos destinos emergentes aún existe poco interés por Internet y las nuevas tecnologías, lo importante es que en los países donde residen los turistas potenciales se estén adoptando y utilizando dichas tecnologías, para que se les pueda suministrar una información completa y profunda sobre el destino turístico, por medio de un sitio Web. Las organizaciones nacionales de turismo son la principal fuente de información sobre el destino turístico y, con el fin de suministrar esta información a consumidores y proveedores de servicios, necesitan contar con bibliotecas electrónicas de información eficientes para que puedan ser transmitidas a todo el mundo, así como también servir de referencia al sector privado para promocionar los destinos turísticos del país. (Rivera & Rodríguez, 2011)

## **Contexto Nacional**

La integración de las TICs en el sector Turístico del país ha apuntado a la dotación de infraestructuras, equipamiento de los sectores con ordenadores y recursos informáticos, dotación de software, formación al personal de servicio, creación de nuevas rutas y puntos de visita, con frecuencia se brindan capacitaciones sobre el manejo de las TICs por lo que a menudo se van evolucionando a gran escala a nivel mundial.

El Ministerio de Industrias y Productividad y la Asociación Ecuatoriana de Software (Aesoft), con el apoyo de la Vicepresidencia de la República y del Ministerio de Turismo, con el objetivo de debatir alternativas para el cambio de la matriz productiva, relacionadas con el turismo y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). La incorporación de las TIC reduce costos, incrementan las ventas, mejoran la productividad, aumentan las oportunidades de negocio, mejoran la producción, generan fuentes de empleo entre otros muchos beneficios. (MINTEL, 2019)

Según el Ministerio de Turismo a través del Ministerio de Industrias y Productividad y la Asociación Ecuatoriana de Software -Aesoft-, promueven el desarrollo del software nacional como estrategia para dinamizar y potenciar tecnológicamente el turismo nacional.

El encuentro se desarrolló en la Universidad Andina “Simón Bolívar”, donde la Asociación Ecuatoriana de Software -Aesoft- presentó aplicaciones tecnológicas que beneficiarán al sector turístico del país dando nuevas vías de ingreso económico.

El turismo es una de las principales actividades económicas del país que lidera el sector de los servicios, genera ingresos por aproximadamente 1500 millones de dólares y es uno de los sectores estratégicos para el desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías con esto incrementará el flujo de viajeros en nuestro país.

Sector turístico y los desarrolladores de software se encontraron para crear nuevas aplicaciones con el objetivo de fortalecer el turismo e innovar los servicios a los visitantes extranjeros para que tengan toda la información a fin de que realicen un viaje seguro hacia nuestro país. (MINTUR, 2014)

En los últimos años la evolución del sector de TIC en Ecuador ha crecido por la demanda en los indicadores de telefonía y banda ancha fija, específicamente, banda ancha fija y telefonía móvil. En ese contexto, y aprovechando que los usuarios de Internet tienen una significativa presencia en las redes sociales y en las tiendas de comercio electrónico, los sectores turismo y agrícola podrían convertirse en un motor para dinamizar las TIC. (CAF, 2014)

### **Contexto Local**

En el ámbito local según la revista Martínez (2014) menciona que aumentan más las empresas y recurren a las tecnologías de la información TIC's, en particular el Internet, como medio para promocionar sus productos y servicios turísticos. Estas nuevas tecnologías han cambiado el concepto de vida de personas en cuanto a la consulta de precio, rapidez de información de diferentes servicios turísticos..., con el cual pueden comparar las ofertas y beneficios que son presentadas por diferentes empresas privadas y públicas del sector. En el Cantón, se considera muy importante el uso de los sistemas multimedia porque transforma el proceso de funcionamiento en todos los sectores con atracción turística, generando nuevas oportunidades para atraer viajeros nacionales e internacionales.

Un ejemplo claro de esto es: el uso que empresas de turismo que han dado a las TICs y que dejaron de depender de los grandes productores y mayoristas, para ellos mismo crear sus productos y lograr obtener menores gastos que favorecerán su crecimiento en el mercado contra las grandes empresas. (Martinez, 2014)

En la actualidad un gran porcentaje de personas especialmente las nuevas generaciones utilizan las TIC's como medio de comunicación o para intercambiar información sin tener la necesidad de una inversión, el turismo local también forma parte para promocionar sus ofertas de servicios por estos medios para difundirse y llegar a un gran número de personas a nivel mundial de forma rápida y a bajos costos, Quevedo cuenta con sus atracciones turísticas, culturales, gastronómicas que son el eje principal para el desarrollo económico, la información es difundida regularmente en redes sociales por la juventud local ya que son ellos quienes realizan un gran número de actividades.

## **Contexto Institucional**

En el Cantón Quevedo las agencias de viajes y en el departamento del ministerio del turismo se mantienen al día con el uso de las nuevas plataformas virtuales, actualizaciones de aplicaciones tecnológicas para difundir los puntos reconocidos como atracción turística, no se puede estar alejada de estas ya que un gran porcentaje de empresas públicas y privadas promocionan sus servicios por medios digitales como redes sociales, blogs y páginas webs.

Desde hace tiempo las TIC's se vienen evolucionando con grandes éxitos, las llamadas redes sociales en la actualidad son un medio esencial para compartir información turística, en donde las instituciones educativas también deberían formar a los estudiantes con el ideal de no perder las tradiciones culturales y preservar haciéndola tangible con las TICs para un mejor desarrollo turístico.

Cada atracción turística de Quevedo utiliza las redes sociales como medio para promocionarse, los hoteles del Cantón cuentan con páginas webs en donde están ubicados todos los servicios, precios por habitaciones, la calidad de servicios y la categoría en que se encuentran.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

El turismo en el Cantón Quevedo no se ha desarrollado en los últimos años, por el cual se efectuará un estudio sobre cómo se está difundiendo la información sobre el turismo mediante medios digitales o también llamados las TIC's.

A pesar de contar con una variedad de íconos turísticos, como parques, complejos turísticos, espacios de recreación, Quevedo tiene un porcentaje muy bajo de flujo turístico, quienes consumen estos servicios son personas residentes, la comercialización, la variedad gastronómica son fuentes que ayudan en la economía local, el turismo no se ha explotado de forma correcta para un mejor desarrollo social.

Existen muchas razones por las cuales el turismo no se desarrolla de forma adecuada, un ejemplo claro es la seguridad, organización, las personas carecen de disciplina para respetar, cuidar y mantener limpio los diferentes sectores reconocidos como atracción turística.

## **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.4.1. Problema General o Básico**

¿Cómo el uso inadecuado de la tecnología afecta en el desarrollo del turismo local y la falta de información actualizada en los medios de información digitales como página web del Cantón Quevedo, redes sociales, blogs, y puntos considerados como atracción turística?

### **1.4.2. Sub-problemas o Derivados**

- ✓ Personal que labora en los distintos sectores turísticos tienen el conocimiento básico sobre el manejo de las nuevas tecnologías.
- ✓ Información desactualizada en los sitios webs y algunos no cuentan con uno.
- ✓ No son profesionales en el área del turismo.

## **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

**Delimitador espacial:** El presente trabajo de investigación del uso y la incidencia de las TIC's en el sector turístico se efectuará en el Cantón Quevedo.

**Área:** Tecnológico Turístico.

**Campo:** Turístico

**Línea de investigación de la universidad:** Educación y desarrollo social.

**Línea de investigación de la facultad:** Talento humano educación y docencia.

**Línea de investigación de la carrera:** Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos

**Sub-Línea de investigación:** Organización y Dirección de Empresas

**Delimitador temporal:** Esta investigación se efectuará en el año 2019.

**Delimitador demográfico:** Los beneficiarios directos de la presente investigación será el Cantón Quevedo

## 1.6. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el desarrollo del turismo es una gran fuente de ingresos económicos en todo el mundo, como tenemos conocimiento de que el turismo es toda actividad que se realiza en un viaje o estancia en un lugar, inferior a un año, pertenecemos a ese gran porcentaje del mundo que utiliza la tecnología, de la misma forma, no todos pueden aprovechar esta ventaja tecnológica de una manera adecuada, se tiene conocimiento básico de las cosas que son necesarias de acuerdo a nuestros puntos de visita, nuestro país es mega diverso a pesar que no cuenta con mucha extensión territorial, pero su fuerte es la diversidad cultural, variedad gastronómica, étnica, lingüística, etc.

Para el estudio del proyecto de investigación se tomó en cuenta al Cantón Quevedo perteneciente a la provincia de Los Ríos ubicada en la región costa, siendo el mismo el cantón más poblado en la provincia según el último censo del año 2010, con los datos obtenidos de las diferentes fuentes de información se realiza análisis sobre la importancia del uso de las TIC's en el sector turístico de Quevedo y la influencia que generan las mismas para un desarrollo económico.

Los atractivos de Quevedo tienen una categoría de visitas muy baja por lo que su promoción turística mediante las TIC's carece de creatividad, en la Provincia de Los Ríos y en la Región muchos de estos atractivos también carecen de información actualizada para las personas que deseen conocer este maravilloso Cantón Quevedo.

Un gran número de turista cree que es necesario tener una mínima información del lugar de visita antes de llegar a conocer la realidad del mismo o tener una idea de lo que llegaría a hacer, experimentar en cada uno es estos atractivos turísticos, sin embargo los turistas buscan comodidades, diversión, experiencias, para ello la publicidad que tienen los sectores turísticos deben ser positivos en un gran porcentaje, las recomendaciones de otros visitantes tienen que ser muy frecuentes, tener una excelente publicidad y servicio de calidad son la forma más natural de atraer a un turista.

## **1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo general**

Determinar el Uso de las TIC's y su Incidencia en el Sector Turístico de Quevedo en el periodo 2015 - 2019.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- ✓ Identificar los sistemas de distribución que se utilizan para promocionar el turismo local.
- ✓ Determinar la influencia de las TIC's en el turismo de Quevedo.
- ✓ Elaborar un plan de capacitación para mejorar el manejo de las herramientas TIC's en el sector turístico de Quevedo.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

#### 2.1. MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1. Marco conceptual

###### Definición de la TICs

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TICs, se encuadran dentro del conjunto de herramientas, tecnologías y programas creados con el fin de tratar, gestionar, administrar, distribuir, y compartir cualquier tipo de información a través de diferentes canales tecnológicos llegando con facilidad al último rincón del mundo. A lo largo del análisis y estudio de las TICs podemos encontrarnos con múltiples definiciones presentadas por varios autores, dependiendo el campo de análisis que se haga de los elementos que las componen. (Pachón, 2014)

Las TICs tienen una función importante en el desarrollo dentro del ámbito laboral, social, cultural, turístico y más, donde (Rodríguez, 2018)) cita a, (Toboco,2011) quien menciona que: Las TICs se refieren a los recursos tecnológicos que permiten el trabajo, proceso, clasificación, acceso, uso, comercialización y comunicación de una base de información. Se forma por recursos informáticos como software y hardware que son necesarios para el almacenamiento y gestión de información, también está formada por redes de comunicación que permiten difundir la información de manera inmediata a través de diferentes medios que para su transmisión. (p.127)

Existen grandes prerrogativas con el desarrollo tecnológico logrando dar movimientos económicos en la sociedad, el poder de la comunicación genera nuevas redes de información compartiendo cantidades inigualables de información, gracias a las TICs podemos conocer las historias de hace miles de años atrás, lo del presente y predicciones futuristas, esto a brindado oportunidades al turismo, local, nacional e internacional a promocionar las historias, culturas, leyendas, gastronomía, parques o bosques naturales como atracciones turísticas y seguir descubriendo nuevos sectores para explotarlo como punto de visita turística, con nuevos

servicios y utilidades darse a conocer mediante las TICs para sobresalir ante un mercado competitivo actual.

### **Que son las TICs**

Las TICs para muchos de los autores lo definen como medios fundamentales para el desarrollo del mundo en los diferentes sectores dando cavidad a un nuevo mercado competente, por ello se citaron a varios autores para comprender la base de las TICs en el mundo de las tecnologías.

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) facilitan el desarrollo y el mantenimiento de la competitividad de las empresas y la ventaja competitiva. La innovación constante en los usos de hardware, software y la red significa que sólo las empresas dinámicas, que pueden evaluar las exigencias de sus accionistas y responder de manera eficiente, serán capaces de superar la competencia y mantendrán su prosperidad a largo plazo. (Pablo Redondo & Juberías, 2003)

Anteriormente en la web solo se podía hacer lectura de la información que el autor principal compartía aunque su diseño era muy dinámica por ejemplo un atractivo turístico solo compartía su nombre y los servicios que brinda con un precio estándar, con la revolución de la Web los usuarios empezaron a interactuar simultáneamente, solicitando mayor cantidad de información como ubicación exacta o ubicación Google maps, las utilidades, los beneficios, variedad de precios, servicios establecidos, comodidades, actividades a realizarse y más, para llegar a millones de usuarios en el mundo se van fortaleciendo las redes sociales su campo es muy amplio en donde se puede compartir sentimientos, emociones, noticias, experiencias vividas por millones de turistas en los diferentes sectores turísticos.

Las facilidades que tienen las empresas en el mundo para laborar de manera independiente haciendo contacto con nuevas alianzas de competencia, cada una de ellas crean propias aplicaciones que trabajan en conjunto con el internet o sin conexión a este, esto se convierte en un sector futurista por lo que ellas serán quienes manejen las funciones empresariales un ejemplo son las tiendas Online, las ventajas de las TICs son ahorrar tiempo a los usuarios, de misma manera existen grandes desventajas para el personal que labora en

estos sectores por que las bases de información son transmitidas de forma inmediata con el uso del internet, software y hardware, reemplazando directamente al tiempo laborar de una persona.

La aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la administración de las organizaciones, permite mejorar la coordinación y el control de las actividades y les ayuda a tomar decisiones mucho más efectivas. En la actualidad, el uso de las TICs se ha convertido en un componente central de toda empresa que quiera mantener su competitividad en el mercado (Pablo Redondo & Juberías, 2003). Para que todo usuario pueda hacerse de la información que desea compartir una empresa, las funciones digitales deben ser de manera universal como por ejemplo el idioma lo primordial para quien visite una web, el diseño de las páginas webs debe llamar la atención presentando la información básica que un usuario necesitaría conocer

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico y a un desarrollo incluyente, a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo, apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas, los grandes países desarrollados cuentan con atracciones históricas como catedrales antiguas, edificios o casa coloniales, castillos y otro, a diferencia de los subdesarrollados o tercermundistas que su fuerte es el turismo rural, ecoturismo, la biodiversidad de flora, y fauna formando parte de las fuentes primordiales para el ingreso y desarrollo económico.

La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo siendo el mismo una fuente de ingresos para mejorar la economía social. (OMT, 2013)

## **Las TICs en el Turismo**

Las Nuevas Tecnologías han contribuido a la globalización del sector turístico y obligan a las empresas de este sector a utilizarlas para mantener su competitividad ya que, de lo contrario, podrían sufrir un perjuicio económico irreversible. Ahora bien, la introducción de Internet también facilita la entrada de nuevos competidores que de otra manera no tendrían una oportunidad en el negocio turístico; esto supone un riesgo para las empresas establecidas tan significativo como la propia introducción de Internet como factor de diferenciación entre ellas, mientras más competidores existan utilizando las TICs los costos por los servicios también deben ser competitivos. (Pablo Redondo & Juberías, 2003)

La publicidad de cada sector es lo esencial para tener ingresos, y vender servicios, en el turismo funciona de la misma manera, mediante la evolución de diferentes medios de comunicación en el mundo con esto se puede acercarse más a la realidad formando parte de la base principal para generar deseos de viajar en las personas, mediante la distribución de información con las TICs por ejemplo con el uso del GPS, Google Maps, Google Earth se puede conocer el lugar exacto de cada atractivo e incluso visitarlo de forma virtual, los mejores lugares y sectores menos visitados del planeta con el desarrollo de las TICs se pueden conocer con facilidad .

El sector turístico se a transformado gracias a la evolución de las TICs, formando parte de un principal desarrollo y generando fuente de ingresos a nivel mundial, las personas tienen muchos motivos para viajar ya sea por negocios, estudio, o simplemente por placer, con las nuevas tecnologías las personas se mantienen informados de nuevos lugares con atracción turística con solo buscar en internet los mejores lugares para disfrutar y tener nuevas experiencias. Con el pasar de los años las agencias de viajes se irán desapareciendo por la facilidad de utilizar los medios tecnológicos que ahorran tiempo como para realizar compra y venta de paquetes turísticos o boletos de viaje tanto como aéreos, terrestre y marinos, de la misma manera se puede buscar Hoteles, Hostales de diferentes categorías para realizar cotizaciones y reservaciones de habitaciones en cual quiere parte del mundo.

## **Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales.**

Desde hace años la tecnología es parte de los logros que tienen las personas, siendo los mismos que generan nuevos instrumentos para dar la comodidad a los demás, la creación de aplicaciones abre nuevas puertas en diferentes sectores sociales, en las aplicaciones que funcionan sin internet están detalladas la información necesaria de cada empresa y algunas brindan facilidades cuando se conectan al internet. En el 2015 el 50.5% de la población ecuatoriana utilizó internet y gracias al incremento de capacidad de cable submarino se aumentó la velocidad de navegación en un 35%, lo que promueve y mejora la productividad, comunicación y competitividad del país, esto ayudo a mejorar la vida social y económica local. Dada a las funciones establecidas en ese año el turismo fue tomando poder económico por las grandes oportunidades que se presentaron con el mejoramiento de la velocidad del internet a nivel nacional.

La fibra óptica ha crecimiento sostenidamente, permitiendo que más personas tenga acceso a redes de alta velocidad. Despliegue de fibra óptica aumentó un 30% en el 2015, es decir 13.8 mil km” (Pro Ecuador, 2019). Para muchas personas en el país optan por la calidad de velocidad que tiene el internet, con el cual la mayor parte lo utilizan en las redes sociales de la misma manera hacen las empresas de turismo para llegar a las personas de manera indirecta.

El uso intensivo por parte del turista de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, tanto en la organización como en el desarrollo del viaje, han revolucionado la forma de promocionar un territorio turístico ya que, cualquier destino que pretenda ser competitivo debe actualizar continuamente toda aquella información que pueda ser de interés para el visitante, especialmente si este pertenece al segmento del turismo cultural, tipología de usuario que demanda gran cantidad de información sobre los recursos de un destino y cuya motivación principal es el disfrute de los bienes culturales.

Este turista, consumidor de TIC, se ha transformando en un usuario 2.0, caracterizado por estar altamente conectado y, por tanto, hacer un uso constante de la red mediante su dispositivo móvil, junto a esto ha pasado de ser un mero visualizador a un generador de información en redes sociales, blogs, etc., y colabora de forma activa aportando su opinión sobre el destino mediante los sistemas de reputación on-line. (José Caro, 2014)

Este tipo de usuarios están generando un movimiento de ingresos económicos masivos en el mundo, las publicidades que manejan son el eje principal para mejorar el desarrollo en cada uno de los sectores, quienes siendo los mismos consumidores brindan opiniones sobre la calidad, cantidad de las funciones tecnológicas en las diferentes actividades que se realizan, en el sector turístico cada publicidad de los atractivos genera comisiones para los medios tecnológicos de comunicación TICs.

### **Uso de TICs en Turismo, Nuevas Tecnologías al Servicio del Viajero**

El uso de las TICs (Tecnologías de la información y comunicación) se ha proliferado dentro del ámbito del turismo convirtiéndose en una herramienta fundamental y un aliado en internet para llegar a conquistar turistas para los diferentes destinos del mundo que se promocionan en la web.

Cada vez más las empresas recurren a las tecnologías de la información, en particular Internet, como medio para promocionar sus productos y servicios turísticos. Estas nuevas tecnologías han cambiado el concepto de vida de personas en cuanto a la consulta de precio, rapidez de información de diferentes servicios turísticos que brindan las TICs.

Un ejemplo claro de esto es el uso que empresas de turismo han dado a las TIC's ya que dejaron de depender de los grandes productores y mayoristas para ellos mismo crear sus productores y lograr obtener menores gastos que favorecerán su crecimiento en el mercado contra las grandes empresas.

En este aspecto un país como México por ejemplo ha demostrado que no se quedó al margen. Ya que comprende que los TIC en el turismo nacional son un medio fundamental para apuntalar la competitividad del sector dentro del mercado mundial del turismo. (Villacrés, 2014)

El turismo es una actividad económica en la que, básicamente se ofrecen y demandan los productos o servicios relacionados con el sector del ocio. Este sector se ve muy afectado por las modas y también por acontecimientos especiales (guerra, terrorismo, epidemias, etc.) sea de forma temporal o permanente. (Pablo Redondo & Juberías, 2003)

Los mejores atractivos turísticos son decididos por la cantidad de personas que visiten, todos son atraídos por distintas situaciones a un lugar, muchos de estos tienen grandes historias o hazañas obtenidas en el lugar, por la religión, gastronomía local cuando viajamos queremos probar algo diferente, para mejorar un flujo de turismo se empezaron creando atractivos nuevos atractivos como balnearios o piscinas, rutas ecológicas, actividades de recreación, los alojamientos mejoran cada vez más su infraestructura, calidad de servicios, catalogándose por sí mismo a un rango económico de las personas.

El producto turístico, al tratarse de un servicio que se oferta, posee unos rasgos que lo diferencian de otros productos, experiencias que buscan los clientes, tales como su intangibilidad, imposibilidad de ser almacenados, heterogeneidad, simultaneidad de producción y consumo, etc.

El turismo produce un efecto multiplicador en la economía del país receptor, que se puede definir como la riqueza añadida que se crea por cada unidad de gasto turístico. Por ejemplo, el turista que se aloja en un hotel realiza un gasto turístico, pero como consecuencia de esta ocupación el propietario del establecimiento tendrá que adquirir una serie de bienes de consumo, tales como alimentos, bebidas, agua y energía, etc., que repercutirán positivamente en estas empresas proveedoras, y así sucesivamente. (Pablo Redondo & Juberías, 2003)

### **Nuevos canales de distribución**

Por otra parte, Internet ha ofrecido a los establecimientos hoteleros, nuevos canales para la comercialización de sus productos, lo cual ha repercutido principalmente en sus costes, como veremos a continuación y además supone una nueva manera de acceder a un mayor número de potenciales clientes.

### **Página web**

Uno de estos nuevos canales de venta es la propia página web del hotel a través de la cual el establecimiento ofrece y vende sus servicios directamente al cliente.

Si bien la página web es también una herramienta de difusión de información, como los ejemplos del apartado anterior, aquí nos centraremos en la ventaja que ofrece como medio para realizar reservas, es decir, como canal de venta.

Al comercializar sus productos directamente con los clientes los hoteles han reducido sus costes ya que se elimina la comisión que obtenían las agencias de viajes como intermediarias en el proceso de venta. En consecuencia, este canal de distribución ha llevado a que se reduzca la dependencia que tradicionalmente han tenido los hoteles en las agencias de viaje físicas. (Campora & Ramón, 2013)

### **Uso y aportes de las TIC en la actividad turística**

La composición de la actividad turística presenta una amplitud muy interesante, teniendo en cuenta la diversidad de motivaciones que tiene el turismo, entre ellas negocios, deporte, cultura, salud, o simple descanso, las facilidades para escoger uno de estas actividades turísticas dependen de la situación económica personal, por ello también se ha tomado en cuenta para ubicar dentro de las funciones de la TICs opciones de las comodidades para los diferentes rangos económicos sociales, de esta manera todos tenemos acceso a las ventajas que tienen las TICs.

Es necesario aclarar que por distribución se entienden las actividades de entrega o colocación de servicios turísticos, una red de funcionamiento entre varios operadores de la oferta y demanda de los mismos, cada conjunto de bienes y servicios que consumen los turistas en diferentes partes del mundo son difundidos mediante las redes de distribución turística. La intermediación turística se realiza por medio de operadores turísticos, es decir, mediadores entre la oferta y la demanda, estos agentes crean valor estándar entre ambos para generar un ingreso extra para sí mismos.

Dentro de esta actividad, estudiar la intervención de las TIC y sus consecuencias en la distribución de servicios turísticos resulta una tarea ardua pero muy interesante. Las TIC's han irrumpido de manera especial en este sector de actividad, generando una nueva forma de hacer negocios, de reservar pasajes, habitaciones de hotel, destinos turísticos y todo lo necesario

para disfrutar de un servicio turístico a un solo “click” de distancia dando grandes beneficios a nivel mundial.

La aparición de las PC (Personal Computer), la unión de hardware, software e Internet, establecen un nuevo entorno para el desarrollo de negocios “on line”. Los consumidores ahora tenían en su propia casa la posibilidad de acceder a las empresas en tiempo real, analizar sus productos, solicitarlos y hasta pagarlos; es así como Internet resultó un importante dinamizador en las estrategias de las empresas actuales de vender sus productos de manera inmediata y segura. (Ricci & Stassi, 2010)

Si partimos de la visión de la construcción social de la tecnología dada por el enfoque de CTS, podríamos asumir que el discurso del determinismo tecnológico, en este caso efectuado a través de algunas organizaciones de Info desarrollo, ha naturalizado el papel de la tecnología para el desarrollo en el contexto ecuatoriano. Si retomamos los diversos informes de esta red, con sus argumentos frente a las TIC, el trans fondo de la neutralidad y el optimismo tecnológico que los une no permite abrir la caja negra a la que nos enfrentamos. (Jiménez, 2010)

El desarrollo no siempre trae cosas positivas en el turismo reducirán el número de agencias de viajes y serán remplazadas por aplicaciones plataformas virtuales para la compra de paquetes turísticos o boletos de viaje, los hoteles reducirán el personal por la facilidad de reservación de habitaciones en las Web, no será necesario llamar al hotel para conocer lo servicios que ofrecen todo esta se encuentra en las páginas webs de los mismos, las TICs cubren el tiempo de facilitar información eficaz a millones de personas del mundo.

### **El sistema turístico**

Según la definición de Pachón (2014), los elementos principales que configuran el sistema turístico son los siguientes:

- **La demanda.** Conjunto de individuos consumidores de bienes y servicios turísticos.
- **La oferta.** Conjunto de productos, servicios y organizaciones implicados con la realización de la actividad turística.

- **El espacio geográfico.** Reside en la base física donde tiene lugar la concurrencia entre la oferta y la demanda y donde se sitúa la población residente que es fundamental en la prestación turística.
- **Los operadores del mercado.** Forman parte de los mismos: los organismos y empresas cuya función principal es facilitar la interrelación entre oferta y demanda, los organismos públicos y privados, que mediante el ejercicio de su actividad profesional trabajan con el fin de promocionar el turismo, así como las agencias de viaje y empresas de transporte. (p.31)

### **Clasificaciones de las TICs**

Partiendo de la premisa que las TICs se encuentran en constante cambio por ser el sector de las nuevas tecnologías el que presenta mayor crecimiento y evolución, y cuya presencia en todos los aspectos de nuestra sociedad es y será más relevante que nunca; los expertos en esta materia auguran un futuro de crecimiento y su evolución podrá ir encaminada a:

a.- Mejorar la calidad y velocidad de la comunicación instantánea, tanto en el suministro como en la transmisión de la información. Se prevé que los avances vayan dirigidos al campo de la programación informática, donde se crearan nuevo software que agilizaran los procesos de análisis de datos, para a posteriori conseguir unos resultados más fiables y exactos que ayuden a las empresas en la toma de sus decisiones.

b.- La aplicación de las TICs telemáticas en todos los ámbitos y sectores, ya sean en el bancario, sanitario, de la administración, educativo, empleo, etc. Es decir, se producirá una fuerte integración y presencia todavía más intensa en los diferentes aspectos de nuestra economía, ciencia, cultura, sociedad, etc.

c.- Y por último, contribuirán en la mejora de las herramientas tecnológicas que actualmente tenemos a nuestra disposición. (Pachón, 2014)

Figura N° 1

REDES	Telefonía Fija y Móvil Banda Ancha Satélites Redes de televisión Redes en el hogar
TERMINALES	Televisores Reproductores de audio Navegador de internet MP3 Reproductores de video PC Consolas de juego Software y sistemas operativos
SERVICIOS	E-comercio Buscadores Correo electrónico P2P E-Sanidad E-learning GPS Blogs Redes Sociales

Fuente: Elaboración propia a partir de <http://comuniktconmigo.blogspot.com.es>

Habiendo expuesto diferentes definiciones por los expertos que han realizado estudios e investigación sobre las TICs, debemos plantear si existe o no algún tipo de clasificación específica sobre ellas, existiendo veneficios, ventajas, desventajas y oportunidades para un mercado laboral en el desarrollo turístico. Pues bien, no existe una como tal debido a la complejidad de connotaciones que la conforman las mismas. Por ello, sólo es posible establecer diferentes clasificaciones conforme a la óptica en las que han sido analizadas.

Como ejemplo de ello podemos establecer dos clasificaciones claramente diferenciadas, una de ellas en función de los recursos necesarios para gestionar la cantidad de información y otra, tomando como base los medios de comunicación utilizados para difundir información.

La primera de ellas parte de la consideración de que las TIC's congregan el conjunto de recursos necesarios para analizar la información, transformarla en datos, almacenarla, gestionarla, distribuirla y ubicarla en un espacio. Para tal cometido, los medios esenciales que lo conforman son: ordenadores, programas informáticos y redes.

En base a esos parámetros, podemos establecer la siguiente clasificación:

- Redes
- Terminales
- Servicios

#### **A) Redes**

Se definen como un conjunto de equipos conectados entre sí por medio de un cable de red, conexiones informáticas u otro soporte físico con el fin de compartir la información mediante el internet, en el turismo estas redes son conexiones de empresas turística, cadenas hoteleras, paquetes turísticos y todo aquello que brinde información sobre los sectores turísticos. Se consideran las redes como el punto de partida para la transmisión de la información y como tales podemos señalar: la telefonía fija o móvil, grupos de redes sociales y otros (Pachón, 2014).

La información inicial que es compartida por el emisor en estos medios no se puede distorsionar en ningún momento, por la forma de que todos están interconectados recibiendo la misma información en tiempo real y en diferentes puntos vinculados a la red principal, todo usuario puede ser participe para compartir información solicitada por otro usuario, este es un método que utilizan las cadenas hoteleras, las agencias de viajes/tour operadoras y los mayoristas de turismo.

## **Red de Información y Reservas Turísticas**

Se pretende conseguir que los distintos Sistemas de Información Turística Públicos, sean capaces de responder de forma solidaria a los requerimientos de información de los ciudadanos, que en muchas ocasiones exceden el ámbito territorial de los servidores de información turística de una única administración, esta demanda crece de manera interesante llagando a los usuarios de manera indirecta. Se trata de crear el "Estado de las Autonomías de los Sistemas de Información": Red de Sistemas de Información autónomos, pero armonizados en sus contenidos, con tecnología compatible y comunicados entre sí. (Valles, 1999)

De forma paralela se debe actuar en los sistemas de reservas. Normalmente los sistemas de información y reservas son complementarios, aunque con frecuencia sus gestores son de naturaleza distinta (entidades públicas en el primer caso y empresariales en el segundo). Sin embargo, la información manejada se refiere a objetos comunes y por tanto el planteamiento estratégico debe ser de interoperación y de máxima cooperación entre los agentes empresariales y públicos.

Los productos ya descritos, Turinter y Turcentral, desarrollados para incentivar la creación de sistemas de información y reservas y su interoperación, son un instrumento que tienen que seguir facilitando la implantación de la estrategia definida. Por tanto, el futuro de estos productos es adaptarse a los requerimientos funcionales que se identifiquen y acuerden en el seno de la Conferencia Sectorial de Turismo. (Valles, 1999)

Las características de estos medios de comunicación son las siguientes:

- Los canales de comunicación empleados cuentan con unas infraestructuras costosas y una tecnología compleja.
- El receptor de la información es en todos los casos colectivo.
- La comunicación se transmite de forma unidireccional no posibilitando al destinatario del mensaje una reacción inmediata.

- La complejidad técnica de los medios de comunicación empleados hace precisa la presencia de profesionales especializados a la hora de transmitir la información (presentadores de tv y radio). (Pachón, 2014)

## **B) Terminales**

Se define como terminal a todo dispositivo electrónico que forma parte del hardware de un ordenador y cuya funcionalidad básica es la de introducir datos para posteriormente ser transformados en información y ser mostrada.

Los terminales constituyen el principal punto de acceso tanto de individuos como de empresas a la información. Su importancia radica en ser uno de los elementos que más han evolucionado y evolucionarán, ya que continuamente surgen nuevos terminales que nos permiten beneficiarnos de la digitalización de la información y de la creciente disponibilidad de infraestructuras para su intercambio. Ejemplos significativos son: ordenadores, televisores..., redes sociales canales por donde la información fluye de manera rápida e interesante. (Pachón, 2014)

## **C) Servicios**

Están compuestos por todas aquellas prestaciones que se encuentran a disposición del usuario de las redes. De ahí que podamos señalar que tanto su progreso como su ámbito de actuación van en paralelo a la evolución de las redes, llegando a abarcar cualquier parcela del quehacer diario de nuestra sociedad, los servicios y ventajas que nos brindan ayudan con el desarrollo social, económico del mundo.

En relación con estos dos últimos elementos que componen la clasificación, se puede observar que los avances tecnológicos a lo largo del tiempo han favorecido a crear un entorno propicio para la innovación de los terminales, los cuales a su vez contribuyen en la mejora de los servicios. Esto es debido al hecho de ser los terminales la vía de acceso a los servicios (Pachón, 2014). Para el uso de TICs no existen limitaciones en subir y compartir información, esto los mantiene intercomunicados mediante las plataformas operativas presentando y publicando diversos servicios de empresas físicas, virtuales/online, privadas o públicas.

## **Multimedia.**

Según la opinión de Pachón (2014) deduce que un sistema combina dos o más medios de comunicación de forma simultánea a la hora de transmitir una información. A lo largo de dicha difusión se pueden integrar tantas imágenes, sonido, texto, videos, etc, que llegan al receptor del mensaje a través de medios electrónicos ya sean ordenadores, dispositivos móviles, etc. Como característica principal señalar que tales representaciones y exposiciones se pueden realizar en diferentes escenarios y ubicaciones tanto en tiempo real como en diferido.

La finalidad de los multimedia consiste en que el mensaje transmitido quede grabado en le memoria del destinatario. De ahí que la unión entre los diferentes medios, ya sean de audio, imágenes, etc, produzcan la estimulación de los sentidos del receptor, intentando acaparar así su máxima atención e interés.

Atendiendo a tales características y dependiendo del control que tenga el receptor de la aplicación en el momento de la recepción de la información, podemos clasificar los multimedia en tres tipos:

**Multimedia lineal.** La transmisión de la información se realiza de forma progresiva de inicio a fin y el destinatario de la información no tiene control sobre la misma.

**Multimedia interactiva.** El destinatario tiene la posibilidad de ejecutar determinadas acciones al hacer un clic en determinadas partes de la exposición, lo que le permite controlar el desarrollo de la misma.

**Hipermedia.** Se le otorga al receptor un mayor control en el momento de la transmisión de la información. El área más característica de la hipermedia son las redes sociales.

## **La Industria Turística**

Podemos considerar a la industria turística como la respuesta a las necesidades de todo el conjunto de ciudadanos que por diferentes motivos (ya expuestos a lo largo del presente capítulo) se desplazan temporalmente de sus lugares habituales de residencia.

Tal respuesta se manifiesta a través de un amplio conglomerado de empresas y organizaciones tanto públicas como privadas, con o sin ánimo de lucro, que suministran servicios de muy diferente índole, dependiendo del sector, dentro de la industria turística, en el que la empresa ejerza su actividad.

El nexo de unión entre las diferentes empresas viene circunscrito por el hecho que los servicios que se prestan son necesarios para que el consumidor-turista pueda realizar su viaje y disfrutar de su estancia en el lugar de destino, sean cuales fueren los motivos que le ha movido a realizar el viaje.

En cuanto a la ubicación de las empresas integrantes dentro de la industria turística, podemos señalar que los operadores turísticos se localizan fundamentalmente en la región de procedencia del turista, la industria del transporte en los lugares de tránsito donde realizan la actividad, mientras que las industrias de alojamiento, restauración, ocio y otras diversas actividades, se sitúan en la región de destino.

Estas últimas, al formar parte de la oferta turística y emplazarse en el lugar de destino del turista con la finalidad de satisfacer las demandas de éste, se configuran como el producto de consumo turístico.

En este sentido debemos tener en cuenta que la industria turística no viene definida por el producto resultante de su actividad como sucede en otros sectores industriales, sino por y para quién se realiza la actividad, es decir, para la demanda turística. (Pachón, 2014)

Por un lado, la industria turística emisora, formada por las empresas integrantes de los sectores de transporte (buses interprovinciales, taxis, autos de alquiler, avión), de organizadores y distribuidores de viajes (agencias de viajes), ya sean los tour operadores o las agencias de viajes y por otro, la industria turística receptora, compuesta por el resto de sectores, ya sean los relativos al alojamiento (hostales, hoteles), atracciones, restaurantes etc. incluyendo a su vez a las agencias de viaje que suministran servicios en los lugares de destino para el viajero.

## Ventajas

Como ya hemos venido manifestando a lo largo del presente capítulo, las TICs ofrecen un amplio abanico de aportaciones a cada sector de nuestra sociedad, tanto a nivel personal como empresarial, facilitando el trabajo de análisis, proceso y transmisión de información.

De ahí que podamos señalar como sus principales contribuciones:

- **Acceso a la información de forma sencilla y rápida**, a través de sus diferentes canales ya sea Internet, soportes (CD-ROM o DVD), medios visuales o sonoros. Se dispone de la información de forma inmediata, en cualquier momento y lugar.
- **Herramientas para el proceso de datos**. Cualquier ordenador o dispositivo electrónico posee programas para el análisis y procesamiento de datos.
- **Los nuevos canales de comunicación** permiten la transferencia de información de forma inmediata ya sea de forma unidireccional o multidireccional.
- **Almacenamiento de datos**. Los dispositivos ya sean PC, tarjetas de memoria, pendrives, disco duro, etc permiten guardar tanta información como se desee.
- **Automatización de las tareas**, las cuales se llevan a cabo a través de programas informáticos que permiten ahorro tanto económico como de tiempo y mayor seguridad en la realización de los diferentes trabajos.
- **Interactividad**. La información no solo se transmite de forma unidireccional sino que puede realizarse entre grupos de personas sin importar el lugar donde se encuentren.
- **Homogeneización de la información**. Permite que la información que se necesite en cada sector esté disponible para todos en el mismo formato, y así poder ser analizada de la misma manera.
- **Optimización de los recursos**. Las TICs proporcionan llevar a cabo una mejor gestión de los recursos disponibles, de manera que con ellas se asegura una correcta utilización de los mismos, así como la optimización de su eficiencia.

- **Apertura de nuevas oportunidades de negocio.**
- **Laborales.** Nuevas oportunidades de desarrollo profesional vinculadas al sector de las comunicaciones.

### **La Política en Relación con las TICs**

Con la llegada de las nuevas tecnologías ha permitido manifestar la actuación política dentro del este sector turístico, un avance no se puede realizar sin un proceso centralizado, las políticas son quienes permiten las nuevas innovaciones para un mercado nacional e internacional, la función de la política es permitir el libre funcionamiento de las tecnologías respetando las normativas o reglas establecidas por sus organizaciones políticas, esto genera un espacio para la opinión pública y participación ciudadana quienes califican la calidad de satisfacción del funcionamiento de las TICs en el desarrollo local.

Grandes cantidades de personas empiezan a utilizar el perfil digital para contar cosas o actividades personales, mostrando nuevas fuentes de comunicación en red y construir una relación real y compartiendo emociones de quienes somos, en los grandes sectores políticos la conectividad debe contar con infraestructura, tecnología apropiada y capacidad de operarla para brindar lo necesario al público, las tecnologías van formando parte esencial de las actividades personales por lo que tienen facilidad de uso para la comunicación en los diferentes sectores.

### **Las nuevas tecnologías en el sector turístico**

Las Tecnologías de Información y Comunicación son sumamente importantes para los servicios turísticos teniendo en cuenta que los mismos son básicamente intangibles y a través de ellas se le da tangibilidad en donde puede visualizar los servicios en tiempo real, el alto grado de participación del cliente lo que supone un importante papel de la comunicación, imposibilidad de almacenamiento eso obliga a contar con la información necesaria para establecer la capacidad productiva más adecuada.

Lo anterior avala la necesidad de información en tiempo y forma, y no solo es importante en este sentido sino para obtener información del cliente y el cliente del operador

turístico, así el cliente está seguro de utilizar los servicios que ofrecen las diferentes empresas de viajes, cadenas hoteleras, atractivos turísticos.

Hay empresas que aplican las TIC en escasa medida y simplemente solo cuentan con una página de Internet donde publicitan su empresa de la actividad que sea relacionada con el turismo, hay otras que las usan intensamente y realizan E-commerce, permitiendo que se pueda contratar, recibir documentación, hacer pagos por Internet esto es una facilidad de compra y venta entre clientes - empresas. (Ricci & Stassi, 2010)

Por lo que se refiere al impacto de las TIC en el sector, el informe aporta datos igualmente interesantes como que la presencia en Internet del sector de alojamiento es muy superior a la media de las empresas en general. Así, un 93,7% de las empresas de alojamiento con más de 10 empleados tienen su propia web, y un 85,9% permite reservas online. Por su parte, de las empresas con menos de 10 empleados tendrían página en Internet el 91,8%, con un 55,7% de ellas que posibilitan las reservas en línea. Datos que contrastan con la media de empresas que tienen web en España que se sitúa en el 75,8%, siendo solo un 16,9% de ellas las que realizan ventas directamente en el siete.

En cuanto a las agencias de viaje, la presencia es algo menor que en el caso del alojamiento, aunque sigue siendo significativa: Un 93,7% de agencias de viaje con más de 10 empleados tiene página web, permitiendo realizar reservas un 68,5% de ellas. Por su parte, las agencias pequeñas (menos de 10 empleados) tienen web en el 64,5% de los casos, con un porcentaje del 55,6% que admiten reservar online. (Condés, 2016)

En la actualidad, todas las empresas turísticas están en un proceso de redefinición de su modelo de negocio motivado por la rápida incorporación en su estrategia comercial de las nuevas tecnologías de la información TICs. De un modelo basado en la comercialización de productos turísticos propietarios, están migrando a un modelo que combina la distribución de productos, con la prestación de un servicio de alto valor añadido para el cliente. Es decir, estamos pasando del turismo de productos al turismo de clientes quienes son los consumidores de todo lo que un atractivo ofrece. (Castellucci, 2007)

## **Negocio Electrónico (TICs)**

El impacto de mayor dimensión que ha tenido la innovación tecnológica en las empresas de turismo (productores y distribuidores) se ha producido en relación con la distribución por Internet de información y productos relacionados con el turismo. Las empresas turísticas pasaron a “democratizarse” en Internet que las hacía ver a todas iguales no importaba cuál fuera su tamaño u operatividad solo lo que ofertaban para su público ya que en el funcionamiento en línea todas las empresas deben cumplir las normas establecidas por las TICs.

Por ello se puede decir que, a pesar de los retos que impone la adopción y empleo de las TIC en los países en desarrollo, las empresas de turismo de países sub desarrollados con sitios web bien diseñados tienen la oportunidad para ingresar en los mercados de turismo internacional en situación de igualdad dando competencia en el turismo a los países desarrollados.

Los mayores ingresos generados por una visibilidad aumentada de estas empresas producen beneficios económicos que aportan al desarrollo social, mientras mayor descripción exista sobre lo que ofertan como los servicios que brindan, calidad, eficiencia y satisfacción del cliente, mayor cantidad de personas tendrán un deseo de conocer más sobre el lugar por lo que visitarán la página para adquirir la información y realizar la compra en línea. (Ricci & Stassi, 2010)

Según la definición de Pablo Redondo & Juberías (2003) el turismo electrónico incluye: la virtualización de todos los procesos y de la cadena de valor en el turismo, tales como los viajes, el alojamiento y la restauración, con el objetivo de maximizar la eficiencia de las empresas de este sector. En el nivel táctico, incluye el comercio electrónico y aplica las TICs para maximizar la eficiencia de la empresa turística. En el nivel estratégico, el turismo electrónico revoluciona todos los procesos de negocio, toda la cadena de valor, así como las relaciones estratégicas de la empresa turística con todos sus participantes. El turismo electrónico, para mantener la competitividad de la empresa utiliza la Intranet para reorganizar los procesos internos, la Extranet para las transacciones que se desarrollan con los socios en

los que se confía e Internet para la interacción con todos sus participantes. En la siguiente figura se representan las tres áreas que configuran el turismo electrónico. (p.5)

Otra de las líneas de acción prioritarias es el desarrollo de los sistemas de negocio electrónico. Entre los aspectos más interesantes de la Sociedad de la Información están los relativos a la implantación de sistemas de gestión y de desarrollo de operaciones comerciales, basados en transacciones electrónicas. Para ello se está desarrollando la tecnología necesaria y se están abordando los aspectos jurídicos, cuya incidencia es crítica para lograr la implantación real de esta tecnología. (Valles, 1999)

La promoción es un elemento básico de la combinación de marketing y adquiere en marketing turístico una mayor relevancia en el mercado, debido a que el producto que se comercializará está constituido por una serie de presentaciones, la mayoría de las cuales son intangibles. En efecto la percepción, es decir la imagen mental, que puedan tener los turistas sobre un determinado lugar, puede efectuar fuertemente la atracción turística, e influir en los resultados de las acciones que se realicen en la capacitación de los visitantes. (Acerenza, 2005)

Con internet, los consumidores se convierten en participantes activos del proceso de marketing y esta es una característica básica de internet. Por ello la importancia de que los sitios web sean interactivos, es decir, permitan al usuario decidir, dentro de lo posible, la información deseada para ver y la que prefieren saltarse mediante los organizadores interactivos de viaje y/o los folletos virtuales, el marketing turístico es una forma de vender una atracción turística, con palabras claves e imágenes de los sitios con mayor afluencia turística convenciendo a los visitantes buscar las mejores disponibilidades para el viaje.

Si un sitio web tiene fallos de diseño, existe el riesgo de que el visitante se frustre y lo deje, por lo tanto, un sitio web ha de ser lo más sencillo y fácil de navegar posible. Los sitios web que el consejo empresarial de la OMT considera como bien hechos, ofrecen una lista de los contenidos principales en cada página, tienen capacidad de búsqueda, se ofrece en varios idiomas, y cada página tiene un enlace con página inicial (Castellucci, 2007). Mientras más fácil de sea de acceder a la página, los visitantes podrán interactuar de manera positiva en relación a los servicios turísticos que se han presentado, disminuyendo el tiempo y espacio brindan mayor calidad y seguridad de información a las personas.

## **Las agencias de viajes y las certificaciones de calidad**

Las agencias de viajes en Europa han sufrido una transformación atenuada por el uso del internet y el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), convirtiéndose en un desafío para las agencias que incluyen dichas herramientas, ya que su uso contribuye a los procesos de reinter-mediación, dándole mayor visibilidad en el mercado y favoreciendo el acceso a sus productos por parte de todos sus clientes (Poyato, 2015). En la actualidad las agencias de viajes tradicionales han tenido que adaptarse a los cambios suscitados en su entorno, puesto que, la tecnología se ha convertido en una herramienta fundamental para sus usuarios.

En el panorama actual del turismo Pablo Redondo & Juberías (2003) describe que: En la actualidad, las empresas turísticas están en un proceso de redefinición de su modelo de negocio motivado por la rápida incorporación en su estrategia comercial de las nuevas tecnologías de la información. De un modelo basado en la comercialización de productos turísticos propietarios, están migrando a un modelo que combina la distribución de productos, con la prestación de un servicio de alto valor añadido para el cliente. Es decir, estamos pasando del turismo de productos al turismo de clientes. (p.7)

A pesar de que existe un gran desequilibrio en la distribución de la audiencia en Internet a nivel mundial y que en ese desequilibrio muchos países tienen consecuencias negativas como en Latinoamérica cuenta con sólo un 10% de la captación de señal de Internet entre su población, año a año el aumento promedio de usuarios es considerable. Tan sólo en el último año la cifra aumentó 17% llegando a los 176.3 millones de usuarios online en el 2014 (Amadeus, 2014)

Información de la Organización Mundial de Turismo (OMT) muestra que, a pesar de las difíciles condiciones del entorno internacional resultantes de la crisis económica iniciada en 2008, el sector de turismo internacional (viajes y transporte de pasajeros) mantuvo un comportamiento positivo con una mayor tendencia creciente en el último quinquenio que hizo que el número de llegadas de turistas internacionales a nivel global alcance 1,133 millones en el año 2014, lo cual significó un incremento positivo del 4.3% respecto al año previo y una

tasa de crecimiento anual del 4.1% en el período de los años 1990-2014. (Acebo, Palacios, & Quijano, 2016)

El turismo produce un efecto multiplicador en la economía del país, que se puede definir como la riqueza añadida o ventaja positiva que se crea por cada unidad de los gastos turísticos. Por ejemplo, el turista que se aloja en un hotel esto es realizar un gasto turístico, pero como consecuencia de esta ocupación el propietario del establecimiento tendrá que adquirir una serie de bienes de consumo, tales como alimentos, bebidas, agua y energía eléctrica, que repercutirán positivamente en estas empresas proveedoras, y así sucesivamente ya que el turista tendría una opción adicional de consumo según los productos ofertados en el mismo. (Pablo Redondo & Juberías, 2003)

### **Reseña Histórica de Quevedo**

Las mediciones territoriales y legalización de planos en estas montañas vírgenes fueron realizadas por el Agrimensor Timoteo Quevedo por la orden del Don José Calixto dueño de las tierras quien toma posición legal con escritura legal, cuando Don Calixto vendió un gran porcentaje de terreno a la Señora Carolina Estupiñán pidieron a Timoteo Quevedo que realice el levantamiento topográfico, en poco años Timoteo Quevedo no solo realizó mediciones sino también planifico el nacimiento de un centro poblado con iglesias, escuelas, etc.

Por este motivo los pobladores se acostumbraron a llamar a estas tierras con su nombre, el año 1943 el 7 de Octubre, por el presidente de la república Dr. Carlos Alberto Arroyo del Río por el entonces realiza la cantonización del Cantón Quevedo toda esta información se mantiene pública en el departamento de turismo de Quevedo, al igual que en varios blogs, y páginas webs.

### **Clima de la ciudad del Río**

Quevedo es una zona climática lluviosa subtropical, su temperatura habitual oscila entre los 20 a 33 °C y en verano llega hasta a los 36° C y en invierno la temperatura desciende hasta 17 °C. Las lluvias nacen mayoritariamente al este de la ciudad (en el **Cantón La Maná** está el epicentro principal). Con esto el **Cantón Quevedo** tiene precipitaciones en todos los meses del año y su precipitación anual oscila entre 3.000 a 4.000 mm.

## **Ubicación Geográfica de Quevedo**

El Cantón Quevedo se encuentra ubicado en la Región Costa del Ecuador, al Norte de la Provincia de Los Ríos, limitada al Este con el Cantón Quinsaloma y Ventanas, al Sur con Mocache, al Oeste con el Empalme, al Norte con Buena Fe y Valencia.

## **La Ciudad del Río Quevedo**

Un cantón próspero llamada Ciudad del Río por su majestuoso Río que lo atraviesa toda su extensión territorial separando al Centro de la Ciudad y a la Parroquia San Camilo, situado en el centro de la costa ecuatoriana. Sus antepasados dejaron un pueblo laborioso y pacífico que creció junto al río y por ello poseen una gran riqueza agrícola. Quevedo se encuentra entre los últimos pliegues andinos y las llanuras de la costa, es considerada como la quinta ciudad en importancia del país. Se caracteriza por ser uno de los puertos fluvial importante del País, para la accesibilidad tiene diversos puntos desde Guayaquil pasando por Babahoyo, Ventanas, desde Quito pasando por Sto. Domingo, Desde Cotopaxi pasando por Quinsaloma, desde Ambato pasando por la Maná y Valencia, un punto neurológico entre la Costa y la Sierra, se recomienda usar ropa ligera por el clima casi siempre caluroso, zapatos cómodos, bloqueador solar y repelente para mosquitos.

Los habitantes de la ciudad se caracterizan por ser personas amables, entregadas, trabajadoras, con muchas ganas de triunfar (A.María, 2012). También se puede disfrutar de paseos por las haciendas bananeras, cultivos de maíz, cultivos de cacao, fincas en donde se puede encontrar una variedad de árboles frutales, para probar la comida típica local se lo puede hacer en uno de los puestos de agachaditos locales que brindan comida tradicional como chanfaina, seco de gallina criolla, y muchos platillos más, también existen locales como los Chifas que brindan dentro del menú variedad de platos de comida china y también está el tradicional chaulafan preparado a base del arroz calentado este plato fue creado por los orientales en Quevedo, con el sabor original que aún se mantiene.

## **Turismo de Quevedo**

Quevedo tiene un profundo sentimiento artístico y cultural viva para compartir con los visitantes. En las calles se puede observar distintas manifestaciones públicas; al recordar

anécdotas del vivir pasado y leyendas con costumbres que están presentes hasta en las actuales generaciones. (A.María, 2012)

### **Agro turismo**

Las Haciendas y fincas agrícolas que producen banano, cacao, palma africana, cítricos, ciclo corto, frutales entre otros, son frecuentemente visitados por turistas nacionales en ocasiones por turistas extranjeros que buscan conocer el proceso productivo de estos cultivos y el desarrollo del campo agrícola, las zonas de producción están ubicadas a pocos kilómetros de distancia del Centro de Quevedo.

### **Atracciones turísticas de Quevedo**

Quevedo cuenta un gran número de atracciones turísticas que no son explotados y no son cuidados de forma responsable, los siguientes atractivos turísticos son:

#### **Malecón de Quevedo**

El malecón de Quevedo abrió sus puertas para el funcionamiento el 1 de Septiembre del año 2003, se calcula un aproximado de 1000 personas por semana frecuentan el Malecón para realizar compras o a disfrutar del ambiente con sus familiares y amigos observando el Río Quevedo.

En el presente año 2019 se inauguró la tercera etapa del Malecón de Quevedo en homenaje a la emancipación política del Cantón, en esta etapa se construyó una hermosa Plaza Cívica, áreas verdes, dos hitos luminarias y gran mirador que gana espacio de 17 metros del Río Quevedo a través de una plataforma de hormigón. En la parte céntrica se encuentra una rotonda en la que sobresalen 3 monumentos de los ex presidentes de la república en la parte izquierda el Ing. León Febres Cordero, en la parte de recha el Dr. Velasco Ibarra y en el centro el Gral. Eloy Alfaro Delgado.

#### **Museo Municipal**

El museo de la ciudad de Quevedo se encuentra ubicado en el mismo edificio que funciona la Biblioteca virtual, en donde se puede reencontrarse con la Cultura Milagro

Quevedo, los restos arqueológicos fueron grandes hallazgos en los territorios de Quevedo, la coincidencia del nombre de esta Cultura con el Cantón dan un fuerte en la atracción cultural, los objetos que se encontraron y están ubicados en las vitrinas del Museo Municipal son: los aretes, narigueras, herramientas de trabajo, objetos metales como oro plata, cobre etc. Una cultura conocida que contribuyo con el desarrollo socio económico pre hispánico del Ecuador.

### **Monumento del Día de la Madre**

Fue creado por el Club de Leones de Quevedo en el año 1965 y representa unos de los Símbolos más preciados para todos en la ciudad en representación del día de las Madres es un monumento muy especial que esta es culturado en piedra de carrara este monumento comparte las Av. Mas importantes del Cantón Quevedo.

### **La Iglesia San José**

La Iglesia San José De Quevedo fue creada en 1836 su primera construcción fue de caña, fue remodelada con el mismo diseño, en la actualidad esta iglesia tiene reliquias muy valiosas como el reloj que fue traído desde España junto con el crucifijo. El reloj que funciona con tres piezas fundamentales una sirve para marcar la hora, este reloj que tiene su funcionamiento desde 1953.

Las Campanas que fueron entregadas desde 1893 y tienen 115 años de existencias y funcionan manualmente desde hace muchos años, por eso hace que esta iglesia sea una de las reliquias más importantes de Quevedo, esta iglesia se encuentra ubicado en el centro de Quevedo frente al Parque Central.

### **La Pileta el Atascoso**

La pileta del Atascoso es un atractivo increíble para las personas que ingresan a nuestra ciudad, fue creada en el año 2000, la pileta es digna de admiraren el atardecer y las noches por los flujos de agua en un juego de luces acuáticas, esto hace un bello atractivo en donde se pueden tomar fotografías como los mejores recuerdos de Quevedo, lleva en su parte superior a los héroes del Cenepa con el firme propósito de rescatar nuestros valores cívicos.

## Gastronomía de Quevedo

Cuenta con excelentes platos de comida típica local, cada familia le pone su sazón sin perder la presentación tradicional del plato así las tradiciones ancestrales para la reparación de la comida se van pasando de generación en generación, a continuación, se describen algunas de las comidas tradicionales del Cantón.

- **Bistec de Hígado:** Un sabor exquisito que se sirve con el bistec de hígado acompañado por patacones y arroz.
- **Bollos de Pescado:** La dama, chame, bagre y el bocachico, forman parte del apetitoso relleno de los bollos, verde rallado, refritos y pescado se envuelven en hojas de plátano verde en ollas para coserse y dar el mejor sabor al exigente paladar.
- **Estofado de bocachico:** El pescado de agua dulce le da el sabor al estofado. Los condimentos rallados, el verde acompañado de arroz y una salsa picante en ají.
- **Chanfaina:** Unos de los platillos más consumidos por las personas, arroz, tallarín, y el ingrediente principal son el hígado, corazón, orejas de chancho.
- **Seco de Gallina Criolla:** En un negocio de comida este platillo tiene mucha demanda un sabor delicioso para un paladar exigente como de los turistas, se sirve acompañada de una porción de arroz, patacón y lo principal la presa de la gallina criolla.
- **Chaulafán:** Inventada por los Orientales en Quevedo.

## Cultura y tradiciones de la Ciudad del Río

Las festividades de Septiembre y Octubre, se presentan como una magnífica oportunidad para mostrar los mejores valores y elementos culturales, históricos, tradicionales del Cantón, con su gente noble y organizada para realizar los mejores eventos tradicionales Quevedo es una potencia turística de la Provincia. Tradiciones que se mantiene:

**El Rodeo Montubio:** El rodeo montubio, es una fiesta que tiene lugar el 12 de octubre, fecha del descubrimiento de América. En el Día de la Raza el campesino exhibe su destreza, y sus costumbres en una fiesta que ya es tradicional.

**Rondas Quevedeñas:** Va acompañada de comparsas, bailes tradicionales, las autoridades del Cantón, Reina de Quevedo, estudiantes de Escuelas y Colegios con sus presentaciones, recorren por las avenidas principales de Quevedo.

### **Las TICs en el Turismo de Quevedo**

El internet es de gran utilidad para la sociedad, las páginas webs Oficiales, redes sociales, han sido una forma de compartir toda la información necesaria para el público como actividades realizadas y que se pueda realizar en el lugar, Quevedo también utiliza estas TICs para dar a conocer sus puntos de atracción turística con información básica de cada uno de ellos como el Parque Bocachico, Malecón de Quevedo, Palacio del Cristal, El Parque Central, espacios de recreación y para la diversión nocturna se puede visitar los bares y discotecas, pero ninguno de estos sectores se han desarrollado como potencia turística para dar realce al Cantón.

Estos últimos años Quevedo no ha desarrollado potencialmente en el turismo, tampoco se ha promocionado regularmente, en gran parte sus atracciones turísticas se han deteriorado poco a poco, lo que se ha seguido manteniendo son sus festividades locales las cuales son transmitidos por medios de comunicación local, en el primer trimestre del año 2019 se ha dado un pequeño giro hacia el turismo empezando con Malecón de Quevedo y una limpieza en los bajos del Palacio del Cristal todas estas actividades constan en la Página Oficial de GAD de Quevedo, las TICs ayudarán a mejorar la organización social interna para explotar nuevas atracciones como la Ruta del Río, Boque de Bambú que se encuentra en las extensiones territoriales de la Fuerzas Armadas 26 Cenepa de Quevedo.

### **La Incidencia de las TICs en el Sector Turístico de Quevedo**

Existen varias Agencias de Viajes, Hoteles, Hostales, Bares, Discotecas quienes utilizan las TICs de manera frecuente para promocionar sus servicios o veneficios, las TICs son de gran utilidad para su desarrollo económico y sobre salir ante la competencia, aunque

esto no haya generado desarrollo Turístico, el Departamento de Turismo en conjunto con el GAD de Quevedo son quienes contienen información básica en sus sitios webs y difunden el turismo mediante redes sociales como las festividades culturales, ferias gastronómicas que se realizan cada año.

Durante mucho tiempo se ha venido realizando las festividades tradicionales, los días de las festividades son transmitidas por los canales de comunicación local, utilizando las nuevas tecnologías como drones para grabar desde las alturas y brindar seguridad de todas las actividades que realizan.

### **Agencias de Viajes**

Son quienes organizan y miden los paquetes o servicios turísticos para mejorar su organización en los procesos automatizados. Las TICs que utilizan las Agencias de viajes son plataformas virtuales como AMADEUS, SABRE, para cotizar los vuelos de viaje y para los paquetes turísticos contactan con operadoras turísticas a nivel mundial, pero NO cuentan con paquetes turísticos o proyectos para la elaboración de uno y funcionar dentro de Quevedo, pero son de gran ayuda para las personas que viajan fuera del país por motivos de estudio o de ocio dando una facilidad para estos usuarios, pero no traen a viajeros o turistas extranjeros a que visiten Quevedo.

### **Hoteles y Hostales**

Un gran porcentaje de los Hoteles de Quevedo se encuentran registrados en páginas como en booking.com, trivago, detecta hotel, tripadvisor, kayak y otras, en donde se cotizan la variedad de precios de las habitaciones, estas TICs han sido de gran utilidad para mejorar el mercado competitivo en la actualidad los Hoteles de Quevedo brindan buen servicio de alojamiento para personas de negocios (empresarios), o servidores públicos, pero no se han registrado turistas extranjeros que llegan por ocio al sector o si alguno de ellos llega como turista sus visitas son realizadas en cantones cercanos a Quevedo.

## **Bares y Discotecas**

Como en toda ciudad del mundo existen un lugar para disfrutar con familia, amigos, y pareja, en Quevedo también se hacen presente para brindar sus servicios nocturnos con excelente seguridad y comodidad, las personas que llegan a disfrutar del ambiente nocturno realizando consumos moderados de alcohol, disfrutan de las músicas actuales, tradicionales, y sobre todo los jóvenes frecuentan estos lugares fortaleciendo relaciones sociales y compartiendo sus experiencias mediante las redes sociales, estos lugares también brindan servicios para eventos familiares, fiestas de cumpleaños, despedidas de solteros y más eventos dependiendo el lugar.

### **2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación**

En relación al Turismo Interno en Ecuador –asociado principalmente a la recreación y al descanso-, poco se conoce acerca del comportamiento vacacional de los ecuatorianos dentro del país dado que no se cuenta con información estadística oficial disponible a la fecha, ni un perfil del visitante interno sea éste “excursionista” o “turista”, y otros estudios que nos permitan caracterizarlo, con lo cual es difícil hacer precisiones a este respecto.

Además, tal como se señala en una publicación de DITURIS “Las Vacaciones de los Ecuatorianos en 1.981”, difícilmente se ha asociado la semántica del turismo con el movimiento que se realiza en el territorio por parte de los propios ecuatorianos en distintas épocas del año, aprovechando los fines de semana, feriados, vacaciones escolares, comisiones de servicio y otros propósitos. (PLANDETUR2020, 2007)

Construir el Estado plurinacional e intercultural para el Buen Vivir

Potenciar los mecanismos y los espacios de articulación y diálogo entre el Estado y las comunidades, los pueblos y las nacionalidades, con un enfoque intercultural.

Apoyar la conformación de las circunscripciones territoriales indígenas, afroecuatorianas y montubias, de acuerdo a lo establecido en la Constitución.

Establecer mecanismos en las distintas entidades estatales, a fin de que el enfoque plurinacional e intercultural sea parte constitutiva de la generación de políticas públicas y de la gestión pública.

Impulsar la prestación de servicios públicos diferenciados, adaptados a la cosmovisión y los enfoques de los pueblos y nacionalidades.

Promover la incorporación de profesionales de las nacionalidades y los pueblos en la administración pública, sin ningún tipo de discriminación.

Generar mecanismos de resarcimiento y acción afirmativa que permitan superar los procesos históricos de exclusión de las nacionalidades y pueblos.

Definir lineamientos de protección y apoyo de las nacionalidades y los pueblos en riesgo de desaparecer y/o en aislamiento voluntario.

Establecer mecanismos que permitan garantizar los derechos de los pueblos y las nacionalidades sobre el uso de los territorios ancestrales. (Plan nacional, 2013)

Las TIC en el sector turístico llevan a los actores de la red a considerar distintos sentidos y significados de la tecnología y a generar, a través de la diversidad, los discursos y las prácticas, desde el Tercer Mundo, la posibilidad de invención y reinención tecnológica para el empoderamiento ante un proceso de globalización informacional cada vez más dominante. (Jiménez, 2010)

En los últimos años el turismo se ha ido desarrollando mundialmente; el Ecuador podría ser uno de los países Latinoamericanos potencial para el turismo ya que posee las condiciones geográficas, topográficas y socio – económicas, si se aprovechará esta particularidad en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros como oportunidad de crecimiento económico. (Moncayo, Boza, Kang, & Núñez, 2016)

Las redes de información según Gómez y Martínez, (2001) citado en (Jiménez, 2010) son parte fundamental tanto en el Infodesarrollo como las demás redes sociales de la región consideran que la superación de la brecha digital requiere de grandes esfuerzos. En primera

instancia, en torno a la conectividad, entendida como la masificación de infraestructura que aumenta las posibilidades que existen para acceder a la información mediante las TIC. Para esto se hace necesaria la implantación de infraestructura tecnológica para el acceso y conectividad a Internet y sus aplicaciones como medio para proveer un desarrollo comunitario sostenible. En el caso de Infodesarrollo, este tema se asocia a instituciones que buscan que la sociedad civil acceda, de manera masiva, a redes de datos para compartir información, difundir conocimiento y crear redes sociales.

A nivel nacional el país cuenta con grandes riquezas patrimoniales como historia, culturas y tradiciones localizadas en varias provincias, el clima es una de las riquezas que tiene el país para los visitantes, toda esta masa de atracción turística es difundida mediante las TICs brindando la oportunidad de interactuar a los turistas.

Las TICs han revolucionado la forma de comunicación entre los individuos, configurándose las redes sociales como la principal vía de comunicación entre las personas, en detrimento del contacto “cara-cara”. (Pachón, 2014)

La TICs son una fuente de gran importancia en la actualidad por la rapidez que fluye la información, las redes sociales que están en la cima conectando a todo el mundo, en segundos se puede compartir información con un gran número de personas de forma directa e indirecta.

La forma de utilizar nuestro tiempo de entretenimiento se ha modificado considerablemente, especialmente entre los jóvenes, los cuales dedican la mayor parte de este tiempo en la utilización de aparatos electrónicos: video-consolas, smartphome, pc, etc, así como en el uso de las redes sociales (Pachón, 2014)

Los principios que han guiado a la economía durante una centena se han hecho obsoletos y para reemplazarlo ha surgido una nueva economía, la cual, está basada en innovación, conocimientos e ideas, elementos claves para la creación de puestos de trabajo y estándares de vida superior, los cuales son incorporados a los bienes y servicios.

La revolución informática comienza con la explosión de los chips y el hardware, cuyo crecimiento condujo al florecimiento del software y los equipamientos de telecomunicaciones,

seguidos por la explosión de internet y así sucesivamente, las nuevas evoluciones tecnológicas son el futuro de la economía mundial.

La electrónica existía ya desde comienzos de siglo y en cierta manera fue decisiva en los años veinte; los transistores, semiconductores, computadoras y controles eran ya tecnologías importantes para los sesenta y aun antes. Sin embargo, es sólo el microprocesador en 1971, cuando el nuevo y vasto potencial de la microelectrónica barata se hace visible, la noción de ‘una computadora en un chip’ enciende la imaginación, y todas las tecnologías relacionadas con la revolución informática se reúnen en una poderosa constelación. (Alomoto & Villacrés, 2013)

La tecnología está al alcance de todos, unos tienen mayor conocimiento que otros por ejemplo los jóvenes tienden a entender más rápido el funcionamiento de mismas, pero eso no quiere decir que den un buen uso, las TICs son el mejor medio para difundir información turística generando potencial local, nacional e internacional.

Las TIC en la región, Info-desarrollo incorpora un grupo de organizaciones que aplican las TIC en el desarrollo rural. Esto con el fin de impulsar el uso de las TIC como medio para fortalecer las comunidades de base, buscando que el acceso a las TIC influya positivamente en la forma de vivir de comunidades que habitan en lugares normalmente apartados y privados de los principales servicios (Jiménez, 2010). Este medio ayuda una comunicación directa con personas de diferente rango laboral.

Las TICs según la OMT consideran como una lista de los contenidos principales en cada página o sector del turismo, tienen capacidad de búsqueda, se ofrece en varios idiomas, y cada página tiene un enlace con página inicial (Castellucci, 2007)

Por las nuevas innovaciones, Alomoto & Villacrés (2013) mencionan que: La nueva economía se caracteriza por suponer cambios en la comprensión del sistema socio económico: en el cual los mercados se vuelven dinámicos a diferencia de la estabilidad que la economía tradicional vivió durante el siglo XX, la competencia deja de ser nacional y pasa a ser mundial, las estructuras organizativas dejan de ser burocráticas y jerárquicas para

interconectarse, la movilidad geográfica de las empresas aumenta logrando crecimiento en la competencia entre las regiones.

El enfoque estratégico del Sistema de Calidad Turística Española se basa en provocar el salto tecnológico que viene determinado por la implantación simultánea de un sistema de certificación específico (normas + certificación + marca) y del impulso necesario para lograr un cambio cultural en cada empresa y entidad que les hará orientarse hacia el enfoque empresarial de la Calidad Total y de la mejora continua, provocando los necesarios cambios organizacionales y metodológicos. Para este objetivo se cuenta con las correspondientes herramientas de implantación de la calidad que se han diseñado o adecuado a la medida del sector turístico.

Desde el punto de vista informático el objetivo a llevar a cabo es la creación de la red global del Sistema de Calidad, que permita la comunicación de los tres niveles de estructura definidos en todos los sectores que hasta la fecha se han incorporado al Sistema. Además, se deben implementar todas las aplicaciones de soporte a las herramientas desarrolladas en los sectores que no estén ya desarrolladas. Así mismo es preciso mecanizar las herramientas y procesos del sistema de auditoría interna y de certificación. Además, la realización de estos trabajos será vital para avanzar en el modelo del Sistema de Calidad Turística Española y en especial en la relación entre estos sistemas de certificación y los de mejora continua. (Valles, 1999)

### **Los servicios en la economía del conocimiento y las TIC**

Según Garrido (2009) menciona que tradicionalmente, en el análisis económico y en las políticas públicas se ha tratado a los servicios como un componente residual o complementario de las actividades productivas en los sectores industriales y agropecuarios. Así mismo se consideraba que los servicios eran actividades poco dinámicas, con bajo impulso hacia la innovación y baja productividad. Los servicios son fuertemente afectados por los nuevos paradigmas tecnológicos. Las TIC constituyen una tecnología de uso general (General Purpose Technology, GPT) con efectos muy amplios en la economía. (p.7/8)

### **2.1.2.1. Antecedentes investigativos**

En el proyecto de investigación se caracterizan las Tics en donde Valles (1999) manifiesta que la:

**Digitalización:** Introducir el material impreso al ordenador.

**Interactividad:** Emisor y receptor intercambian información, es decir, el receptor creará un mensaje y se lo enviará al que antes había sido su emisor y viceversa.

**Diversidad:** Son muchas las tecnologías que desempeñan varias funciones.

**Innovación:** En cortos periodos de tiempo se dan lugar grandes avances tecnológicos. Es muy importante saber seleccionar la información requerida en cada momento.

### **2.1.2.2. Categorías de análisis**

**Categoría de análisis 1:** Uso de las TIC's en el Turismo

**Definición:** Proceso cuyo objetivo básico, es facilitar la información a cada persona que resida en Quevedo con la finalidad de difundir mediante redes sociales las actividades turísticas que posee este Cantón.

**Operacionalización de las subcategorías**

- Desarrollo económico
- Relaciones Sociales
- Actividad comercial

**Categoría de análisis 2:** Incidencia de las TIC's en el turismo de Quevedo

**Definición:** La tecnología no tiene límites cada día sus avances son increíbles facilitando a las personas para transmitir información, las redes sociales son utilizados como medios de comunicación por muchos usuarios en el cantón.

## **Operacionalización de las subcategorías**

- Facilidad de Comunicación
- Uso inadecuado
- Desarrollo tecnológico

### **2.1.3. Postura teórica**

El concepto de Tecnologías de la Información y de la Comunicación es muy amplio y su origen se remonta al siglo XIX con la invención de otros mecanismos que facilitaron la transmisión de información y la comunicación, como por ejemplo el telégrafo, el teléfono y más tarde la televisión y la radio, conocidos como "antiguas tecnologías". Por su parte el ordenador, los satélites, la telefonía móvil e Internet se consideran como "nuevas tecnologías" (Cámpora, 2013)

Las Tecnologías de información y la comunicación son herramientas tan importantes hoy en día que se han convertido en aliadas de los consumidores. El Turismo no es una excepción, apps de destinos, apps para verificar transporte local y excursiones son algunas de las novedades que ofrece ese renglón de la tecnología a nuestro sector.

Uno de los avances que me pareció bastante interesante en la ciudad de Barcelona la cual tuve la oportunidad de visitar luego de culminar la fase presencial en Madrid fue la tecnología NFC, Near Field Communication por sus siglas en Ingles y consiste en comunicar de forma inalámbrica dos dispositivos para el intercambio de datos. En esta ciudad la tecnología NFC juega un papel importante en el sector transporte ya que permite acercar tu dispositivo (que tenga tecnología NFC) a torres indicadas con dicho símbolo y automáticamente abre un link en tu Smartphone indicándote el próximo autobús, el número de dicho autobús, las paradas y demás informaciones relevantes para tu viaje, esto es de suma importancia si eres un turista que no tiene conocimiento pleno de las rutas en la ciudad.

Lo importante de esta innovación por parte de la ciudad de Barcelona es que no solo está pensado para turistas y visitantes sino también para sus propios ciudadanos ya que engloba otros posibles usos de dicha tecnología como energía, salud, educación, vigilancia, economía, entre otras. (Lockward, 2015)

Una de las “estrategia de mercadeo online” es el uso de redes sociales como Facebook, Twitter, y LinkedIn, entre otras permite para la promoción comercial en países del mundo y Ecuador, convirtiéndose en un índice que marca el potencial del crecimiento electrónico en Ecuador gracias al aumento de la participación en las redes sociales, las mismas que facilitan a las PYMES el acceso a los mercados y además son instrumentos que se emplean para el posicionamiento de marcas o de nuevos productos entre las empresas de la misma actividad, entre otros usos, cada uno de ellos dan un excelente funcionamiento a las TICs para proporcionar información.

Las TIC son un instrumento esencial en el desarrollo de los sectores productivos de los países en desarrollo como los latinoamericanos. Es innegable que agilizan los procesos productivos, que acortan las distancias entre empresas y consumidores, facilitando a las pequeñas y medianas empresas la posibilidad de acceder al mercado mundial a menor costo. Han generado nuevas formas de hacer negocios por medio del comercio electrónico o vía la Web.

El desarrollo de las tecnologías han contribuido tanto en la mejora de la calidad y cantidad en el intercambio de información, así como en la eliminación de las barreras que existían entre la localización de donde se producía la información y donde se encontraban los individuos. En estos momentos tanto la distancia como la localización donde se encuentren ambos ya no es impedimento, ya que las nuevas tecnologías permiten el acceso a la información sin tener en cuenta ambos parámetros. (Pachón, 2014)

Otro aspecto que no debemos olvidar, es la contextualización de dichos avances tecnológicos dentro de un determinado marco socioeconómico, ya que su evolución y perfeccionamiento depende y dependerá en gran medida de las condiciones sociales y económicas del país donde se desarrollen. Por ello, que el cambio tecnológico debe ser

entendido en el contexto de la estructura social donde la tecnología se encuentra implantada.

Por último, cabe señalar que los avances tecnológicos que se producen diariamente debido al progreso y a los continuos descubrimientos en el campo de la ciencia hacen que, lo que hoy podemos considerar puntero en cuanto a tecnología, en un periodo relativamente corto, podrá considerarse obsoleto. (Pachón, 2014)

## **2.2. HIPÓTESIS**

### **2.2.1. Hipótesis General o Básica**

El uso inadecuado de la tecnología y la falta de información actualizada afecta en el desarrollo del turismo del cantón Quevedo.

### **2.2.2. Sub-hipótesis o Derivadas**

El uso de las TICs genera un mejor flujo turístico en el mercado competidor del Cantón Quevedo.

Determinando el acceso al uso de las tecnologías en el entorno turístico de Quevedo mejorará el desarrollo local.

Elaborar un plan de capacitación que facilite el acceso, uso y adopción de las TICs en el sector turístico de Quevedo.

### **2.2.3. Variables**

#### **Variable Independiente:**

Las TIC's y su Incidencia

#### **Variable Dependiente:**

El Sector Turístico de Quevedo

## CAPITULO III

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

##### 3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

La población es el grupo de individuos que habitan en una determinada zona donde se realiza la investigación. En la presente investigación se consideró una población de estudio determinada en la totalidad del personal de trabajo en las agencias de viajes, hoteles, profesionales en Turismo, departamento de turismo ubicados en el Cantón Quevedo, Provincia Los Ríos.

Se tomó en consideración una población de 12 personal de agencias de viajes, 45 personal de hotel, 15 personal del departamento de turismo y 50 profesionales en turismo, la misma que facilitará el estudio y la investigación.

*Figura N° 2*

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	%	MUESTRA	%
Personal de Agencia de Viajes	12	10%	6	10%
Personal de Hotel	45	30%	38	30%
Personal de Departamento de Turismo Quevedo	15	12%	9	12%
Profesionales en Turismo	50	48%	41	50%
Total	122	100%	94	100%

*Elaborado por: Isidro Matailo*

*Fuente: Cantón Quevedo*

### 3.1.2. Análisis e interpretación de datos

Encuesta dirigida al personal que labora en los sectores vinculados al turismo local.

¿Conoce las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's)?

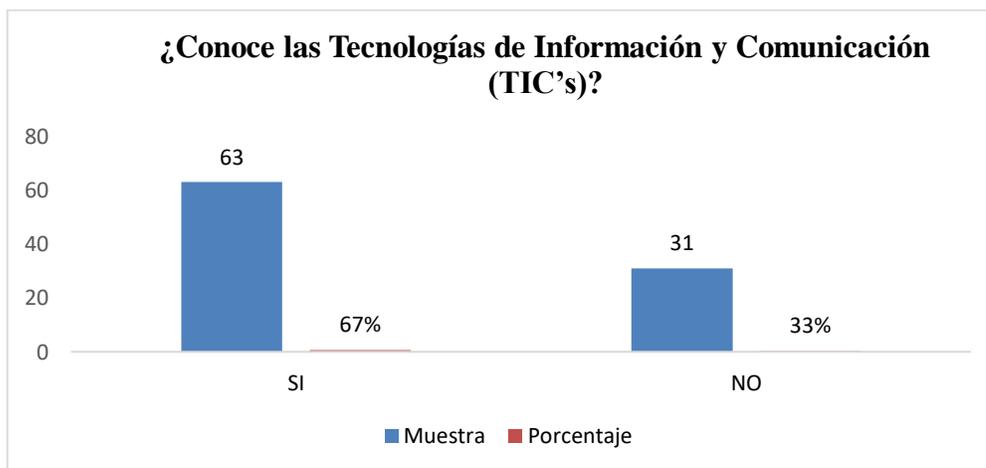
Tabla #1

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	63	67 %
NO	31	33 %
<b>TOTAL MUESTRA</b>	94	100 %

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico #1



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** El 67 % de los sectores relacionados al turismo están familiarizados con las tecnologías de información y el 33% no conocen el significado de las TIC's o cuales de ellos están utilizando.

**Interpretación.-** Las personas que están trabajando en los diferentes sectores turísticos no tienen el conocimiento de lo que significa las TIC's.

## ¿Con que frecuencia usted utiliza las redes sociales?

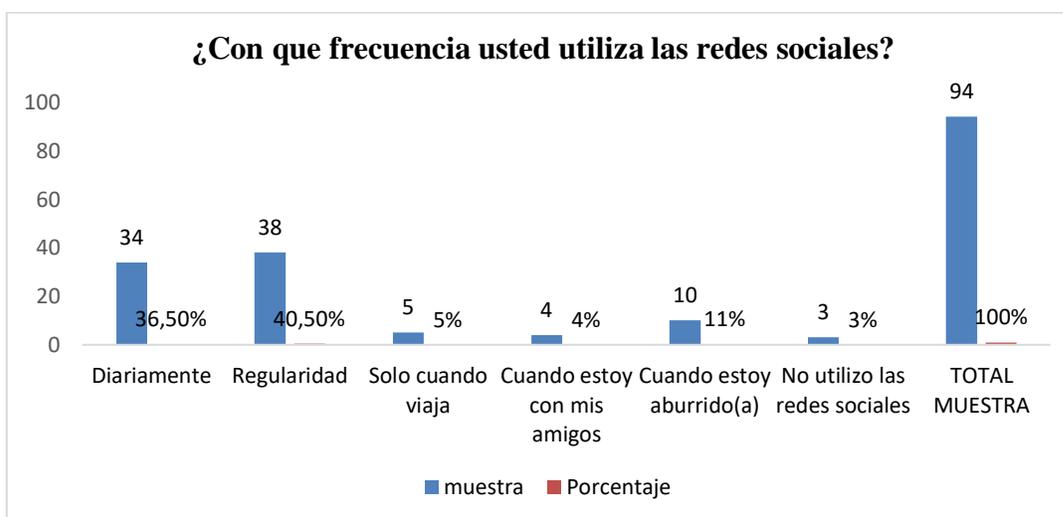
Tabla #2

Diariamente	34	36,5 %
Regularidad	38	40,5 %
Solo cuando viaja	5	5%
Cuando estoy con mis amigos	4	4%
Cuando estoy aburrido(a)	10	11%
No utilizo las redes sociales	3	3%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico #2



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** Las redes sociales en Quevedo son utilizadas diariamente en un 36,5 %, un 40,5% con regularidad, cuando solo viajan un 5%, el 4% cuando están con sus amigos, cuando están aburridos el 11% y el 3% menciona que no utilizan las redes sociales.

**Interpretación.-** Para muchos una red social es un medio de comunicación aun que aprovechen sus funciones y ventajas , por lo que las personas en Quevedo lo utilizan con regularidad.

## ¿Cuáles son los motivos para utilizar las redes sociales?

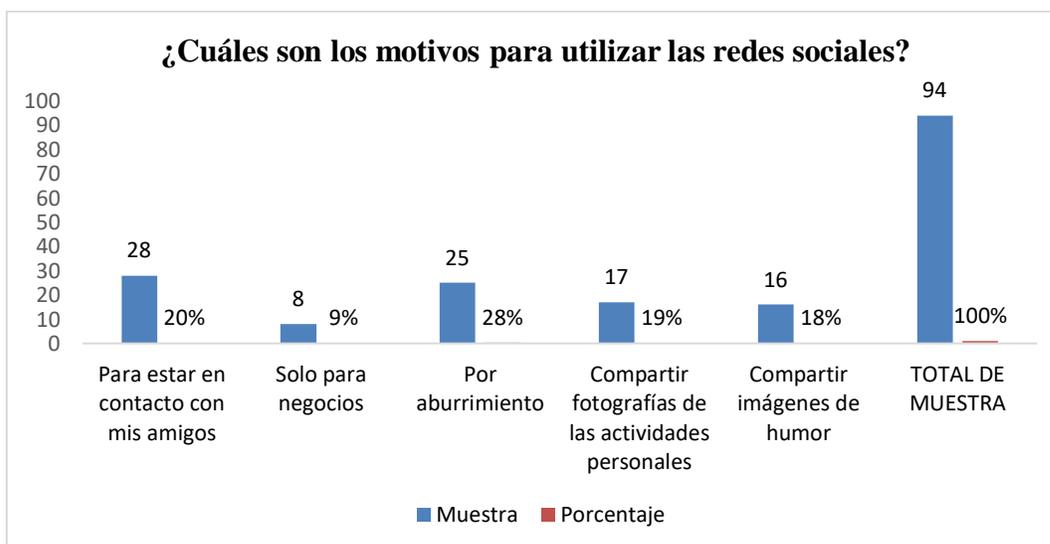
Tabla #3

Para estar en contacto con mis amigos	28	20 %
Solo para negocios	8	9 %
Por aburrimiento	25	28 %
Compartir fotografías de las actividades personales	17	19 %
Compartir imágenes de humor	16	18 %
<b>TOTAL DE MUESTRA</b>	94	100 %

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico #3



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** El 28% de las personas utiliza las redes sociales por aburrimiento, el 20% para contactarse con sus amigos, el 19% es para compartir fotografías, el 18% es para compartir imágenes de humor y el 9% lo hace por negocios.

**Interpretación.-** Las redes sociales han evolucionado a gran escala conectando a todo el mundo ahorrando tiempo y espacio, dando la facilidad de interactuar con una información en tiempo real, para muchos estas son solo un medio para quitarse el aburrimiento o compartir imágenes de humor en donde sus seguidores podrán opinar o dar sus comentarios de acuerdo al contenido que fue compartido por el emisor.

**¿Considera usted que el cantón Quevedo se deben promocionar los atractivos turísticos en páginas web o medios electrónicos?**

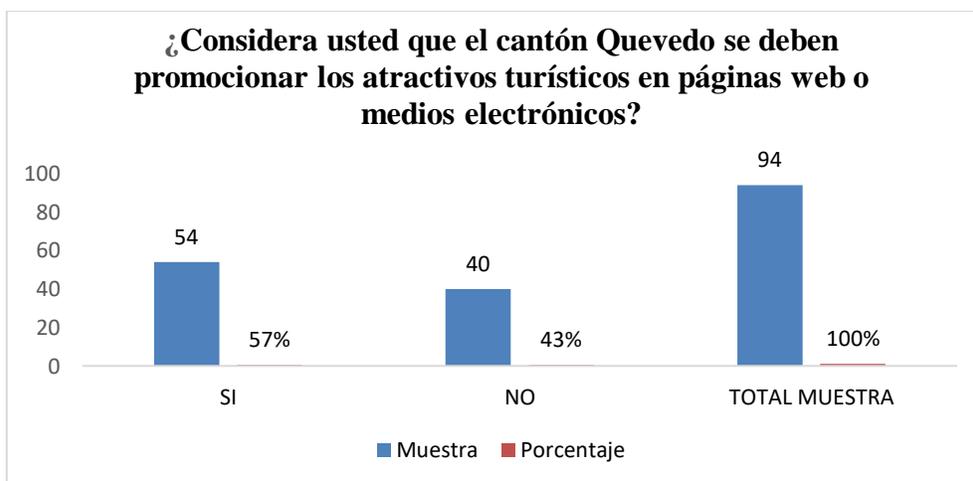
Tabla #4

<b>SI</b>	54	57 %
<b>NO</b>	40	43 %
<b>TOTAL MUESTRA</b>	94	100 %

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico #4



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** Según la encuesta realizada el 57% considera que se debe promocionar los atractivos mediante las páginas webs o medios electrónicos, y el 43% lo considera como negativo para el turismo local.

**Interpretación.-** Un gran porcentaje de personas que laboran o están relacionadas al turismo dan a conocer que en el Catón Quevedo existe atractivos turístico sin influencia o que no ayudan al flujo del turismo local, los sectores considerados anteriormente como atractivos están deteriorándose por la falta de mantenimiento de las autoridades y el cuidado de las personas.

## ¿Ha difundido uno de estos atractivos turísticos y que porqué medio lo hizo?

Tabla #5

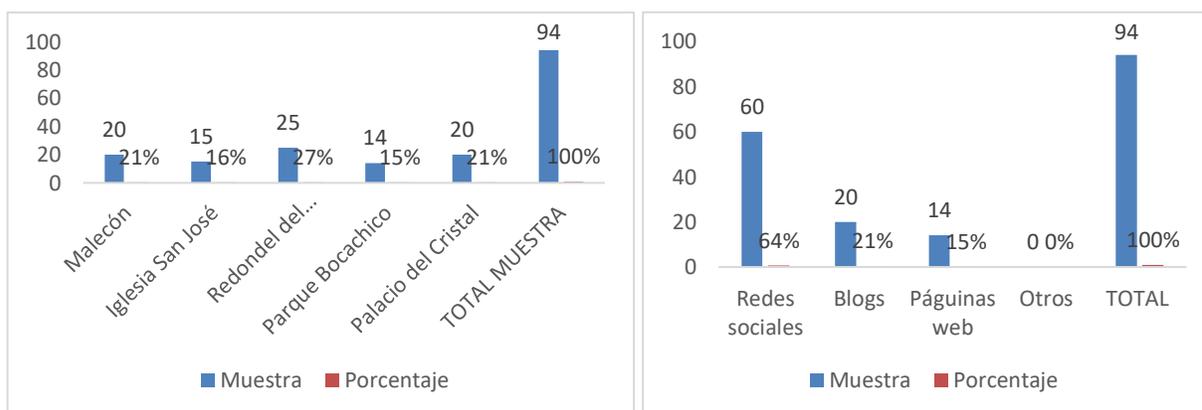
Atractivos	Muestra	Porcentaje	Medios	Muestra	Porcentaje
Malecón	20	21%	Redes sociales	60	64 %
Iglesia San José	15	16%	Blogs	20	21 %
Redondel del Atascoso	25	27%	Páginas web	14	15 %
Parque Bocachico	14	15%	Otros	0	0 %
Palacio del Cristal	20	21%			
<b>TOTAL MUESTRA</b>	94	100%	<b>TOTAL</b>	94	100 %

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico #5

## ¿Ha difundido uno de estos atractivos turísticos y que porqué medio lo hizo?



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** El atractivo más difundido según la encuesta es Redondel el Atascoso con el 27%, seguido por el malecón y el palacio del cristal con el 21%, la Iglesia San José con el 16% y el Parque Bocachico con el 15%, estos lugares fueron difundidos con el 64% en redes sociales, 21% en Blogs, en páginas web el 15% y el 0% no han utilizado otro medio.

**Interpretación.-** Cada sector tiene su encanto para atraer a las personas, mientras más sea la evolución digital con mayor facilidad se podrá compartir las culturas locales y más.

**¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejore la gestión de los recursos turísticos?**

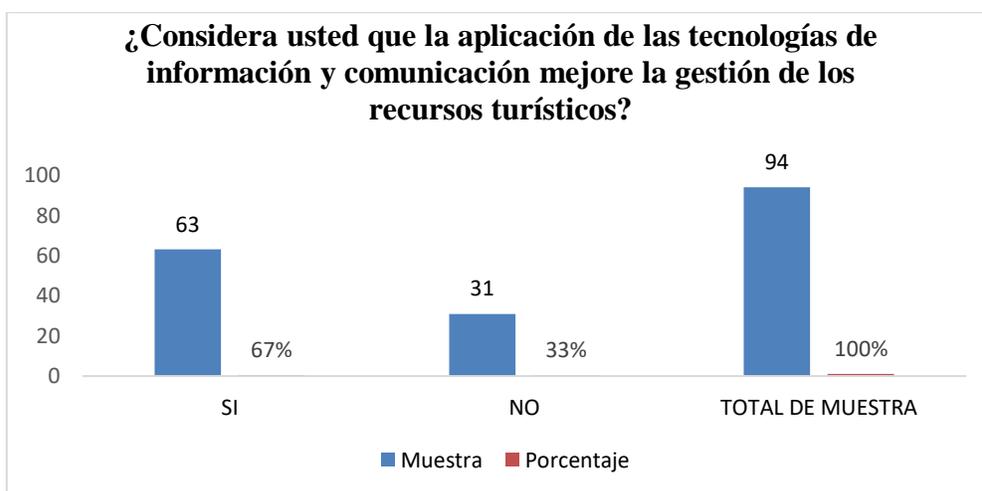
Tabla #6

<b>SI</b>	63	67 %
<b>NO</b>	31	33 %
<b>TOTAL DE MUESTRA</b>	94	100 %

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico #6



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** Según las encuestas realizadas las tecnologías de información y comunicación serán de gran utilidad con el 67% de aceptación y el 33% no creen en el desarrollo local como potencia turística.

**Interpretación.-** Las facilidades de usar un medio digital para difundir un sector turístico hace que la publicación sea más dinámica.

## **3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.2.1. Específicas**

- A través de las encuestas realizadas al personal de los diferentes sectores turísticos de Quevedo, se ha podido averiguar el porcentaje del turismo que utiliza de forma correcta e incorrecta las TIC's a la hora de planificar la venta de sus servicios. Tal y se ha observado que estos sectores no aprovechan en su totalidad las ventajas de las TIC's, principalmente para la búsqueda productos turísticos.
- El impacto de las TIC's en las agencias de viajes tiene un porcentaje alto para el uso de las mismas, por ejemplo, para la cotización de viajes y paquetes turísticos. También las agencias de viajes se encuentran en desventaja ante la aparición de las TIC's aún más con su evolución, y se han tenido adaptarse a sus operaciones por la gran cantidad de demanda que tienen los medios digitales, para poder seguir laborando como empresas estas se han reducido como competencias físicas para formar parte de un medio virtual o digital. Por ejemplo, el poder competir con las tarifas, precios de los servicios que ofrecen en Internet.
- El conocimiento sobre los medios digitales es débil a pesar de que muchas personas utilizan las redes sociales en Quevedo y un porcentaje del personal que laboran en sectores turísticos no tienen el conocimiento suficiente de las funciones positivas que tienen los medios digitales, en realidad lo que son o abarcan las TIC's para ellos es medio para contactarse con amigos, como medio tangible e intangible son las redes sociales son medios de comunicación al igual que la radio, prensa o TV, estas tecnologías hacen que todo sector evolucione y genere desarrollo turístico.

### **3.2.2. General**

- En el turismo de Quevedo las TIC's pueden ayudar a crecer como una potencia para el desarrollo local, mejorando la economía y el flujo de visitantes en cada uno de los atractivos, el mismo que con un manejo adecuado de los medios digitales se pueda difundir y hacerse conocer nacional e internacionalmente.

### **3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

#### **3.3.1. Especificas**

- Conocer las diferentes ventajas y formas de utilizar un medio digital para aprovechar todas las disponibilidades que ofrece el mundo tecnológico, llegando a formar empresas, negocios electrónicos manejando todas sus operaciones desde un ordenador.
- Mejorar la distribución de información de los servicios turístico con un manejo adecuado de los medios digitales como páginas web, blogs, redes sociales entre otros.
- Mientras el turismo empiece a desarrollarse con la ayuda de las TIC's es recomendable seguir creando nuevos atractivos con servicios únicos generando buenas expectativas a quienes deseen conocer Quevedo.

#### **3.3.2. General**

- Fortalecer las conexiones de empresas turísticas como hoteles, agencia de viajes, empresas de transporte, para crear un flujo de turismo en el cantón es necesario que estos sectores trabajen en conjunto para estandarizar las tarifas de los servicios.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA DE APLICACIÓN

#### 4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1.1. Alternativa obtenida

Capacitación sobre uso adecuado de las herramientas TIC's para mejorar el desarrollo turístico de Quevedo.

##### 4.1.2. Alcance de la alternativa

En los diferentes sectores vinculados al turismo de Quevedo se ha evidenciado que existen falencias para distribuir información turística mediante los medios digitales, por ende, es necesario fortificar cada una de las debilidades existentes, por lo tanto, el investigador propone efectuar capacitación digital para fortalecer y mejorar el uso de las herramientas TIC's, esto permitirá el desarrollo turístico, económico, social, cultural y gastronómico dando paso a la afluencia turística.

Las capacitaciones que se realizará para mejorar el manejo de las herramientas TIC's está dividida en tres secciones: página web, las TIC's y redes sociales cada una de estas se encuentran vinculadas entre si con funciones específicas para el turismo.

En cuanto al turismo local se fortalecerá con un principio en los valores que serán inculcados en las nuevas generaciones de la comunidad Quevedeña para un mejor el desarrollo.

Mediante las capacitaciones digitales sobre el uso adecuado de las herramientas TIC's se puede obtener una oportunidad aún mayor en el ámbito económico social, mejorando los servicios de cada sector turístico y abriendo camino al turismo de Quevedo a nivel nacional e internacional. Las formas encaminadas a la fidelidad de todos los clientes en el sector. La relación con el cliente no finaliza tras la contratación del servicio, todo esto continúa durante la estancia y posteriormente a la contratación del servicio.

### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

#### **4.1.3.1. Antecedentes**

Las capacitaciones sobre el uso de las TIC's para las personas interesadas en aprovechar la tecnología que tienen en sus manos podrán acceder con facilidad, para todo conocimiento existen valores que se deben tener en cuenta en este caso es la responsabilidad que deben tener para el uso adecuado de los medios digitales o redes sociales.

Un medio digital es la forma más rápido de hacerse conocer, economizando gastos, ahorrando tiempo, dando una facilidad de acceso para todos, la evolución de las tecnologías no tiene límites con su aparición todo sector empresarial debe dar utilidad o mantenerse sujeta de estas para mantenerse dentro del mercado competidor e ingreso económica estable, con la cantidad de funciones positivas que tienen las TIC's, también existen desventajas para el personal (empleador) que laboran en los diferentes establecimientos.

En la época tecnológica que se vive en el presente existen grandes posibilidades de competencia y nuevos cambios que se están produciendo como innovaciones tecnológicas en nuestro entorno turístico para la función de negocios electrónicos, abriendo grandes espacios en el mercado digital.

Con la propuesta planteada para el uso adecuado de los medios digitales para difundir el turismo de Quevedo, tomando en cuenta que un gran número de personas maneja con regularidad los medios digitales lo cual facilita aún más en comprender las funciones que tienen las TIC's como herramientas de trabajo y como para los vínculos sociales, con la finalidad de aprovechar estos medios para promocionar la potencia turística que se desarrolla en el cantón.

Los medios digitales como redes sociales se han transformado en una parte vital de las personas con el cual se puede contactarse con personas a grandes distancias, dentro de las capacitaciones esto es una parte fundamental que se desarrolla para cumplir con la propuesta planteada.

#### **4.1.3.2. Justificación**

El presente trabajo de indagación está dirigido al turismo del Cantón Quevedo para mejorar el desarrollo socio cultural y económico dando como prioridad al turismo en los medios digitales. Esta capacitación pretende mejorar el uso de las plataformas virtuales, páginas webs, redes sociales, entre otros, que ayudan a distribuir de mejor manera el turismo y llegar a un a gran número de personas en el mundo.

Es importante dar a conocer que las capacitaciones no están dirigidas solo a profesionales en el área, es para todos que tengan interés en capacitarse, la facilidad de acceso es dinámica y sencilla, apta para todas las personas con o sin conocimiento del manejo de un sistema virtual, cada una de las ventanas con capacitación disponible cuentan con un orden jerárquico para el manejo de sus funciones digitales o virtuales en relación al turismo.

Esta propuesta es de interés ya que muchos en los sectores que están vinculados al turismo desconocen la palabra TIC's a pesar de que dan utilidad de las misma diariamente, una manera de reconocerlas es mediante capacitaciones o talleres para brindar el conocimiento y contestando todas las dudas que tienen como ¿Qué es? ¿Qué función cumple? ¿Para qué sirven? o ¿Cómo aprovecharlas? son las mayores inquietudes que tienen al escuchar las TIC's.

Es importante capacitarse y tener ideas concretas acerca del conocimiento digital siendo tan fácil de usarlas nos permitimos quedarnos con las funciones básicas por ello no se ha podido mantener firme dentro del mercado competidor, existen miles de formas para comunicarse las más conocidas por las personas son la televisión, radio, prensa escrita, redes sociales, al igual que el turismo utiliza estos medios para promocionar sus servicios y crecer como potencia económica.

El impacto que se lograra es dar un giro positivo con las promociones del turismo local en los medios virtuales con etiquetas fijas de publicaciones, el sector debe mantenerse estable para que el flujo de los visitantes se mantenga con un rango de crecimiento.

Es necesario que las publicaciones sean de forma correcta para llegar a un público numeroso, los atractivos que tiene el cantón para iniciar con el desarrollo serán visitados por turistas nacionales quienes ayudarán a promocionar de manera indirecta en redes sociales.

## **4.2. OBJETIVOS**

### **4.2.1. General**

- Ejecutar la capacitación para el manejo adecuado de las herramientas TIC's en relación al turismo del Cantón Quevedo

### **4.2.2. Específicos**

- Socializar las ventajas competitivas que puede obtener con el manejo adecuado de los medios digitales para promocionar sus servicios.
- Involucrar a los jóvenes interesados en conocer las funciones de las herramientas TIC's para promocionar el turismo local.
- Mejorar la distribución y promoción de los servicios que ofrece el turismo local en los medios digitales.

## **4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

### **4.3.1. Título**

Elaborar un plan de capacitación para mejorar el manejo de las herramientas TIC's en el sector turístico de Quevedo.

### **4.3.2. Componentes**

Las capacitaciones están divididas en 3 secciones vinculadas entre sí disponibles para el público cada capacitación cuenta con videos de practica para utilizar las TIC's, página web y redes sociales y como aprovechar sus funciones de manera correcta.

Las capacitaciones que se realizaran en la página web son de acuerdo los objetivos planteados, de la misma manera la propuesta se estableció por la forma inadecuada que se manejaba para distribuir información digital del turismo de Quevedo.

## Capacitación N° 1

**Tema:** Capacitaciones

**Objetivo:** Conocer las ventajas de las TIC's y sus funciones

**Actividades:**

Para iniciar con las capacitaciones con el navegador de su preferencia deberán ingresar a la página web con este link <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics> en donde se encuentran las 3 secciones.

*Figura N° 3*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

El orden para las capacitaciones es de acuerdo al interés personal hacia los temas por lo que cada sección tiene su orden secuencial.

**Primera sección: Web**

*Figura N° 4*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

Con un click en la imagen podrá acceder al curso de capacitación acerca de las funciones de una página web, como crear, temas de interés, etiquetas en relación al turismo y más, todo lo necesario para empezar a promocionar el turismo mediante este medio digital.

## Crear una página

Figura N° 5



Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

Con los avances de la tecnología no es necesario ser un experto en informática con conocimientos de códigos o comandos HTML, existen páginas que permiten crear y modificar nuestro propio sitio web gratuitamente, y si necesitas un dominio el valor es cómodo con facilidad de pago, dando así grandes ventajas.

- No necesitas ser experto en diseño.
- Gratuidad.
- Público numeroso.
- Mayor flujo económico.
- Temas libres.
- Publicidad.

- Largo alcance de público.
- Público clasificado.
- Resultados a corto y largo plazo.
- Monitoreo de actividad.
- Análisis de la página. Dinámica.
- Atractiva para la vista de las personas.
- Imágenes en relación al tema.
- Fácil acceso.
- Palabras claves
- Etiquetas con el tema.
- Información concreta.
- Espacio para los comentarios de los visitantes.
- La opción de calificar la información.
- Recomendaciones de otras páginas similares.

Figura N° 6

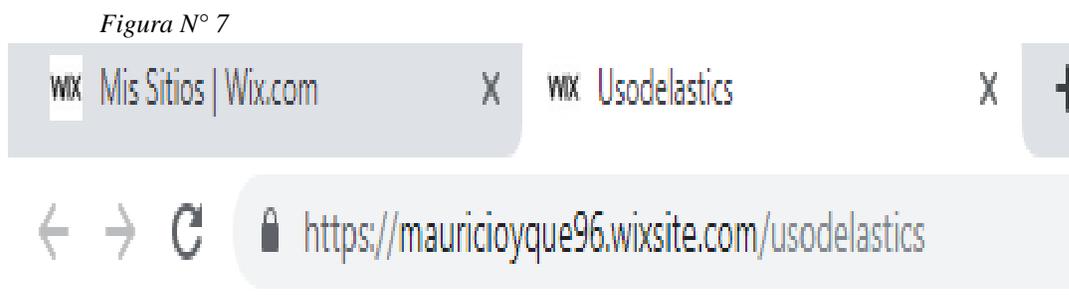


Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

La mejor opción para crear un sitio web y gratis es con wix.com que tiene todas las herramientas necesarias para modificar el espacio digital y rediseñar de a la opción personal o dejando con la plantilla del diseño original.

### **Dominio de página web:**



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

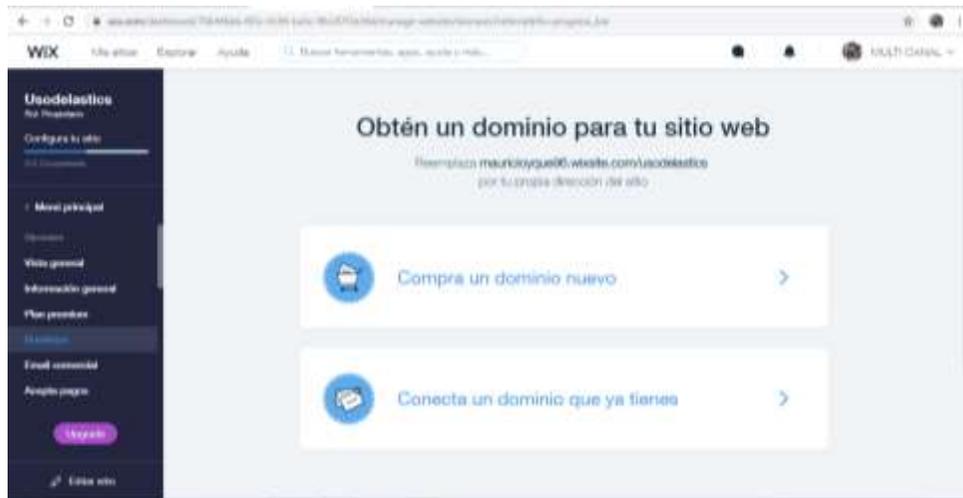
*Autor: Isidro Matailo*

Toda página web tiene un dominio representado por el .com, .es, .edu, estos se los obtiene por un valor y hacerlo propio el cual es una ventaja para llegar de manera inmediata a un gran público dando la opción para interactuar a los mismos por lo que el diseño de página debe ser:

- Facilidad de pago.
- Costos económicos.
- Funciones completas.
- Estabilidad.
- Contenido original.
- Comunicación virtual.
- Comunicación inmediata.
- Mayor desarrollo competitivo.

- Facilidad de mercado.
- Seguridad.

Figura N° 8



Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

Obtención de un dominio para página Web.

Figura N° 9



Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

## **Importancia:**

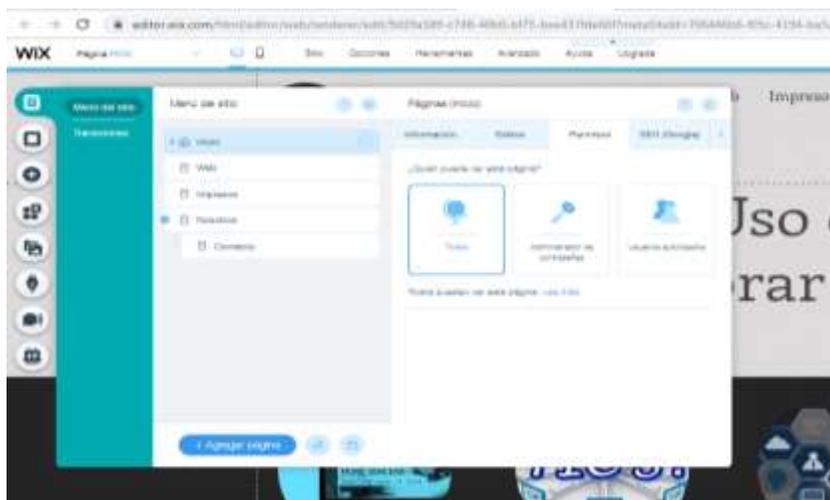
Una buena comunicación a través de los medios digitales ayuda generar un flujo de actividades entre personas de diferentes partes del mundo y rango socio económico.

## **Propósito:**

El propósito de las capacitaciones de los medios digitales TIC's es para dar un mejor uso aprovechando todas sus disponibilidades.

Cada función de estas herramientas cumple un propósito para mejorar la distribución de información, los medios electrónicos son más utilizados hoy día formando grandes redes de comunicación con la eficacia de pasar datos extensos o pequeños de un lugar o diferentes sectores con atracción turística.

*Figura N° 10*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

## **Recomendación Pedagógica**

Las personas que están en mayor contacto con los medios digitales son quienes han reducido su estancia en las actividades o vínculos sociales, los contactos crecen, se conecta con personas que están al otro lado del mundo y se alejan de las personas que están cerca, para

utilizar las redes sociales de forma ordenada debe capacitarse y ser capaz de que esta no lo llegue a transformarlo en un vicio lo cual haría negativa para su utilización.,

## **Evaluación**

Se logrará mejorar el uso de los medios digitales para difundir el turismo de Quevedo en los diferentes rincones del mundo.

## **Contenido**

### **La comunicación**

Los medios digitales son aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y conservar la información en una gran variedad de dispositivos electrónicos digitales.

Por ejemplo: las imágenes digitales, videos digitales; videojuegos, páginas web y sitios web. Los medios de comunicación social, las bases de datos, los audios digitales y libros electrónicos son medios digitales. (Acosta, 2018)

### **Como crear página web en wix.com**

*Figura N° 11*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

Las capacitaciones para crear una página web y hacerse de todos los conocimientos para publicar de forma correcta y llegar a flujo de visitantes se debe realizar lo siguiente: Ingresar con el navegador de su preferencia a wix. Como y luego dar click en empezar en donde solicita un registro con el correo electrónico, o iniciar con la red social facebook, todo lo necesario se encuentra disponible en la página de la primera sección de las capacitaciones.

Figura N° 12



Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

Cuando registre los datos necesarios que solicita en los espacios, se dará en continuar en donde accede al editor de las plantillas para crear su propio sitio web.

## El blog y sus funciones

El blog es uno de los medios digitales más usados dentro una estrategia de marketing de contenidos. Es un sitio web muy utilizado para compartir información de interés para los clientes y un público segmentado.

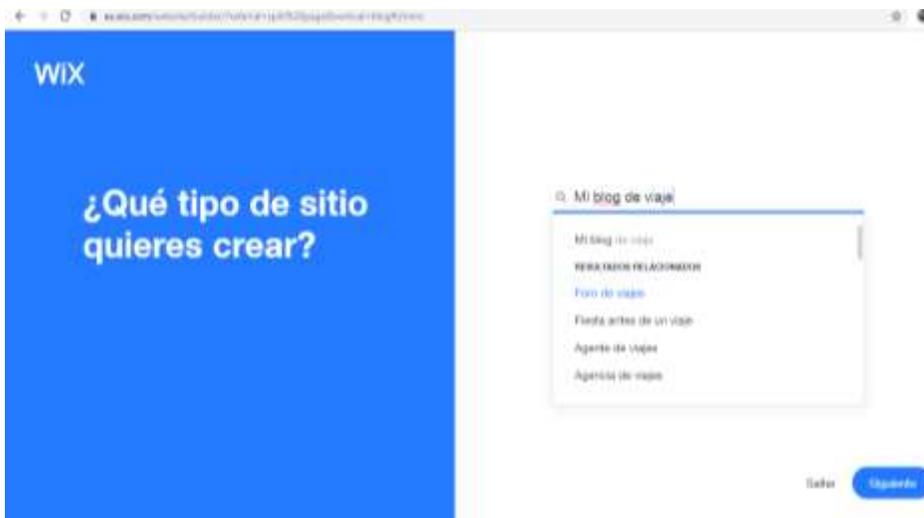
Asimismo, estos medios digitales se caracterizan porque fomentan la interacción con otros usuarios, de igual forma, comparten contenidos desde sus sitios web o que simplemente exploran o investigan temas sobre los que desean saber.

Por otro lado, un blog es una excelente herramienta estratégica para las empresas, porque con una correcta selección de los temas, adecuado tratamiento de los contenidos, uso preciso de las palabras clave e incorporación pertinente de enlaces a otros sitios, es posible alcanzar las mejores posiciones en Google.

Este posicionamiento orgánico, no sólo da visibilidad al negocio o marca en internet, también resuelve las preguntas o necesidades de los clientes sobre el sector ganando su confianza y fidelización. (Acosta, 2018)

Es una herramienta digital en donde puedes compartir información de un lugar, dando la facilidad de participación en los comentarios a las personas que visiten con regularidad, se puede hacerse conocer con un público pequeño como amigos, familia, y con el tiempo expandiéndose digitalmente para llegar a un público numeroso.

Figura N° 13



Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

### **Las TIC's en la distribución de la información.**

Existen varias formas de compartir información utilizando herramientas de almacenamiento como también por medios electrónicos.

Los dispositivos de almacenamiento existen de diferentes capacidades medidas bites, en gigas ram, tera bites, también existen almacenamientos digitales quienes tienen un límite por la gratuidad y para hacerse de una mayor capacidad tiene un valor.

Los medios electrónicos tienen una capacidad de pasar información de forma inmediata mediante la conexión a internet, de la misma manera estas se encuentran vinculadas a sus servidores de almacenamiento digital.

## Capacitación N° 2

### **Título: Las TIC's**

**Definición:** Las Tecnologías de Información y Comunicación son un medio tecnológico para que ayudan a los sectores a desarrollar y potencializarse.

**Objetivo:** Conocer las funciones y aprovechar para promocionar el turismo local.

**Importancia:** Los medios de comunicación digital llegan de forma directa al emisor.

### **Propósito: Manejo de las TIC's**

*Figura N° 14*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

Para empezar a utilizarlas no es necesario que tenga un conocimiento profesional, con la capacitación establecida podran tener varias posibilidades de emprender en los medio de la información digital. No solo los medios digitales forman la familia de las TIC's todo es este conjunto es muy aplio estas herramientas tambien forman parte de ella:

- Computadora
- Celular - Iphone

- Cámara
- Disco duro
- Pendrive
- CD
- Televisor
- Cuaderno
- Agenda Digital
- Cable usb
- Antenas Satelital
- Canales de televisión
- Programas y aplicaciones

Figura N° 15



Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

### **Recomendación:**

Las tecnologías evolucionan todos los días por lo que es necesario aprovecharlas con todos los beneficios disponibles y las funciones más populares que ayudan a crecer de forma segura como empresa o intermediario digital.

### **Evaluación:**

Los diferentes medios para compartir información acerca del turismo local se encuentran en desarrollo.

La sociedad respalda todo el flujo existente y la economía local con el ente denominador del turismo.

### **Contenido:**

#### **Ventajas de trabajar con una computadora**

- La gran ventaja de trabajar con una PC es porque se tiene mayor visibilidad de las funciones, mayor capacidad de almacenamiento, información directa, todas las pestañas visibles, al contrario de los teléfonos en una computadora puede interactuar con rapidez para compartir o guardar información.
- Las descargas en una computadora son de acuerdo a la velocidad del internet que posea el usuario.
- La rapidez del uso de la computadora para compartir información depende del conocimiento que posea el usuario.
- Trabajo con varios usuarios.
- Diversidad de actividades a la vez.

#### **Desventajas de trabajar con una computadora**

- Trabajar en un lugar seguro.

- No se puede estar en movimiento por ejemplo transportes públicos, o caminando.
- Afecta a la vista del usuario.

### Aplicaciones y plataformas virtuales

Las aplicaciones fueron creadas con sus funciones específicas para que cumplan las actividades necesarias de las personas.

- Calculadora.
- Documentos de edición.
- Editores de videos.
- Aplicaciones de redes sociales.
- De contabilidad.

Las plataformas virtuales brindan acceso para hacer un contacto directo con el proveedor que ha ofertado sus servicios.

Figura N° 16



Fuente: <https://prezi.com/tyvnmwl91q2w/fase-i-mapa-de-grupos-estrategicos-de-un-sector-industrial/>

- Booking.com
- Tripadvisor
- Kayak

- Avis Rent a Car y entre otros.

Dentro de las capacitaciones se puede obtener el conocimiento de cómo buscar tarifas económicas o de lujo, cotizar un viaje, búsqueda de alojamiento, transporte, en la actualidad existen una diversidad de plataformas virtuales quienes son encargadas de categorizar cada servicio que ofertan los sectores con promoción turística.

### **Etiquetar un sector con atracción turística**

Cuando se realiza una publicación en cualquier medio digital se debe agregar una etiqueta a la misma la cual será de gran ayuda para la búsqueda en los navegadores de internet como uno de los sectores con un gran flujo de turistas, los viajeros buscan sectores con mayor cantidad de visitas y recomendaciones positivas de un lugar por lo que mientras grandes cantidades de personas publiquen los atractivos locales con una etiqueta adecuada de turismo se podrá tener a los visitantes nacionales y extranjeros dentro de los establecimientos con atracción turística.

*Figura N° 17*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

### **Problemas anteriores, no resueltos.**

- Etiquetas personales de las publicaciones.
- Las redes sociales se convierten en adicción.
- Falsa identidad digital.
- Información no confiable en las páginas web.
- Información incompleta de los atractivos locales.
- Enfoque en una sola dirección.
- Inseguridad del usuario.

### **Miedo a exponerse**

Los datos publicados en los medios digitales no cuentan como información segura para los usuarios que esta no es de gran utilidad por lo que ha generado una fobia para confiar en la información encontradas con las búsquedas de los navegadores.

Con la educación de las capacitaciones en relación las TIC's se debe fortalecer vínculos turísticos para no convertir en una adicción digital y evitar las tecnofobias por ejemplo de quedarse sin batería, no poder conectarse inmediatamente a las redes sociales, quedarse sin internet, entre otras más.

Las tecnologías de información y comunicación se han convertido en la principal evolución del sistema económico que transforma todos los movimientos sociales, personales, culturales, que ayudan al PIB, con el turismo local en evolución ha tomado poder para su desarrollo social.

Los rangos sociales de las personas también se hacen visibles en las navegaciones de la búsqueda de información en los medios digitales, se pueden clasificarse por los registros de compra y venta de servicios turísticos como hospedaje, tour operadores, tickets de viaje entre otros más.

## Capacitación N° 3

**Título:** Medios Digitales

**Definición:**

Es una red de comunicación tradicional para poder llegar a un emisor de forma directa.

**Objetivo:**

Difundir la información turística por los diferentes canales digitales de comunicación existentes en Quevedo.

**Importancia:**

*Figura N° 18*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

Forman parte de la vida diaria de las personas con el cual se puede permanecer en contacto con amigos, familiares, la información solicitada del turismo llega mucho más rápido por estos canales de comunicación, en donde también se pone en juego las estrategias que utiliza para comercializar los productos y servicios de un atractivo turístico, hospedaje, transporte, agencia de viajes.

Los medios digitales han tomado el control en el mundo de una gran cantidad de campos que forman parte de la economía.

## **Propósito:**

Crear nuevas redes para la distribución de información confiable del sector turístico de Quevedo.

## **Modo de aplicación:**

Capacitación virtual de los diferentes medios digitales para el uso adecuado de las mismas, utilizando la página web. Fortaleciendo la distribución de mercado para el futuro del negocio digital, alcanzando audiencias a corto plazo.

## **Evaluación**

Se debe tener en cuenta que los medios digitales van de ante mano con los sistemas computarizados, y desarrollan un gran papel con su diversidad de funciones.

## **Contenido:**

### **Publicaciones con etiqueta en redes sociales.**

*Figura N° 19*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

Facebook la red social mas conocida a nivel mundial cuenta con la opción de compartir imágenes, actividades con los amigos o al público con solo utilizar esta herramienta.

Figura N° 20

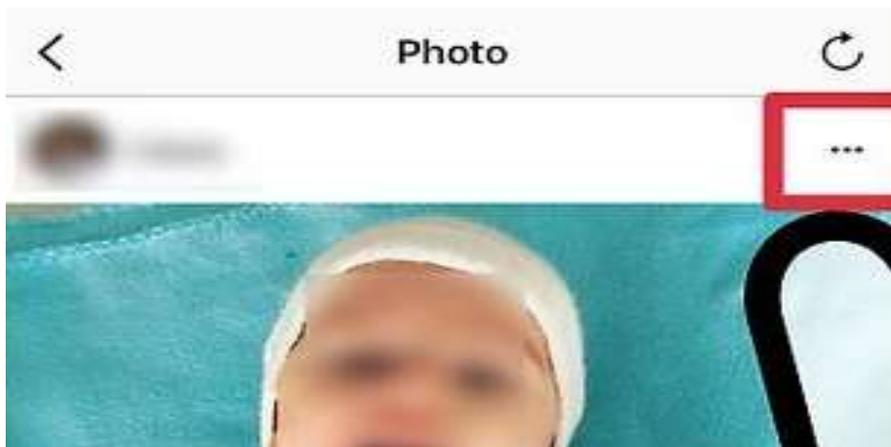


Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

En la ventanilla para describir la actividad se debe hacer un hashtag el cual es representado por este signo # seguido lugar o nombre del atractivo, esto ayuda en la búsqueda de futuros atractivos turísticos.

Figura N° 21

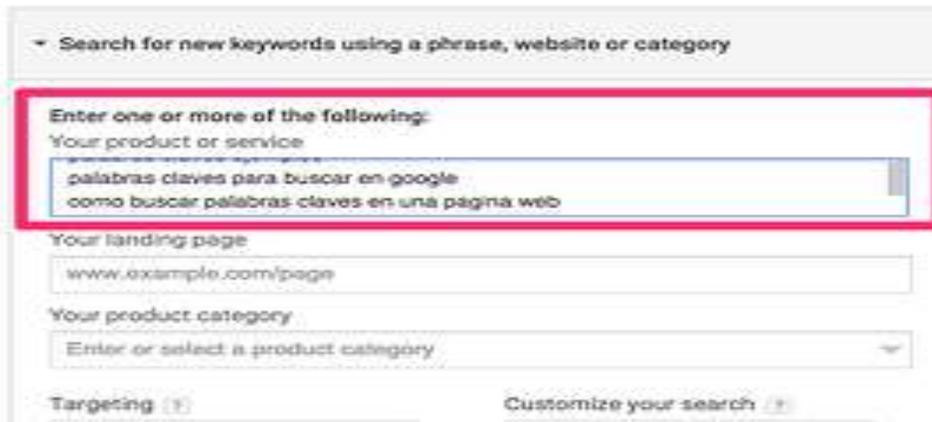


Fuente: Instagram.com

Autor: Isidro Matailo

En Instagram también se puede realizar el hashtag para llegar a una cantidad grande de seguidores, en donde pueden interactuar con su público.

Figura N° 22



The image shows a search tool interface with the following elements:

- Header: Search for new keywords using a phrase, website or category
- Input field: Enter one or more of the following: Your product or service. The text entered is "palabras claves para buscar en google como buscar palabras claves en una página web".
- Input field: Your landing page. The text entered is "www.example.com/page".
- Input field: Your product category. The text entered is "Enter or select a product category".
- Buttons: Targeting (T) and Customize your search (+).

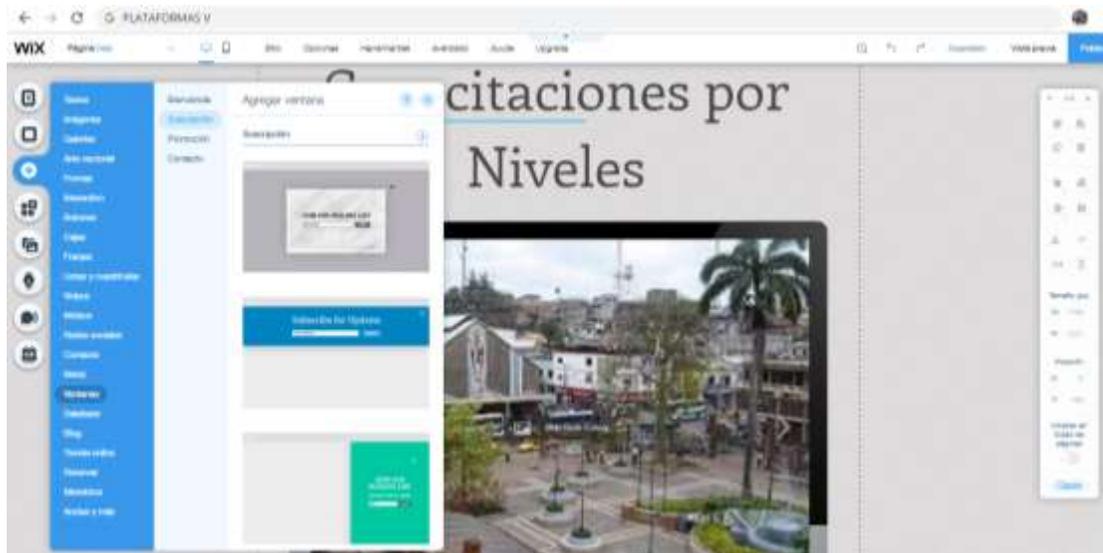
Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

Las páginas web se encuentran con una cantidad de información requerida por los usuarios, para que estas sean visitadas sus publicaciones la página web debe estar con palabras claves con relación al tema de sitio web.

Para cada publicación en estos medios digitales se los debe hacer con variedad de etiquetas relacionadas al turismo del lugar que desea promocionar, dando prioridad a los servicios que ofertan.

Figura N° 23



Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

Las capacidades que tiene una página web para guardar y compartir información es muy amplia los mismos que se mantienen actualizando cada una de sus funciones

### **Técnica N° 1: Almacenamiento de información digital**

Esta técnica sirve para recopilar la mayor cantidad de información y digitalizarlo para subirlo a la gran nube conocido también como internet, en donde se puede compartir con mayor facilidad entre diferentes usuarios que solicitan el mismo en tiempo real.

Para su practica debe seguir los siguientes pasos:

- Tener un dispositivo de almacenamiento.
- Ordenar la información.
- Clasificar información para el público.
- Tener un espacio digital.
- Tener conocimiento para compartir esta información.
- Subir información en los medios digitales.
- Distribuir información.
- La información digital se puede manejar de forma directa.

Una responsabilidad crece cada vez que se mueva una información de interés turístico, porque esto ayuda en los sectores públicos y privados en la oferta de servicios, los niveles de conocimiento sobre un sector dependen mucho del usuario que desea compartir para hacer conocer sus productos.

Un atractivo como tal tiene actividades para que turistas puedan disfrutar de la estadía en el lugar, mientras una información esté ordenada, personal capacitado, información actualizada en los medios digitales se puede comprender el funcionamiento de las políticas que se deben cumplir dentro de la digitalización.

Las orientaciones digitales cumplen todos los reglamentos para la función de compartir los atractivos turísticos de Quevedo y fortalecer su entorno socio cultural.

### **Técnica N° 2: Red en sector social**

La mejor manera de llegar y poder transmitir información es utilizando la técnica red en el sector social para organizar pequeños grupos para formar una comunicación directa entre todos los usuarios.

Una red se puede empezar con familiares, amigos quienes contactaran de forma indirecta con nuevos usuarios, por lo toda la información es necesaria generando una visión amplia en el negocio digital.

Lo necesario para una red de distribución es:

- Conexión a internet
- Ordenador
- Dispositivo de almacenamiento
- Grupo de usuarios
- Información
- Atractivo turístico
- Espacio de distribución
- Acceso a medios de digitales
- Conocimiento básico del tema
- Tiempo

Con una sociedad en donde empezar desde cero distribuyendo información del atractivo y luego continuar para la obtención de análisis que visitan a la página se podrá establecer como red y analizar sus beneficios.

### **Técnica N° 3: Categorización de servicios**

Esta técnica se utiliza en los medios digitales o plataformas virtuales para clasificar los servicios de acuerdo a sus ofertas promocionadas en estos medios, los hoteles son categorizados por número de estrellas diferenciándolos entre sí de la siguiente manera:

- Infraestructura.
- Disponibilidades.
- Calidad de servicios.
- Ofertas especiales.
- Personal Capacitado.
- Sanidad.

Para diferenciar los medios de transporte y la calidad:

- Precio de viaje.
- Comodidad.
- Seguridad.
- Trato con el usuario.
- Calidad de servicio con el pasajero.

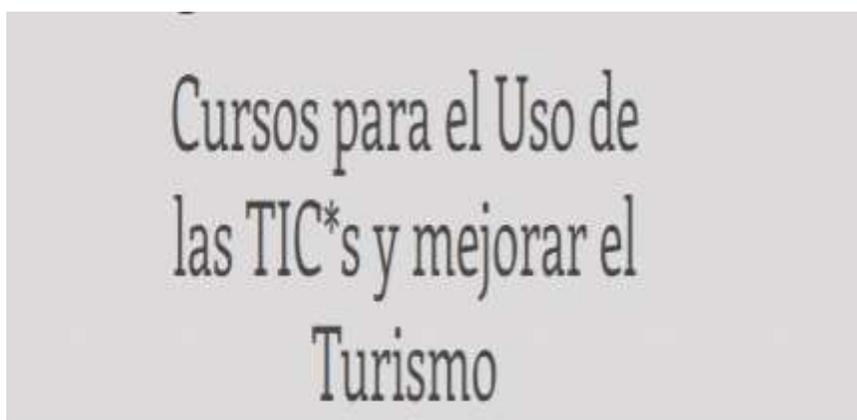
Estos sectores también manejan medios digitales para agilizar de compra y venta de los productos, con el mismo que tienen la facilidad de pago y cobrando una comisión por el uso de estos sistemas de consumo.

#### 4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

Como resultado esperado de la alternativa, las capacitaciones para uso adecuado de las TIC's en el sector turístico de Quevedo, se pretende lograr que las personas interesadas en las capacitaciones empiecen tener una nueva visión y expectativa sobre las promociones de las atracciones, servicios de alojamientos, calidad de transporte, así compartir un lugar turístico con un hashtag o etiqueta basadas al turismo local.

#### Guía para las Capacitaciones de las TIC's

*Figura N° 24*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

Se hablo de las capacitaciones y secciones que cuenta el sitio web, es una de las herramientas más solicitadas en la actualidad en donde todos podemos acceder con una conexión a internet. Diferentes formas de compartir y aprovechar las tecnologías de información y comunicación en el sector turístico para Quevedo, cada capacitación empieza con teoría dirigida en caminata a las tecnologías y sus funciones, con videos para guiarse para con sus prácticas.

Acceder con conexión a internet y un navegador.

Ubicando el nombre del curso de capacitaciones en el navegador de búsqueda te enviará directo a la página principal.

## Iniciar Capacitaciones

Página principal de las capacitaciones dividida en tres secciones.

Figura N° 25

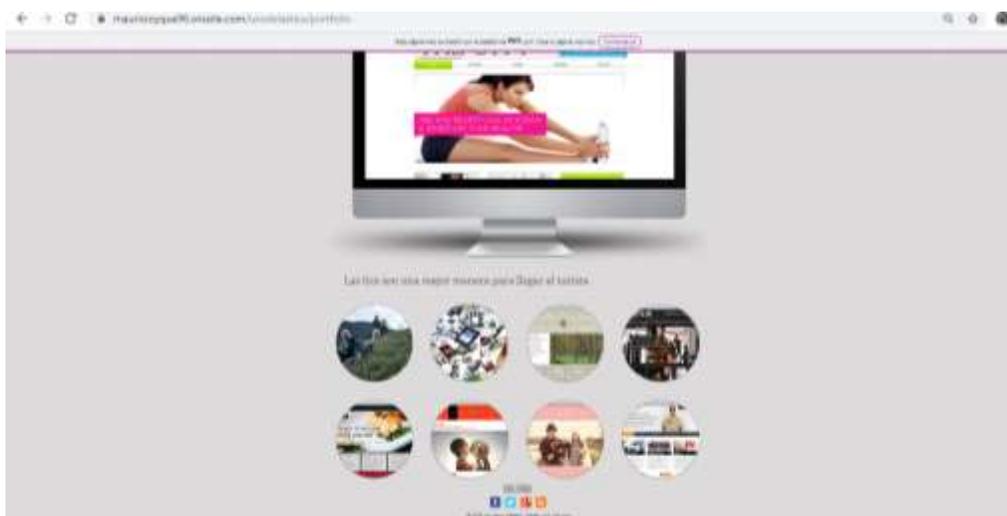


Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

Las imágenes en la página principal representan a las capacitaciones listas para acceder con presionar en la imagen podrás dirigir a una nueva entrada.

Figura N° 26

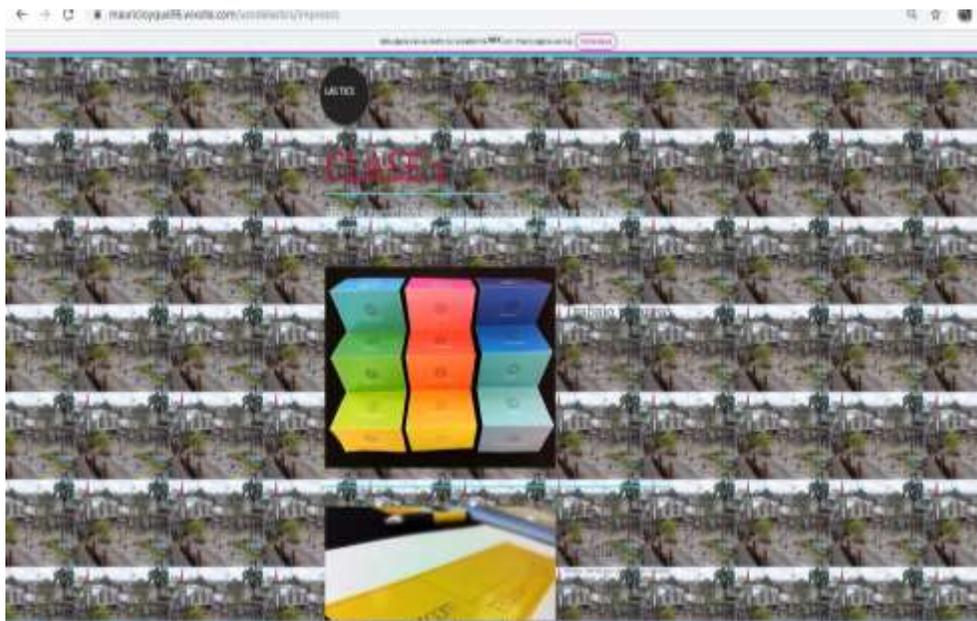


Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>

Autor: Isidro Matailo

Todo el contenido de la primera capacitación sobre los sitios web como crear y más funciones relevantes se encuentran en la *Fifura N° 30*, todas las clases se encuentran en orden jerquico para cada clase existe un video guía como introducción.

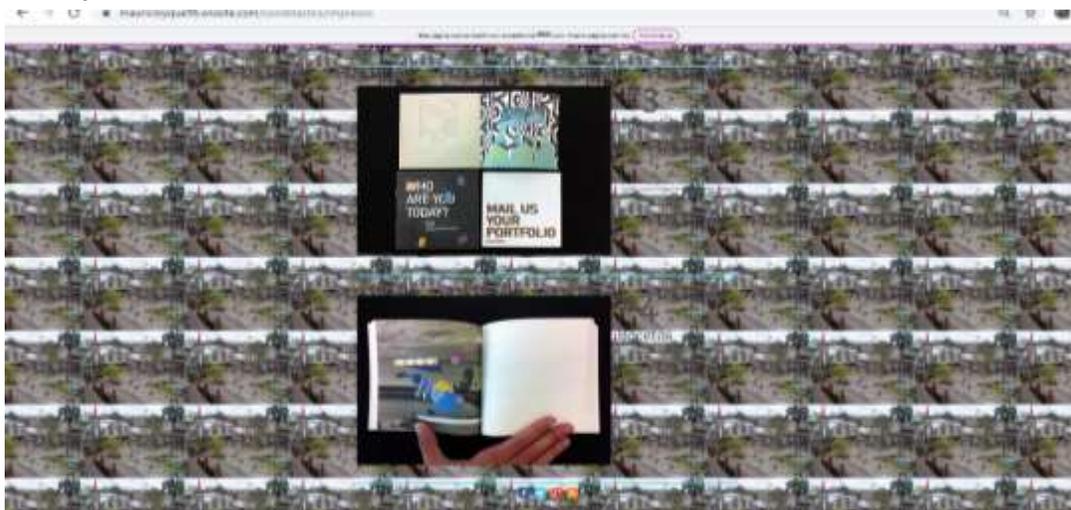
*Figura N° 27*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

*Figura N° 28*



*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

Sección de la segunda capacitación esta presentada en la *Figura N° 31*, el cual se encarga de las TIC's y uso adecuado para las mismas.

*Figura N° 29*

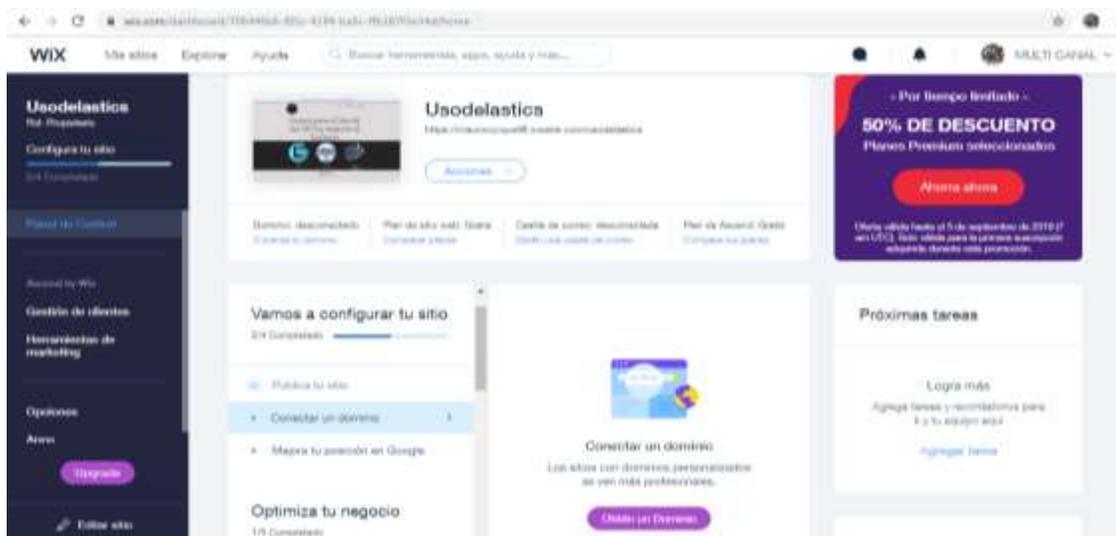


*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

En la pestaña de la tercera capacitación de la *Figura N° 32* se va encontrar todo lo relacionado al uso adecuado de los medios digitales.

*Figura N° 30*

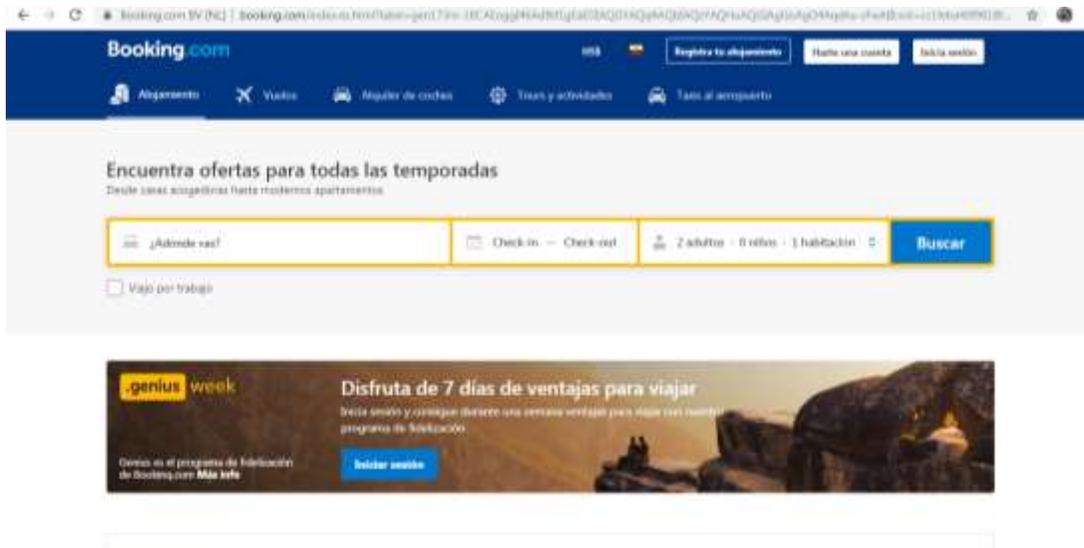


*Fuente: <https://mauricioyque96.wixsite.com/usodelastics>*

*Autor: Isidro Matailo*

En la *Figura N° 33*, se detallan las funciones que tiene un medio digital para su funcionamiento con gratuidad.

*Figura N° 31*

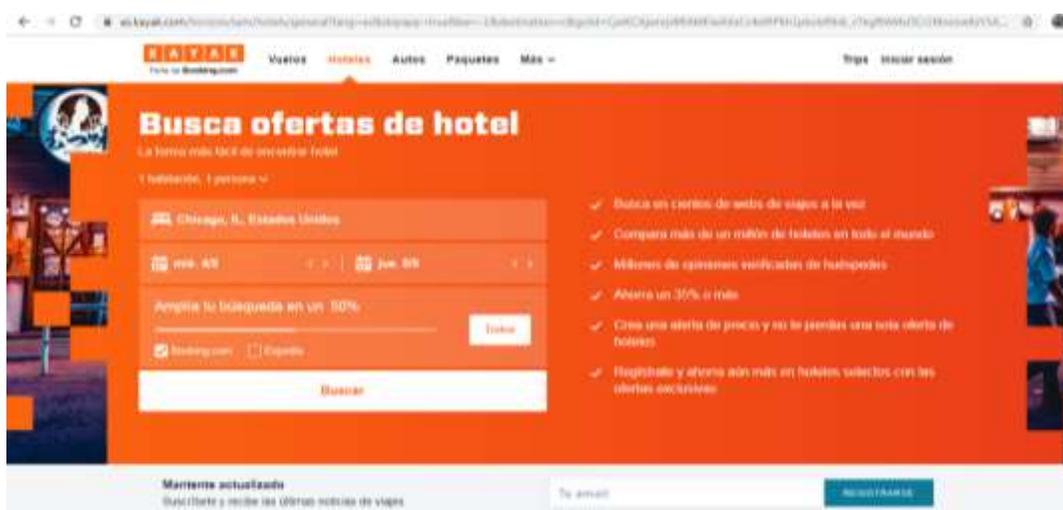


Fuente: <https://booking.com>

Autor: Isidro Matailo

Como realizar reservas de habitaciones en booking.com y revisar tarifas de hospedajes en diferentes hoteles.

*Figura N° 32*



Fuente: <https://kayak.com>

Autor: Isidro Matailo

Figura N° 33



Fuente: <https://kayak.com>

Autor: Isidro Matailo

La plataforma de reservación de autos esta vinculada a la página de las capacitaciones para el uso de las TIC's en el sector turístico de Quevedo.

#### 4.5. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Tiempo Actividades	2019																			
	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Enunciado del problema y tema	x																			
Formulación del problema	x																			
Planteamiento del problema		X																		
Formulación del objetivo			X	X																
Marco teórico de la investigación					x															
Hipótesis						x	X													
Variables operacionales								X												
Metodología de la investigación									x	X										
Presentación del proyecto											x	X								
Conclusiones, recomendaciones y propuestas													x	x	X					
Revisión final del tutor y lector																X				
Presentación																			x	
Sustentación final																				x

## BIBLIOGRAFÍA

- A. María, J. (31 de Octubre de 2012). Turismo en la Ciudad de Quevedo. Obtenido de Informacion sobre Quevedo: <http://turismoquevedo.blogspot.com/>
- Acebo, P. M., Palacios, R., & Quijano, R. (2016). Estudios Industriales Orientación Estratégica para la Toma de Decisiones. Guayaquil: ESPAE-ESPOL.
- Acerenza, M. A. (2005). El turismo es una actividad económica en la que, básicamente se ofrecen y. México: Trillas México.
- Alomoto, J., & Villacrés, J. (2013). L economía digital como mecanismo para mejorar la productividad y competitividad de las PYMES en el sector turístico. Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Economía, 1-174.
- Amadeus. (2014). Una mirada profunda hacia el mercado de las Agencias de Viajes Online en América Latina. América Latina: Amadeus.
- CAF. (28 de Octubre de 2014). Panorama general de las TIC en Ecuador. Obtenido de Retrieved from: <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/339>
- Cámpora, E. E. (2013). “Estudio del impacto de las TIC en el turismo: análisis de su influencia en los habitantes de la ciudad de Gandía durante la planificación de un viaje. Gandía: Escuela Politecnica Superior de Gandía.
- Castellucci, D. I. (2007). Aportes y Transferencias. Aplicación de las TICs en la promocion de destinos. Mar de Plata: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional Mar de Plata.
- Condés, Ó. (11 de 04 de 2016). ticbeat. Obtenido de El impacto del uso de las TIC en el turismo : <https://www.ticbeat.com/cyborgcultura/impacto-uso-de-tic-en-turismo/>
- Garrido, C. (2009). La innovación en los servicios: aspectos generales y los casos de los servicios de telecomunicaciones, turismo y bancario. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 8.
- Jiménez, J. (2010). El papel de las TIC en el desarrollo: una mirada desde la construcción social de la tecnología en el caso Ecuatoriano. Revista de Ciencias Sociales, 87-97.
- José Caro, G. (23 de Julio de 2014). Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales. Obtenido de Recuperado el 2017: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/7889>

- Lockward, r. (15 de Mayo de 2015). Executive MBA Empresas Sector Turístico. Obtenido de Las TICs en Turismo: <https://www.eoi.es/blogs/embatur/2015/05/19/las-tics-en-turismo/>
- Martinez, M. (4 de Abril de 2014). Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero. Obtenido de Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero: <https://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>
- MINTEL. (15 de Abril de 2019). Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Obtenido de Encuentro “TIC y Turismo” contó con la participación del MINTEL: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/encuentro-tic-y-turismo-conto-con-la-participacion-del-mintel/>
- MINTUR. (24 de Abril de 2014). Ministerio de Turismo. Obtenido de Aplicaciones tecnológicas se implementarán en el turismo ecuatoriano: <https://www.turismo.gob.ec/aplicaciones-tecnologicas-se-implementaran-en-el-turismo-ecuatoriano/>
- Moncayo, O., Boza, J., Kang, V. M., & Núñez, E. (2016). Ruta Agro Turística como Oportunidad de Crecimiento Económico en Nuevas Actividades Pproductivas Quevedo, Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 4.
- OMT. (2013). *Acerca de la OMT*. España: OMT.
- Pablo Redondo, R. d., & Juberías, G. C. (2003). *Impacto de las Nuevas Tecnologías en el Sector Turístico*. España: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Pachón, M. d. (2014). *Impacto de las TICs en el Sector Turístico*. Soria: Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales y del Trabajo de la Universidad de Valladolid.
- Peñaherrera, M. (2012). *Uso de las TICs en Escuela Públicas de Ecuador: Análisis Reflexión y valoraciones*. EDUTECH, 2.
- Plan nacional, d. b. (7 de Agosto de 2013). *Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- PLANDETUR2020, e. (26 de Septiembre de 2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*. Quito, Quito, Ecuador.
- Poyato, S. P. (2015). *Las Redes Sociales Digitales en el Ecosistema*. Madrid-España: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2015.

- Pro Ecuador, n. s. (11 de Julio de 2019). Pro Ecuador Negocios sin frontera. Obtenido de TICS: <https://www.proecuador.gob.ec/tics/>
- Ricci, M. B., & Stassi, H. A. (9-10 de Julio de 2010). Aportes de las TIC en la Distribución de los Servicios Turísticos. Caxias del Sur: Universidade de Caxias do Sul- UCS.
- Rivera, S., & Rodríguez, C. (2011). Importancia del Comercio Electrónico y las TICs en el Sector Turístico Latinoamericano. 9th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (págs. 2-3). Medellín, Colombia: Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España.
- Rodriguez, D. (2018). Tecnologías de Información y comunicación para el Turismo Inclusivo. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 127.
- Valles, D. M. (1999). Las Tecnologías de la Información y el Turismo. Instituto de Estudios Turísticos Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes, 10.
- Villacrés, A. (04 de 04 de 2014). MarcasyTurismo. Obtenido de Revista Marcas y Turismo - Artículos y Noticias de Marketing y Tecnología para la industria de Turismo: <https://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>

# **ANEXOS**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



## EXTENSIÓN QUEVEDO

### HOTELERÍA Y TURISMO

#### ENCUESTA PARA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE LICENCIADO EN HOTELERÍA Y TURISMO

Estimado (a), su opinión acerca del Uso de las TIC's y su Incidencia en el sector Turístico de Quevedo en periodo, 2019, es muy importante. A continuación, se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido, por lo que se pide sinceridad en las respuestas a la opción que mejor represente su opinión.

1) **¿Conoce las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's)?**

SI  NO

2) **¿Con que frecuencia usted utiliza las redes sociales?**

Diariamente  Regularidad  Solo cuando viaja   
Cuando estoy con mis amigos  Cuando estoy aburrido(a)  No utilizo las redes sociales

3) **¿Cuáles son los motivos para utilizar las redes sociales?**

Para estar en contacto con mis amigos  solo para negocio  por aburrimiento   
Compartir fotografías de las actividades personales  Compartir imágenes de humor

4) **¿Considera usted que el cantón Quevedo se deben promocionar los atractivos turísticos en páginas web o medios electrónicos?**

SI  NO

5) **¿Ha difundido uno de estos atractivos turísticos y que porqué medio lo hizo?**

#### atractivos turísticos

Malecón   
Iglesia San José   
Redondel del Atascoso   
Parque Bocachico   
Palacio del Cristal

#### Medios

Redes sociales   
Blogs   
Páginas webs   
Otros.....

**6) ¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejore la gestión de los recursos turísticos?**

SI  NO  Desconoce

**7) Si el turismo es una fuente para el desarrollo económico del Cantón ¿Cómo promocionarías el mismo?**

Redes sociales  Volantes  Trípticos   
Medios de comunicación (radio, tv, prensa escrita y auditiva)   
Páginas web  Blogs  Ballas publicitarias

**8) ¿Cómo se entera de un atractivo turístico?**

Redes sociales  Amigos  Familia  Páginas webs   
Volantes  Casa abierta  TV noticias  Trípticos

**9) ¿A través de que medios realiza la búsqueda de tarifas, horarios, y disponibilidad del medio de transporte con el que llegará a su destino?**

Buscadores de internet  Accede directamente a la compañía de transporte   
A través de las páginas de la compañía del transporte  Agencia de Viajes Otros

**10) ¿A través de que medios suelen ejecutar la búsqueda de tarifas y disponibilidad y otra información relacionada con el alojamiento para sus viajes?**

Agencia de viajes  página web del hotel  Contacto directo con el hotel   
Plataformas virtuales de hoteles  otros

## Si el turismo es una fuente para el desarrollo económico del Cantón ¿Cómo promocionarías el mismo?

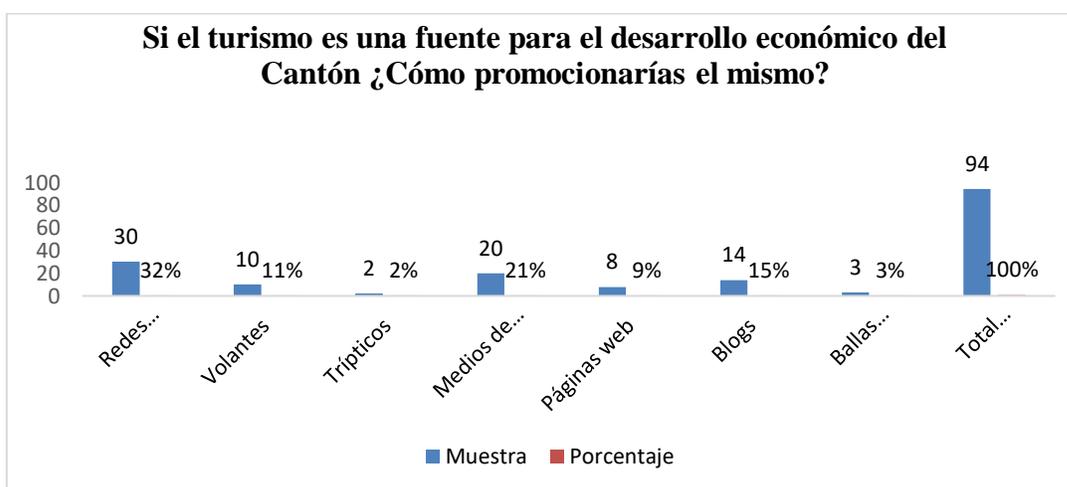
Tabla# 7

Redes sociales	30	32 %
Volantes	10	11 %
Trípticos	2	2 %
Medios de comunicación (radio, tv, prensa escrita y auditiva)	20	21 %
Páginas web	8	9%
Blogs	14	15%
Ballas publicitarias	3	3%
<b>Total muestra</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico N° 7



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** Según la encuesta realizada el 32 % de las personas promocionarían el turismo en redes sociales, el 21% en medios de comunicación, el 15 % en blogs, el 11% por volantes, el 9% en páginas web, el 3% en balla publicitarias y el 2% en trípticos.

**Interpretación.-** Los atractivos turísticos para muchas de las personas son un lugar para disfrutar con el cual ellos pretenden compartir todas sus actividades, experiencias vividas en el lugar mediante las redes sociales.

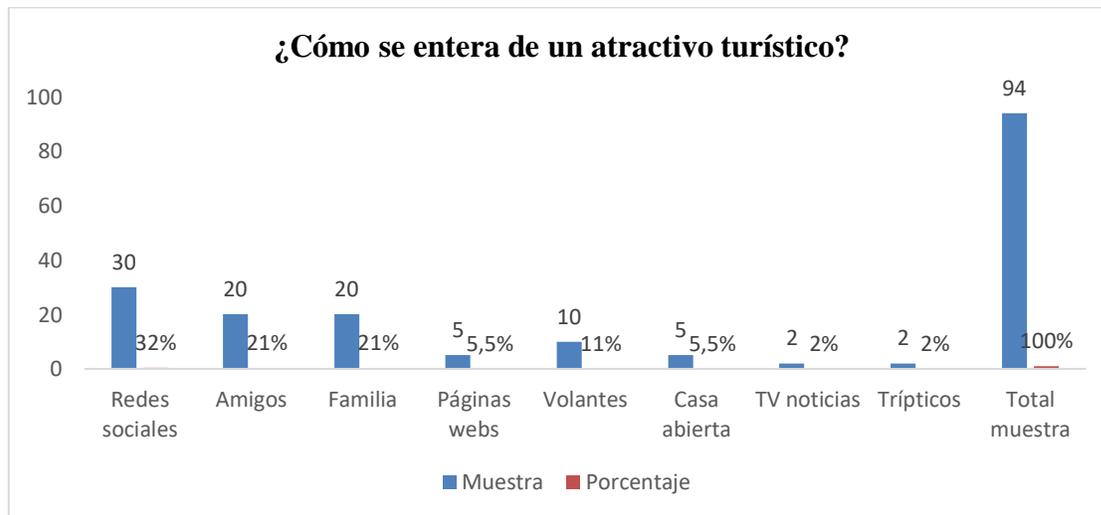
## ¿Cómo se entera de un atractivo turístico?

Tabla # 8

Redes sociales	30	32 %
Amigos	20	21%
Familia	20	21%
Páginas webs	5	5.5%
Volantes	10	11%
Casa abierta	5	5.5%
TV noticias	2	2%
Trípticos	2	2%
<b>Total muestra</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo  
ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico N° 8



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo  
ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en el centro de Quevedo 32% de las personas se entera sobre un atractivo turístico en redes sociales, el 21% por amigos y familia, 11% por volantes, el 5.5% en casa abiertas y en páginas web, el 2% en noticias y en trípticos.

**Interpretación.-** las redes sociales han tomado el mercado para distribución de los productos turísticos, ya que muchas de las personas están conectadas mediante este medio de comunicación para compartir información acerca de un atractivo por visitar.

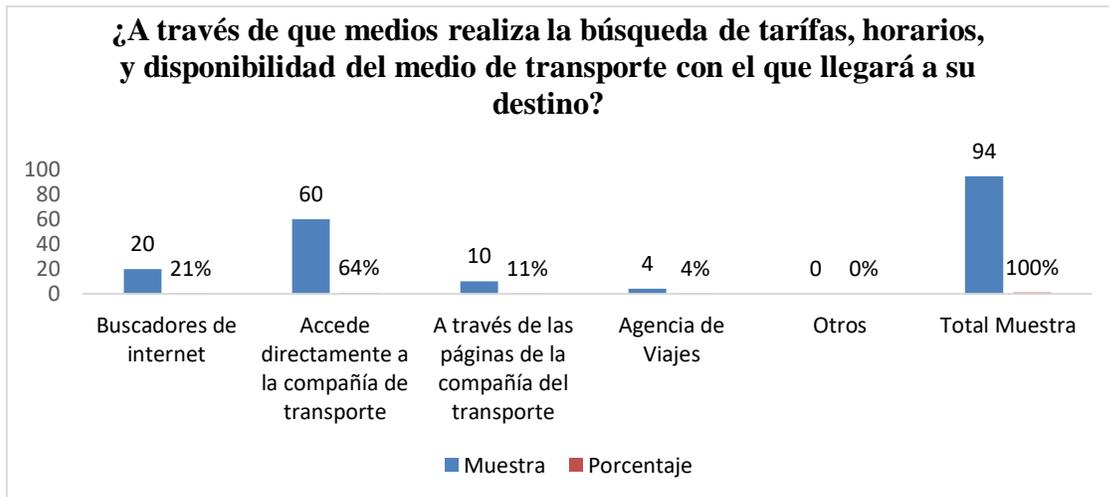
**¿A través de que medios realiza la búsqueda de tarifas, horarios, y disponibilidad del medio de transporte con el que llegará a su destino?**

Tabla # 9

Buscadores de internet	20	21 %
Accede directamente a la compañía de transporte	60	64 %
A través de las páginas de la compañía del transporte	10	11 %
Agencia de Viajes	4	4 %
Otros	0	0 %
<b>Total Muestra</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo  
ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico N° 9



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo  
ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en el centro de Quevedo el 64 % de las personas busca cotizaciones de precio del transporte con el contacto directo de la compañía, el 21% lo hace por internet, el 11% a través de la página oficial de la compañía, el 4% en agencia de viajes y el 0% no lo hace por otro medio.

**Interpretación.-** Para el transcurso de un viaje se busca la comodidad y siempre tomando la mejor opción por lo que un gran número de personas se pone en contacto directamente con las compañías de transporte por su seguridad y de los viajeros

**¿A través de que medios suelen ejecutar la búsqueda de tarifas y disponibilidad y otra información relacionada con el alojamiento para sus viajes?**

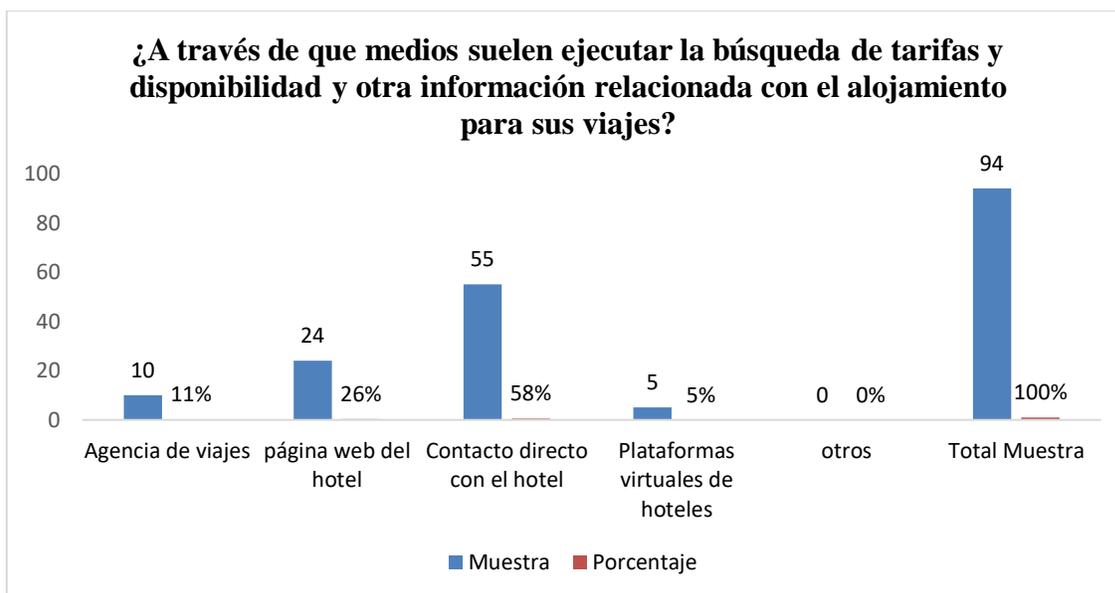
Tabla # 10

Agencia de viajes	10	11 %
página web del hotel	24	26 %
Contacto directo con el hotel	55	58 %
Plataformas virtuales de hoteles	5	5 %
otros	0	0 %
<b>Total Muestra</b>	<b>94</b>	<b>100 %</b>

FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

Gráfico N° 10



FUENTE: Centro del Cantón Quevedo

ELABORACIÓN: Isidro Matailo

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en el centro de Quevedo el 58% de las personas para su estadía en un lugar contactan directamente con el hotel por lo que consideran su mejor opción, el 26% busca sus disponibilidad en páginas web, el 11% en agencia de viajes, el 5% en plataformas virtuales, el 0% por ningún otro medio.

**Interpretación.-** La seguridad y comodidad de cada viajero depende mucho del alojamiento que tome para su estadía eso ayuda con las experiencias y buenas expectativas que él tenga para su recomendación o regreso al lugar.

**Entrevista: ¿Como ciudadano de Quevedo piensa que Quevedo tenga influencia turística?**

El turismo en Quevedo es muy débil, no esta listo para desarrollar completamente por las personas que no saben valorar un bien material, los atractivos ya no llaman la atención como lo hacían anteriormente, las personas empiezan visitando los cantones cercanos y recomiendan a sus amigos y familiares que allí es mejor que su propio lugar, las personas visitan la agencia de viajes y solicitan disponibilidades económicas o quieren algo extra por el mismo precio ósea quieren disfrutar más y pagar menos, no están conscientes de los valores estandarizados por los mayoristas.

**Econ. Javier Casanova**

Desarrollando entrevista a Econ. Javier Casanova dueño de la agencia de viajes

*Figura N° 34*



*FUENTE: Agencia Viajes  
ELABORACIÓN: Isidro Matailo*

Considerando a Quevedo como atractivo turístico no están rentable, en la actualidad la seguridad no es buena, hay demasiado robos en buses, en el centro de la ciudad, siendo

personas de aca mismo, imagínense como robarían a personas extranjeras esto daña nuestra propia imagen, y las personas no se dan cuenta lo que es bueno o lo que es malo.

**Chef: Leonardo Chimbo**

Un lugar turístico debe ser bonito, que llame la atención a las personas de aquí mismo y luego a los que visitan, aunque en la actualidad con este nuevo alcalde se están haciendo algunos movimientos en lo que se debe al turismo, pero hay que esperar para ver todos los resultados con el tiempo.

**Lic. Pedro Mora**

**Análisis de entrevistas:**

Aun con lo difícil que este para empezar un desarrollo en el turismo las personas reconocen que la seguridad es ineficiente, que son ellos quienes no cuidan los atractivos turísticos, esperan los resultados de la política que ayude en los nuevos emprendimientos que se hacen para el turismo.