



**Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE MANABÍ-CAMPUS PORTOVIEJO**

**CARRERA DE  
LICENCIATURA EN TURISMO**

**TÍTULO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

**PROPUESTA DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS PARA EL TURISMO DE  
LA PARROQUIA CRUCITA, CANTÓN PORTOVIEJO.**

**PREVIO AL TÍTULO DE:**

**LICENCIADA EN TURISMO**

**AUTORA:**

**GENESSIS ASTRID NAVARRETE ERAZO**

**TUTORA:**

**MGTR. ESTEFANÍA VÉLEZ MOREIRA**

**PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR**

**JUNIO, 2024**

Mgtr. Estefanía Vélez Moreira

## **TUTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de directora del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

---

MGTR. ESTEFANÍA VÉLEZ MOREIRA

C.C.: 1311011330

**TUTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

El jurado examinador aprueba el presente trabajo de integración curricular en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

---

**MG. JORGE PARREÑO GARCÍA**  
C.I.: 1308632809  
**PRIMER LECTOR**

---

**MG. FABRICIO ÁLVAREZ**  
0603012535  
**SEGUNDO LECTOR**

---

**MG. ESTEFANÍA VÉLEZ MOREIRA**  
1311011330  
**TERCER LECTOR**

## DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad de la autora, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Portoviejo, junio 2024

f. \_\_\_\_\_

GENESSIS ASTRID NAVARRETE ERAZO

C.I.: 1311980146

Dirección: Portoviejo

e-mail: geneastrid25@gmail.com

Telf.: +593 992872556

## **DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo.

---

**GENESSIS ASTRID NAVARRETE ERAZO**

**C.I.: 1311980146**

## DEDICATORIA

A mi querida mamá, Lidia Erazo, cuyas enseñanzas y amor incondicional han sido la columna vertebral de mi formación y crecimiento. Su perseverancia y dedicación han sido mi inspiración constante.

A mi padre, Juan Navarrete, quien con su fortaleza y sabiduría ha trazado el camino que ahora recorro con orgullo. Su confianza en mí me ha impulsado a alcanzar metas que antes parecían inalcanzables.

A mis hermanos, por ser el apoyo constante, las risas compartidas y el amor que trasciende cualquier desafío que la vida nos presente.

A Gianni Cagua, por ser ese faro en momentos de oscuridad y duda, y por estar a mi lado celebrando cada pequeño y gran logro.

A Milka, Atenea y Max, cuya presencia y cariño han enriquecido mi vida de formas inesperadas.

Esta tesis no solo representa un logro académico, sino la suma de todos los momentos, enseñanzas y amor que he recibido de cada uno de ustedes. Dedico este trabajo a ustedes, con todo mi corazón.

*Genesis Astrid Navarrete Erazo*

## AGRADECIMIENTO

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador - sede Manabí (PUCEM), por brindarme la oportunidad de crecer académicamente y forjar un camino basado en la excelencia, ética y el compromiso social. La infraestructura, recursos y apoyo constante han sido esenciales para llevar a cabo esta investigación.

A los docentes de la carrera de turismo, quienes con su sabiduría y dedicación me han formado no solo como profesional, sino también como persona, enseñándome a enfrentar desafíos y a valorar el poder del conocimiento compartido.

De manera especial, a la Mgtr. Estefanía Vélez Moreira, mi tutora, por su invaluable apoyo, paciencia y guía a lo largo de este proceso investigativo. Su pasión y conocimiento han sido inspiradores, impulsándome a dar lo mejor de mí en cada etapa del trabajo.

Un agradecimiento especial también a los establecimientos de la parroquia Crucita del cantón Portoviejo que participaron en la encuesta, así como a la Sra. Verónica Ponce Santander y al Sr. Andrés Huerta Zúñiga del Gobierno Provincial de Manabí, quienes generosamente ofrecieron su tiempo y conocimientos para las entrevistas. Sin su colaboración, la profundidad y riqueza de este estudio no habrían sido posibles.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, de una u otra manera, contribuyeron a la observación y análisis, aportando sus perspectivas y permitiéndome tener un entendimiento más completo sobre los servicios tecnológicos en el turismo de Crucita.

Cada uno de ustedes ha sido esencial para la culminación exitosa de este proyecto.

Gracias.

## Resumen

El objetivo general de este estudio fue establecer estrategias para el desarrollo de servicios tecnológicos que potencien el turismo en la parroquia Crucita, cantón Portoviejo. Empleando una metodología descriptiva, este enfoque permitió una identificación y caracterización detallada de las variables involucradas, facilitando la comprensión de patrones y tendencias cruciales para el desarrollo de estrategias eficaces. La investigación se llevó a cabo en la parroquia Crucita, donde se aplicaron métodos bibliográfico-documentales y analíticosintéticos para recabar información pertinente. Se utilizó un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas, como encuestas aplicadas a 56 establecimientos locales, y cualitativas, incluyendo entrevistas con actores claves como Verónica Ponce Santander y Andrés Huerta Zúñiga del Gobierno Provincial de Manabí, además de observación directa para un entendimiento profundo del contexto turístico actual. Los resultados de la investigación revelaron una necesidad de mejoras tecnológicas en el ámbito turístico de Crucita, incluyendo la actualización y optimización de la infraestructura existente y la capacitación en el uso de tecnologías emergentes. Las estrategias identificadas abarcan desde la promoción de sistemas de pagos electrónicos hasta la implementación de herramientas interactivas como códigos QR y realidad aumentada para enriquecer la experiencia turística. En conclusión, la investigación subraya la importancia de integrar soluciones tecnológicas innovadoras para el desarrollo y promoción del turismo en Crucita.

Palabras clave: innovación tecnológica, desarrollo turístico, estrategia digital

## **Abstract**

This study aimed to establish strategies for the development of technological services that enhance tourism in Crucita Parish, Portoviejo Canton. Employing a descriptive methodology, this approach enabled a detailed identification and characterization of the variables involved, facilitating the understanding of crucial patterns and trends for the development of effective strategies. The research was conducted in Crucita Parish, where bibliographic documentary and analytical-synthetic methods were applied to collect relevant information. A mixed approach was used, combining quantitative techniques, such as surveys applied to 56 local establishments, and qualitative techniques, including interviews with key actors such as Verónica Ponce Santander and Andrés Huerta Zúñiga from the Manabí Provincial Government, in addition to direct observation for a deep understanding of the current tourist context. The research results revealed a need for technological improvements in the tourism sector of Crucita, including the updating and optimization of existing infrastructure and training in the use of emerging technologies. The identified strategies range from promoting electronic payment systems to implementing interactive tools such as QR codes and augmented reality to enrich the tourist experience. In conclusion, the research highlights the importance of integrating innovative technological solutions for the development and promotion of tourism in Crucita.

**Keywords:** technological innovation, tourism development, digital strategy

## TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	i
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	ii
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	iii
DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
Resumen.....	vii
<i>Abstract</i> .....	viii
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. "Plan tecnológico estratégico para el desarrollo de la infraestructura del sector turístico de Portoviejo".....	3
1.2. "Propuesta de un plan de medios digitales para promocionar el turismo de la parroquia Saraguro como pueblo mágico, provincia de Loja".....	5
1.3. "Propuesta de una planificación estratégica para el desarrollo del cantón Portoviejo como Destino Turístico Inteligente (DTI)".....	6
1.4. "Sistema de indicadores para la sostenibilidad del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19".....	7
1.5. "Turismo y su incidencia en el desarrollo económico de la parroquia Crucita-Ecuador".....	8
1.6. "Turismo de salud y redes colaborativas en innovación: caso Los Algodones, Baja California".....	10

1.7. “Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: una aproximación en el sector del turismo”.	11
1.8. “Diseño de un procedimiento de actuación en accidentes de turismo activo”.	12
1.9. “Efectos del coronavirus en el sector turismo en Chile”.	14
1.10. “Evaluación de los recursos paisajísticos e históricos para el desarrollo del turismo de naturaleza en las zonas de uso público del Parque Nacional Pico Bayamesa”.	15
1.11. Definición del problema	17
1.12. Formulación del problema	17
1.13. Objetivos	18
1.13.1. Objetivo General	18
1.13.2. Objetivos Específicos	18
2. MATERIALES Y MÉTODOS	19
2.1. Materiales	19
2.2. Métodos de Investigación	21
3. RESULTADOS	23
3.1. Descripción de las tendencias tecnológicas en el sector turístico a nivel nacional e internacional que son aplicables en el contexto de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.	23
3.2. Identificación de las necesidades tecnológicas actuales de las empresas turísticas de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.	30
3.3. Propuesta de estrategias de servicios tecnológicos para promover el desarrollo turístico de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.	46

4. DISCUSIÓN.....	58
5. CONCLUSIONES.....	60
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	62
7. ANEXOS.....	66

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Población a encuestar</i> .....	20
Tabla 2. <i>Población a entrevistar</i> .....	20
Tabla 3. <i>Pregunta 1: ¿Cuál es el tipo de su negocio?</i> .....	30
Tabla 4. <i>Pregunta 2: ¿Actualmente cuál es el principal canal por el cual los clientes reservan o adquieren sus servicios?</i> .....	32
Tabla 5. <i>Pregunta 3: ¿Qué tipo de tecnología utiliza actualmente en su negocio para la gestión y operación?</i> .....	33
Tabla 6. <i>Pregunta 4: ¿Qué tipo de servicios tecnológicos considera que podrían beneficiar más a su negocio?</i> .....	35
Tabla 7. <i>Pregunta 5: Si tuviera la oportunidad, ¿cuál de estos sistemas tecnológicos le gustaría implementar en su negocio en los próximos 12 meses?</i> .....	36
Tabla 8. <i>Pregunta 6: ¿Cuál considera que sería el mayor desafío para implementar nuevas tecnologías en su negocio?</i> .....	38
Tabla 9. <i>Pregunta 7: En relación al uso de tecnología en su negocio, ¿cómo describiría el nivel de aceptación de sus clientes?</i> .....	39
Tabla 10. <i>Pregunta 8: ¿Qué beneficios espera obtener si implementara nuevos servicios tecnológicos en su negocio?</i> .....	41
Tabla 11. <i>Pregunta 9: ¿Considera que su negocio está adecuadamente representado y fácil de encontrar en las plataformas de mapas digitales (como Google Maps)?</i> .....	42
Tabla 12. <i>Pregunta 10: ¿Qué tecnología cree que ayudaría a los turistas a ubicar y llegar mejor a su negocio?</i> .....	43
Tabla 12. <i>Síntesis de necesidades tecnológicas en empresas turísticas de Crucita</i> .....	45
Tabla 13. <i>Estrategias</i> .....	47
Tabla 14. <i>Plan de Capacitación</i> .....	49

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. <i>Pregunta 1: ¿Cuál es el tipo de su negocio?</i> .....	30
Gráfico 2. <i>Pregunta 2: ¿Actualmente cuál es el principal canal por el cual los clientes reservan o adquieren sus servicios?</i> .....	32
Gráfico 3. <i>Pregunta 3: ¿Qué tipo de tecnología utiliza actualmente en su negocio para la gestión y operación?</i> .....	34
Gráfico 4. <i>Pregunta 4: ¿Qué tipo de servicios tecnológicos considera que podrían beneficiar más a su negocio?</i> .....	35
Gráfico 5. <i>Pregunta 5: Si tuviera la oportunidad, ¿cuál de estos sistemas tecnológicos le gustaría implementar en su negocio en los próximos 12 meses?</i> .....	37
Gráfico 6. <i>Pregunta 6: ¿Cuál considera que sería el mayor desafío para implementar nuevas tecnologías en su negocio?</i> .....	38
Gráfico 7. <i>Pregunta 7: En relación al uso de tecnología en su negocio, ¿cómo describiría el nivel de aceptación de sus clientes?</i> .....	40
Gráfico 8. <i>Pregunta 8: ¿Qué beneficios espera obtener si implementara nuevos servicios tecnológicos en su negocio?</i> .....	41
Gráfico 9. <i>Pregunta 9: ¿Considera que su negocio está adecuadamente representado y fácil de encontrar en las plataformas de mapas digitales (como Google Maps)?</i> .....	42
Gráfico 10. <i>Pregunta 10: ¿Qué tecnología cree que ayudaría a los turistas a ubicar y llegar mejor a su negocio?</i> .....	44

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. <i>Parroquia Crucita</i> .....	19
Ilustración 2. <i>Página web</i> .....	49
Ilustración 3. <i>Imagen referencial de la estrategia</i> .....	52
Ilustración 4. <i>Plataformas de pago</i> .....	55
Ilustración 5. <i>Plataformas de viajes</i> .....	57

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo es una actividad económica importante que ha experimentado un crecimiento constante en todo el mundo. En Ecuador, el turismo es un sector clave para el desarrollo económico del país. La provincia de Manabí, en particular, es conocida por sus hermosas playas, exquisita gastronomía y diversidad cultural, lo que la convierte en un destino turístico muy popular.

La parroquia Crucita, ubicada en el cantón Portoviejo, es una de las zonas turísticas más visitadas de la provincia de Manabí. Esta hermosa localidad costera ofrece una amplia variedad de actividades para los turistas, como deportes acuáticos, paseos en barco y observación de ballenas, entre otras. Además, cuenta con una gran oferta de alojamientos, restaurantes y tiendas de artesanías.

A pesar de la belleza y los atractivos turísticos que ofrece la parroquia Crucita, los prestadores de servicios turísticos enfrentan desafíos para mejorar la calidad de los servicios y satisfacer las demandas de los turistas. En este sentido, la tecnología se ha convertido en un elemento clave para mejorar la calidad de los servicios turísticos, aumentar la competitividad y satisfacer las demandas de los turistas.

Es por esto que el objetivo de esta tesis es proponer una serie de servicios tecnológicos innovadores que pueden mejorar la oferta turística de la parroquia Crucita. A través de un análisis exhaustivo de las necesidades y expectativas de los turistas que visitan la parroquia, se identificarán las limitaciones y desafíos que enfrentan los prestadores de servicios turísticos y se propondrán soluciones tecnológicas que permitan mejorar la oferta turística de la zona.

La propuesta de servicios tecnológicos para el turismo de la parroquia Crucita, cantón Portoviejo, tiene como objetivo mejorar la experiencia de los turistas que visitan la zona.

Además, esta propuesta también contribuirá a la economía local al atraer a más turistas y generar mayores ingresos para los prestadores de servicios turísticos de la zona.

La Parroquia Crucita del Cantón Portoviejo cuenta con un importante potencial turístico debido a sus hermosas playas, su rica gastronomía, su cultura y sus tradiciones. A pesar de ello, el turismo en la zona enfrenta una serie de desafíos que limitan su desarrollo y crecimiento en la región.

Uno de los principales problemas identificados es la falta de servicios tecnológicos adaptados a las necesidades y demandas de los turistas. Actualmente, los visitantes a la Parroquia Crucita no disponen de una oferta suficiente de servicios tecnológicos que les permita tener una experiencia turística de calidad, lo que limita su satisfacción y puede influir en su decisión de volver a visitar la zona en el futuro.

Ante esta situación, surge la necesidad de diseñar una propuesta de servicios tecnológicos innovadores y eficaces que contribuyan a mejorar la experiencia turística en la Parroquia Crucita y, a su vez, fomentar el desarrollo sostenible de la región. Esta propuesta debe ser adecuada a las particularidades de la zona ya las necesidades y demandas de los turistas que la visitan.

Por tanto, el problema central que se plantea en esta investigación es cómo diseñar una propuesta de servicios tecnológicos para el turismo en la Parroquia Crucita del Cantón Portoviejo que se adapte a las necesidades y demandas de los turistas y contribuya al desarrollo sostenible de la región. Para resolver este problema, se requiere llevar a cabo un análisis detallado de la oferta turística actual, las necesidades de los turistas, y las posibilidades tecnológicas disponibles. Así se podrán diseñar soluciones innovadoras y efectivas que permitan mejorar la experiencia turística y potenciar el desarrollo económico de la zona.

Ante lo mencionado, la formulación del problema se manifiesta en la siguiente interrogante: ¿Qué estrategias son necesarias para la implementación de servicios tecnológicos y mejorar la oferta turística de la parroquia Crucita, cantón Portoviejo?, además se ha planteado un objetivo general de "Establecer estrategias para el desarrollo de servicios tecnológicos para el turismo de la parroquia Crucita, cantón Portoviejo". Asimismo, para una comprensión más detallada, se han formulado objetivos específicos: i) "Describir las tendencias tecnológicas en el sector turístico a nivel nacional e internacional que son aplicables en el contexto de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo", ii) "Identificar las necesidades tecnológicas actuales de las empresas turísticas de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo", y iii) "Proponer estrategias de servicios tecnológicos para promover el desarrollo turístico de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo".

### **1.1. "Plan tecnológico estratégico para el desarrollo de la infraestructura del sector turístico de Portoviejo"**

El trabajo de investigación de Briones & Solís (2023) tuvo como objetivo principal proponer un plan estratégico para el desarrollo de la infraestructura tecnológica del sector turístico de Portoviejo, con el fin de mejorar la experiencia del turista y aumentar la competitividad de la ciudad. Para lograr este objetivo, los autores utilizaron diversos parámetros estadísticos, como el análisis de tendencias y las estadísticas descriptivas para obtener información relevante sobre la infraestructura tecnológica actual y las necesidades de los turistas. Además, se realizaron pruebas de hipótesis para evaluar la relación entre la infraestructura tecnológica y la satisfacción del turista.

Estos autores propusieron tres fases que fueron fundamentales para la obtención de los resultados, utilizando los métodos analítico y descriptivo tomando como metodología referencial la "Planificación Estratégica para la evaluación de un Destino Turístico Inteligente". En la fase uno se hizo un diagnóstico al sistema turístico donde se caracterizó

el área de estudio, obteniendo resultados acerca de la principal actividad económica siendo está el comercio de textiles. Además, se concretó la información con el análisis del sistema turístico, enfocando la síntesis con el aporte tecnológico de los componentes.

En la segunda fase se realizaron estudios de la oferta, demanda y gestión pública a través de cuestionarios en relación con los componentes de un destino turístico inteligente, en la aplicación de encuestas y una entrevista al Departamento de Turismo, para conocer la perspectiva de los actores que participan directamente con el turismo, descripción que sirvió para proponer estrategias por medio de una matriz FODA, donde se valoraron las fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazas.

Finalmente, en la tercera fase se diseñó estrategias, tomando como modelo a los componentes para un destino turístico inteligente, enfocando las directrices con el sistema de turismo, para lo cual, se identificó los beneficios que obtendría Portoviejo para mejorar la infraestructura tecnológica. Asimismo, se hicieron objetivos a corto, mediano y largo plazo tomando como referencia a la visión y misión. Por último, se desarrolló una matriz de objetivos con la finalidad de identificar los principales objetivos y estrategias para ir alcanzando las metas durante cuatro años que tiene prevista la planificación.

Este estudio proporciona una base fundamental para el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica en el sector turístico de Portoviejo. Al enfocarse en un plan estratégico para el desarrollo tecnológico, los autores establecen un marco de referencia clave para la implementación de tecnologías avanzadas en el turismo. Su uso de métodos analíticos y descriptivos, junto con la metodología de "Planificación Estratégica para la evaluación de un Destino Turístico Inteligente", ofrece una estructura sistemática para evaluar y mejorar la infraestructura turística. Este trabajo es especialmente valioso por su enfoque en fases que permiten una implementación gradual y efectiva de tecnologías y estrategias, asegurando así un desarrollo sostenible y adaptativo del turismo en Portoviejo.

## **1.2. “Propuesta de un plan de medios digitales para promocionar el turismo de la parroquia Saraguro como pueblo mágico, provincia de Loja”**

El estudio de investigación de Jiménez (2023) tuvo como objetivo principal de la investigación proponer un plan de medios digitales para promocionar el turismo en la parroquia Saraguro y posicionarla como un pueblo mágico de la provincia de Loja. Para lograr este objetivo, la autora utilizó diversos parámetros estadísticos, como el análisis de la situación actual del turismo en la parroquia y la identificación de los medios digitales más utilizados por los turistas en la actualidad.

Para llevar a cabo la investigación se aplicaron diferentes métodos de recolección de datos como lo son las encuestas, entrevistas y observación directa, las cuales apoyaron en la obtención de resultados del estudio. Entre los resultados se logró identificar que no existe un medio digital que se dedique a promocionar el turismo en la parroquia, por lo que cada persona que se encuentra ligada a la actividad turística realiza una promoción de manera independiente o privada, así mismo, gracias a la aplicación de encuestas se consiguió establecer un perfil del público objetivo y se construyó la propuesta, como conclusión se estableció que, la aplicación de esta investigación ayudará a la promoción turística de la parroquia Saraguro cuyo diseño puede aplicarse incluso a nivel cantonal.

La investigación de Jiménez (2023) contribuye significativamente a la promoción del turismo en la parroquia Saraguro mediante el uso de medios digitales. Su enfoque en identificar la ausencia de una plataforma de promoción digital cohesiva y en desarrollar un plan integral para establecerla es crucial para mejorar la visibilidad y el atractivo turístico de Saraguro. El estudio aborda una brecha importante en la promoción turística, proporcionando un marco para la utilización efectiva de medios digitales que pueden ser replicados en otras áreas. La identificación del perfil del público objetivo y la construcción

de una propuesta basada en datos concretos son aspectos destacados que garantizan la relevancia y eficacia de la estrategia propuesta.

### **1.3. “Propuesta de una planificación estratégica para el desarrollo del cantón Portoviejo como Destino Turístico Inteligente (DTI)”**

La propuesta de Loor & Cedeño (2022) tuvo como objetivo principal proponer una planificación estratégica para el desarrollo del cantón Portoviejo como Destino Turístico Inteligente (DTI), utilizando las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como herramientas clave.

Para alcanzar lo propuesto se trabaja desde un nivel exploratorio no experimental, con un enfoque mixto. Se aplicó una metodología de tres fases, la primera consistió en una caracterización del cantón mediante la cual se pudo conocer el estado actual de los ámbitos políticos, ambiental, social, económico y turístico de Portoviejo; Como segunda fase se elaboró una propuesta de plan estratégico con sus programas y proyectos que servirán como línea base en la planificación de Portoviejo como DTI; y, en la tercera fase se estableció el cronograma de actividades, los indicadores de impactos y los parámetros de evaluación, con los cuales se daría seguimiento a lo planificado.

Se analizó que la carencia de innovación turística, el mal estado de la accesibilidad a los destinos turísticos, la deficiente señalización, personal poco capacitado, baja difusión turística, las falencias diagnosticadas son un reflejo de la poca planificación turística y territorial que han impedido el desarrollo tecnológico turístico del cantón Portoviejo. Este trabajo investigativo aporta con un plan estratégico que permiten a las entidades públicas y privadas la ejecución y vinculación de proyectos que ayuden a impulsar el sector turístico y el desarrollo local.

La propuesta de Loor y Cedeño (2022) es crucial para la transformación de Portoviejo en un Destino Turístico Inteligente (DTI). Al emplear un enfoque mixto y una metodología de tres fases, este estudio establece un plan estratégico integral que aborda múltiples aspectos del desarrollo turístico, desde la infraestructura hasta la gestión y promoción. La investigación destaca la necesidad de innovación y mejora en la accesibilidad, la señalización y la capacitación del personal, proponiendo soluciones basadas en la tecnología y la planificación estratégica. Este trabajo tiene un impacto considerable en la forma en que el turismo puede ser desarrollado y gestionado de manera sostenible y efectiva en el cantón, sirviendo de modelo para otras regiones.

#### **1.4. "Sistema de indicadores para la sostenibilidad del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19"**

El trabajo de titulación de Loor & Vera (2022) tuvo como objetivo principal proponer un sistema de indicadores para evaluar la sostenibilidad del sector turístico en el contexto de la pandemia de COVID-19 en el cantón Portoviejo. Para llevar a cabo este estudio se establecieron tres fases: iniciando con el diagnóstico, a través de una revisión bibliográfica – documental en donde se identificaron y delimitaron aspectos importantes como características geográficas, ambientales, económicas, socioculturales e infraestructuras; continuamente se evaluó el perfil, tendencia y satisfacción del turista mediante 196 encuestas formalizadas virtualmente, además se ejecutó un análisis FODA que una vez ponderado determinó las variables principales para formular el problema y solución estratégica.

Respectivamente con el análisis se logró conocer que el cantón presenta ciertas iniciativas intersectoriales que están enfocadas a la reactivación del turismo por lo cual debido a las condiciones de la pandemia se realizó a partir del modelo triple hélice dando como resultado que 4 de las 5 son impulsadas por el gobierno municipal. En segundo

lugar, mediante la evaluación de los 7 expertos se logró validar los indicadores sostenibles que están direccionados en función a la importancia e interacción de los pilares fundamentales. Finalmente, se describieron cada uno de ellos para asociarlos con los sectores público, privado y académico; a su vez se elaboró una matriz de comparación variada logrando identificar el nivel de importancia y así estructurar la ficha de jerarquización para cumplir las acciones de sostenibilidad.

El estudio de Loor y Vera (2022) es especialmente relevante en el contexto de la pandemia de COVID-19, ya que aborda la sostenibilidad del turismo en circunstancias cambiantes y desafiantes. Al proponer un sistema de indicadores para evaluar la sostenibilidad, este trabajo proporciona herramientas cruciales para monitorear y mejorar la resiliencia del sector turístico. La investigación destaca la importancia de la colaboración intersectorial y la adaptabilidad a las nuevas condiciones impuestas por la pandemia, ofreciendo un enfoque holístico y práctico para mantener y potenciar el turismo en Portoviejo. La inclusión de múltiples involucrados en el análisis y la aplicación de un modelo triple hélice son aspectos innovadores que aseguran un enfoque integral y colaborativo en la gestión del turismo.

### **1.5. “Turismo y su incidencia en el desarrollo económico de la parroquia Crucita-Ecuador”**

La investigación realizada por Pérez y Zambrano (2023) se centró en el análisis de la incidencia del turismo en el desarrollo económico de la parroquia Crucita, Ecuador. La autora propuso como objetivo principal examinar cómo el turismo, siendo el motor principal de la economía local, contribuye al desarrollo de la matriz productiva de la región. Esta contribución es especialmente relevante, ya que el turismo no solo amplía el nivel de producción, sino que también dinamiza la cadena de valor de los productos locales, incentivando así el desarrollo económico del territorio.

En su metodología, la autora optó por un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Esto incluyó una revisión bibliográfica y documental, la cual permitió construir el marco referencial y teórico del estudio. Además, se emplearon técnicas de recolección de datos como encuestas a turistas y entrevistas a funcionarios de la parroquia Crucita. A través de estos métodos, la autora identificó varias limitaciones que afectan la capacidad del turismo para ser un referente clave en el desarrollo económico de Crucita, principalmente debido a la falta de apoyo gubernamental en la implementación de nuevas tecnologías.

Entre los resultados más significativos, la autora descubrió que, a pesar de estas limitaciones, el turismo ha tenido un impacto positivo en la economía local. Este incremento en el movimiento económico se debe en gran parte a eventos culturales y gastronómicos, como el Crucitazo. Sin embargo, la investigación resalta la necesidad de un enfoque más estratégico y sostenible para el turismo, enfatizando la importancia de la colaboración entre los sectores público y privado y la comunidad local.

El aporte de este estudio a la presente investigación es significativo y subraya la relevancia del turismo como un pilar económico esencial y destaca la necesidad de superar los desafíos tecnológicos y de infraestructura para mejorar la experiencia turística. Estos hallazgos son fundamentales para comprender la situación actual del turismo en Crucita y ofrecen una base sólida para la formulación de estrategias que mejoren la infraestructura tecnológica y la experiencia turística en la parroquia. Además, el estudio pone de relieve la importancia de adoptar una perspectiva integral que contemple tanto el crecimiento económico como la sostenibilidad ambiental y social en el desarrollo del turismo en Crucita.

## **1.6. “Turismo de salud y redes colaborativas en innovación: caso Los Algodones, Baja California”.**

El estudio llevado a cabo por Flores et al., (2020) se enfoca en el turismo de salud y las redes colaborativas en innovación, particularmente en el caso de Los Algodones, Baja California. Esta investigación destaca la complejidad del turismo como un sistema integrado por diversos agentes interesados, cuya eficacia depende de la gestión efectiva de las relaciones entre los componentes del sistema turístico. El objetivo principal del estudio es discutir las redes de colaboración entre actores e involucrados en el turismo de salud en Los Algodones, y cómo estas colaboraciones han generado innovación en productos/servicios, procesos, organización y mercadotecnia.

Para alcanzar este objetivo, los investigadores adoptaron un enfoque cualitativo descriptivo, apoyándose en la revisión de literatura y un trabajo de campo que incluyó el desarrollo de una mesa de discusión. Esta reunión congregó a representantes de servicios de salud, turismo, gobierno local, organizaciones empresariales y gubernamentales, academia y la comunidad de Los Algodones. La discusión se centró en las estrategias de colaboración y las acciones de innovación para maximizar la competitividad y la sostenibilidad de la actividad turística.

Los hallazgos de la investigación, analizados con el software Atlas.ti, revelaron la existencia de redes colaborativas entre diversos actores e involucrados, incluyendo a proveedores de servicios de salud y turismo, organizaciones empresariales y gubernamentales, y la academia. Se identificaron innovaciones en productos/servicios, procesos y organización, así como en mercadotecnia, todas ellas orientadas a mejorar el turismo de salud en Los Algodones.

El estudio concluye que el turismo de salud en Los Algodones se encuentra en una etapa de transición hacia una colaboración más estrecha entre los diferentes agentes interesados, en proceso de consolidarse como un sistema abierto y altamente competitivo. Los autores subrayan la importancia de la cooperación y la colaboración en el fortalecimiento de las relaciones a largo plazo entre los distintos actores del turismo de salud.

Esta investigación es especialmente relevante para estudios sobre turismo de salud y la implementación de tecnologías innovadoras en este ámbito. Proporciona una base sólida para comprender cómo las redes de colaboración y la innovación pueden mejorar la competitividad y la sostenibilidad del turismo de salud. Los hallazgos de los autores ofrecen perspectivas valiosas para futuras investigaciones y para la formulación de estrategias efectivas en el desarrollo del turismo de salud.

### **1.7. “Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: una aproximación en el sector del turismo”.**

Almeida (2020) aborda en su estudio la incipiente integración de robots, inteligencia artificial y realidad virtual en el sector turístico. La investigación se centra en cómo las tecnologías de la información e internet, que ya han transformado significativamente el turismo, están siendo complementadas por estas nuevas tecnologías, marcando el inicio de una revolución en el sector. El objetivo principal de Alonso Almeida es examinar el estado actual y la penetración de estas tecnologías en el turismo, y proporcionar este conocimiento al sector para facilitar la anticipación de distintos escenarios y sus impactos.

La metodología empleada por la investigadora es cualitativa, basada en una extensa revisión bibliográfica. A través de este enfoque, se busca entender mejor cómo se están integrando estas tecnologías en el turismo y las posibles direcciones futuras de esta

integración. Los resultados del estudio indican que, aunque el uso de robots en el turismo está aún en una fase preliminar, se espera que se convierta en una práctica común en las próximas décadas, similar a lo sucedido en la industria manufacturera.

En sus conclusiones, el autor señala que, a pesar de los altos niveles de automatización alcanzados en algunas áreas del turismo gracias a las tecnologías de la información e internet, el big data emerge como una herramienta crucial para mejorar la competitividad. Permite analizar las necesidades reales y latentes de los turistas, facilitando una personalización de los servicios que puede incrementar la satisfacción y lealtad del cliente. La inteligencia artificial, principalmente utilizada para la atención al cliente, junto con la robótica, representa un campo de investigación que se prevé se desarrolle sustancialmente en los próximos años. Por último, la realidad virtual, aún en una fase incipiente, promete múltiples aplicaciones en el sector turístico, especialmente a medida que disminuyan los costos de la tecnología.

Este estudio proporciona una base importante para la presente investigación y desarrollo de estrategias en el sector turístico. Destaca que el futuro del turismo será diferente a lo conocido hasta ahora, con la tecnología desempeñando un papel crucial en la creación de nuevas realidades. La investigación de Almeida (2020) sugiere que el mundo se encuentra en la cúspide de una nueva revolución en el turismo, impulsada por la innovación tecnológica, y destaca la necesidad de involucrar a todos los actores relevantes en la toma de decisiones en este ámbito.

### **1.8. “Diseño de un procedimiento de actuación en accidentes de turismo activo”.**

Ramos (2022), de la Universidad de León, España, realizó un estudio cuyo objetivo fue diseñar un procedimiento de actuación en accidentes de turismo activo. Este sector, en constante crecimiento en España, presenta una diversidad de normativas que varían entre

las Comunidades Autónomas. Dada la naturaleza de riesgo inherente a las prácticas deportivas en entornos naturales y la inexistencia de un procedimiento de actuación estandarizado para accidentes en turismo activo, los investigadores se propusieron desarrollar una herramienta aplicable a todas las actividades del sector.

La metodología adoptada fue cualitativa, incluyendo una revisión de la legislación vigente y la literatura científica sobre turismo activo, además de consultar a un grupo de expertos en prevención de riesgos, rescate y organización de actividades en el medio natural. Esta investigación culminó en la creación de un procedimiento de actuación que consta de cinco fases desde la ocurrencia del accidente hasta la conclusión de la actividad.

Los resultados destacan la herramienta desarrollada que establece pautas seguras de actuación en caso de accidentes para los guías de turismo activo, basadas en la normativa vigente y las características propias de las actividades que realizan. Este procedimiento busca asegurar una correcta actuación para mitigar o evitar el agravio de las lesiones y facilitar el rescate y evacuación de la persona accidentada.

El autor concluye que el procedimiento de actuación diseñado es fundamental para mejorar la gestión de riesgos y la respuesta a accidentes en el turismo activo. Este procedimiento detalla las etapas críticas de actuación desde el momento del accidente hasta la resolución de la emergencia, enfatizando la importancia de una coordinación eficiente y un liderazgo claro durante las situaciones de crisis. El estudio resalta la necesidad de una formación adecuada para los guías de turismo activo en primeros auxilios y gestión de emergencias, así como la importancia de una infraestructura y equipamiento adecuados para garantizar la seguridad de los participantes.

Además, el aporte a esta investigación radica en proporcionar una herramienta práctica y aplicable que puede ser adoptada por diferentes actores en el sector del turismo activo.

Este procedimiento no solo mejora la preparación y capacidad de respuesta ante accidentes, sino que también sirve como una guía para el desarrollo de políticas y prácticas de seguridad más robustas en el sector. Al ofrecer un enfoque estandarizado y bien fundamentado, el estudio ayuda a estandarizar las prácticas de seguridad en actividades de turismo activo, contribuyendo así a la profesionalización del sector y a la mejora de la confianza y percepción de seguridad por parte de los turistas.

### **1.9. “Efectos del coronavirus en el sector turismo en Chile”.**

Ortega et al. (2021) realizaron un estudio sobre los efectos del coronavirus en el sector turismo en Chile. El turismo, un sector en crecimiento en Chile, enfrentó desafíos significativos debido a la pandemia de coronavirus y al estallido social de 2019, que ya había impactado negativamente en el turismo del país. El objetivo de este artículo fue analizar el escenario que enfrenta el turismo en Chile debido al coronavirus e identificar desafíos clave para superar esta situación, considerando los factores que desencadenaron el conflicto social.

La metodología empleada fue descriptiva y exploratoria, centrada en la revisión de informes oficiales y una búsqueda en literatura científica sobre el impacto de la pandemia en el turismo. Además, se aplicó el método EPA (Events Protest Analysis) para analizar publicaciones de prensa relacionadas con acciones colectivas y protestas. También se utilizó el análisis del discurso de los medios de comunicación. Estos métodos permitieron la interpretación de relaciones entre actores en situaciones sociales, económicas y políticas que desencadenaron conflictos y manifestaciones territoriales relacionadas con la pandemia.

Los resultados indicaron una caída drástica en las llegadas de turistas y en el empleo en el sector turístico, así como protestas colectivas inéditas en el país, reflejando el rechazo de

las comunidades locales a la creciente presencia de visitantes en localidades con pocos casos de coronavirus. Esto presentó un desafío complejo para los destinos turísticos y sugirió la necesidad de nuevos esfuerzos de investigación en el sector turismo.

Las conclusiones del estudio reflejan que la pandemia encontró a Chile en un escenario desfavorable para el turismo, exacerbado por el estallido social y las restricciones de viaje. Las autoridades locales desempeñaron un rol clave en el control de conflictos generados por la demanda de visitantes. El análisis de prensa online utilizando el método epa se mostró como un valioso instrumento para sistematizar información sobre eventos de movilizaciones sociales colectivas en destinos turísticos.

Ante lo mencionado, este antecedente tiene su relevancia para este estudio bajo las recomendaciones de los autores para intensificar los esfuerzos para contar con instancias formales de trabajo para la gestión de crisis en el turismo, incorporar indicadores de impacto ambiental y riesgos sanitarios en los planes de desarrollo turístico, y establecer nuevos indicadores para cuantificar los efectos de la pandemia en el turismo. Este estudio proporciona una comprensión profunda de los retos que enfrenta el sector turístico en Chile debido a la pandemia, y destaca la importancia de una planificación y gestión efectivas en situaciones de crisis.

#### **1.10. “Evaluación de los recursos paisajísticos e históricos para el desarrollo del turismo de naturaleza en las zonas de uso público del Parque Nacional Pico Bayamesa”.**

Puebla et al. (2020) realizaron un estudio enfocado en evaluar la propuesta actual de uso público del Parque Nacional Pico Bayamesa, basándose en el Plan de Manejo 2017-2021. El objetivo general de esta investigación fue abarcar los atractivos localizados en cada zona propuesta para uso público dentro del Parque y las opciones propuestas para el

desarrollo del turismo de naturaleza. Además, se buscó evaluar la viabilidad de estas opciones a partir de diversos indicadores de evaluación, estrategias para el desarrollo del turismo en áreas protegidas y programas de uso público.

La metodología adoptada fue cualitativa descriptiva, apoyada en la observación directa del caso de estudio y en la revisión de informes y literatura relevante. Esta metodología se consideró apropiada para estudiar fenómenos complejos y actuales, como es el caso del turismo en áreas protegidas. Además, se utilizó la metodología de Báez y Acuña (2003) para clasificar los atractivos turísticos en categorías como atractivos focales, complementarios y de apoyo.

Los resultados obtenidos permitieron la realización de un inventario y clasificación de los atractivos presentes en las zonas de uso público, evaluando las propuestas actuales de senderos y proponiendo nuevas zonas de uso público y posibles senderos para esta área protegida. Se consideraron factores como la accesibilidad, el estado de conservación, la calidad, la cantidad y las limitantes para su uso.

En sus conclusiones, los autores destacaron que esta es la primera vez que esta metodología se aplica en Cuba. Los resultados fueron valorados positivamente y considerados de fácil implementación. Además, se propusieron modificaciones a la propuesta de áreas de uso público existente, con el fin de incorporarlas al próximo Plan de Manejo para el periodo 2022-2026. Entre las recomendaciones más significativas se incluyó la eliminación de ciertas áreas de uso público que no cumplían con los criterios establecidos, así como la modificación de los límites de otras áreas.

Este estudio es importante para la presente investigación porque proporciona una evaluación detallada y propuestas concretas para mejorar la gestión y el aprovechamiento de los recursos paisajísticos del Parque Nacional Pico Bayamesa. Es una contribución

valiosa para el desarrollo sostenible del turismo de naturaleza en áreas protegidas, ofreciendo un marco para la planificación y gestión eficaz del uso público en estos espacios naturales.

### **1.11. Definición del problema**

Uno de los principales problemas identificados es la falta de servicios tecnológicos adaptados a las necesidades y demandas de los turistas. Actualmente, los visitantes a la Parroquia Crucita no disponen de una oferta suficiente de servicios tecnológicos que les permita tener una experiencia turística de calidad, lo que limita su satisfacción y puede influir en su decisión de volver a visitar la zona en el futuro. Ante esta situación, surge la necesidad de diseñar una propuesta de servicios tecnológicos innovadores y eficaces que contribuyan a mejorar la experiencia turística en la Parroquia Crucita y, a su vez, fomentar el desarrollo sostenible de la región. Esta propuesta debe ser adecuada a las particularidades de la zona ya las necesidades y demandas de los turistas que la visitan. Por tanto, el problema central que se plantea en esta investigación es cómo diseñar una propuesta de servicios tecnológicos para el turismo en la Parroquia Crucita del Cantón Portoviejo que se adapte a las necesidades y demandas de los turistas y contribuya al desarrollo sostenible de la región. Para resolver este problema, se requiere llevar a cabo un análisis detallado de la oferta turística actual, las necesidades de los turistas, y las posibilidades tecnológicas disponibles. Así se podrán diseñar soluciones innovadoras y efectivas que permitan mejorar la experiencia turística y potenciar el desarrollo económico de la zona.

### **1.12. Formulación del problema**

¿Qué estrategias son necesarias para la implementación de servicios tecnológicos y mejorar la oferta turística de la parroquia Crucita, cantón Portoviejo?

### **1.13. Objetivos**

#### **1.13.1. Objetivo General**

Establecer estrategias para el desarrollo de servicios tecnológicos para el turismo de la parroquia Crucita, cantón Portoviejo.

#### **1.13.2. Objetivos Específicos**

- Describir las tendencias tecnológicas en el sector turístico a nivel nacional e internacional que son aplicables en el contexto de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.
- Identificar las necesidades tecnológicas actuales de las empresas turísticas de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.
- Proponer estrategias de servicios tecnológicos para promover el desarrollo turístico de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

### 2.1. Materiales

El estudio en cuestión se desarrolló mediante una metodología descriptiva, la cual permitió la identificación y caracterización exhaustiva de las variables de investigación, lo que a su vez posibilitó describir con precisión cada una de sus particularidades. Según Gabriel (2017), la investigación descriptiva es una herramienta fundamental para cualquier estudio que busque una comprensión profunda de las variables que se analizan. Al describir detalladamente cada una de las características de las variables, se pudieron identificar patrones y tendencias que permitieron una mejor comprensión del fenómeno estudiado.

Cabe resaltar que la presente investigación se realizó en parroquia Crucita, cantón Portoviejo.

**Ilustración 1.** *Parroquia Crucita*



Fuente: Google Maps

La investigación que se presenta adoptó un enfoque mixto para la recopilación y análisis de datos. Por un lado, se utilizaron encuestas para recopilar datos cuantitativos y, por otro

lado, se obtuvieron datos cualitativos a través de una búsqueda bibliográfica y documental, así como mediante la observación directa. Este enfoque mixto, según lo señalado por Sánchez (2019), implicó la combinación de diferentes métodos y técnicas de investigación con el objetivo de obtener una comprensión más completa del fenómeno que se investigó.

Para la recolección de información del presente estudio se utilizaron las siguientes técnicas:

Encuesta: Esta técnica fue aplicada a los establecimientos legalmente constituidos de la parroquia Crucita del cantón Portoviejo, con el fin de conocer con mayor profundidad sus criterios u opiniones relacionadas con los servicios tecnológicos para el turismo dentro de la localidad.

**Tabla 1.** *Población a encuestar*

Ítem	Cantidad
<b>Población total</b>	56
<b>Muestra</b>	56

Entrevista: Esta técnica se aplicó a las siguientes personas del Gobierno Provincial de Manabí como eje central del turismo de la parroquia Crucita del cantón Portoviejo.

**Tabla 2.** *Población a entrevistar*

Nombre	Cargo
<b>Verónica Ponce Santander</b>	Analista
<b>Andrés Huerta Zúñiga</b>	Director de Turismo, cultura y patrimonio (subrogante)

Observación: Esta técnica tuvo la intencionalidad de indagar aspectos visibles que permitieron un acercamiento directo sobre los servicios tecnológicos enfocados en el turismo de la parroquia Crucita del cantón Portoviejo.

Asimismo, en la presente investigación se tomó como población universo a encuestar a la totalidad de los establecimientos legalmente constituidos de la parroquia Crucita del cantón Portoviejo, la cual según el catastro del Ministerio de Turismo (2022) se encuentran registrados 56, mismos que se clasifican en restaurantes, hosterías y bares respectivamente. El tipo de muestreo fue el no probabilístico por conveniencia por tratarse de una muestra pequeña.

Cabe resaltar que se aplicó una entrevista al encargado de la gestión turística de la parroquia Crucita en el Gobierno Provincial de Manabí, con la finalidad de conocer los proyectos actuales y en desarrollo que se asocien a la temática de estudio y así deslumbrar la necesidad de los servicios tecnológicos enfocados en el turismo del sector.

## **2.2. Métodos de Investigación**

**2.2.1. Método bibliográfico – documental:** Se utilizó un método de selección, clasificación, evaluación y análisis de contenido de bibliografía científica para obtener información pertinente para la investigación. Al utilizar este método, se realizó una cuidadosa selección de la bibliografía pertinente y se evaluó su calidad y relevancia para la investigación.

**2.2.2. Método analítico-sintético:** El análisis y la síntesis fueron dos procesos intelectuales que formaron una unidad dialéctica, siendo fundamentales para descomponer el objeto de estudio relacionado con la propuesta de servicios tecnológicos para el turismo en la parroquia

Crucita, cantón Portoviejo. Estos procesos permitieron establecer las relaciones entre las características generales y los elementos específicos estudiados, lo que facilitó la interpretación adecuada de los resultados obtenidos.

Como mencionan Rodríguez y Pérez (2017), el análisis implica la identificación de los aspectos más importantes del tema de estudio, mientras que la síntesis permite destacar y delimitar esta información. En otras palabras, el análisis se enfoca en la descomposición del objeto de estudio en sus partes constituyentes, permitiendo una comprensión más profunda de las características generales y específicas del tema. Por su parte, la síntesis se encarga de integrar estos aspectos en una visión más amplia y coherente del objeto de estudio.

### 3. RESULTADOS

Como parte del cumplimiento de los objetivos se presentan a continuación los resultados obtenidos:

#### **3.1. Descripción de las tendencias tecnológicas en el sector turístico a nivel nacional e internacional que son aplicables en el contexto de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.**

A partir de la entrevista realizada al Sr. Andrés Huerta Zúñiga en calidad de Director de turismo del Gobierno Provincial de Manabí y a la Sra. Verónica Ponce Santander en calidad de Analista del Gobierno Provincial de Manabí, se pudo evidenciar la presencia de ciertas tendencias tecnológicas y sus aplicaciones en la parroquia Crucita. Es relevante señalar que los mencionados fueron seleccionados para participar en este estudio debido a su destacado conocimiento y experiencia en el ámbito turístico regional, así como por su involucramiento directo en la formulación y ejecución de políticas de desarrollo turístico en la zona.

Asimismo, se resaltar que a pesar de que el sector turístico en Crucita ha enfrentado cierto abandono a raíz de la pandemia, hay esfuerzos claros por parte del Gobierno Provincial de Manabí para revitalizar y modernizar el turismo en la región.

Dentro de las principales tendencias tecnológicas nacionales observadas, destacan:

1. **Centros de Interpretación Autodidactas:** En lugares como el centro de interpretación en Las Gilces, se implementaron espacios autodidactas donde los turistas y visitantes pueden adquirir conocimientos generales sobre el cuidado del manglar y especies de aves presentes en el estuario del río Portoviejo.

2. **Uso de Herramientas Tecnológicas para Medir Afluencia:** Se está planeando la adopción de herramientas como Beacon para medir la llegada y tránsito de turistas, lo que permite obtener datos precisos sobre la afluencia de visitantes, especialmente durante feriados nacionales.
3. **Capacitación en Redes Sociales y Marketing Digital:** Se ofrecen capacitaciones a los servidores turísticos sobre cómo utilizar y beneficiarse de las redes sociales y otras tecnologías digitales para promocionar sus productos y llegar a una audiencia más amplia.
4. **Implementación de Códigos QR:** Post-pandemia, se ha incentivado el uso de códigos QR en restaurantes en lugar de menús físicos, con el propósito de minimizar el contacto físico y mejorar la higiene.

Cabe resaltar que en la entrevista se habló sobre los planes futuros que, a pesar de la falta de un plan tecnológico consolidado, se reconocen las bondades de Crucita como un territorio clave para el desarrollo económico provincial. En colaboración con el sector privado, hay planes para incorporar más tecnologías que complementen la rica gastronomía, el clima favorable y los eventos culturales de calidad que caracterizan a la parroquia. Asimismo, existe una visión a largo plazo, dado que la administración municipal ve a Crucita como uno de los principales polos de desarrollo turístico del cantón. Con sus ventajas climatológicas para la práctica de deportes y su exquisita gastronomía, el objetivo es convertirlo en el principal punto turístico del cantón, complementando estas características con la implementación adecuada de tecnologías modernas.

Esta visión integradora muestra que, a pesar de los retos enfrentados, el sector turístico de Crucita está en una fase de renovación y adaptación, buscando incorporar tendencias

tecnológicas nacionales e internacionales para mejorar la oferta y experiencia turística en la parroquia.

La parroquia Crucita, a pesar de haber enfrentado desafíos considerables derivados de la pandemia, muestra signos prometedores de revitalización en su sector turístico. Sin embargo, el análisis de la entrevista realizada al Director de turismo y a la Analista del Gobierno Provincial de Manabí evidencia una adopción tecnológica aún incipiente en la región, a pesar de la creciente importancia de la tecnología en el ámbito turístico a nivel global.

La implementación de centros de interpretación autodidactas, como el ubicado en Las Gilces, es una iniciativa loable que combina educación y turismo, pero también refleja un enfoque tradicional. Si bien estos espacios proveen información vital sobre la biodiversidad de la región, podrían beneficiarse de la integración de tecnologías interactivas que mejoren la experiencia del usuario y fomenten un aprendizaje más dinámico y participativo.

Por otro lado, la planificación del uso de herramientas como Beacon para monitorizar la afluencia de turistas sugiere un interés en capitalizar datos para informar decisiones estratégicas. Sin embargo, el hecho de que este plan aún no esté en acción puede indicar reticencias o barreras para la adopción tecnológica. Es crucial que Crucita no solo adopte estas herramientas, sino que también analice y utilice los datos recopilados para optimizar la experiencia turística y adaptar la oferta a las demandas cambiantes de los visitantes.

Mientras que la capacitación en redes sociales y marketing digital es un paso en la dirección correcta, el 90% del sector turístico que aún no adopta iniciativas tecnológicas resalta una desconexión evidente entre las oportunidades presentadas por la digitalización y su adopción real. Las redes sociales, si bien poderosas, son solo una faceta del amplio

espectro de herramientas tecnológicas disponibles. Es imperativo expandir estas capacitaciones para incluir otras tecnologías emergentes y asegurarse de que los servidores turísticos las implementen de manera efectiva.

La iniciativa post-pandemia de códigos QR en restaurantes refleja una respuesta adaptativa a las circunstancias, priorizando la seguridad y la higiene. Sin embargo, es fundamental que esta adopción de tecnología no sea vista simplemente como una medida temporal, sino como un punto de partida para una transformación digital más amplia en el sector.

Además, aunque se reconoce el potencial de Crucita como polo de desarrollo turístico, es esencial que las autoridades y el sector privado colaboren de manera proactiva para desarrollar e implementar una estrategia tecnológica coherente y a largo plazo. Este enfoque no solo mejoraría la experiencia del turista, sino que también posicionaría a Crucita como un destino turístico innovador y competitivo en el escenario nacional e internacional.

La globalización y la digitalización han cambiado la dinámica del turismo a nivel mundial. Hoy en día, los viajeros esperan una experiencia personalizada y digitalmente enriquecida en cada etapa de su viaje. En este contexto, Crucita, al encontrarse en un punto de inflexión, tiene una oportunidad dorada para reinventarse y posicionarse en el mercado turístico. Es evidente que la conectividad y accesibilidad son aspectos esenciales para cualquier destino turístico. Si bien la intervención en infraestructuras básicas como el agua potable y el alcantarillado son fundamentales, también lo es garantizar una robusta infraestructura digital. La implementación de Wi-Fi gratuito en puntos estratégicos, la creación de aplicaciones móviles para guiar y asistir al turista, y el desarrollo de plataformas de reservas en línea pueden marcar una notable diferencia en la percepción y experiencia del visitante.

Además, es crucial mirar más allá y explorar tecnologías emergentes. Por ejemplo, la realidad aumentada puede ofrecer recorridos turísticos enriquecidos, permitiendo a los visitantes explorar el pasado histórico o la biodiversidad de Crucita de una manera interactiva y envolvente. La inteligencia artificial, por otro lado, puede ser utilizada para ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en las preferencias y comportamientos del turista.

La gastronomía, destacada como uno de los puntos fuertes de Crucita, podría ser potenciada a través de plataformas digitales que permitan a los turistas descubrir, reservar y hasta experimentar de manera virtual las delicias locales antes de su visita. Las experiencias inmersivas, como las degustaciones virtuales o los talleres en línea, pueden generar expectación y atraer a un público que busca experiencias culinarias auténticas.

Es igualmente relevante resaltar que cualquier estrategia tecnológica debe ser inclusiva. Debe considerar tanto a los empresarios turísticos establecidos como a los pequeños emprendedores locales, garantizando que todos tengan acceso a las herramientas y formación necesarias para adaptarse a este nuevo paradigma.

En síntesis, de lo anterior, Crucita no solo tiene la oportunidad de recuperarse de los desafíos impuestos por la pandemia, sino de emerger como un destino renovado, que combina su rica tradición y belleza natural con las comodidades y experiencias enriquecedoras que la tecnología moderna puede ofrecer. Aprovechar esta coyuntura puede posicionar a Crucita no solo como un destino turístico de elección, sino como un ejemplo a seguir en la integración armónica de tradición y tecnología.

Las tendencias tecnológicas internacionales en el ámbito turístico han sido identificadas a través de una revisión exhaustiva de la literatura, revisión de páginas y operadoras turísticas a nivel internacional y apps internacionales. Además, se han considerado

estudios recientes que aportan una visión actualizada y relevante. A continuación, se detallan las principales tendencias que están configurando el futuro del sector turístico a nivel global:

1. **Realidad Aumentada (RA):** Esta tendencia indica el uso de tecnología para superponer información digital sobre el entorno real, permitiendo a los turistas obtener datos en tiempo real sobre lugares de interés, traducciones instantáneas y narrativas históricas mientras exploran nuevos destinos.
2. **Realidad Virtual (VR):** Esta tecnología permite a los usuarios realizar recorridos virtuales por destinos turísticos, proporcionando experiencias inmersivas que pueden incluir desde visitas a museos hasta recorridos por ciudades, todo desde la comodidad de su hogar.
3. **Apps y Plataformas de Walking Tours Autoguiados:** Estas aplicaciones utilizan GPS para ofrecer tours a pie autoguiados que activan contenido multimedia relacionado con la ubicación del usuario, proporcionando una forma flexible y personalizada de explorar ciudades y atracciones.
4. **Plataformas de Realidad Aumentada para Navegación y Señalización:** El uso de realidad aumentada en la navegación y señalización ayuda a los visitantes a orientarse en lugares complejos como aeropuertos, museos o distritos turísticos, mejorando la experiencia de usuario mediante indicaciones visuales aumentadas en dispositivos móviles.
5. **Internet de las Cosas (IoT) en Hoteles:** Esta tendencia implica la integración de dispositivos conectados dentro de las habitaciones de hotel que permiten a los huéspedes personalizar su entorno, controlando aspectos como la iluminación,

temperatura, y sistemas de entretenimiento a través de sus propios dispositivos móviles o paneles in-room.

6. **Chatbots e Inteligencia Artificial para Servicio al Cliente:** Los chatbots alimentados por IA son utilizados por empresas turísticas para proporcionar atención al cliente 24/7, manejar reservaciones y ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en el análisis de datos de los usuarios.
7. **Blockchain en Reservas y Transacciones:** El blockchain se emplea para crear un sistema de reservas más seguro y descentralizado que elimina intermediarios, reduce costos y mejora la transparencia en transacciones de servicios turísticos.
8. **Big Data para Predicción de Tendencias Turísticas:** La recolección y análisis de grandes volúmenes de datos permiten a las empresas turísticas anticipar demandas, ajustar servicios y personalizar ofertas, mejorando la gestión de recursos y la satisfacción del cliente.
9. **Reconocimiento Facial para Check-in y Seguridad:** La implementación de tecnología de reconocimiento facial en puntos de control y hoteles agiliza los procesos de check-in y aumenta las medidas de seguridad, proporcionando un acceso más rápido y eficiente para los viajeros.
10. **Personalización de Viajes Mediante Herramientas de IA:** Algoritmos de inteligencia artificial se utilizan para ajustar recomendaciones de viaje y experiencias basadas en preferencias previas y datos de comportamiento, ofreciendo itinerarios altamente personalizados que responden a las expectativas y gustos individuales de los viajeros.

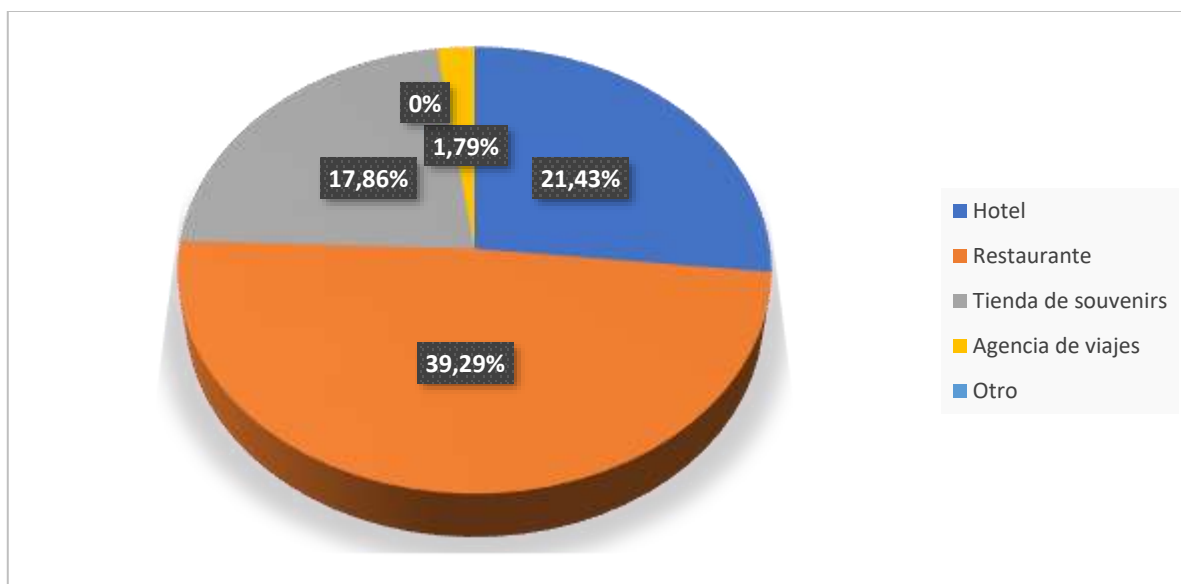
### 3.2. Identificación de las necesidades tecnológicas actuales de las empresas turísticas de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta aplicada a 56 establecimientos legalmente constituidos de la parroquia Crucita para conocer sus necesidades tecnológicas e identificar lo propuesto en el objetivo.

**Tabla 3.** *Pregunta 1: ¿Cuál es el tipo de su negocio?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Hotel	12	21.43
Restaurante	22	39.29
Tienda de souvenirs	10	17.86
Agencia de viajes	1	1.79
Otro	0	0
Total	45	80.36

**Gráfico 1.** *Pregunta 1: ¿Cuál es el tipo de su negocio?*



## Análisis e Interpretación de Resultados:

Dentro de la muestra total de 56 dueños o administradores de emprendimientos turísticos en Crucita, se observa que el 39.29% pertenecen a la categoría de restaurantes, lo que confirma que la gastronomía local es un pilar fundamental en la oferta turística de Crucita.

Los hoteles, que comprenden el 21.43%, subrayan la relevancia del hospedaje en el ámbito turístico de la zona. Por su parte, las tiendas de souvenirs, al abarcar el 17.86%, enfatizan la importancia de la promoción de artesanías y productos autóctonos como una atracción adicional para los turistas.

Es notable la baja representación de agencias de viajes, con solo un 1.79%. Esto podría sugerir que la mayoría de los turistas llegan a Crucita de manera independiente, sin intermediarios, o que las reservas y planificaciones se realizan de manera más directa, a través de otros canales.

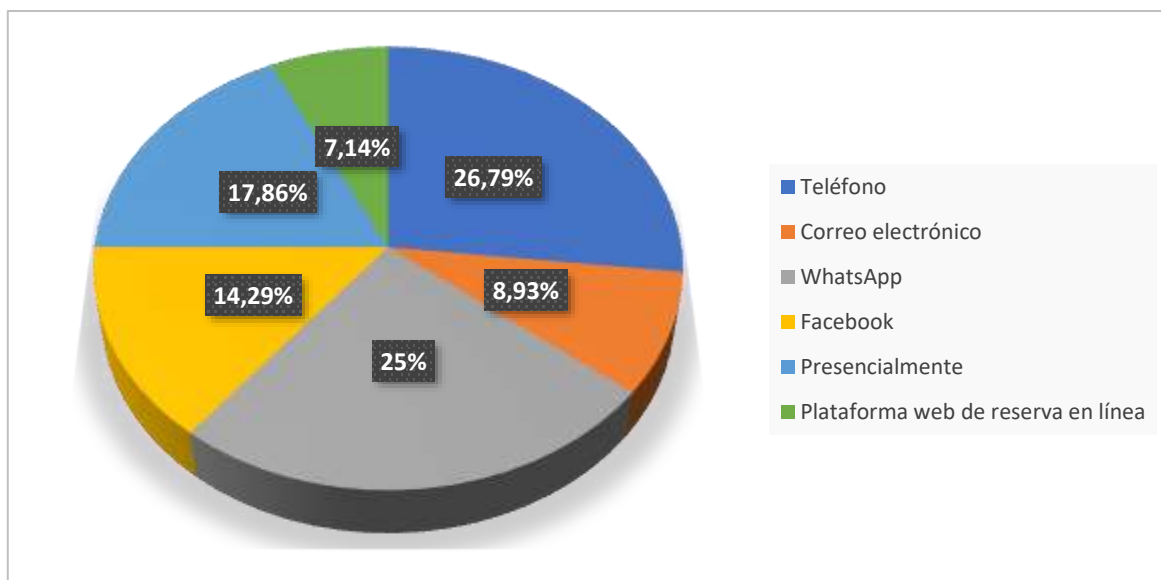
La categoría "Otro" no registró ninguna entrada, lo que indica que los negocios en la muestra se identifican en su mayoría con las categorías principales establecidas.

La diversidad en la estructura de negocios en Crucita refleja una amplia gama de servicios y ofertas para los turistas. Sin embargo, la baja representación de ciertas categorías y la ausencia de otras sugiere oportunidades de diversificación y expansión, especialmente en un contexto donde la adopción tecnológica podría potenciar aún más la experiencia turística.

**Tabla 4.** *Pregunta 2: ¿Actualmente cuál es el principal canal por el cual los clientes reservan o adquieren sus servicios?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Teléfono	15	26.79
Correo electrónico	5	8.93
WhatsApp	14	25.00
Facebook	8	14.29
Presencialmente	10	17.86
Plataforma web de reserva en línea	4	7.14
Total	56	100.00

**Gráfico 2.** *Pregunta 2: ¿Actualmente cuál es el principal canal por el cual los clientes reservan o adquieren sus servicios?*



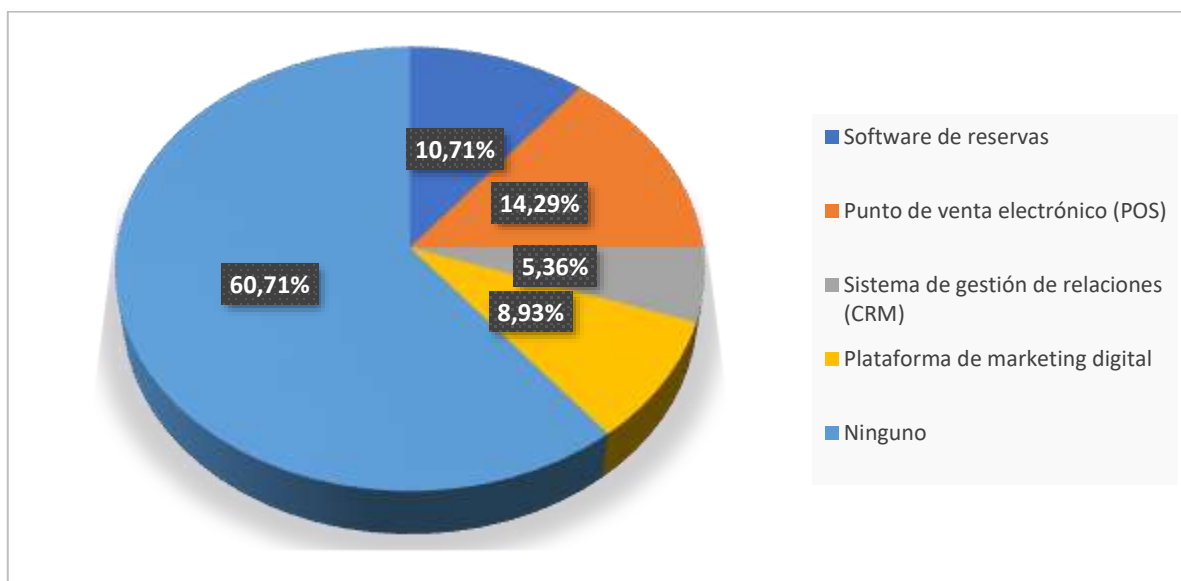
### Análisis e Interpretación de Resultados:

La preferencia de los clientes hacia los canales telefónicos (26.79%) y WhatsApp (25.00%) indica una tendencia a favor de los métodos de comunicación más inmediatos y directos para realizar reservas o consultas. El uso de Facebook (14.29%) demuestra una inclinación hacia las redes sociales como medio de interacción entre el negocio y los clientes, aunque todavía se encuentra detrás de métodos más convencionales. La preferencia por reservar presencialmente (17.86%) refleja una tradición más arraigada de interacciones cara a cara, posiblemente debido a la naturaleza comunitaria de Crucita.

**Tabla 5.** *Pregunta 3: ¿Qué tipo de tecnología utiliza actualmente en su negocio para la gestión y operación?*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Software de reservas	6	10.71
Punto de venta electrónico (POS)	8	14.29
Sistema de gestión de relaciones (CRM)	3	5.36
Plataforma de marketing digital	5	8.93
Ninguno	34	60.71
Total	56	100.00

**Gráfico 3.** *Pregunta 3: ¿Qué tipo de tecnología utiliza actualmente en su negocio para la gestión y operación?*



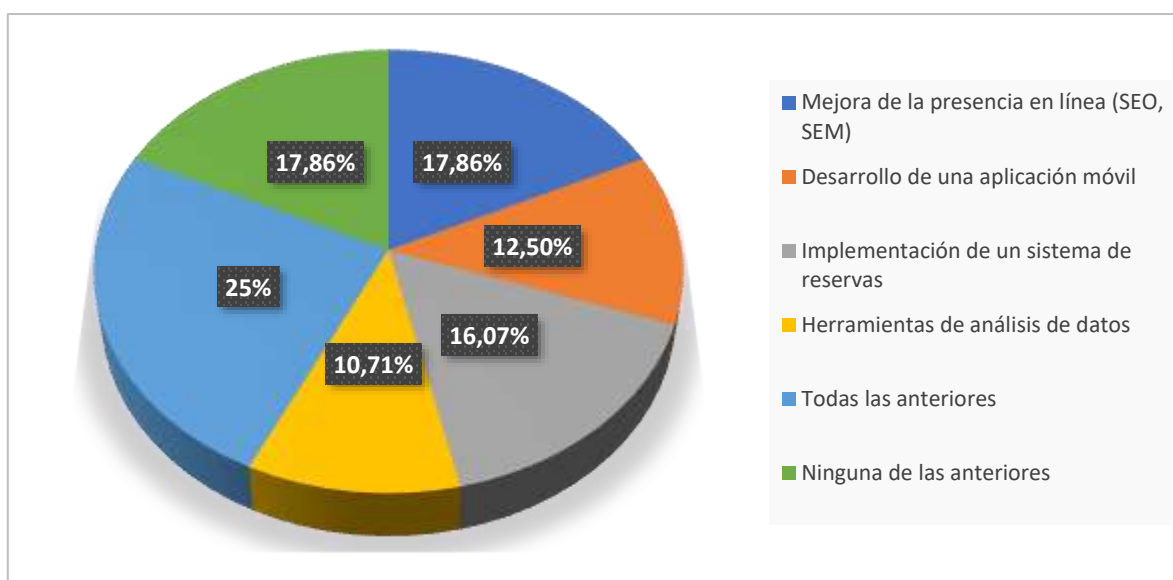
#### Análisis e Interpretación de Resultados:

Es evidente que existe una brecha tecnológica en Crucita, con un sorprendente 60.71% de negocios que no utilizan ninguna tecnología específica para la gestión y operación. La falta de adopción de softwares especializados, como sistemas de reservas y CRM, sugiere que muchos negocios todavía confían en métodos manuales o más tradicionales. Aquellos que han adoptado tecnología, principalmente optan por puntos de venta electrónicos (14.29%), lo que indica un interés en mejorar las transacciones financieras.

**Tabla 6.** *Pregunta 4: ¿Qué tipo de servicios tecnológicos considera que podrían beneficiar más a su negocio?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mejora de la presencia en línea (SEO, SEM)	10	17.86
Desarrollo de una aplicación móvil	7	12.50
Implementación de un sistema de reservas	9	16.07
Herramientas de análisis de datos	6	10.71
Todas las anteriores	14	25.00
Ninguna de las anteriores	10	17.86
Total	56	100.00

**Gráfico 4.** *Pregunta 4: ¿Qué tipo de servicios tecnológicos considera que podrían beneficiar más a su negocio?*



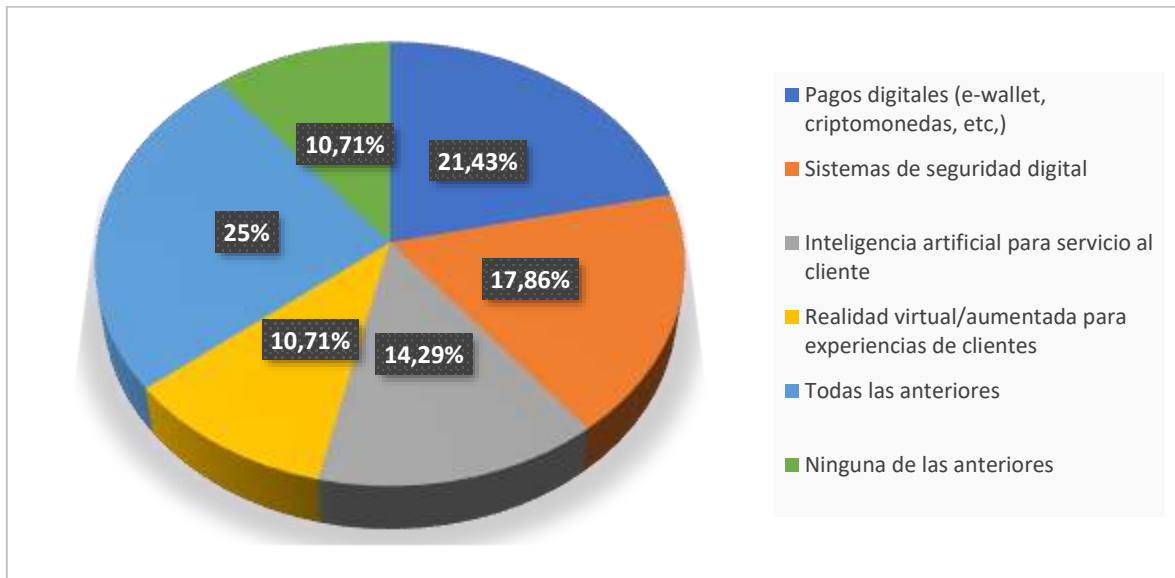
## Análisis e Interpretación de Resultados:

Es alentador que el 25% de los encuestados vea el valor en adoptar una combinación de tecnologías para mejorar su negocio. El interés en mejorar la presencia en línea, junto con la consideración de sistemas de reservas, sugiere una conciencia creciente de la importancia de la digitalización y la visibilidad en línea. Sin embargo, el 17.86% que no considera beneficiosa ninguna de las opciones indica una resistencia o desconocimiento hacia la adopción tecnológica que debe ser abordada.

**Tabla 7.** *Pregunta 5: Si tuviera la oportunidad, ¿cuál de estos sistemas tecnológicos le gustaría implementar en su negocio en los próximos 12 meses?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Pagos digitales (e-wallet, criptomonedas, etc.)	12	21.43
Sistemas de seguridad digital	10	17.86
Inteligencia artificial para servicio al cliente	8	14.29
Realidad virtual/aumentada para experiencias de clientes	6	10.71
Todas las anteriores	14	25.00
Ninguna de las anteriores	6	10.71
Total	56	100.00

**Gráfico 5.** *Pregunta 5: Si tuviera la oportunidad, ¿cuál de estos sistemas tecnológicos le gustaría implementar en su negocio en los próximos 12 meses?*



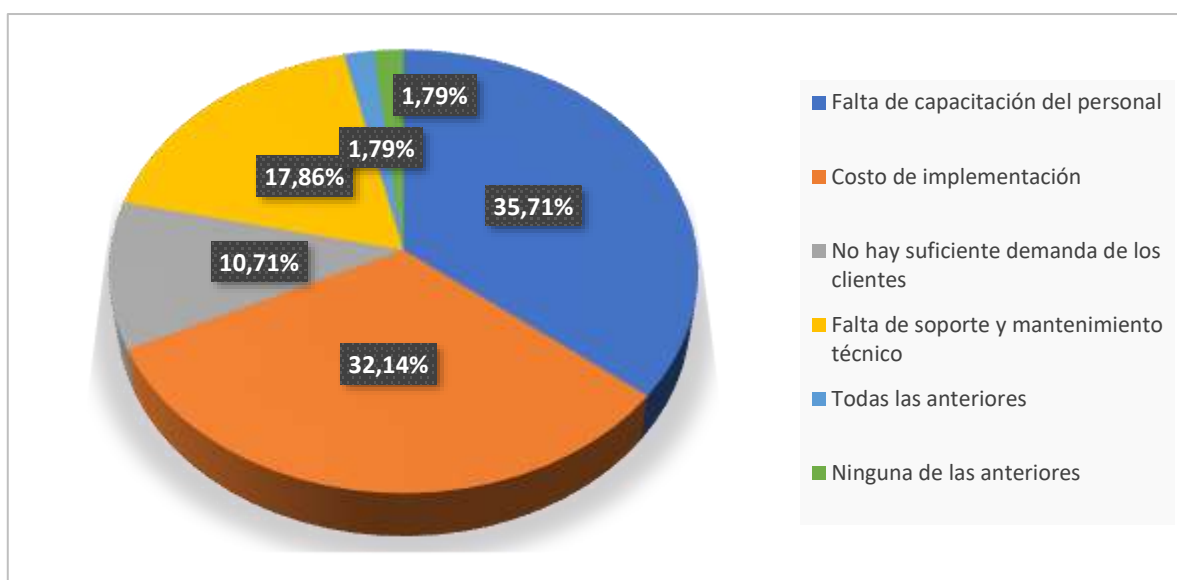
#### Análisis e Interpretación de Resultados:

La disposición a implementar pagos digitales y sistemas de seguridad digital refleja un creciente interés en garantizar transacciones más fluidas y seguras, potencialmente impulsadas por la demanda o expectativas de turistas más tecnológicamente avanzados. La apertura hacia la adopción de inteligencia artificial y realidad virtual muestra que, aunque Crucita puede ser una localidad tradicional, existe una minoría proactiva que ve el potencial de estas tecnologías emergentes para mejorar la experiencia del cliente. No obstante, la existencia de un 10.71% que no considera implementar ninguna de estas soluciones subraya la resistencia tecnológica en cierta parte de la comunidad.

**Tabla 8.** *Pregunta 6: ¿Cuál considera que sería el mayor desafío para implementar nuevas tecnologías en su negocio?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Falta de capacitación del personal	20	35.71
Costo de implementación	18	32.14
No hay suficiente demanda de los clientes	6	10.71
Falta de soporte y mantenimiento técnico	10	17.86
Todas las anteriores	1	1.79
Ninguna de las anteriores	1	1.79
Total	56	100.00

**Gráfico 6.** *Pregunta 6: ¿Cuál considera que sería el mayor desafío para implementar nuevas tecnologías en su negocio?*



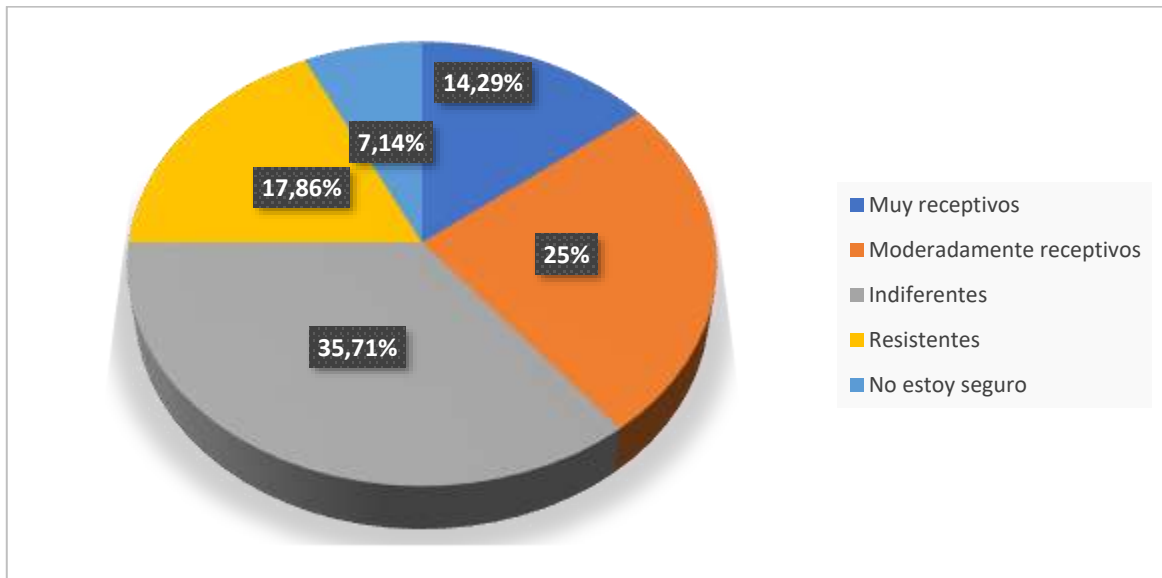
## Análisis e Interpretación de Resultados:

El principal desafío percibido es la falta de capacitación del personal (35.71%). Esto sugiere que la adopción tecnológica en Crucita no está limitada solo por la disponibilidad de tecnología, sino también por la habilidad y el conocimiento para utilizarla eficazmente. Además, el costo de implementación es otra barrera significativa, lo que indica preocupaciones sobre la rentabilidad de tales inversiones. El soporte y mantenimiento también es una preocupación, lo que puede reflejar experiencias pasadas o la percepción de que la tecnología, una vez adoptada, puede ser difícil de mantener en condiciones óptimas.

**Tabla 9.** *Pregunta 7: En relación al uso de tecnología en su negocio, ¿cómo describiría el nivel de aceptación de sus clientes?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy receptivos	8	14.29
Moderadamente receptivos	14	25.00
Indiferentes	20	35.71
Resistentes	10	17.86
No estoy seguro	4	7.14
Total	56	100.00

**Gráfico 7.** *Pregunta 7: En relación al uso de tecnología en su negocio, ¿cómo describiría el nivel de aceptación de sus clientes?*



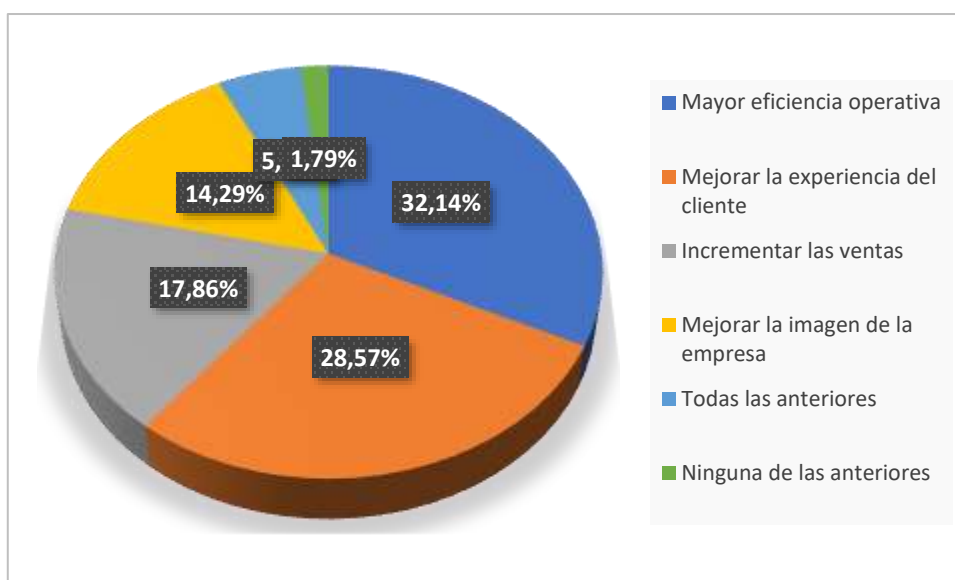
#### Análisis e Interpretación de Resultados:

Aunque existe una fracción de clientes que son receptivos o moderadamente receptivos a la tecnología (39.29% combinado), un notable 35.71% se muestra indiferente. Esta indiferencia puede surgir de una falta de familiaridad o exposición a tecnologías en el contexto de servicios turísticos, o simplemente pueden no ver un valor agregado evidente. Es esencial abordar esta indiferencia, ya que podría traducirse en resistencia si no se maneja adecuadamente.

**Tabla 10.** *Pregunta 8: ¿Qué beneficios espera obtener si implementara nuevos servicios tecnológicos en su negocio?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mayor eficiencia operativa	18	32.14
Mejorar la experiencia del cliente	16	28.57
Incrementar las ventas	10	17.86
Mejorar la imagen de la empresa	8	14.29
Todas las anteriores	3	5.36
Ninguna de las anteriores	1	1.79
Total	56	100.00

**Gráfico 8.** *Pregunta 8: ¿Qué beneficios espera obtener si implementara nuevos servicios tecnológicos en su negocio?*



#### Análisis e Interpretación de Resultados:

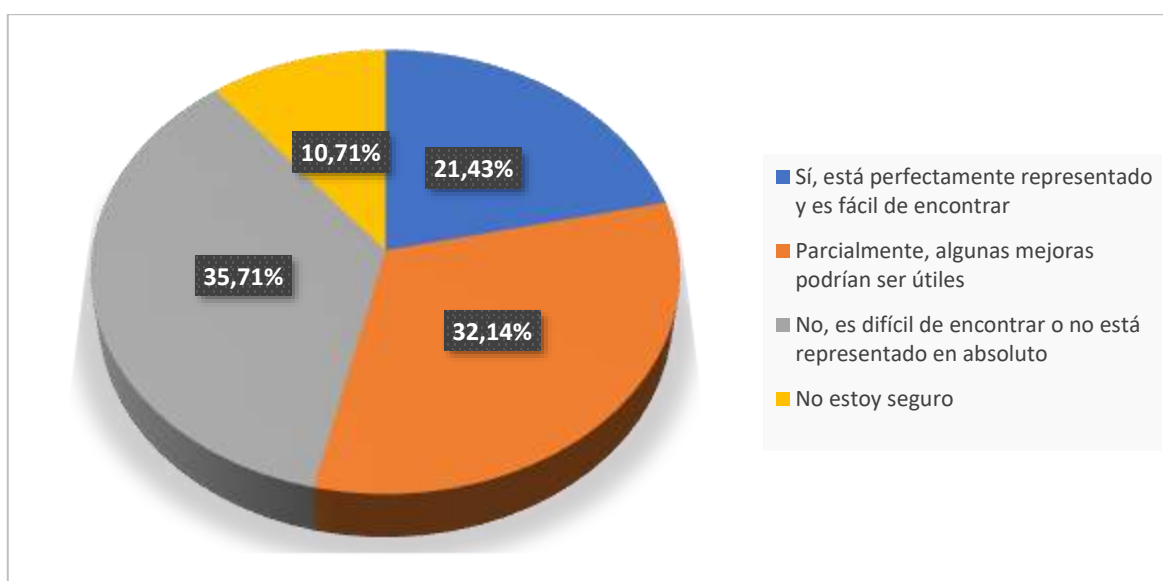
La eficiencia operativa y la mejora en la experiencia del cliente surgen como las principales motivaciones para la adopción tecnológica. Esto sugiere que los propietarios y

administradores son conscientes de los beneficios prácticos inmediatos que la tecnología puede brindar, así como su potencial para mejorar la satisfacción del cliente, lo que puede traducirse en lealtad y repetición de negocios.

**Tabla 11.** *Pregunta 9: ¿Considera que su negocio está adecuadamente representado y fácil de encontrar en las plataformas de mapas digitales (como Google Maps)?*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí, está perfectamente representado y es fácil de encontrar	12	21.43
Parcialmente, algunas mejoras podrían ser útiles	18	32.14
No, es difícil de encontrar o no está representado en absoluto	20	35.71
No estoy seguro	6	10.71
Total	56	100.00

**Gráfico 9.** *Pregunta 9: ¿Considera que su negocio está adecuadamente representado y fácil de encontrar en las plataformas de mapas digitales (como Google Maps)?*



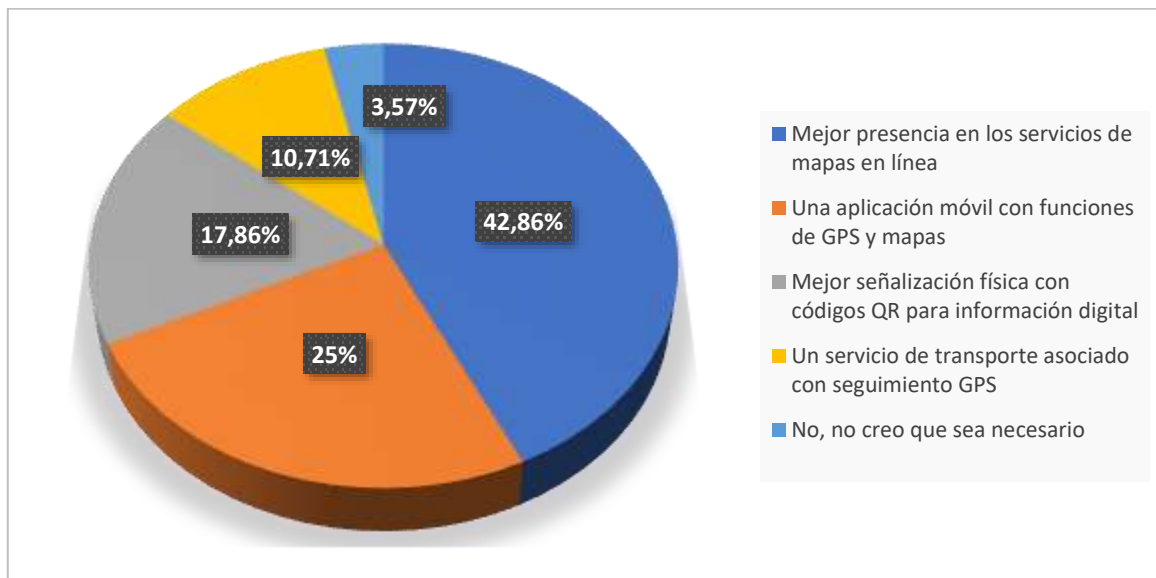
## Análisis e Interpretación de Resultados:

La presencia digital y la facilidad de localización en las plataformas de mapas son fundamentales para la visibilidad y accesibilidad de cualquier negocio, especialmente en el sector turístico. Sin embargo, una abrumadora mayoría (67.85%) indica que su presencia es solo parcial o directamente inexistente, lo que sugiere que hay un amplio espacio para mejoras en este ámbito. La falta de una representación adecuada en estas plataformas podría estar perjudicando la capacidad de estos negocios para atraer a turistas que dependen en gran medida de la tecnología para orientarse y tomar decisiones. El 10.71% que no está seguro refleja posiblemente una desconexión o falta de familiaridad con las herramientas digitales actuales y resalta la necesidad de educación y capacitación en el área.

**Tabla 12.** *Pregunta 10: ¿Qué tecnología cree que ayudaría a los turistas a ubicar y llegar mejor a su negocio?*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Mejor presencia en los servicios de mapas en línea	24	42.86
Una aplicación móvil con funciones de GPS y mapas	14	25.00
Mejor señalización física con códigos QR para información digital	10	17.86
Un servicio de transporte asociado con seguimiento GPS	6	10.71
No, no creo que sea necesario	2	3.57
Total	56	100.00

**Gráfico 10.** *Pregunta 10: ¿Qué tecnología cree que ayudaría a los turistas a ubicar y llegar mejor a su negocio?*



#### Análisis e Interpretación de Resultados:

Es evidente que la mayoría de los encuestados (42.86%) perciben la necesidad de tener una mejor representación en servicios de mapas en línea, lo que coincide con la respuesta anterior donde muchos sintieron que su presencia digital era insuficiente o problemática. Además, un cuarto de los encuestados ve el potencial de una aplicación móvil dedicada, lo que sugiere una creciente aceptación de la idea de que la personalización y la facilidad de acceso a través de herramientas móviles pueden ser diferenciales en el sector turístico. Es interesante observar que un 17.86% valora la señalización física con códigos QR, combinando lo digital con lo tangible, lo que indica que la innovación no siempre tiene que ser puramente digital. Por otro lado, el 3.57% que no ve necesidad de cambios tecnológicos muestra una minoría aún arraigada a los métodos tradicionales y refleja la diversidad de opiniones y niveles de adaptabilidad tecnológica en Crucita. Es crucial para cualquier propuesta de solución abordar estas diferencias y encontrar un equilibrio que beneficie tanto a los entusiastas tecnológicos como a los tradicionalistas.

**Tabla 13.** *Síntesis de necesidades tecnológicas en empresas turísticas de Crucita*

<b>Área de Necesidad</b>	<b>Descripción Detallada</b>	<b>Porcentaje de Negocios Afectados</b>	<b>Propuestas de Acción</b>
<b>Adopción de Tecnología</b>	Alta prevalencia de negocios sin tecnología específica para gestión (60.71%).	60.71%	Implementar sistemas básicos de gestión digital.
<b>Canales de Comunicación</b>	Dominancia de métodos directos como teléfono y WhatsApp. Uso limitado de plataformas web (7.14%).	32.14%	Desarrollar o mejorar la plataforma web de reservas.
<b>Marketing Digital</b>	Necesidad de mejora en la presencia online y el uso de herramientas de marketing digital (SEO, SEM).	17.86%	Formación en marketing digital y SEO.
<b>Capacitación Tecnológica</b>	Significativa falta de capacitación del personal en tecnologías (35.71%).	35.71%	Programas de formación y soporte técnico continuo.
<b>Innovación Tecnológica</b>	Interés en implementar nuevas tecnologías como pagos digitales, sistemas de seguridad, y realidad virtual (25%).	25.00%	Incentivar proyectos piloto con nuevas tecnologías.
<b>Visibilidad en</b>	Dificultades en la	67.85%	Optimizar la presencia

<b>Plataformas Digitales</b>	representación en mapas digitales y plataformas online (67.85% parcial o inexistente).	en plataformas de mapas y directorios online.
<b>Servicios Personalizados</b>	Potencial para el desarrollo de aplicaciones móviles para mejorar la localización y servicios del negocio (25.00%).	Desarrollo de una aplicación móvil con GPS y funcionalidades específicas para turistas. (25.00%).

### **3.3. Propuesta de estrategias de servicios tecnológicos para promover el desarrollo turístico de la Parroquia Crucita, Cantón Portoviejo.**

La Parroquia Crucita, en el Cantón Portoviejo, es un lugar con un vasto potencial turístico. Sin embargo, el limitado uso de tecnologías modernas ha sido una barrera para su máximo desarrollo. Las siguientes estrategias propuestas buscan integrar soluciones tecnológicas que se alineen con las necesidades y características propias de Crucita.

El turismo representa una de las industrias más dinámicas y en constante evolución en el mundo. Se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo económico y social de muchas regiones, y la Parroquia Crucita, en el Cantón Portoviejo, no es la excepción. Este lugar, con su rica cultura, playas encantadoras y una comunidad acogedora, tiene todos los ingredientes necesarios para ser un destino turístico líder. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos en términos de adopción tecnológica que limitan su potencial. En una era donde la digitalización está redefiniendo la experiencia del viajero, es imperativo que Crucita se adapte y aproveche las herramientas tecnológicas disponibles. Estas no solo mejoran la experiencia del visitante, sino que también pueden potenciar la eficiencia

operativa, la visibilidad y el alcance de los negocios locales. En este contexto, es esencial diseñar estrategias concretas que integren la tecnología en la experiencia turística, garantizando una adaptación coherente con la identidad y necesidades de Crucita. Esta propuesta busca abordar precisamente este desafío, delineando soluciones tecnológicas que pueden catapultar a Crucita al frente del turismo regional y nacional.

**Tabla 14. Estrategias**

<b>Descripción del Problema</b>	<b>Estrategia Propuesta</b>	<b>Actividades</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Duración</b>	<b>Responsable</b>
Necesidad de un sitio web turístico oficial	Desarrollo y Optimización de un Portal Web Turístico Integral	Crear y mantener sitio web, sistema de reservas en línea, sección de comentarios y calificaciones	Turistas, empresas turísticas	A largo plazo	Administradores del sitio web
Falta de capacitación en tecnología y marketing digital	Capacitación en Tecnología y Marketing Digital	Organizar talleres virtuales y seminarios en línea	Propietarios y empleados de negocios locales	Continuo	Organizadores de talleres
Ausencia de herramientas interactivas y accesibles	Implementación de Herramientas Interactivas y Accesibles	Instalar señalizaciones con códigos QR, realidad aumentada	Turistas, comunidad local	Mediano plazo	Administradores de sitios turísticos
Limitada conectividad y acceso a información	Fomento de la Conectividad y Acceso a Información	Establecer puntos de Wi-Fi gratuito, crear kioscos digitales	Turistas, comunidad local	Continuo	Administradores de la infraestructura
Poca adopción de pagos electrónicos	Promoción de Pagos Electrónicos	Incentivar adopción de sistemas de pago electrónico	Negocios locales, turistas	Mediano plazo	Negocios locales
Necesidad de alianzas estratégicas con plataformas de viajes	Alianzas Estratégicas con Plataformas de Viajes	Formar alianzas con TripAdvisor, Airbnb y Booking	Empresas turísticas, turistas	Largo plazo	Gerentes de empresas turísticas

## **Desarrollo y Optimización de un Portal Web Turístico Integral**

En la estrategia de "Desarrollo y Optimización de un Portal Web Turístico Integral" para la Parroquia Crucita, se propone la creación y mantenimiento de un sitio web oficial de turismo. Este portal web estaría diseñado para ser un recurso exhaustivo y actualizado sobre la Parroquia Crucita, proporcionando información detallada sobre alojamientos, restaurantes, atracciones turísticas y eventos locales. El objetivo principal de este sitio web es servir como una plataforma centralizada que facilite a los turistas el acceso a información relevante y actualizada, mejorando así su experiencia de planificación y estancia en Crucita.

Además, se contempla la incorporación de un sistema de reservas en línea. Esta funcionalidad permitirá a los usuarios reservar alojamientos y actividades directamente a través del portal, lo que representa una mejora significativa en la experiencia del usuario. Al simplificar el proceso de reserva, se espera no solo aumentar la conveniencia para los visitantes, sino también potenciar la visibilidad y accesibilidad de los negocios locales.

Un aspecto crucial del portal será la integración de una sección para comentarios y calificaciones de usuarios. Esta característica es esencial para fomentar la confianza y la interactividad entre los usuarios y los proveedores de servicios turísticos. Los comentarios y calificaciones permiten a los futuros turistas tomar decisiones informadas basadas en las experiencias de otros visitantes, mientras que brindan a los negocios locales un valioso feedback para mejorar sus servicios. Además, esta interactividad puede fomentar una comunidad en línea de visitantes y aficionados a Crucita, contribuyendo a la promoción y el marketing del destino.

La implementación de esta estrategia requiere un enfoque detallado en la usabilidad del sitio web, asegurando que sea intuitivo, accesible y atractivo para los usuarios. También se debe considerar la optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar la visibilidad en línea del portal y garantizar que alcance un público más amplio. Este portal

no solo servirá como una herramienta informativa, sino que también actuará como un catalizador para el desarrollo turístico, integrando y promoviendo los diversos servicios y atracciones que Crucita tiene para ofrecer.

### Ilustración 2. Página web



*Nota.* La página web fue desarrollada por la autora y se encuentra disponible en el siguiente link: <https://crucita-la-bella.odoo.com/>

## Capacitación en Tecnología y Marketing Digital

**Tabla 15.** *Plan de Capacitación*

Módulo	Duración	Temas	Formato
Introducción a la Tecnología y Marketing Digital en Turismo	1 semana	Fundamentos de marketing digital, importancia de la tecnología en el turismo, herramientas digitales.	Seminarios web interactivos
Uso de Redes Sociales y Marketing de Contenidos	2 semanas	Estrategias para redes sociales, creación de contenido, construir una comunidad en línea.	Talleres prácticos en línea, sesiones de estudio de casos
Optimización de Sitios Web y SEO para Turismo	1 semana	Principios de SEO, diseño web centrado en el usuario, aumentar visibilidad en línea.	Seminarios web, talleres prácticos

Estrategias de Publicidad en Línea y Análisis de Datos	2 semanas	Publicidad en Google y redes sociales, análisis de métricas y datos.	Clases virtuales, laboratorios prácticos
Sesión de Cierre y Evaluación	1 día	Evaluación de conocimientos, discusión de casos prácticos, entrega de certificados.	Encuentro virtual interactivo

La presente estrategia se enfatiza la importancia de equipar a propietarios y empleados de negocios locales en la Parroquia Crucita con habilidades y conocimientos esenciales en tecnología y marketing digital. Esta capacitación se realiza a través de talleres virtuales y seminarios en línea, adaptados a las necesidades del turismo en la parroquia.

Los módulos de capacitación abarcan desde una introducción general a la tecnología y el marketing digital en el contexto turístico hasta aspectos más específicos como el uso eficaz de las redes sociales, estrategias de marketing de contenidos, optimización de sitios web y SEO, y publicidad en línea. Además, se incluye un módulo dedicado al análisis de datos, una habilidad crucial en la era digital para entender mejor a los clientes y mejorar las estrategias de marketing.

El programa concluye con una sesión de cierre y evaluación, donde se evalúan los conocimientos adquiridos y se discuten casos prácticos. Este enfoque garantiza que los participantes no solo adquieran conocimientos teóricos, sino también habilidades prácticas aplicables en sus negocios. La capacitación se realiza de manera flexible y accesible a través de formatos en línea, incluyendo seminarios web interactivos, talleres prácticos y clases virtuales.

Esta estrategia de capacitación es vital para el desarrollo del sector turístico en Crucita, ya que capacita a los actores locales para que utilicen eficazmente las herramientas

digitales, mejorando así la promoción de sus servicios y potenciando el atractivo turístico de la región.

### **Implementación de Herramientas Interactivas y Accesibles**

Esta estrategia se centra en enriquecer la experiencia turística en la Parroquia Crucita mediante la instalación de señalizaciones innovadoras que incorporan códigos QR en puntos clave. Esta tecnología se complementa con el uso de la realidad aumentada para proporcionar una experiencia más inmersiva e interactiva a los visitantes.

La implementación de códigos QR en distintos sitios turísticos representa un paso adelante en la modernización de la experiencia turística. Estos códigos QR, fácilmente escaneables con un smartphone, permitirán a los turistas acceder instantáneamente a información detallada sobre el lugar que están visitando. Esta información puede incluir la historia del sitio, detalles sobre la flora y fauna local, mapas interactivos, e incluso relatos de experiencias pasadas de otros visitantes. La facilidad de acceso a esta información enriquece la experiencia turística, proporcionando un contexto y una comprensión más profunda de los lugares visitados.

Además, la integración de la realidad aumentada eleva esta experiencia a un nuevo nivel. Al escanear los códigos QR, los turistas no solo recibirán información, sino que también podrán experimentar reconstrucciones históricas, visualizaciones interactivas de la naturaleza local o presentaciones culturales, todo ello superpuesto sobre su entorno real. Esta tecnología proporciona una experiencia educativa y entretenida, permitiendo a los visitantes ver y experimentar la Parroquia Crucita de una manera completamente nueva.

Esta estrategia no solo beneficia a los turistas, sino que también representa una oportunidad para los negocios y los puntos de interés turístico locales para destacar sus características únicas y contar sus historias de manera más efectiva. Al ofrecer esta capa

adicional de interactividad, la Parroquia Crucita puede distinguirse como un destino turístico innovador y adaptado a las necesidades de un público moderno, tecnológicamente conectado.

**Ilustración 3.** *Imagen referencial de la estrategia*



### **Fomento de la Conectividad y Acceso a Información**

La estrategia de esta sección en la Parroquia Crucita se centra en dos iniciativas clave: el establecimiento de puntos de Wi-Fi gratuito en zonas estratégicas y la creación de kioscos digitales que ofrecen información turística y reservas en línea. Esta estrategia busca mejorar significativamente la experiencia del turista al proporcionar acceso fácil y

rápido a la información y servicios esenciales, a la vez que se fomenta la interacción digital y la comodidad.

El primer aspecto de esta estrategia implica la instalación de puntos de Wi-Fi gratuito en áreas de alto tráfico turístico y lugares estratégicos dentro de la Parroquia Crucita. Estos puntos de acceso a internet no solo facilitarán la comunicación y el acceso a información en tiempo real para los turistas, sino que también permitirán a los visitantes compartir sus experiencias en redes sociales, aumentando así la visibilidad y el atractivo de Crucita como destino turístico. La disponibilidad de Wi-Fi gratuito es un servicio valorado por los turistas modernos, quienes a menudo dependen de una conexión a internet confiable para la planificación de viajes, navegación, y acceso a servicios en línea.

El segundo componente de esta estrategia consiste en la creación de kioscos digitales en puntos clave de la parroquia. Estos kioscos serán puntos interactivos donde los turistas podrán obtener información sobre atracciones, eventos, alojamiento y restaurantes. Además, ofrecerán la posibilidad de realizar reservas en línea, lo que simplifica el proceso de planificación y reserva para los visitantes. Estos kioscos serán una herramienta valiosa para promocionar los servicios turísticos locales y proporcionarán una plataforma para que los turistas planifiquen mejor sus actividades durante su estancia en Crucita.

Para complementar estos kioscos, se prevé la creación de trípticos informativos que se distribuirán en puntos clave, proporcionando un recurso adicional para aquellos que prefieran información impresa o no tengan acceso inmediato a dispositivos móviles.

En resumen, la implementación de esta estrategia representa un paso importante hacia la modernización de la infraestructura turística de la Parroquia Crucita. Al mejorar la conectividad y el acceso a la información, se facilita una experiencia turística más fluida y atractiva, lo que potencialmente puede aumentar el número de visitantes y mejorar la

percepción general del destino. Estas mejoras no solo benefician a los turistas, sino que también apoyan el desarrollo económico local al promover los servicios y atractivos de la parroquia de manera más efectiva.

### **Promoción de Pagos Electrónicos**

La estrategia se enfoca en impulsar la adopción de sistemas de pago electrónico entre los negocios locales, para facilitar transacciones más seguras y convenientes para los turistas. En particular, se pone énfasis en plataformas como "DeUna" del Banco Pichincha y "Payphone", que permiten el pago con tarjeta de crédito, dos sistemas ya establecidos en la región de Manabí, Ecuador.

Esta iniciativa surge de la necesidad de modernizar los métodos de pago en la parroquia, adaptándolos a las expectativas y comportamientos de los turistas modernos, que cada vez más buscan opciones de pago rápidas, seguras y sin contacto físico. Además, la adopción de pagos electrónicos es una respuesta a la creciente tendencia global hacia la digitalización de las transacciones financieras.

El primer paso de esta estrategia es incentivar a los negocios locales para que integren plataformas de pago electrónico como "DeUna" y "Payphone" en sus operaciones diarias. Esto implica trabajar en colaboración con entidades financieras y proveedores de servicios de pago para facilitar el acceso y la implementación de estas tecnologías en los comercios de la parroquia. La estrategia también incluye programas de capacitación y sensibilización para los empresarios y empleados, asegurando que comprendan los beneficios y el funcionamiento de los sistemas de pago electrónico.

"DeUna" del Banco Pichincha proporciona una solución integral para pagos electrónicos, facilitando a los comercios la gestión de transacciones sin la necesidad de equipos adicionales más allá de un dispositivo móvil. Por otro lado, "Payphone" ofrece

una plataforma que permite a los clientes realizar pagos con tarjeta de crédito a través de un sistema seguro y fácil de usar, aumentando así la accesibilidad para turistas nacionales e internacionales.

Promover los pagos electrónicos no solo mejora la experiencia de compra para los turistas, sino que también aumenta la seguridad de las transacciones, reduce los riesgos asociados al manejo de efectivo y mejora la eficiencia operativa de los negocios. Adicionalmente, la adopción de estas tecnologías contribuye a la generación de datos valiosos sobre patrones de gasto y preferencias de los consumidores, información que puede ser utilizada para futuras estrategias de marketing y desarrollo de productos turísticos.

En conclusión, la promoción de sistemas de pago electrónico como "DeUna" y "Payphone" en la Parroquia Crucita representa un avance significativo en la modernización del sector turístico. Al alinearse con las tendencias tecnológicas actuales, esta estrategia no solo mejora la experiencia del turista, sino que también proporciona a los negocios locales herramientas valiosas para su crecimiento y adaptación en un mercado cada vez más digital.

#### **Ilustración 4.** *Plataformas de pago*



### Alianzas Estratégicas con Plataformas de Viajes

La estrategia se orienta a establecer colaboraciones con plataformas líderes de viajes como TripAdvisor, Airbnb y Booking. Este enfoque busca mejorar significativamente la visibilidad y credibilidad de los servicios turísticos ofrecidos en Crucita, ampliando su alcance a un público más amplio y diversificado a nivel nacional e internacional.

El proceso de formar alianzas con estas plataformas implica varias etapas clave. Inicialmente, se realizará un análisis para identificar las plataformas más adecuadas y beneficiosas para los servicios turísticos de Crucita, teniendo en cuenta factores como el alcance de la plataforma, su público objetivo y la relevancia para el mercado turístico local. Posteriormente, se establecerán contactos y negociaciones con estas plataformas para explorar oportunidades de colaboración.

Una vez formadas las alianzas, se trabajará en conjunto con estas plataformas para garantizar que los servicios turísticos de Crucita estén adecuadamente representados y promocionados. Esto incluirá la creación de perfiles detallados y atractivos de los alojamientos, restaurantes y atracciones turísticas, así como la actualización regular de la

información y las ofertas disponibles. Además, se buscará aprovechar las herramientas de marketing y promoción que estas plataformas ofrecen, como publicidad destacada, reseñas y calificaciones, y recomendaciones personalizadas.

La colaboración con TripAdvisor, por ejemplo, permitirá a los negocios turísticos de Crucita recibir reseñas y calificaciones de usuarios, lo que puede mejorar su reputación y ayudar a futuros visitantes en sus decisiones de viaje. Por otro lado, alianzas con plataformas como Airbnb y Booking facilitarán la visibilidad y reservas de alojamientos locales, llegando a una audiencia más amplia y diversificada.

Estas alianzas estratégicas no solo mejorarán la visibilidad de Crucita como destino turístico, sino que también fomentarán la confianza y credibilidad en sus servicios. Al asociarse con plataformas de viajes reconocidas y de renombre, Crucita puede posicionarse como un destino atractivo y confiable para turistas de todo el mundo. Además, estas alianzas pueden abrir puertas a nuevas oportunidades de marketing y promoción, contribuyendo al desarrollo económico y turístico de la parroquia.

#### **Ilustración 5. Plataformas de viajes**



Adoptar y adaptar la tecnología no solo modernizará la experiencia turística en Crucita, sino que también abrirá puertas a un público más amplio y diverso. Estas estrategias, implementadas de manera integrada y considerando las características y necesidades locales, pueden ser el impulso que Crucita necesita para consolidarse como un destino turístico de elección en la región.

#### **4. DISCUSIÓN**

La adopción de tecnologías en el sector turístico ha experimentado un aumento significativo en los últimos años. Según Sigala (2020), la digitalización del sector turístico se ha acelerado, impulsada por las crecientes expectativas de los consumidores y la

necesidad de operaciones más eficientes. Este autor destaca que las herramientas digitales pueden ofrecer a los turistas una experiencia más personalizada y mejorar la eficiencia operativa de las empresas turísticas.

En relación con las tendencias tecnológicas en el sector turístico, Neuhofer, Buhalis y Ladkin (2019) argumentan que la co-creación de valor entre las empresas y los clientes es esencial en la era digital. Las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, la realidad virtual y la Internet de las cosas, están reconfigurando la forma en que las empresas turísticas interactúan con sus clientes y co-crean experiencias turísticas. Esta perspectiva es coherente con los resultados de la encuesta, donde se identificó un interés por parte de los negocios turísticos de Crucita en implementar soluciones tecnológicas innovadoras.

No obstante, a pesar de los avances tecnológicos y las oportunidades que ofrecen, existen desafíos para su implementación, especialmente en destinos emergentes o en áreas con un acceso limitado a recursos. Gretzel et al. (2020) señalan que las barreras como la falta de capacitación y el alto costo de implementación pueden limitar la adopción de nuevas tecnologías en ciertos destinos turísticos. Esta perspectiva concuerda con los resultados de la encuesta, donde se destacó la falta de capacitación como un desafío importante.

Para concluir, la adopción de tecnologías en el sector turístico no es solo una tendencia, sino una necesidad. Los negocios turísticos de Crucita tienen el potencial de mejorar sus operaciones y ofrecer experiencias más enriquecedoras a sus clientes mediante la adopción estratégica de soluciones tecnológicas. Sin embargo, es fundamental abordar las barreras existentes y aprovechar las oportunidades a través de alianzas estratégicas y capacitación.

## **5. CONCLUSIONES**

- A nivel nacional e internacional, el sector turístico ha experimentado una evolución marcada por la integración de tecnologías emergentes. Estas tendencias, que abarcan desde sistemas de reservas en línea hasta la implementación de inteligencia artificial para mejorar la experiencia del cliente, tienen el potencial de transformar

la forma en que los destinos turísticos operan y se promocionan. En el contexto de la Parroquia Crucita, aunque ha habido una cierta resistencia inicial a la adopción tecnológica, las tendencias globales y nacionales sugieren que su integración será esencial para mantener la competitividad y atraer a un público más amplio y diversificado.

- Las empresas turísticas en Crucita presentan diversas necesidades tecnológicas que reflejan tanto el estado actual del mercado local como la evolución del sector turístico global. Aunque la parroquia aún tiene una fuerte dependencia del comercio basado en efectivo y una menor presencia en línea, la investigación realizada destaca una conciencia creciente sobre la importancia de la tecnología. Las necesidades identificadas incluyen la mejora de la presencia en línea, el desarrollo de sistemas de reserva en línea, y la adopción de soluciones de pago digital, entre otros. Estas herramientas no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también pueden elevar la experiencia del cliente y potenciar la imagen de los negocios locales.
- Con base en las tendencias observadas y las necesidades identificadas, se han propuesto varias estrategias tecnológicas para potenciar el desarrollo turístico de Crucita. Estas estrategias incluyen la colaboración con empresas tecnológicas para desarrollar soluciones personalizadas, la formación y capacitación a través de alianzas con instituciones educativas, y la promoción de alianzas estratégicas intersectoriales. Además, la creación de una infraestructura tecnológica robusta, complementada por la formación continua y el apoyo gubernamental, será esencial

para garantizar una implementación exitosa y sostenible de estas soluciones en el tejido empresarial de Crucita.

## **6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Afriyeni, A., Wardi, Y., & Aimon, H. (2020). Coastal Tourism Development Model Based on Green Marketing. *Solid State Technology*, 63, 5357-5374.

- Almeida, M. A. (2019). Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: una aproximación en el sector del turismo. *Cuadernos de Turismo*, (44), 13-26.
- Awang, K., & Mustapha, M. (2021). Development growth of beach resorts: practitioners' perspective. *International Journal of Business and Globalisation*.
- Briones, M & Soliz, E. (2023). *Plan tecnológico estratégico para el desarrollo de la infraestructura del sector turístico de Portoviejo*. [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]. Obtenido de [https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2101/1/TIC\\_T18D.pdf](https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2101/1/TIC_T18D.pdf)
- Flores, S. G. Z., Amaya Molinar, C. M., & Contreras, T. C. (2019). Turismo de salud y redes colaborativas en innovación: caso Los Algodones, Baja California. *Turismo y Sociedad*, 26, 67-88.
- Gabriel, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Revista de la Sociedad de Investigación Selva Andina*, 8(2), 145-146. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=361353711008>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Crucita. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Crucita 2019-2023*. [https://www.gadcrucita.gob.ec/images/transparencia/DIAGNOSTICO\\_PDOT\\_CRUCITA\\_19\\_23\\_DEFINIT.pdf](https://www.gadcrucita.gob.ec/images/transparencia/DIAGNOSTICO_PDOT_CRUCITA_19_23_DEFINIT.pdf)
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 30(1), 125-139. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>

- Hurtado, F. (2020). Fundamentos Metodológicos de la Investigación: El Génesis del Nuevo Conocimiento. *RevistaScientific*, 5(16), 99-119.
- Jiménez, D. (2023). *Propuesta de un plan de medios digitales para promocionar el turismo de la parroquia Saraguro como pueblo mágico, provincia de Loja*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Loja].
- Kulak, N. (2020). MODERN DEVELOPMENT TRENDS IN THE GLOBAL TOURISM MARKET.
- Loor, K & Vera, G. (2022). *Sistema de indicadores para la sostenibilidad del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19*. [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]. Obtenido de [http://190.15.136.145/bitstream/42000/1738/1/TIC\\_T05D.pdf](http://190.15.136.145/bitstream/42000/1738/1/TIC_T05D.pdf)
- Loor, L & Cedeño, E. (2022). *Propuesta de una planificación estratégica para el desarrollo del cantón Portoviejo como Destino Turístico Inteligente (DTI)*. [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]. Obtenido de [https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1951/1/TIC\\_T10D.pdf](https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1951/1/TIC_T10D.pdf)
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2019). Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *The Tourist Experience and Storytelling*, 204, 37-51.
- Ortega, H. R., Villa, F. G., Cooper Carrasco, C., Canto, M. A. H. D., Riveros, B. I. A., & Ponce, D. C. (2021). Efectos del coronavirus en el sector turismo en Chile. *Agricultural Law & Policy eJournal*.

- Pérez, E. y Zambrano, J. (2023). Turismo y su incidencia en el desarrollo económico de la parroquia Crucita-Ecuador. *MQRInvestigar*, 7(3), 1590-1606.  
<https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.3.2023.1590-1606>
- Puebla, A. R., Chávez, E. S., Escriche, M. M., Vega, O. L., & Espinosa, Y. R. (2020). Evaluación de los recursos paisajísticos e históricos para el desarrollo del turismo de naturaleza en las zonas de uso público del Parque Nacional Pico Bayamesa.
- Ramos Cabal, H. (2021). Diseño de un procedimiento de actuación en accidentes de turismo activo. *Retos*.
- Rodríguez, A y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *RevistaEAN*, 82, 179-200.
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
- Stepanov, V. Y. (2023). The Main Trends In The Development Of International Cultural Tourism. *Вісник Херсонського національного технічного університету*.
- Xudoyarov, A. (2020). Trends in the development of traditional and visiting tourism in the world markets.

## 7. ANEXOS

### Anexo 1.: Formato de encuesta



### ENCUESTA SOBRE SERVICIOS TECNOLÓGICOS PARA EL TURISMO EN CRUCITA

**Objetivo:** Esta encuesta tiene como finalidad investigar y comprender el nivel de adopción y la necesidad de servicios tecnológicos entre los negocios relacionados con el turismo en la parroquia Crucita. Los resultados nos ayudarán a proponer soluciones tecnológicas más acordes con las necesidades actuales del sector turístico.

**Instrucciones:** Por favor, responda a las siguientes preguntas de manera honesta. Su información será tratada con confidencialidad y solo se utilizará con fines investigativos.

#### 1. ¿Cuál es el tipo de su negocio?

- Hotel
- Restaurante
- Tienda de souvenirs
- Agencia de viajes

- Otro (Por favor especifique)-----

**2. ¿Actualmente cuál es el principal canal por el cual los clientes reservan o adquieren sus servicios?**

- Teléfono
- Correo electrónico
- WhatsApp
- Facebook
- Presencialmente
- Plataforma web de reserva en línea

**3. ¿Qué tipo de tecnología utiliza actualmente en su negocio para la gestión y operación?**

- Software de reservas
- Punto de venta electrónico (POS)
- Sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM)
- Plataforma de marketing digital
- Ninguno

**4. ¿Qué tipo de servicios tecnológicos considera que podrían beneficiar más a su negocio?**

- Mejora de la presencia en línea (SEO, SEM)
- Desarrollo de una aplicación móvil personalizada

- Implementación de un sistema de reservas en línea
- Herramientas de análisis de datos de clientes
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

**5. Si tuviera la oportunidad, ¿cuál de estos sistemas tecnológicos le gustaría implementar en su negocio en los próximos 12 meses?**

- Pagos digitales (e-wallet, criptomonedas, etc.)
- Sistemas de seguridad digital
- Implementación de inteligencia artificial para mejorar el servicio al cliente (chatbots, asistentes virtuales, etc.)
- Realidad virtual/aumentada para experiencias de los clientes
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

**6. ¿Cuál considera que sería el mayor desafío para implementar nuevas tecnologías en su negocio?**

- Falta de capacitación del personal
- Costo de implementación
- No hay suficiente demanda de los clientes
- Falta de soporte y mantenimiento técnico
- Todas las anteriores

- Ninguna de las anteriores

**7. En relación al uso de tecnología en su negocio, ¿cómo describiría el nivel de aceptación de sus clientes?**

- Muy receptivos
- Moderadamente receptivos
- Indiferentes
- Resistentes
- No estoy seguro

**8. ¿Qué beneficios espera obtener si implementara nuevos servicios tecnológicos en su negocio?**

- Mayor eficiencia operativa
- Mejorar la experiencia del cliente
- Incrementar las ventas
- Mejorar la imagen de la empresa
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

**9. ¿Considera que su negocio está adecuadamente representado y fácil de encontrar en las plataformas de mapas digitales (como Google Maps)?**

- Sí, está perfectamente representado y es fácil de encontrar
- Parcialmente, algunas mejoras podrían ser útiles

- No, es difícil de encontrar o no está representado en absoluto
- No estoy seguro

**10. ¿Qué tecnología cree que ayudaría a los turistas a ubicar y llegar mejor a su negocio?**

- Mejor presencia en los servicios de mapas en línea
- Una aplicación móvil con funciones de GPS y mapas
- Mejor señalización física con códigos QR para información digital
- Un servicio de transporte asociado con seguimiento GPS
- No, no creo que sea necesario

## Anexo 2.: Formato de entrevista



### **Preguntas de la entrevista dirigida al Director de turismo y a la Analista del Gobierno Provincial de Manabí**

1. ¿Podría describir brevemente los proyectos de índole turísticos actuales que se están llevando a cabo en la Parroquia Crucita?
2. ¿Cómo ha integrado la tecnología en estos proyectos y de qué manera ha beneficiado hasta ahora?
3. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta el sector turístico en Crucita en términos de adopción de tecnología?
4. ¿Hay algún plan futuro para incorporar más tecnología en los servicios turísticos de Crucita?
5. ¿Cómo se está educando y motivando a los negocios locales para que adopten la tecnología en sus operaciones?
6. ¿Qué iniciativas se están tomando para hacer que Crucita sea más accesible y fácil de navegar para los turistas utilizando tecnología?
7. ¿Cómo se está colaborando con los negocios locales en la implementación de tecnología? ¿Hay algún tipo de soporte o incentivos disponibles para ellos?

8. ¿Qué tipos de tecnología considera más efectivas para mejorar la experiencia de los turistas en Crucita?
9. ¿Cómo están recopilando y utilizando los datos para mejorar la experiencia turística en Crucita?
10. ¿Cuál es la visión a largo plazo para el uso de tecnología en el sector turístico en Crucita y cómo cree que esto cambiará la experiencia de los turistas?

### Anexo 3: Respuestas de la entrevista



#### **Preguntas de la entrevista dirigida al Director de turismo y a la Analista del Gobierno Provincial de Manabí**

11. ¿Podría describir brevemente los proyectos de índole turísticos actuales que se están llevando a cabo en la Parroquia Crucita?
- A mediano plazo se tiene planificado la reconstrucción del malecón de Crucita, además se está interviniendo en la cadena de valor de la población en los segmentos del ecoturismo; con la implementación del centro de interpretación en Las Gilces y la potenciación del sendero José Alberto, en primera fase.
12. ¿Cómo ha integrado la tecnología en estos proyectos y de qué manera ha beneficiado hasta ahora?
- Dentro del centro de interpretación existe un espacio autodidacta para los turistas y visitantes con conocimientos generales del cuidado del manglar, especies de aves presentes en el estuario del río Portoviejo.
13. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta el sector turístico en Crucita en términos de adopción de tecnología?

- El servidor turístico no muestra interés en utilizar estrategias de innovación el 90 % del sector turístico no utiliza o aplica iniciativas tecnológicas

14. ¿Hay algún plan futuro para incorporar más tecnología en los servicios turísticos de Crucita?

- Actualmente se encuentra planificado medir la llegada de visitantes y tránsito del turista a través de herramientas como Beacon, esto permite conocer la afluencia exacta durante feriados a nivel nacional.

15. ¿Cómo se está educando y motivando a los negocios locales para que adopten la tecnología en sus operaciones?

- Las capacitaciones impartidas por parte de la Dirección de Desarrollo Turístico se realizan en temáticas para la utilización en redes sociales y que se trate de ofertar los productos a través de esta tecnología que tiene mucho alcance al consumidor, posteo en redes, promociones.

16. ¿Qué iniciativas se están tomando para hacer que Crucita sea más accesible y fácil de navegar para los turistas utilizando tecnología?

- En la actualidad Crucita no dispone de un plan dirigido al servidor turístico en el ámbito de la tecnología, sin embargo, al ser considerado un polo de desarrollo turístico será intervenido, en primer lugar; con la dotación de agua potable, alcantarillado, intervención de calles aledañas al malecón.

17. ¿Cómo se está colaborando con los negocios locales en la implementación de tecnología? ¿Hay algún tipo de soporte o incentivos disponibles para ellos?

- A raíz de la pandemia se realizaron campañas e iniciativas para mitigar la propagación del virus del Covid-19, entre estas destacan la implementación en los restaurantes de códigos Qr en reemplazo de las cartas físicas, esto evitaba la manipulación de cartas físicas.

18. ¿Qué tipos de tecnología considera más efectivas para mejorar la experiencia de los turistas en Crucita?

- Es importante mencionar que el territorio es importante para el desarrollo económico de la provincia, por la variedad gastronómica, por las condiciones climáticas, por la realización de eventos artísticos culturales de calidad, junto a estas características se puede desarrollar tecnología en beneficio del sector, con iniciativa del sector privado.

19. ¿Cómo están recopilando y utilizando los datos para mejorar la experiencia turística en Crucita?

- Se está trabajando en la implementación de Beacon, para medir la afluencia de turistas y visitantes en el territorio.

20. ¿Cuál es la visión a largo plazo para el uso de tecnología en el sector turístico en Crucita y cómo cree que esto cambiará la experiencia de los turistas?

- Esta administración municipal tiene definido los polos de desarrollo turístico en el territorio, uno de estos es la parroquia Crucita, por sus bondades turísticas, climatológicas para prácticas de deportes y la exquisita gastronomía se convertirá en el principal punto turístico del cantón.