



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

**PROPUESTA DE UNA GUÍA TURÍSTICA PARA EL CANTÓN ANTONIO ANTE,  
PROVINCIA DE IMBABURA, A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

G.T.1 TURISMO SOSTENIBLE

AUTOR/A: JUAN CARLOS MINDA RAMÍREZ

ASESORA: MGS. TANA VANESSA PALOMEQUE LLERENA

IBARRA, FEBRERO – 2019

Ibarra, 11 de febrero de 2019

Mgs. Vanessa Palomeque

ASESORA

**CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras “GESTURH”, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f) .....

Mgs. Vanessa Palomeque

C.C.: 100213716-2

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

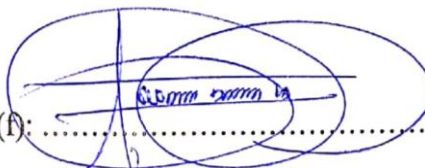
El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):



(f): .....

Mgs. Vanessa Palomeque

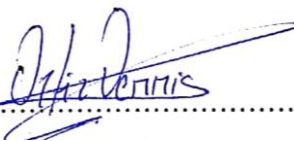
C.C.: 100213716-2



(f): .....

Mgs. Gloria Daza Navarrete

C.C.: 100134975-0



(f): .....

Mgs. Dennis Ortiz

C.C.: 172168671-3

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Minda Ramírez Juan Carlos, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 11 de febrero de 2019

f): .....

Juan Carlos Minda Ramírez

C.C.: 100398358-0

## AUTORÍA

Yo, Minda Ramírez Juan Carlos, portador de la cédula de ciudadanía N°100398358-0, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): .....

Juan Carlos Minda Ramírez

C.C.: 100398358-0

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: Minda Ramírez Juan Carlos, con CC: 100398358-0, autor del trabajo de grado intitulado: “PROPUESTA DE UNA GUÍA TURÍSTICA PARA EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA, A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL”, previo a la obtención del título profesional de Ingeniero en Administración Turística, en la Escuela de GESTURH

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 11 de febrero del 2019

f.):.....

Juan Carlos Minda Ramírez

C.C. 100398358-0

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicado al ser más importante en mi vida, el que me ha acompañado desde mis primeros pasos y me ha ayudado a culminar exitosamente mi carrera. La persona la cual me ha convertido en un ser humano útil a la sociedad, lleno de valores y principios. Esta tesis se la dedico a mi amada madre, Laura María Ramírez.

Del mismo modo, quiero dedicar este trabajo a mis amigos: Álvaro, Jenny, Pao, Caio, David, Su, Damla, Joshi, Hitesh, Gonzalo, Jadranka entre muchos más, quienes colaboraron con mi proyecto y mostraron siempre sus sentimientos de apoyo y aliento en los momentos que más los necesitaba.

Finalmente, a mi gran amigo Chu, el cual siempre estuvo conmigo a pesar de la distancia.

## **AGRADECIMIENTOS**

Expreso mi profundo agradecimiento a la comunidad Antaña y a las autoridades de los diferentes GAD's del cantón Antonio Ante, los cuales mostraron su predisposición y tiempo por contribuir con proyectos turísticos innovadores que buscan el bien común de la población.

De manera especial agradezco a mi asesora, la Mgs. Vanessa Palomeque, quién supo guiarme durante todo el proceso de manera oportuna y diligente.

A mi profesora, la Mgs. Dennis Ortiz, quién fue un pilar muy importante al momento de elección del proyecto de tesis y por su constante apoyo durante todo mi trayecto como estudiante.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS .....	iv
AUTORÍA .....	v
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	vi
DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTOS .....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvii
1. RESUMEN.....	xviii
2. ABSTRACT .....	xix
3. INTRODUCCIÓN .....	xx
4. ESTADO DEL ARTE.....	22
4.1. Turismo .....	22
4.1.1. Conceptualización .....	22
4.1.2. Importancia del turismo .....	23
4.1.3. Turismo en Ecuador .....	24
4.1.4. Turismo en Antonio Ante.....	25
4.2. Patrimonio turístico.....	26
4.3. Atractivo turístico .....	27
4.3.1. Sitios naturales .....	28
4.3.2. Manifestaciones culturales .....	28
4.4. Inventario de atractivos.....	28
4.4.1. Metodología de inventario de atractivos .....	29
4.4.2. Ponderación y jerarquización de atractivos.....	29
4.4.3. Jerarquía .....	30
4.4.4. Ficha de levantamiento de atractivos turísticos .....	31

4.5. Promoción turística .....	31
4.5.1. Promoción turística en el Ecuador .....	32
4.5.1.1. Campaña promocional: “All you Need is Ecuador” .....	32
4.5.1.2. Campaña promocional: “Feel Again Project” .....	33
4.5.2. Promoción del turismo a través de las TIC .....	34
4.6. Web 2.0 y turismo 2.0.....	35
4.6.1. Herramientas del Turismo 2.0.....	36
4.6.2. Dispositivos móviles .....	38
4.6.3. Sistema Operativo Android.....	38
4.7. Aplicaciones móviles .....	38
4.7.1. Categorías de aplicaciones turísticas.....	39
4.7.2. Aplicaciones de guía turística .....	40
4.7.2.1. Aplicaciones más populares.....	40
Lonely Planet .....	40
TripAdvisor.....	41
4.7.3. Aplicaciones de guía turísticas de Ecuador.....	42
4.8. Características de las apps de guía turística .....	44
4.8.1. Contenidos.....	44
5. MATERIALES Y MÉTODOS .....	46
5.1. Tipo de Investigación.....	46
5.2. Métodos.....	47
5.3. Población.....	47
5.4. Muestra.....	48
5.5. Instrumentos.....	50
5.6. Procedimiento .....	51
5.7. Análisis de datos y resultados .....	53
5.7.1. Análisis general de la encuesta .....	65
5.7.2. Entrevistas.....	66
5.7.2.1. Análisis general de la entrevista.....	70
5.8. Información del Ministerio de Turismo .....	70



	Fiesta popular de inocentes y fin de año .....	94
	Helados de crema .....	96
	Iglesia del Santo Sepulcro .....	97
	Paila Tola .....	99
	Semana santa .....	100
	Turismo de compras .....	101
6.4.2.	Andrade Marín .....	102
	Ruku Rumi (Valle de las piedras) .....	102
	Complejo Fábrica Imbabura.....	103
	Orozco Tola.....	104
	Pupo Tola .....	105
	Santuario de Santa María de Lourdes .....	106
6.4.3.	San Roque .....	108
	Artesanía de barro en San Roque .....	108
	Iglesia de San Roque .....	109
	Parque el Artesón .....	110
6.4.4.	Natabuela.....	111
	San Juan en Óvalos .....	111
	Fritadas 112	
	Grupo Étnico Natabuela.....	113
	Iglesia de la Comunidad Óvalos .....	115
	Iglesia de Natabuela .....	116
6.4.5.	Chaltura .....	117
	Heladería Chaltura .....	117
	Cuyes 118	
	Iglesia de Chaltura.....	119
6.4.6.	Imbaya.....	120
	Trapiche o molienda.....	120
	Iglesia de la Parroquia de Imbaya .....	121
6.4.7.	Selección de información adicional .....	122

Parques	123
Centros de salud .....	124
Servicios higiénicos .....	124
Unidad de Policía Comunitaria .....	125
GAD'S Municipales .....	126
Mercados .....	127
Cajero automático .....	127
Estaciones de servicio .....	128
6.5. Estrategia digital .....	128
6.5.1. Página web .....	128
6.5.2. Página de facebook .....	129
6.5.3. Página en Instagram .....	130
6.5.4. Twitter .....	130
6.6. MANUAL DE USUARIO .....	131
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	150
7.1. Conclusiones .....	150
7.2. Recomendaciones .....	151
8. REFERENCIAS .....	152
ANEXOS .....	158
Anexo 1: Plan de Investigación .....	159
Anexo 2: Entrevista a las autoridades .....	174
Anexo 3: Encuesta dirigida a los turistas .....	175
Anexo 4: Número de visitas (Corporación “31 de Diciembre”) .....	177
Anexo 5: Número de visitas (SERMAA-EP) .....	178
Anexo 6: Servicios turísticos .....	179
Anexo 7: Festividades .....	183
Anexo 8: Oficios y certificaciones .....	186
Anexo 9: Fotografías de los encuestados .....	192

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Guides by Lonely Planet .....	41
Figura 2: TripAdvisor: hoteles, restaurantes, vuelos .....	42
Figura 3: Ecuador Travel app .....	43
Figura 4: Guía Quito .....	43
Figura 5: Lugar de procedencia .....	53
Figura 6: Género .....	54
Figura 7: Edad.....	55
Figura 8: Atractivos turísticos.....	56
Figura 9: Medios .....	57
Figura 10: Oferta turística.....	58
Figura 11: Sistema Operativo .....	59
Figura 12: Aplicaciones para hacer turismo .....	60
Figura 13: Tipos de aplicaciones turísticas utilizadas .....	61
Figura 14: Contribución de aplicaciones turísticas.....	62
Figura 15: Descarga de la aplicación.....	63
Figura 16: Utilidad de la aplicación turística.....	64
Figura 17: Mapa del cantón Antonio Ante .....	78
Figura 18: Logotipo de la aplicación Jatun GO.....	81
Figura 19: Interfaz de desarrollo de la plataforma Good Barber .....	82
Figura 20: Interfaz de la aplicación Jatun GO .....	84
Figura 21: Pantalla de inicio .....	85
Figura 22: Tipo de letra .....	86
Figura 23: Estructura de la aplicación .....	87
Figura 24: Menú navegable .....	88
Figura 25: Opción de reserva en hotel desde la aplicación.....	89
Figura 26: Pantallas del menú desplegable.....	90
Figura 27: Diseño de la pantalla de los atractivos .....	92
Figura 28: Día de los difuntos.....	93

Figura 29: Fiesta popular de inocentes y fin de año .....	94
Figura 30: Helados de crema .....	96
Figura 31: Iglesia del Santo Sepulcro .....	97
Figura 32: Paila Tola.....	99
Figura 33: Semana Santa .....	100
Figura 34: Turismo de compras .....	101
Figura 35: Ruku Rumi .....	102
Figura 36: Complejo Fábrica Imbabura.....	103
Figura 37: Orozco Tola.....	104
Figura 38: Pupo Tola .....	106
Figura 39: Santuario de Santa María de Lourdes .....	107
Figura 40: Artesanía de barro en San Roque .....	108
Figura 41: Iglesia de San Roque .....	109
Figura 42: Parque el Artesón .....	110
Figura 43: San Juan Óvalos .....	111
Figura 44: Fritada.....	112
Figura 45: Grupo Étnico Natabuela.....	113
Figura 46: Iglesia de la Comunidad Óvalos.....	115
Figura 47: Iglesia de Natabuela .....	116
Figura 49: Heladería Chaltura.....	117
Figura 48: Cuyes .....	118
Figura 50: Iglesia de Chaltura.....	119
Figura 51: Trapiche o molienda.....	120
Figura 52: Iglesia de Imbaya .....	121
Figura 53: Página Jatun GO.....	129
Figura 54: Página de Facebook.....	129
Figura 55: Página de Instagram .....	130
Figura 56: Página de Twitter .....	130
Figura 57: Portada.....	131
Figura 58: Información del autor .....	132

Figura 59: Presentación .....	133
Figura 60: Requisitos .....	134
Figura 61: Información de descarga .....	135
Figura 62: Información de Instalación.....	136
Figura 63: Instalación .....	137
Figura 64: Permisos de la aplicación .....	138
Figura 65: Aplicación .....	139
Figura 66: Servicios .....	140
Figura 67: Atractivos turísticos.....	141
Figura 68: Sección de atractivos .....	142
Figura 69: Servicios turísticos .....	143
Figura 70: Servicios Complementarios.....	144
Figura 71: Parques, transportes.....	145
Figura 72: Menú de desplazamiento .....	146
Figura 73: Favoritos, descubre, contactos .....	147
Figura 74: Información, app, creador y ajustes .....	148
Figura 75: Información de contacto.....	149

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Escala para criterios y ponderación de atractivo .....	30
Tabla 2: Herramientas del turismo 2.0.....	37
Tabla 3: Clasificación de aplicaciones turísticas .....	39
Tabla 4: Llegada de turistas hacia Antonio Ante.....	48
Tabla 5: Valores de confianza tabla z.....	49
Tabla 6: Recurso humano entrevistado .....	52
Tabla 7: Entrevista hacia autoridades y expertos.....	66
Tabla 8: Identificación de atractivos turísticos del cantón Antonio Ante.....	71
Tabla 9: Listado final de atractivos turísticos.....	73
Tabla 10: Clasificación de atractivos.....	75
Tabla 11: Jerarquía de los atractivos.....	75
Tabla 12: Matriz FODA.....	77
Tabla 13: Información del cantón Antonio Ante .....	78
Tabla 14: Parques del Cantón .....	123
Tabla 15: Centros de Salud.....	124
Tabla 16: Servicios higiénicos.....	124
Tabla 17: UPC .....	125
Tabla 18: GAD's Municipales.....	126
Tabla 19: Mercados .....	127
Tabla 20: Cajero Automático.....	127
Tabla 21: Estaciones de servicio.....	128

## 1. RESUMEN

El presente proyecto de titulación se basa en el desarrollo de una aplicación móvil de guía turística para el sistema operativo Android, se manifiesta como una herramienta innovadora de promoción, misma que presenta las características más relevantes y actualizadas acerca de la oferta turística del cantón Antonio Ante. Para la elaboración del proyecto, se aplicó el modelo de investigación descriptiva con un enfoque cualitativo, mismos que permitieron la recopilación de información por medio de las fichas de inventario para los atractivos turísticos del MINTUR del año 2017, la realización de entrevistas y encuestas, como también la recopilación información de material bibliográfico. Por otra parte, se aplicó la investigación no experimental en conjunto con el método inductivo, los cuales facilitaron el proceso de selección y jerarquización de los atractivos turísticos seleccionados para ser implementados en la aplicación de guía turística. Finalmente se aplicó el método exploratorio para la creación del diseño general del aplicativo móvil.

El trabajo de campo, analítico y finalmente operativo, dio como resultado que, la aplicación de guía turística Jatun Go sea diseñada con las características de sencillez en la navegación, utilidad y funciones múltiples y sobre todo de un atractivo visual impecable el cual expone la belleza que los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante posee. El proyecto además contempla la creación de la página web oficial desde la cual el turista puede descargarse la aplicación. Siendo pues, el objetivo de la aplicación el promocionar los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón sin dejar atrás el completo sistema de servicios turísticos que Antonio Ante tiene para ofrecer a sus turistas.

**Palabras clave:** *Aplicación móvil, sistema operativo Android, promoción, atractivos turísticos.*

## 2. ABSTRACT

The current project is based on the development of a mobile tourist guide application for the Android operating system, the app is an innovative promotion tool, which presents the most relevant and up-to-date features about the Antonio Ante's touristic options. For the development of the project, the descriptive research model was applied with a qualitative approach, which allowed the collection of information through the inventory cards of tourist attractions made by MINTUR in 2017, the conduct of interviews and surveys, as well as the compilation of bibliographic material. On the other hand, non-experimental research was applied in conjunction with the inductive method, which facilitated the process of selection and ranking of the selected tourist attractions to be implemented in the tourist guide application. Finally, the exploratory method was applied to create the general design of the mobile application.

The field, analytical and operational research, resulted in the tourist guide application Jatun Go, being designed with the features of simplicity in navigation, utility and multiple functions and above all an impeccable visual appeal which exposes the outstanding beauty that the canton's tourist attractions possesses. The project also contemplates the creation of the official website from which the tourist can download the application. Therefore, the objective of the application is to promote the natural and cultural tourist attractions of the canton without leaving behind the complete system of tourist services that Antonio Ante has to offer its tourists.

**Key words:** *Mobile application, Android operating system, promotion, tourism attractions.*

### 3. INTRODUCCIÓN

Antonio Ante, cantón que se encuentra ubicado al suroeste de Ibarra y a 105 km del norte la ciudad de Quito. Cuenta con 6 parroquias, 2 urbanas y 4 rurales (Atuntaqui, Andrade Marín, Natabuela, Chaltura, Imbaya y San Roque). El cantón en mención se caracteriza por sus contrastes, la variedad de atractivos gastronómicos, culturales y folklore, destacando en sus festividades de año nuevo, desfiles de cantonización, y sus sitios turísticos, los cuales han sido catalogados como Patrimonios culturales del Ecuador. Entre los que están: La Ex fábrica textil Imbabura, la Paila tola y las fiestas populares de los inocentes y fin de año. Sin embargo, este es un cantón que no ha aprovechado la totalidad de su potencial turístico ni lo ha promocionado con estrategias eficaces, ya que la actividad en auge es el turismo de compras y la pernoctación durante la visita es mínima.

La investigación parte del problema en relación con la promoción turística, ya que hace falta mayor promoción e información específica de los sitios de visita” (GAD de Antonio Ante, 2016). Siendo que, la Jefatura de Turismo y Cultura del cantón no cuenta con un espacio específico de información turística en plataformas web ni tampoco con aplicaciones turísticas, las cuales brinden de información específica al visitante.

La globalización ha cambiado la dinámica del mercado turístico, convirtiendo al internet en la herramienta más poderosa en la producción y transmisión de información. En la actualidad los dispositivos electrónicos tales como los smartphones, tabletas, computadoras, etc., son elementos fundamentales para el turista en sus diferentes etapas del viaje. La finalidad del proyecto es fortalecer la actividad de turismo, para garantizar el incremento del flujo de visitantes en el cantón de investigación, mediante el desarrollo de una aplicación de guía turística para smartphone en el sistema operativo Android. Misma que contará con información clara, útil y con los datos más relevantes del cantón en relación a la oferta turística y su eficaz promoción

Por lo anteriormente expuesto, la aplicación pretende ser el vínculo entre el destino turístico y el turista; por lo tanto, los beneficiarios directos serán todas las personas que de manera u otra,

dedican su vida para generar y mantener el turismo como una estrategia de fomento económico y de identidad, además, es un instrumento que posibilita, que el turista cuente con un elemento valioso que identifique de manera didáctica y técnica el acceso a los lugares turísticos de su preferencia.

### **Objetivo general**

Desarrollar una aplicación de guía turística para smartphones que trabajen con el sistema operativo Android, para la promoción turística del cantón Antonio Ante y la fácil movilidad del turista.

### **Objetivos específicos**

- Analizar la demanda turística del cantón en relación al uso de los smartphones, mediante la aplicación de encuestas.
- Recopilar información actual sobre los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante.
- Determinar los referentes teóricos para el diseño de aplicaciones turísticas para smartphone que trabajen con el sistema operativo Android.
- Diseñar la estructura interna de la aplicación que incluya la oferta turística que posee el cantón Antonio Ante.

### **Variables**

#### **Variable dependiente**

La promoción turística del cantón Antonio Ante, ya que será específicamente este sitio en el que podrá ser empleado el proyecto.

#### **Variable independiente**

La aplicación móvil de guía turística, puesto que esta será manipulada para demostrar los datos fiables y actualizados del cantón Antonio Ante, en favor de la actividad turística.

## **4. ESTADO DEL ARTE**

Con el propósito de realizar la presente investigación, se ha optado por revisar material bibliográfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, como también de las diferentes bibliotecas virtuales, revistas y artículos científicos disponibles.

### **4.1. Turismo**

#### **4.1.1. Conceptualización**

El concepto de turismo a lo largo del tiempo ha estado sujeto a diversas interpretaciones. Sin embargo, para poder tener un panorama de todo lo que la actividad conlleva, es necesario abordar varios conceptos. Por ello Burkart y Medlik (1981) señalan al turismo como una actividad que comprende tanto los desplazamientos a un destino diferente al de la residencia, como a las actividades realizadas en el destino durante el proceso del viaje. Los autores Mathieson y Wall (1982) manifiestan que el movimiento hacia otros destinos debe ser inferior a un año, hacen referencia a las actividades realizadas en ese período y también señalan las facilidades creadas en los destinos en pro de la satisfacción de los turistas.

En ambas definiciones se puede notar la presencia del desplazamiento temporal a otros destinos, no obstante, en esta última ya se puede delimitar una temporalidad más definida, señalando el tiempo inferior a un año. Sin embargo, estos conceptos no definen con claridad los propósitos de viaje del turista ni las actividades que todo el turismo presenta.

Para la presente investigación se ha adoptado la definición de la Organización Mundial de Turismo, puesto que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de resi-

dencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, 2007, p. 1).

Es necesario recalcar que el turismo es una industria que tiene como principal objetivo la generación del gasto turístico de los visitantes que se movilizan hacia los diferentes destinos. Este gasto contribuye en el desarrollo local, regional y nacional, en varios países del mundo.

#### **4.1.2. Importancia del turismo**

La actividad turística es una de las industrias más importantes de la actualidad, existiendo naciones cuyo principal ingreso proviene del turismo. La OMT afirma que existe un incremento y mayor apertura hacia el turismo por parte de diversos destinos por todo el mundo, ya que influye directamente en el progreso socioeconómico y en su desarrollo (World Tourism Organization [WTO], 2017). Lo que conlleva a que se genere mayor inversión, renovación del sector turístico empresarial, por ende, mayores fuentes de empleo.

Según las cifras del año 2016, 1.235 millones de turistas internacionales se movilaron alrededor del mundo, el turismo contribuyó con el 7% de las exportaciones mundiales con un total de 1.4 trillones de dólares, aportó con el 10% del P.I.B mundial y actualmente 1 de cada de 10 personas trabajan en el sector turístico (OMT, 2017, p. 2).

El panorama que señala la OMT (2015) para el turismo es alentador, el desplazamiento de turistas crecerá un 3,3% al año entre 2010 y 2030 logrando un flujo de 1.800 millones de turistas en este último año. De esta manera, la actividad turística se desarrolla a tal magnitud que como en el caso de los Países del Caribe, representa el primer rubro de ingreso de divisas.

### 4.1.3. Turismo en Ecuador

Ecuador cuenta con más de 16 millones de personas (Banco Mundial, 2017). Posee una posición privilegiada que permite la generación de un sinnúmero de climas, los cuales crean ecosistemas fantásticos generando especies naturales tanto faunísticas como vegetales, únicos en el planeta. De acuerdo con Doyle: “Ecuador es el país más biodiverso del planeta por metro cuadrado. Dispone de cuatro regiones naturales en un territorio geográficamente pequeño (aproximadamente 283 mil km<sup>2</sup>), lo cual facilita pasar de una región a otra en períodos cortos de tiempo” (2016, p. 42).

Además de la riqueza natural que posee el Ecuador, este país se caracteriza también por su riqueza cultural, la variedad de etnias, de costumbres y de identidad, el cual resulta en un país multiétnico y pluricultural, lo cual lo coloca como uno de los países más interesantes por visitar de la región y del mundo.

Toda esta variedad y riqueza hacen de Ecuador un país extremadamente apto para el turismo y no solamente eso, sino que la correcta gestión de destinos y de numerosos recursos patrimoniales ha dado como resultado que en 2015, Ecuador recibiera 145 premios internacionales por la gestión y manejo de la calidad en el ámbito turístico (Doyle, 2016, p. 23). Estos reconocimientos hacen que tanto los operadores como los órganos reguladores de la actividad turística del país, opten por mejorar sus estrategias de promoción y los servicios que estos brindan hacia el visitante.

Ecuador como país ha demostrado que puede ser un ejemplo internacional en materia turística ya que según el Informe Narrativo de Rendición de cuentas del año 2016. En el país a final del presente año, los ingresos generados por turismo alcanzaron los \$ 1.449.3 millones de dólares, ubicándose como la tercera fuente de ingresos no petroleros, de cada 15 empleados uno labora en el campo turístico y el turismo interno permite la circulación de 1.6 millones de dólares por día (MINTUR, 2016, p. 1).

En el mismo año, Ecuador se vio sacudido por el terremoto de magnitud 7.8, que afectó las provincias costeras de Manabí y Esmeraldas. La industria turística se vio fuertemente afectada por el desastre natural, los sitios del epicentro resultaron gravemente destruidos, vidas humanas, infraestructura y bienes materiales se vieron afectadas. Como parte de ayuda el gobierno ecuatoriano tomó medidas solidarias para con los afectados con el sismo entre ellas estuvo el aumento de 2 puntos porcentuales al IVA (Agencia ANDES, 2016, p. 1).

Otra de las estrategias fue motivar a los ecuatorianos a visitar las zonas afectadas por medio del turismo solidario, para que estas puedan reactivar su economía y ocupar sus plazas hoteleras (Agencia ANDES, 2017, p. 1). Tras analizar lo anteriormente expuesto Ecuador tuvo por quinto año consecutivo una balanza turística positiva, lo que puede concluir en que el turista nacional se desplazó por el territorio y reactivó parcialmente la economía.

#### **4.1.4. Turismo en Antonio Ante**

Ubicado al norte del Ecuador en la provincia de Imbabura, Antonio Ante cantón emprendedor y lleno de riqueza cultural, se levanta como uno de los sitios más atractivos en la oferta turística nacional. El cantón posee 6 parroquias. Antonio Ante y Andrade Marín siendo sus parroquias urbanas mientras que San Roque, Natabuela, Chaltura e Imbaya figuran como sus parroquias rurales.

De tierras fértiles, Antonio Ante se ha caracterizado por una gran producción agrícola basada en granos, cereales, frutas, hortalizas entre otras. Por esta riqueza agrícola sería conocido como el Granero de Imbabura.

Este cantón lleno de gente amable y trabajadora vería su progreso con la construcción de la Fábrica Textil Imbabura y el Ferrocarril, los cuales aportaron con el desarrollo de todos sus habitantes. Hoy en día gracias a su rico y valioso legado, Antonio Ante es conocido como la

capital textil del Ecuador. Sus productos textiles son valorados por el mercado nacional e internacional, generando a su vez un fuerte turismo de compras que contribuye con la estabilidad económica del cantón (GAD de Antonio Ante, 2016).

Sin embargo este cantón no solamente posee oferta de productos textiles, sino que además existe una vasta riqueza de atractivos turísticos, mayoritariamente culturales que motivan a un sinnúmero de turistas.

En 2010 la ex fábrica Textil Imbabura fue restaurada y transformada en un centro cultural y museo en el que a diario se exhibe todo el patrimonio mueble con el que se laboraba en el siglo pasado. La importancia del conjunto arquitectónico de tolas existente en el país es invaluable ya que son los sitios en donde convergen comunidades tanto indígenas como mestizas y celebran fiestas emblemáticas como la del Inti Raymi, Pawkar Raymi, entre muchas otras. En diciembre de 2007 se declara a las fiestas populares de inocentes y fin de año como patrimonio cultural intangible de la nación (GAD de Antonio Ante, 2016). Fiestas que están cargadas con folklore, color e identidad propia del cantón, las cuales atraen a miles de turistas cada año.

Con el propósito de promocionar la variada y deliciosa gastronomía del cantón, en el 2017 se celebró la 1era Feria Nacional del cuy. En esta hubo un número de 20 expositores de distintas partes del país, los que exhibieron los platos típicos, tales como la fritada, el cuy frito, los helados entre otros (El Universo, 2017). Otro de los eventos que se realizan anualmente es la Expoferia Textil, en la que se muestra toda la diversidad textil en prendas para damas y caballeros. Evento realizado por las fiestas de cantonización que genera grandes cantidades de turistas.

#### **4.2. Patrimonio turístico**

Es necesario abordar primero el concepto de patrimonio:

El Patrimonio es la herencia que se recibe de los antepasados. Es el resultado de la simbiosis de la riqueza natural y cultural. Estas relaciones entre el espacio geográfico y las manifestaciones culturales fortalecen la identidad, dan sentido de pertenencia, y permiten valorar los que somos y tenemos. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2011, p. 10).

El patrimonio contempla al conjunto de recursos naturales o culturales que poseen gran valor para los pueblos. Heredados por los que estuvieron antes de nosotros, estos recursos reflejan un sentido de pertenencia, ya que en estos se encuentra parte de la identidad cultural de las personas y su historia. Se presentan de manera tangible e intangible. Núñez (2009) refiere que el patrimonio turístico sea este de índole cultural o natural, es en esencia el atractivo turístico, ya que en este se entrelazan todos los elementos urbanos, paisajísticos, arquitectónicos, históricos, naturales y eventos únicos, que hacen que el turista se sienta atraído hacia ellos. El valor de los mismos es indescriptible por lo que las naciones y quienes las conforman: su pueblo, gobernantes y demás entidades, deben procurar su protección, manejo, conservación y mejora.

El cantón Antonio Ante, tierra textil por excelencia, se levanta como uno de los cantones más productivos del país, realzando su valor textil, gastronómico, agropecuario y turístico. La oferta que se encuentra en el lugar es variada y de gran valor cultural. El Ministerio de Cultura ha declarado 3 patrimonios culturales en el cantón, los cuales son: la Paila tola, la Fábrica textil Imbabura, las fiestas de inocentes y de fin de año. Los mismos que tienen gran importancia para el país, generan gran interés turístico y presentan las facilidades necesarias para que se desarrolle la actividad turística.

### **4.3. Atractivo turístico**

El atractivo turístico se presenta como el resultado entre la suma de varios elementos: los recursos turísticos, la planta turística, infraestructura y demás servicios complementarios. Presentando, características propias que hacen que el turista se sienta atraído hacia los mismos ya que en ellos encuentra los elementos propicios para satisfacer sus necesidades de carácter turísticas.

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), clasifica a los atractivos turísticos en dos categorías: sitios naturales y manifestaciones culturales, siendo que en Antonio Ante se presentan mayoritariamente atractivos turísticos de índole cultural.

#### **4.3.1. Sitios naturales**

Adaptando el concepto de Morelo (como se citó en Martínez, 1982) se tiene que los sitios naturales son los recursos que se encuentran en la naturaleza y que el hombre ha ido modificando en función a la satisfacción de sus necesidades. Debido a la gran variedad de los sitios naturales existentes en el Ecuador, se los ha clasificado en: “montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares” (MINTUR, 2017, p. 19 -21).

#### **4.3.2. Manifestaciones culturales**

Comprende el conjunto de expresiones, creencias, costumbres, formas de vida e idiosincrasia de un determinado grupo de personas. Los que se reconocen son: “arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados” (MINTUR, 2017, págs. 22-23).

#### **4.4. Inventario de atractivos**

El autor Íbid (como se citó en Lundsteen, Martínez, & Palomera, 2014) define: “El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística” (p. 2136).

Esta herramienta es de vital importancia para el desarrollo del proyecto ya que permite no sólo contabilizar la cantidad de atractivos existentes en determinada región, sino también jerarquizar

su estado actual. Este es un instrumento eficaz para la evaluación del estado del recurso o atractivo puesto que siempre habrá cambios que harán que se modifiquen con el tiempo. Estos cambios podrán actualizarse de manera periódica gracias a la misma herramienta.

#### **4.4.1. Metodología de inventario de atractivos**

La Metodología de inventarios de atractivos será la herramienta fundamental para la realización del proyecto puesto que se pretende cuantificar y describir los atractivos naturales y culturales del cantón Antonio Ante, afín de realizar la aplicación. Es el Ministerio de Turismo del Ecuador, quien brinda los lineamientos para el uso del inventario en el territorio, por ende, este organismo manifiesta que:

La Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador, establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para definir espacios turísticos se considera criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios. (MINTUR, 2017, p. 3).

La misma que posteriormente ayudará a mantener actualizada la información de los distintos atractivos a inventariar y del mismo modo facilitará la gestión y mejora de los mismos por parte de los GAD's municipales y parroquiales.

#### **4.4.2. Ponderación y jerarquización de atractivos**

Los datos e información recolectada de los diferentes atractivos sean estos sitios naturales o manifestaciones culturales deben estar concretamente clasificados en categorías, tipos, subtipos, estado, calidad entre otros datos, los cuales permitirán obtener información real y actualizable de los atractivos. Esta información debe ser recopilada y procesada. Obtenida por medio de visita de campo a los sitios específicos y mediante observación. Con la finalidad de establecer

la información cuyo análisis determine la jerarquía del atractivo, el MINTUR en su guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador del 2017, establece una serie de criterios de evaluación que se alinean con los índices de competitividad turística dados por la OMT. Para el presente proyecto se utilizan los siguientes criterios:

**Tabla 1**

*Escala para criterios y ponderación de atractivo*

<b>Criterios de valoración</b>	<b>Ponderación</b>
Accesibilidad y Conectividad	18
Planta turística / servicios	18
Estado de conservación e integración sitio / entorno	14
Higiene y seguridad turística	14
Políticas y regulaciones	10
Actividades que se practican en el atractivo	9
Difusión del atractivo	7
Tipo de visitante y afluencia	5
Recursos humanos	5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Fuente:** (MINTUR, 2017)

**Elaboración:** El autor

#### **4.4.3. Jerarquía**

Con la ponderación obtenida se determinará la jerarquía del atractivo, dando así su nivel de importancia, aptitud y aprovechamiento para el presente proyecto. La jerarquía empieza desde el nivel superior IV, hasta el nivel inferior I. Los elementos turísticos que no cumplan con todas las características necesarias y no entren en la clasificación de jerarquía, estarán enmarcados en la categoría de recurso.

Parafraseando el estudio de la Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador (2017), se obtiene:

- **Jerarquía IV:** Se trata de los atractivos turísticos de características excepcionales de importancia turística internacional, capaces de atraer por sí solos, grandes masas de turistas internacionales.

- **Jerarquía III:** Atractivos de características excepcionales, que por sí solos o en conjunto con otros atractivos generan una fuerte motivación y atracción de visitantes actual o potencial, a nivel nacional e internacional.
- **Jerarquía II:** Atractivos con características llamativas, de relevancia turística nacional que atraen a turistas que quizás llegaron por otras motivaciones y motivan corrientes turísticas nacionales.
- **Jerarquía I:** Atractivos cuyas características carecen de alta relevancia, sin embargo complementan a otros de mayor jerarquía.
- **Recurso:** En esta categoría se encuentran todos los elementos naturales o culturales que no cuentan con la infraestructura, ni facilidades necesarias para la dinámica turística pero que pueden generar un flujo de turistas mínimo.

#### 4.4.4. Ficha de levantamiento de atractivos turísticos

Una ficha es un instrumento que nos permite recopilar y analizar la información concerniente a la de un atractivo turístico específico. Información con la que el investigador puede medir la calidad del atractivo, su cercanía con otros y la calidad de servicios complementarios e infraestructura, entre otros parámetros esenciales en pro de la dinámica turística.

#### 4.5. Promoción turística

La promoción es uno de los elementos indispensables al momento de comercializar un producto o servicio. Siendo un elemento fundamental dentro del marketing, Kotler (como se citó en Da Cruz & Velozo, 2010) señala: “puede ser entendida como las acciones que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores para que los compren” (p. 691).

El autor Gurría Di-bella (como se citó en Ortigoza y Gómez Arrola, 1991) manifiesta:

Una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. (p. 99).

Siendo pues la promoción turística la que permite informar, comunicar todas las características del destino turístico, persuadiendo al público objetivo en favor de la motivación de visita y consumo. No obstante, el objetivo de la promoción turística no termina cuando el turista visita el destino, sino es más bien el de lograr despertar un interés más amplio en todo lo que compone el lugar (cultura local), haciendo que su estancia se prolongue y posiblemente logrando que retorne al lugar de visita en otra oportunidad. Esto se logra mediante estrategias de comunicación claras acorde con los elementos de promoción los que deberán ser adaptados a un mercado consumidor objetivo.

#### **4.5.1. Promoción turística en el Ecuador**

##### **4.5.1.1. Campaña promocional: “All you Need is Ecuador”**

Una de las estrategias de promoción turísticas más grandes y ambiciosas del Ecuador fue "All you Need is Ecuador". Campaña de promoción turística llevada a cabo por el Ministerio de Turismo en abril del año 2014, que tuvo como objetivo posicionar al país andino como potencia turística, resaltando todas las bondades que el país de los cuatro mundos que posee (haciendo referencia las regiones Costa, Sierra, Oriente y Galápagos).

Parte de la campaña fue el posicionamiento de letras de 6 metros de alto en lugares estratégicos de 12 capitales mundiales (Paris, Madrid, Sao Paulo, Bogotá, New York, Santiago de Chile, Berlín, Londres, México DF, Lima, Ámsterdam y Buenos Aires) y 7 ciudades del Ecuador

(Cuenca, Manta, Loja, Quito, Guayaquil, Tena y Galápagos). Estas letras funcionaban como vitrinas turísticas en las que eran expuestas la enorme gama de productos emblemáticos del país.

La campaña fue promocionada por los principales medios de comunicación. Teniendo además una campaña por los medios digitales, principalmente a través de su página web: [www.allyouneedisecuador.travel](http://www.allyouneedisecuador.travel). Página en la que se brinda información no sólo de la campaña y su significado sino también sobre el Ecuador y sus atractivos turísticos más relevantes. El diseño de interfaz de la web es amigable con el usuario haciendo muy amena su interacción. Hubo también publicidad a través de las redes sociales por las que el Ministerio interactuaba con las personas interesadas en la campaña.

La inversión para el desarrollo de la campaña fue de 19 millones de dólares, inversión que logró recuperarse ya que según el Ministerio de Turismo: “La campaña generó un retorno que superó las expectativas, pues a final del 2014 se registró un crecimiento de llegada de turistas de 14% con respecto a 2013 y generó ingresos por alrededor de \$1.500 millones” (MINTUR, 2016).

#### **4.5.1.2. Campaña promocional: “Feel Again Project”**

Este proyecto surge como segunda parte de All you Need is Ecuador, su objetivo fue el de "promocionar al Ecuador a través del arte desde la cultura" (Naranjo, 2015). Para ello, hubo la participación de diferentes fotógrafos, artistas y directores de diversas partes del mundo los cuales recorrieron las 4 regiones del país capturando momentos únicos y posibles solamente en el Ecuador.

El material obtenido tras esta campaña se presenta en la página web [visit.ecuador.travel/feelagainproject/](http://visit.ecuador.travel/feelagainproject/), plataforma en la que se puede observar las diferentes imágenes y videos de productos, paisajes obtenidas de las diferentes regiones del Ecuador tras la experiencia de sus autores.

Estas campañas de promoción turística hacen que Ecuador se introduzca en los mercados internacionales, captando un mayor número de audiencia y de potenciales visitantes, que están interesados en visitar el país. Para ello herramientas digitales como el internet han facilitado el acercamiento a estos mercados.

#### **4.5.2. Promoción del turismo a través de las TIC**

Hoy en día se encuentra a un turista altamente conectado, que maneja las redes sociales y las TIC (tecnologías de la comunicación) en busca de experiencias y servicios que satisfagan sus necesidades. Este usuario a su vez brinda la posibilidad de mejora en los métodos y estrategias tanto de comercialización como también de promoción, de los diferentes productos y servicios turísticos. La globalización, la variación en la demanda, la facilidad de trámites en los procesos de viaje, el exponencial crecimiento en el uso de las TIC, han proporcionado toda esta convergencia.

La evolución de la tecnología es acelerada. En la década de los 90's tras el auge de la computadora personal y el notable surgimiento del internet, empresas turísticas ya empiezan a ofertarse tras este medio y los usuarios comenzaron a no solamente buscar información sino además contratar servicios turísticos en línea. El sector turístico empezaba a crear canales de distribución directos con sus clientes sin la necesidad de intermediarios por lo que conllevaba a menores costos.

Con ayuda de las redes sociales se mantiene una interacción, direccionamiento y asesoría con el cliente. El uso de las TIC se ha transformado, y ha pasado de ser una ventaja competitiva a convertirse en una necesidad. La promoción turística a través de las TIC contribuye al establecimiento de información útil en las siguientes áreas:

- **Estudios de mercado:** Parafraseando a los autores Alonso & Furio (2006), las herramientas digitales son necesarias para crear una base de datos en la cual se guarde

información de los clientes, información esencial para fidelizarlos y elaborar productos turísticos de acuerdo a cada una de sus necesidades.

- **Mejora del producto:** El cliente expresa lo que realmente desea, mediante comentarios de retroalimentación, el sector turístico puede mejorar los productos que ofrece mediante la ayuda de los mismos clientes.
- **Globalización del producto:** No importa el lugar de origen, internet permite la comunicación con personas de todo el globo y se puede promocionarlos por diferentes canales.
- **Promoción dirigida en tiempo real:** El sector turístico puede enviar un mensaje personalizado concentrándose en un mercado específico o potencial. Lo que resulta rápido y barato. Si la empresa que se promociona mediante estas herramientas quiere reconocer y posicionar su marca debe contar con un sitio web dinámico, atractivo y de fácil uso. “Una buena web debe contener información exacta y detallada de las ventajas que proporcionen valor al receptor, con fotos y gráficos atractivos” (Alonso & Furio, 2006, p. 19).

Es necesario señalar la importancia y el reciente protagonismo que han tenido los dispositivos electrónicos: “en la actualidad el 85% de las personas que viajan lo hacen con un dispositivo móvil. Dedicamos 4/5 horas al día en el móvil y el 42% de usuarios del móvil lo utilizan para planificar o reservar” (OMT, 2017, p. 1). Tanto smartphones como tablets pueden conectarse al Internet y hacer uso de las aplicaciones, en donde el sector turístico ha mostrado fuertes apuestas y desarrolla promoción turística.

#### **4.6. Web 2.0 y turismo 2.0**

El internet en la actualidad es el medio por excelencia en la obtención e intercambio de información. Tim O'Reilly (2005) señala que la red es la plataforma en la cual convergen y se conectan los dispositivos y mediante las aplicaciones se aprovechan todas las ventajas de esta

plataforma. Esta plataforma se actualiza periódicamente, el número de usuarios sigue incrementando, la participación y colaboración son los ejes de esta plataforma. La personalización y el libre software actualizable permiten a la propuesta dar marcha y valor en la misma.

Por otra parte, la autora Castelló, señala 4 factores esenciales para comprender al concepto Web 2.0: “compartir, comunicar, conversar y cooperar” (2010, p. 49). Siendo que la red ha dejado de ser solamente una herramienta de consulta a pasar a ser una de creación y posibilidades.

Con los conceptos señalados se concluye que el Internet convencional denominado como Web 1.0, al que el usuario interactuaba en búsqueda de información ahora se transforma y se convierte en la Web 2.0. Plataforma en la que la interacción y colaboración son piezas clave ya que el usuario deja de ser un mero consumidor y se transforma en un creador de contenido que lo personaliza a base de lo que le gusta e interesa.

En la red podemos encontrar que la unión de Web 2.0 y turismo da como resultado el Turismo 2.0 (Sánchez E. , 2011). Al Turismo 2.0, se lo puede definir como “la revolución empresarial de la industria del Turismo originada por su traslado hacia un Ecosistema Turístico como plataforma e intentando entender las nuevas reglas de éxito de la misma” (William & Pérez, 2008, p. 119).

Es por medio del internet que surgen nuevas necesidades puesto que la tecnología como disruptor en la actividad turística influye en la toma de decisiones del turista haciendo que este sea una persona mucho más informada y actualizada que no solo quiera un servicio, sino que busca que este servicio le genere nuevas experiencias.

#### **4.6.1. Herramientas del Turismo 2.0**

La promoción turística turística ha dado un gran salto, ya que ha evolucionado de darse a conocer a través de folletos y medios tradicionales (radio, prensa, tv) a ocupar las herramientas de la web 2.0. De acuerdo con Sánchez (2011) el turismo 2.0 tiene 2 soportes primordiales: la

PC y los dispositivos móviles. En la siguiente tabla se muestran las herramientas actuales del turismo 2.0.

**Tabla 2**

*Herramientas del turismo 2.0*

Herramienta 2.0	Utilidad	Autor	Sitios destacados
Buscadores	Búsqueda de contenidos	Empresas privadas	Google
	Publicidad		Yahoo
	Descarga		Bing
Páginas especializadas	Interacción con usuarios Venta de servicios	Páginas especializadas Agencias de viaje en línea	Ask Jeeves
			Tripadvisor
			Expedia
			Booking.com
Redes sociales	Compartir experiencias Compartir fotos Publicidad	Usuarios particulares Marcas públicas y privadas	Yahoo Travel
			Facebook
			Twitter
			Google Plus
Sitios de video	Compartir videos	Empresas privadas	Instagram
			YouTube
			Vimeo
Blogs de turismo	Compartir experiencias	Usualmente, una persona líder de opinión	Hulu
			Blogs de vacaciones
			Diario del viajero
			Actualidad Viajes
Foros de viajes	Compartir experiencias	Parte de una página especializada o de un sitio web propio	Tripadvisor
			Los Viajeros.com
			Lonely Planet
			Foro viajes
Aplicaciones móviles	Guías de viaje Compras Geolocalización Compartir experiencias	Usuarios particulares Marcas públicas y privadas	Google Maps
			Foursquare
			Skycanner
			Flight track
			GYE Turismo

**Fuente:** (Larrea, 2015)

**Elaboración:** El autor

De las herramientas de la web 2.0 mencionadas anteriormente, para el proyecto se hace mención especial a las aplicaciones móviles de guía turística (o de viaje), ya que son herramientas de gran importancia al momento de la promoción turística del cantón que contienen información concisa sobre información, geolocalización y simbología.

#### **4.6.2. Dispositivos móviles**

Los dispositivos móviles en este apartado hacen referencia a los smartphones y tabletas. El nuevo turista interconectado hace uso de estos dispositivos los cuales pueden conectarse con facilidad a Internet, en las diferentes etapas del viaje: el pre-viaje, durante el viaje, y el post-viaje con la intención de estar al tanto de toda la información correspondiente a su destino (Sánchez E. , 2011).

De acuerdo con el Informe Mobile de España y el Mundo 2016, en la recta final del 2015 el 97% de la población mundial contaba con dispositivos móviles, logrando la cantidad de 7,9 mil millones de dispositivos (Distrendia, 2016). Es decir que el mercado de móviles está en auge y es importante lograr promocionar destinos turísticos a través de este medio.

Según el estudio de HeBS Digital (2013) alrededor del 40% de las búsquedas online relacionadas con la terminología de viaje era realizado por medio de los smartphones y las tabletas, las cuales van adquiriendo mayor relevancia en el campo del turismo. De acuerdo con Google (2017) el 79% de los viajeros que utilizan estos dispositivos móviles concretaron reservas a través de estos dispositivos. El viajero hace uso del internet y de las diversas aplicaciones existentes en los mercados virtuales de los smartphones las que le permiten interactuar con la oferta turística existente.

#### **4.6.3. Sistema Operativo Android**

Desarrollado por la gigante empresa Google, este sistema operativo móvil, basa su diseño en Linux. Junto con aplicaciones del tipo middleware puede ser utilizado en dispositivos móviles como tabletas, teléfonos inteligentes, televisiones entre otros dispositivos (Basterra, Berteau, Borello, Castillo, & Venturi, 2017).

#### **4.7. Aplicaciones móviles**

Las aplicaciones móviles o también denominadas apps, son un software que es instalado en los dispositivos móviles. Este software es capaz de integrar otras características del móvil haciendo que se expandan sus funciones y su contenido es actualizable (Rodríguez, 2013).

Para hacer uso de las apps, cada dispositivo cuenta con un sistema operativo, en la actualidad los más utilizados son: Android y IOS.

#### 4.7.1. Categorías de aplicaciones turísticas

El nuevo turista hiperconectado dispone de una gran oferta en aplicaciones turísticas las cuales presentan información sobre alojamientos, sitios culturales, precios, transporte, gastronomía y un sinnúmero de variedad (Segittur, 2017). La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) y la Cámara de Comercio de España, han realizado una clasificación de apps turísticas las cuales se presentan en 7 categorías en la siguiente tabla.

**Tabla 3**

*Clasificación de aplicaciones turísticas*

<b>Categorías</b>	<b>Utilidad</b>	<b>Apps más populares</b>
<b>Transporte</b>	Apps en las que se encuentra información concerniente a horarios, precios ruta, compra de tickets, seguimiento de vuelo, taxis, trenes, aeropuertos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Air Europa</li> <li>• BlaBlaCar</li> <li>• Expedia Hoteles y Vuelos</li> <li>• Skyscanner</li> </ul>
<b>Alojamiento</b>	Son las apps que permiten buscar y reservar servicios de alojamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Airbnb</li> <li>• Booking.com</li> <li>• Hostelworld</li> </ul>
<b>Ocio y Restauración</b>	Aplicaciones que muestran las opciones de ocio y esparcimiento que posee el destino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Around Me</li> <li>• Foodspotting</li> <li>• Urbanspoon</li> <li>• Yelp</li> </ul>
<b>Turismo Activo</b>	Aplicaciones relacionadas a los deportes y a la oferta del turismo activo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• iPlaya</li> <li>• Golfplan</li> <li>• Naturapps</li> </ul>

<b>Guía de destinos</b>	En esta clasificación el usuario podrá conocer cualquier destino alrededor del mundo e información detallada de todo lo que poseen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TripAdvisor</li> <li>• Lonely Planet Guides</li> <li>• TripWolf</li> </ul>
<b>Utilidades</b>	Estas son apps utilitarias que permiten al turista desde la conversión monetaria, ubicación hasta la traducción entre otras actividades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expensify</li> <li>• Google Maps</li> <li>• Google Translate</li> <li>• Maps.me</li> <li>• Moovit</li> </ul>
<b>Smartwatch</b>	Selección de apps disponibles para smartwatch (reloj inteligente).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mytaxi – La Taxi App</li> <li>• KAYAK</li> <li>• STAY APP</li> </ul>

**Fuente:** (Segittur, 2016)

**Elaboración:** El autor

#### 4.7.2. Aplicaciones de guía turística

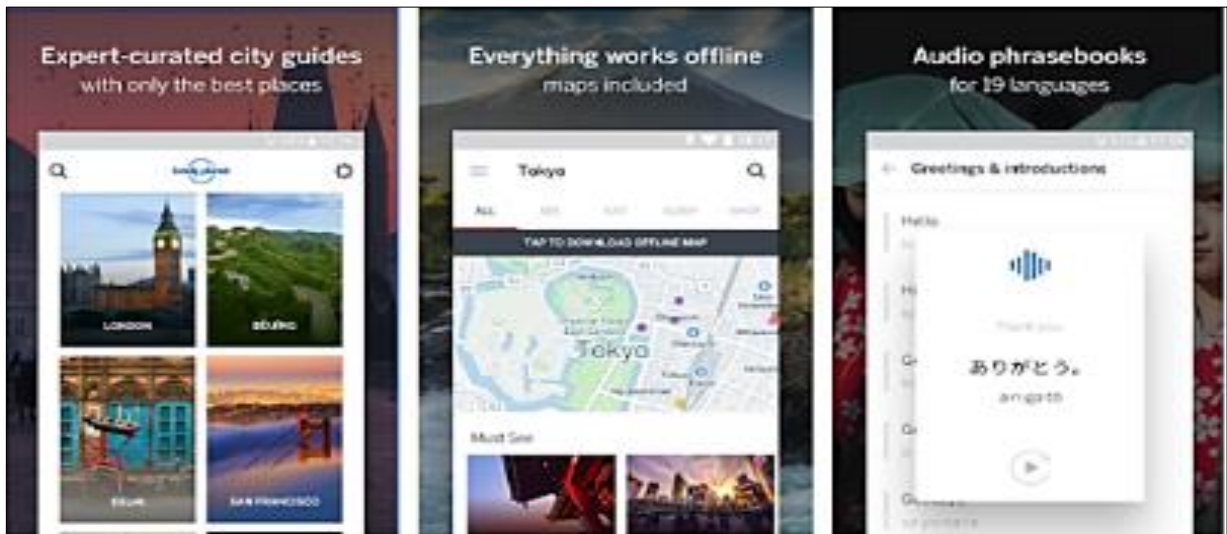
Estas aplicaciones permiten al turista conocer todo lo que el destino ofrece. La aplicación de guía turística es una herramienta muy importante al momento de visitar un sitio desconocido. Esta brinda información útil y relevante con respecto a los sitios de interés, la planta turística, la infraestructura, medios de transporte entre muchos más datos del destino. Siendo una de sus principales características la practicidad ya que al ser descargadas al móvil, estas caben en la palma de la mano.

Es importante que la aplicación de guía turística sea offline es decir que no requiera de internet para ser funcional, ya que el turista no dispondrá de conexión a Internet en todos los sitios que visite. Las aplicaciones “Lonely Planet y Tripadvisor firman el 50% de las apps de destinos más descargadas en el mundo” (Segittur, 2012, p. 12).

##### 4.7.2.1. Aplicaciones más populares

###### Lonely Planet

Superando las 500 millones de descargas en la Google Play (tienda virtual de aplicaciones para dispositivos con Android) y con una calificación de los usuarios de 4,6 estrellas, Lonely Planet es una app de gran utilidad para el turista (Google, 2018).



**Figura 1:** Guides by Lonely Planet

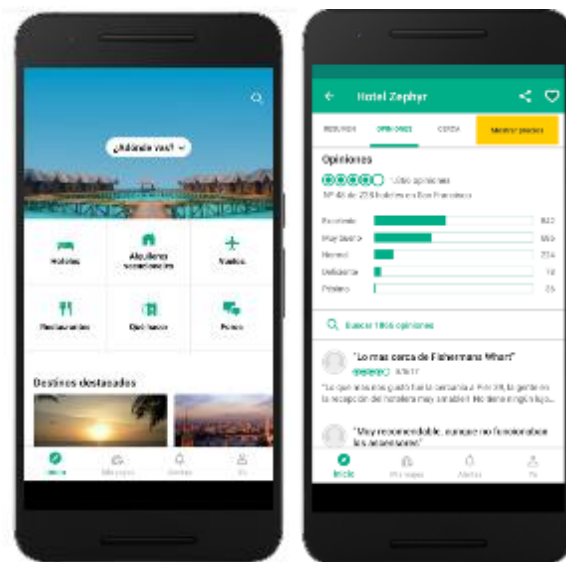
**Fuente:** (Google Play, 2018)

La aplicación contiene mapas tanto online como offline de diversas localidades del mundo con información sobre actividades y sitios que visitar, libros de frases de audio en varios idiomas, un convertidor de divisas y el asesoramiento de expertos en el terreno.

## **TripAdvisor**

La aplicación por excelencia de opiniones y sugerencias hechas por los viajeros, TripAdvisor con más de 100 millones de descargas en Google Market con 4,4 estrellas de calificación, ha logrado consolidarse como una de las más creíbles y útiles apps al momento del viaje (Google, 2018). Sin embargo, Tripadvisor está lejos de ser categorizada tan solo como una app de opiniones. Ofrece la búsqueda por filtros según la puntuación de los usuarios, de servicios como alojamiento, alimentación, transporte, actividades entre otros. A través del foro que contiene la app los usuarios pueden intercambiar información en función de su localización y tema.

De uso totalmente gratuito, la app se ha construido a través de la interacción de sus usuarios, sabiendo adoptar bien el contenido que estos generan. Hay que destacar que se encuentra en constante actualización.

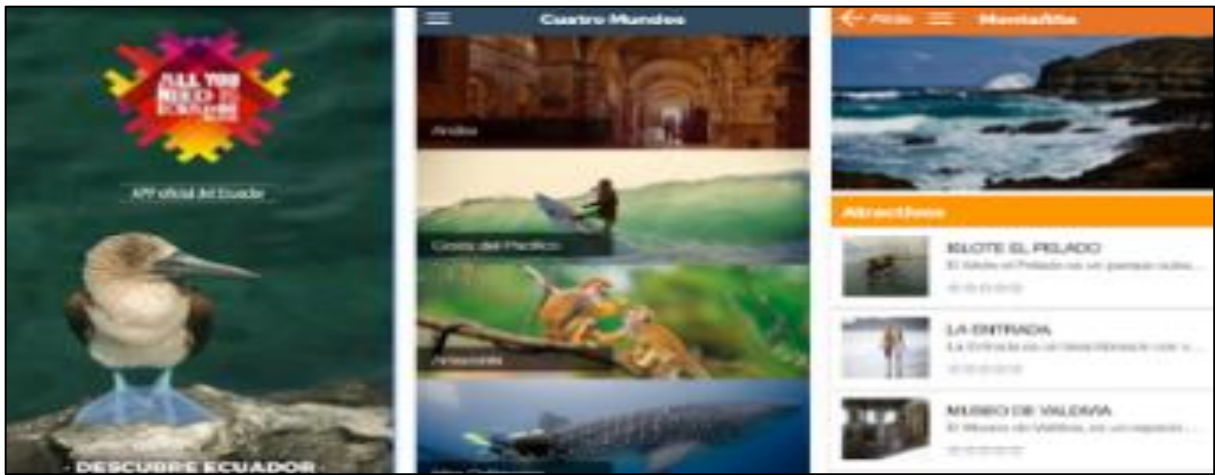


**Figura 2:** TripAdvisor: hoteles, restaurantes, vuelos

**Fuente:** (Google, 2018)

### 4.7.3. Aplicaciones de guía turística de Ecuador

En el Ecuador son varias las aplicaciones de guía de turística que se han ido desarrollando en los últimos años. La mayor parte de ellas de ellas se centran en dos ejes fundamentales: la promoción del destino y la movilidad del turista. El Ministerio de Turismo ha desarrollado la aplicación oficial de turismo del Ecuador. Ecuador Travel presenta información sobre las actividades, contactos, gastronomía, productos turísticos, un convertor de moneda e información general sobre los atractivos turísticos más importantes de las cuatro regiones naturales del Ecuador.



**Figura 3:** Ecuador Travel app

**Fuente:** (Google, 2018)

La capital Quiteña cuenta también con su aplicación: Guía Quito, la cual cuenta con una interfaz que permite acceder a sitios turísticos, mapas, fotografías, rutas, oferta gastronómica, servicios turísticos entre otros. Cuenta con más de 10 mil descargas en Google Play (Encalada, 2017).



**Figura 4:** Guía Quito

**Fuente:** (Google, 2018)

## **4.8. Características de las apps de guía turística**

Las aplicaciones de guías de turística son instrumentos cuya información debe ser coherente, concreta, y eficaz, puesto que si este instrumento se encuentra desactualizado no será de mucha utilidad. Por ende, las características que toda guía debe contener son:

- Debe contener información actualizada
- Debe contener geolocalización precisa mediante GPS
- Su interfaz debe ser sencilla
- Su contenido debe ser didáctico y versátil
- Los datos deben ser concretos, sin ambigüedades
- El modo offline debe ser prioritario

### **4.8.1. Contenidos**

El contenido de una aplicación guía de turística es variado, este va acorde al segmento, tipología de turista y el destino. De acuerdo con el cuaderno metodológico de la Unesco: Guía para caminantes, el contenido que una aplicación de guía puede llevar se basa en los siguientes parámetros:

- El material cartográfico indicando los puntos de interés y posibles rutas en el destino.
- Información detallada y útil de los atractivos, servicios y planta turística con fotografías de modo que el turista le sea fácil su movilización. Con especial detalle se deben exponer las informaciones sobre la riqueza cultural del lugar.
- Información sobre el clima y recomendaciones de acuerdo a la estación climática.
- Se debe tener en cuenta la calidad del contenido gráfico. Este debe exponer con claridad la realidad de las condiciones del destino sin alterarla.

- La información de contacto y ubicación de entidades importantes tales como hospitales, policía, alojamientos entre muchas otras, deben estar presentes de forma clara para que el turista pueda hacer uso de ella en caso de ser necesario (Sánchez & García, 2012).

## 5. MATERIALES Y MÉTODOS

### 5.1. Tipo de Investigación

El desarrollo de la aplicación de guía turística presenta un enfoque cualitativo, así Hernández, Fernández & Baptista (2014) afirman: “utiliza técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades” (p. 9). Al ser un tema no tan abordado, se optó por este enfoque para la recopilación de información de los atractivos turísticos y de los turistas.

El modelo de la investigación es el descriptivo, así los autores Hernández, Fernández & Baptista (2014) manifiestan: “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92), por ende lo que el proyecto pretende es describir las características de los atractivos turísticos y posteriormente plasmar la información de los mismos en las fichas de inventario dadas por el MINTUR.

Finalmente se aplica el diseño de investigación no experimental, el cual los autores Hernández, Fernández & Baptista (2014) definen como: “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152). Por esta razón, para continuar con el trabajo de campo, se parte desde la información previa del MINTUR y de investigaciones posteriores, para proceder con la presente investigación. Posteriormente haciendo uso de la investigación de campo se observaron las características de los atractivos para relacionarlos con la información que existe, siendo de este modo que se mantiene un solo registro actualizado de los atractivos del cantón Antonio Ante y se lo plasma en las fichas de inventario.

## **5.2. Métodos**

Se emplea el método inductivo tras la recopilación de las características de los diferentes atractivos turísticos tanto culturales como naturales. En este método se toman estudios de casos particulares para llegar a conclusiones generales (Münch & Ángeles, 1996). Es por tal razón que, tras el registro de la información recopilada de los atractivos se procede a la selección de los atractivos que se plasmarán en la aplicación de guía turística mediante la jerarquización.

Se emplea el método exploratorio, en el que los autores Díaz, Castro, Escalona, León & Ramírez (2013) afirman: “propone alcanzar una visión general del tema en estudio, es decir, buscar el tópico de interés, formular el problema y delimitar futuros temas de investigación” (p. 22). La aplicación de guía turística al ser una forma innovadora de promoción y como herramienta turística, es de carácter novedoso y que el desarrollo de esta posiblemente contribuirá a futuras investigaciones en esta área.

De igual manera, se estudiará, y empleará software para la creación de aplicaciones de smartpone que funcionen con el sistema operativo Android. De forma que la aplicación de guía turística permita una mayor y mejor promoción de los atractivos turísticos de Antonio Ante, mejorando el bienestar económico de todos quienes participan en la industria turística de esta localidad.

## **5.3. Población**

La población a ser estudiada son los turistas que visitan el cantón Antonio Ante. Es necesario resaltar que no se cuenta con una cifra exacta del número de turistas que visitan el cantón. Por tal razón el presente proyecto toma como referencia a los turistas que visitaron el cantón durante la Expoferia Textil 2018, como también la Fiesta popular de Inocentes y Fin de año de 2017.

En el caso de la Expoferia Textil 2018, la información obtenida fue proporcionada por el Ing. Wilson Saltos, Gerente de la Empresa Pública de Servicios Municipales de Antonio Ante (SERMAA – EP). Por otro lado, la cifra de la Fiesta popular de Inocentes y Fin de año de 2017, se obtuvo gracias a la colaboración del Ing. Diego Villegas, Presidente de la Corporación 31 de diciembre. Los datos se exponen en la siguiente tabla:

**Tabla 4**

*Llegada de turistas hacia Antonio Ante*

<b>Festividades</b>	<b>N° de turistas</b>	<b>Fuente</b>
Expoferia Textil 2018	70.000	SERMAA-EP
Fiesta popular de Inocentes y fin de año de 2017	52.600	Corporación 31 de diciembre
<b>Total anual</b>	<b>122.000</b>	

Elaboración: El Autor

#### 5.4. Muestra

Para determinar la muestra de la presente investigación, considerando que el universo es finito, se aplica la fórmula de Asedesto:

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

En la que:

Z= nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado =1-p

N= Tamaño del universo (122.000)

e= Error de estimación máximo aceptado (5% = 0.05)

n= Tamaño de la muestra

**Tabla 5**

*Valores de confianza tabla z*

Valores de confianza tabla z	
95%	1.96
90%	1.65
91%	1.7
92%	1.76
93%	1.81
94%	1.89

**Fuente:** Asedesto

**Elaboración:** El Autor

### Ingreso de datos

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

$$n = \frac{1.96^2 * 122.000 * 95\% * 5\%}{5\%^2 * (122.000 - 1) + (1.96^2 * 95\% * 5\%)}$$

$$n = \frac{22262.072}{305.179976}$$

$$n = 72.95$$

Tras haber determinado la población, se procedió a la selección de la muestra mediante la fórmula que se mencionó anteriormente. El total de encuestas a realizar a los turistas que visitan el cantón Antonio Ante es de 73.

## **5.5. Instrumentos**

En primera instancia se procede con la entrevista. Mediante el respectivo cuestionario de entrevista y grabadora, se aplicó a las autoridades y expertos de turismo con el propósito de conocer la opinión de los atractivos turísticos ubicados en cada una de sus jurisdicciones.

Por otro lado, el cuestionario de la encuesta fue aplicada a los turistas que visitan el cantón Antonio Ante para conocer su perfil y el nivel de aceptación que tiene la aplicación de guía turística para la promoción de los atractivos y como herramienta de viaje.

La ficha de inventario de atractivos que forma parte de la “Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios en Ecuador” (MINTUR, 2017, p. 1), es un instrumento indispensable para la investigación, ya que mediante el mismo se pudo obtener y registrar información de los diferentes atractivos turísticos del cantón, trabajo que se realizó juntamente con en el apoyo de la técnica de observación durante todo el mes de julio de 2018.

El smartphone Samsung J7 Prime, con cámara y GPS incluidos, fue indispensable para el levantamiento de información geográfica y para la toma de fotografías.

Finalmente, para el desarrollo de la aplicación se utilizó la página web Good Barber.

## **5.6. Procedimiento**

### **5.6.1. Desarrollo de encuestas**

En primera instancia se procedió a realizar encuestas a los turistas que visitan el cantón Antonio Ante. Se acudió a tres instituciones con el propósito de obtener la cifra exacta o aproximada del número de turistas que recibe el cantón. La primera fue el GAD Municipal de Antonio Ante, ubicada en la parroquia urbana de Atuntaqui; la segunda fueron las oficinas del Ministerio de Turismo Zona 1 en la ciudad de Ibarra y finalmente las oficinas de turismo de la Prefectura de Imbabura en la ciudad de Ibarra.

Las instituciones no contaban con estos datos, por ende, se decidió optar por la cifra de turistas que recibió el cantón tras eventos turísticos importantes como la Fiesta popular de inocentes y fin de año datos del 2017 y la Expoferia textil durante el año 2018. Esa información se la pudo obtener de la Corporación 31 de diciembre (ver anexo 3), institución encargada de organizar la fiesta popular de inocentes y fin de año; por otro lado, la SERMAA-EP, es la institución que organiza la Expoferia (ver anexo 4). Estas festividades arrojaron un resultado de 122.000 turistas anuales de los cuales se encuestaron a 73.

Este trabajo de recopilación fue realizado en el mes de junio de 2018 durante los días 6, 7, 8, 9 y 10 del mencionado mes en el área comercial central de Atuntaqui y en el Complejo Fábrica Imbabura.

### **5.6.2. Desarrollo de entrevistas y fichas de inventario**

Se procedió con la entrevista, trabajo realizado tanto a autoridades, expertos como también a quienes se dedican al turismo o poseen vínculos con los atractivos turísticos, ya que fue necesario su aporte para la cuantificación de atractivos nuevos, características de los mismos y como también su opinión del proyecto de aplicación de guía turística. Este trabajo se realizó en el mes de mayo de 2018.

**Tabla 6***Recurso humano entrevistado*

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
Ing. Sandra Vaca	Jefa de Planificación Institucional del cantón Antonio Ante
Ing. Bourman Hernández	Técnico de desarrollo y turismo del GAD de San Roque
Sr. Oscar Pérez	Presidente de la Junta Parroquial de Andrade Marín
Sr. Jorge Siza	Presidente del GAD Parroquial de Natabuela
Sr. Marco Vega	Presidente del GAD Parroquial de Chaltura
Lic. William Chamorro	Presidente del GAD Parroquial de Imbaya
Sra. Carmen Solano	Presidenta de la Red de Turismo de Atuntaqui
Ing. Fabián de la Torre	Guía turístico del Complejo Fábrica Imbabura
Plácido Jácome	Heladería Chaltura

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)**Elaboración:** El Autor

Seguidamente fue necesaria la información del Ministerio de Turismo Zona 1 de la ciudad de Ibarra. La información obtenida fue la Matriz de Atractivos de 2004; por otro lado se obtuvo el Catastro de servicios turísticos de Imbabura, en donde se encuentran todos los establecimientos que brindan servicios turísticos del cantón. Es importante recalcar que esta información fue un recurso muy valioso para la presente investigación. Finalmente se procedió con el trabajo de campo utilizando las fichas de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo.

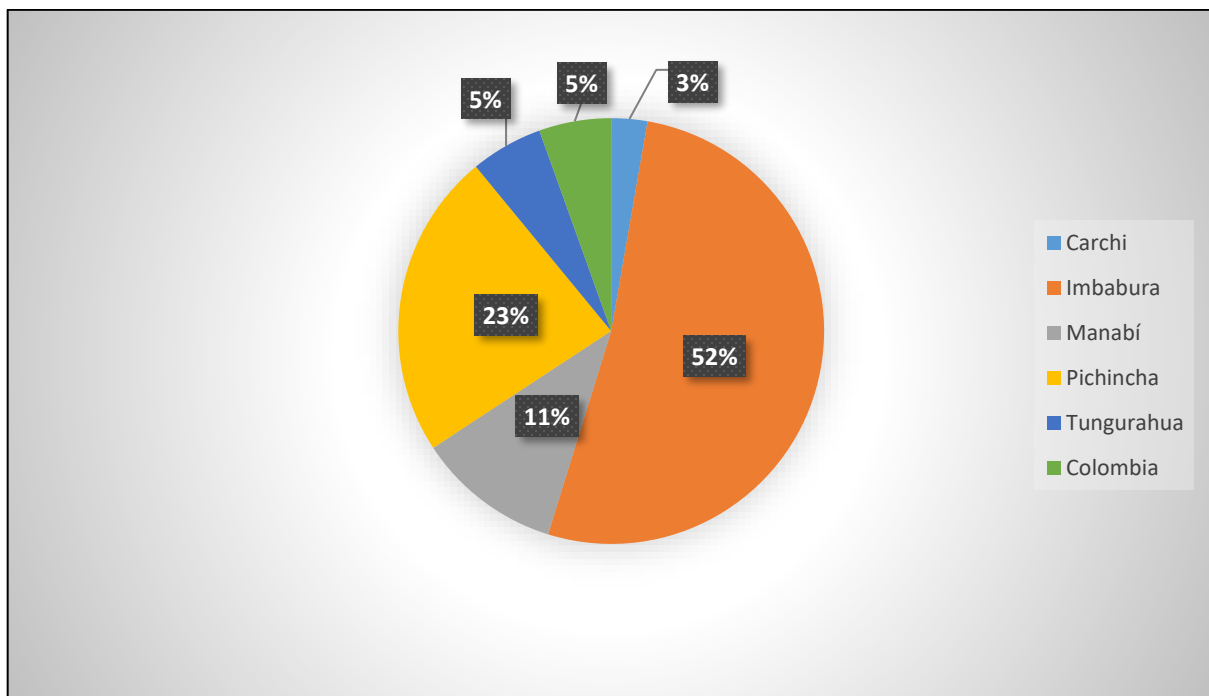
### **5.6.3. Desarrollo de la aplicación**

Finalmente, para el desarrollo de la aplicación se utilizó la página web Good Barber, la cual es una herramienta online paga que permite el desarrollo de aplicaciones para los sistemas operativos Android y iOS, sin la necesidad de conocer lenguajes de programación. Esta página ofrece diferentes tipos de planes pagos para la construcción de las aplicaciones, para el desarrollo de la investigación se optó por el plan nativo Android full, el cual es un tipo de plan mensual que tiene un costo de 40.00 dólares. El mes en el cual se desarrolló la aplicación fue agosto de 2018.

## 5.7. Análisis de datos y resultados

### Pregunta 1. Datos informativos

¿Cuál es su lugar de procedencia?



**Figura 5:** Lugar de procedencia

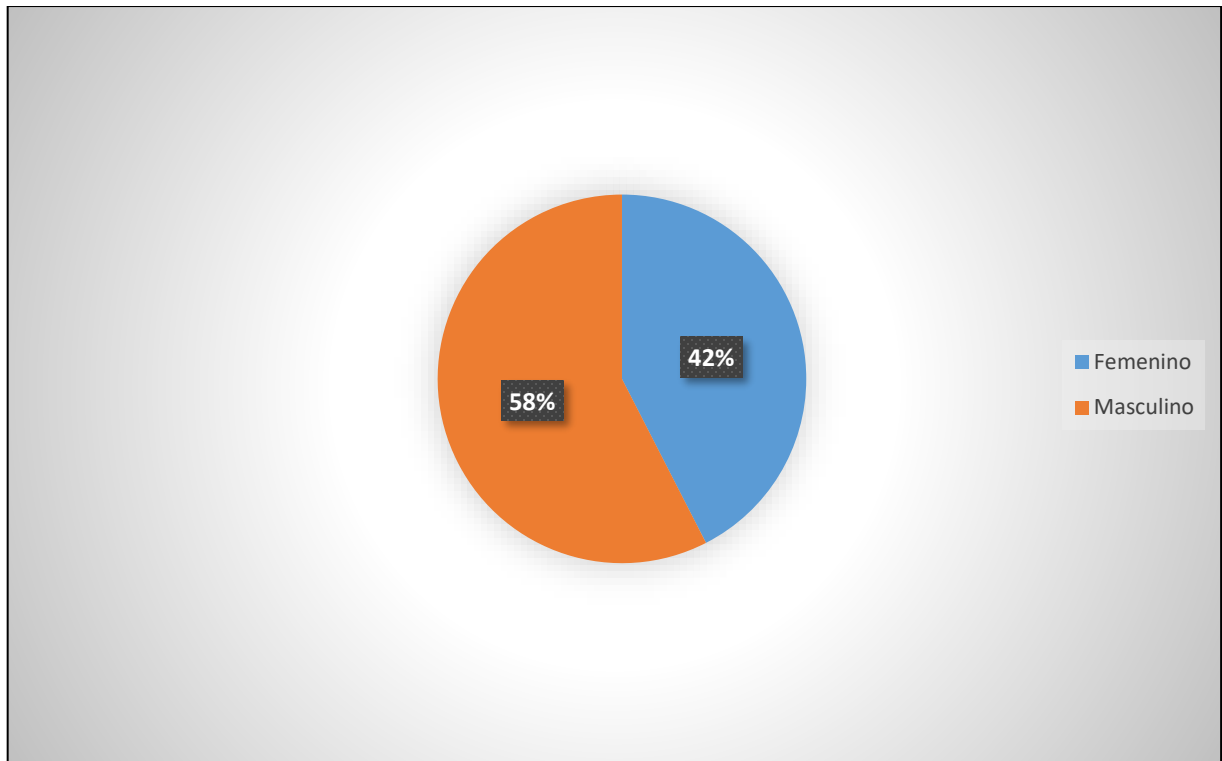
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

### Análisis

La mayor parte de la población encuestada es de nacionalidad ecuatoriana y una baja cantidad de extranjeros. Se puede poner en evidencia que el mayor número de encuestados provienen de la provincia de Imbabura y además se nota que el cantón es mayormente visitado por las provincias y países aledaños debido a su cercanía.

## Género



**Figura 6:** Género

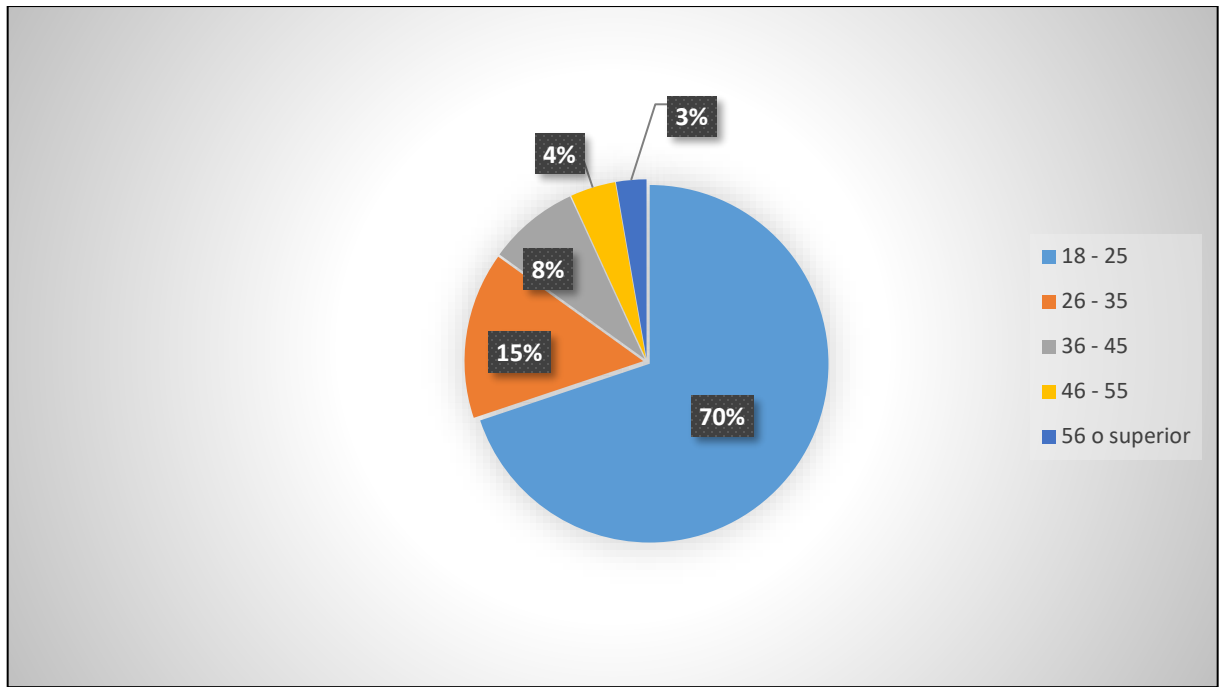
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

### Análisis

Del total de personas encuestadas, se muestra que la diferencia por número de género no es tan alta, se puede notar que tanto hombres como mujeres se sienten atraídos por la oferta del cantón Antonio Ante, sin embargo, el grupo de turistas masculinos es mayor y estos optan por la diversidad de opciones que el cantón tiene para ofrecer.

## Edad



**Figura 7:** Edad

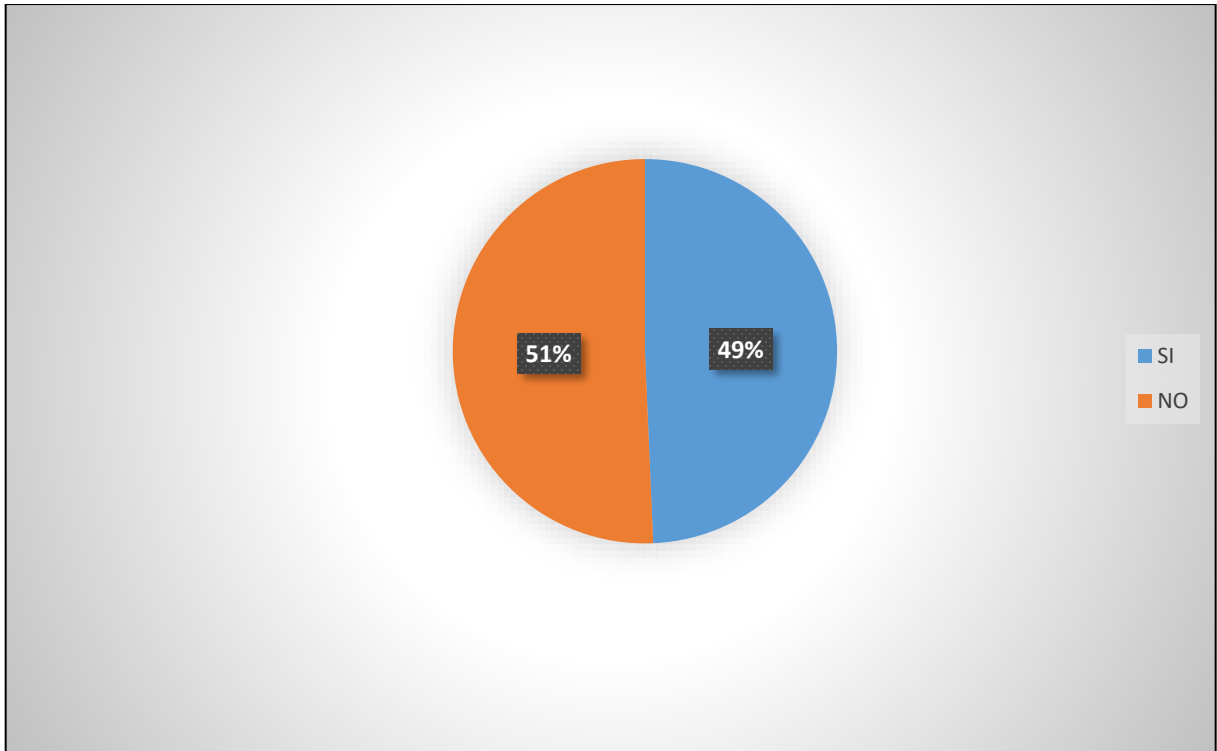
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

## Análisis

La mayor parte de la población encuestada que visitó el cantón Antonio Ante, corresponde a gente joven adolescente entre los 18 a 25 años, siendo este también uno de los grupos más familiarizados con los dispositivos móviles y las aplicaciones; seguido de la población joven adulta de 26 a 35 años, con características muy similares al anterior, los adultos entre 36 a 45 son los que siguen, y finalmente el grupo más reducido se encuentran desde los 46 años o superior. Según la información adquirida se demuestra que el cantón es visitado por personas de diferentes edades sin embargo el grupo de jóvenes adolescentes se levanta como el grupo mayoritario y en el manejo óptimo de las aplicaciones para smartphones.

**Pregunta 2.** ¿Conoce los atractivos turísticos de Antonio Ante?



**Figura 8:** Atractivos turísticos

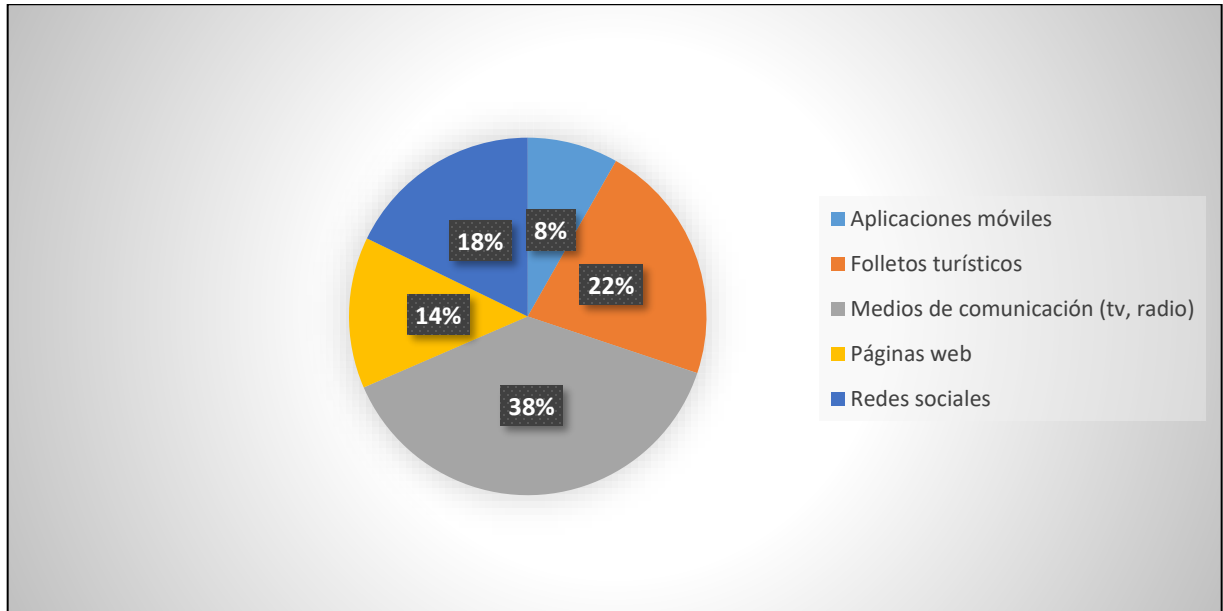
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

**Análisis**

De acuerdo al gráfico se deduce que cerca de la mitad de la población encuestada conoce los atractivos turísticos del cantón, sin embargo, la otra mitad carece de conocimiento sobre los atractivos existentes. Lo que demuestra que falta mucho trabajo de promoción turística que realizar y que la aplicación va a ser indispensable para que un mayor número de personas se interesen por la oferta turística de Antonio Ante.

**Pregunta 3.** ¿Por qué medios conoció o se enteró de los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante?



**Figura 9:** Medios

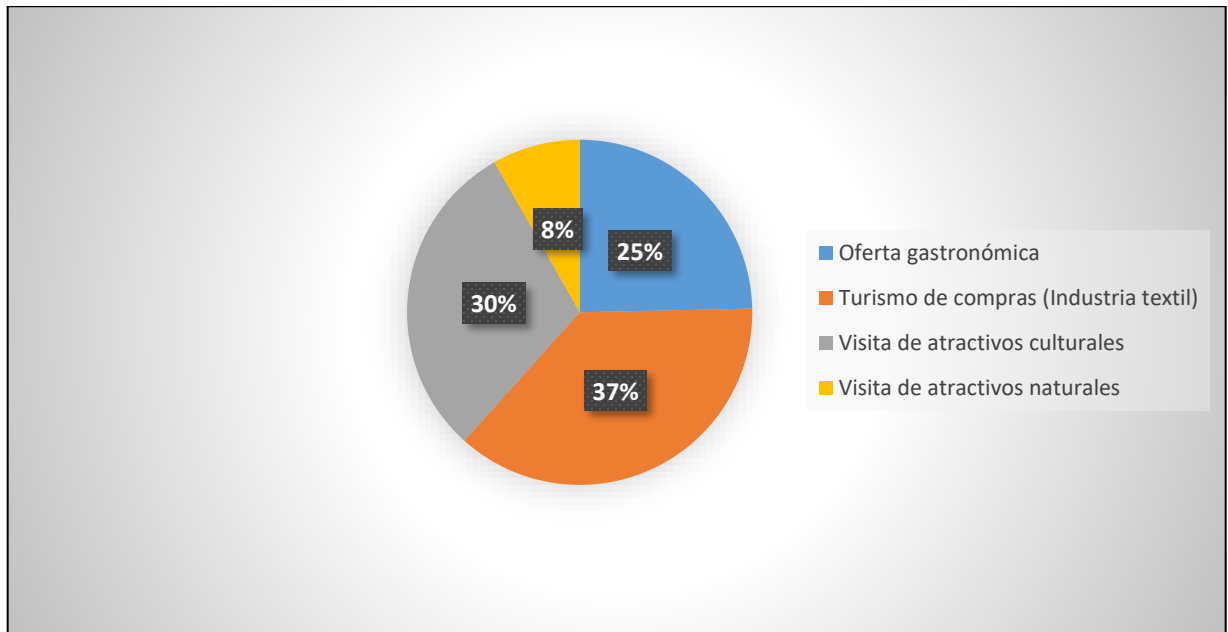
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

### **Análisis**

Con base a las respuestas obtenidas, es posible manifestar que los medios de comunicación tradicionales (tv, radio) mantienen mayor relevancia a la hora de la transmisión de la información para los turistas, de igual manera los turistas conocen el cantón a través de los folletos turísticos que son materiales impresos. Por otro lado, las redes sociales y páginas web han facilitado información turística, estas han permitido que se expanda la información de los atractivos sin embargo estos datos ponen de manifiesto que no hay opciones de promoción por medio de aplicaciones móviles que muestre la información de los atractivos turística del cantón ya que estas se quedan en último lugar.

**Pregunta 4.** Al momento de visitar el cantón Antonio Ante, ¿cuál es la oferta turística por la que decide optar?



**Figura 10:** Oferta turística

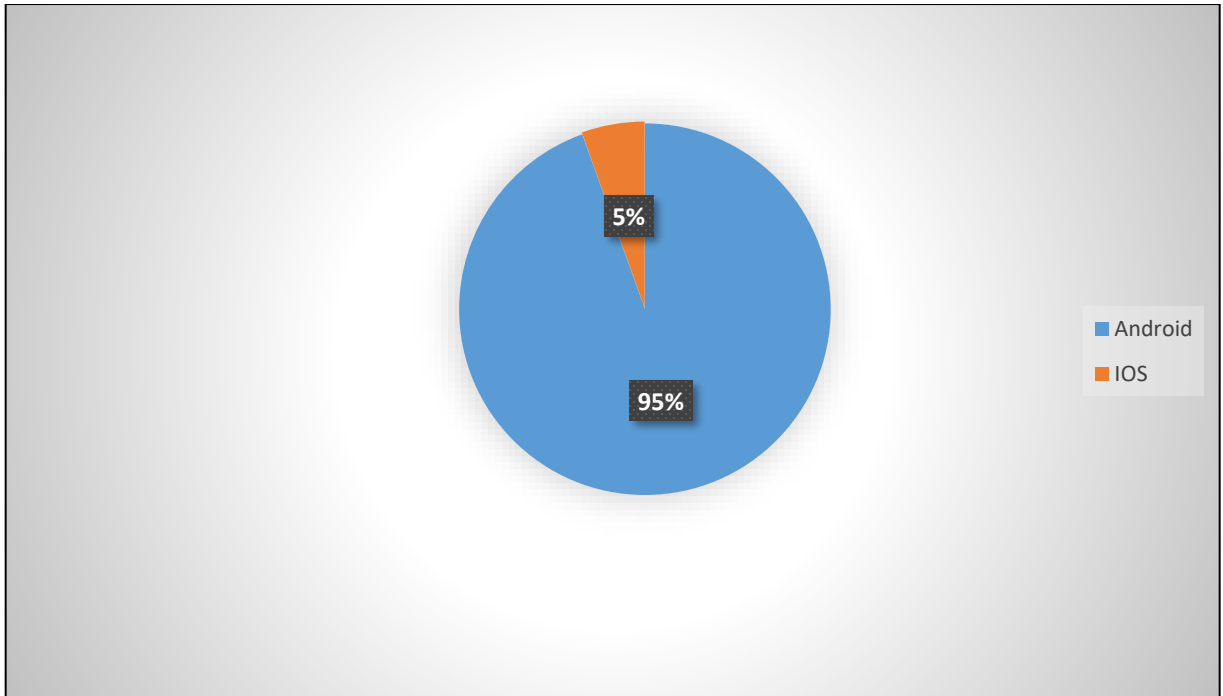
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

### **Análisis**

La mayoría opta por el turismo de compras; al momento de visitar el cantón Antonio Ante son los cientos de locales de prendas de vestir que llaman el interés de los turistas, el segundo factor de visita son los atractivos culturales, lo que quiere decir que la oferta cultural en el cantón es sumamente atractiva siendo este además un sitio de encuentro de sitios patrimoniales culturales de renombre al norte del país. La oferta gastronómica es otro factor que persuade al turista para visitar el cantón y finalmente la visita de atractivos naturales, demuestra que hay un mínimo interés y no representa una opción de visita mayor.

**Pregunta 5.** ¿Con qué sistema operativo trabaja su Smartphone?



**Figura 11:** Sistema Operativo

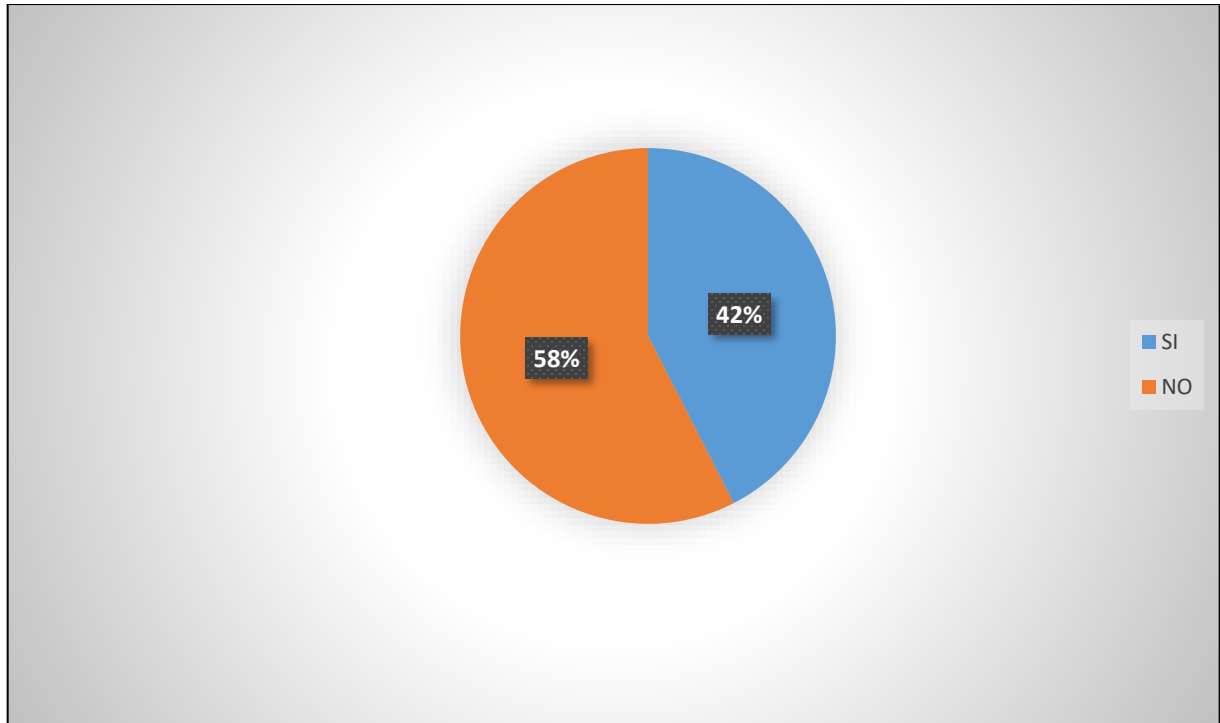
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

**Análisis**

Claramente los datos indican que casi la totalidad de los encuestados cuenta con dispositivos inteligentes que funcionan con el sistema operativo Android mientras que tan solo el 5% indicó poseer dispositivos que trabajan con IOS. Esto deja en constancia que el desarrollo de la aplicación en Android es acertado, puesto que la mayoría de turistas que visitan el cantón manejan el sistema operativo Android y podrán descargar la aplicación de guía en sus smartphones.

**Pregunta 6.** ¿Utiliza o ha utilizado aplicaciones para hacer turismo?



**Figura 12:** Aplicaciones para hacer turismo

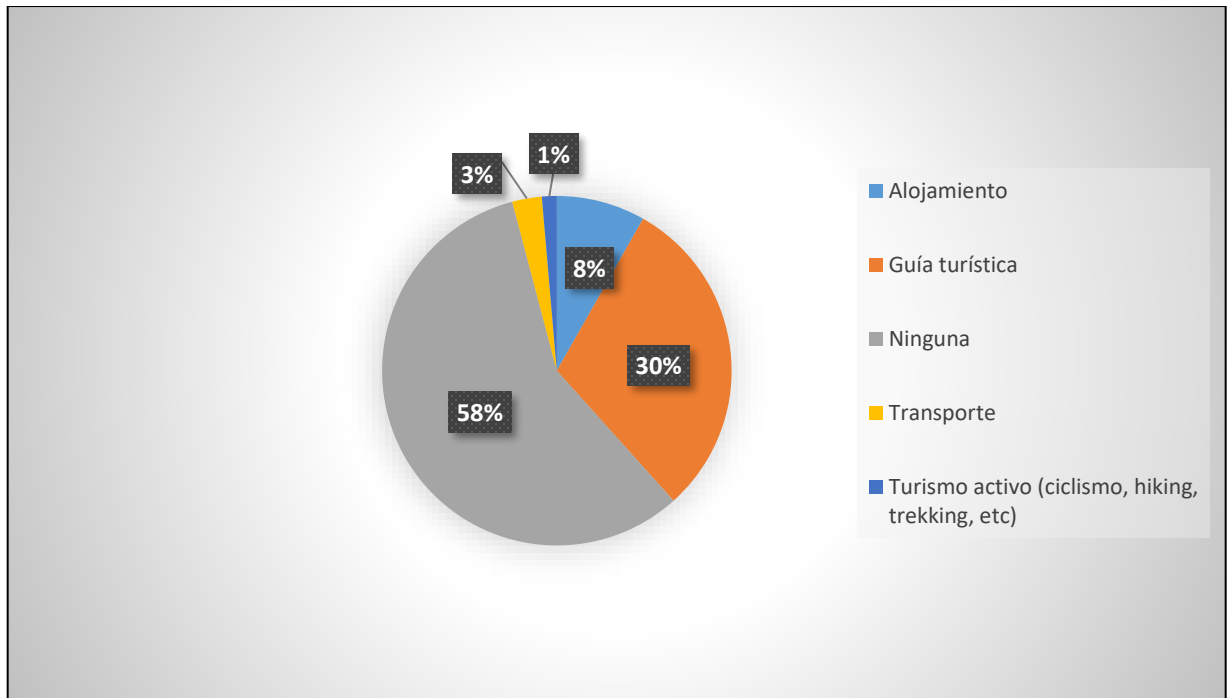
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

**Análisis**

Los datos obtenidos manifiestan que la mayor parte de los encuestados no han utilizado aplicaciones al momento de hacer turismo mientras un porcentaje menor señala lo contrario, utilizan distintos tipos de aplicación cuando salen de viaje. Lo que representa que las aplicaciones como medio promocional turístico y herramienta de viaje va paulatinamente en aumento, por ende, su desarrollo debe mostrar contenido que sea claro, sencillo y útil para el turista.

**Pregunta 7.** ¿Qué tipo de aplicación turística utiliza?



**Figura 13:** Tipos de aplicaciones turísticas utilizadas

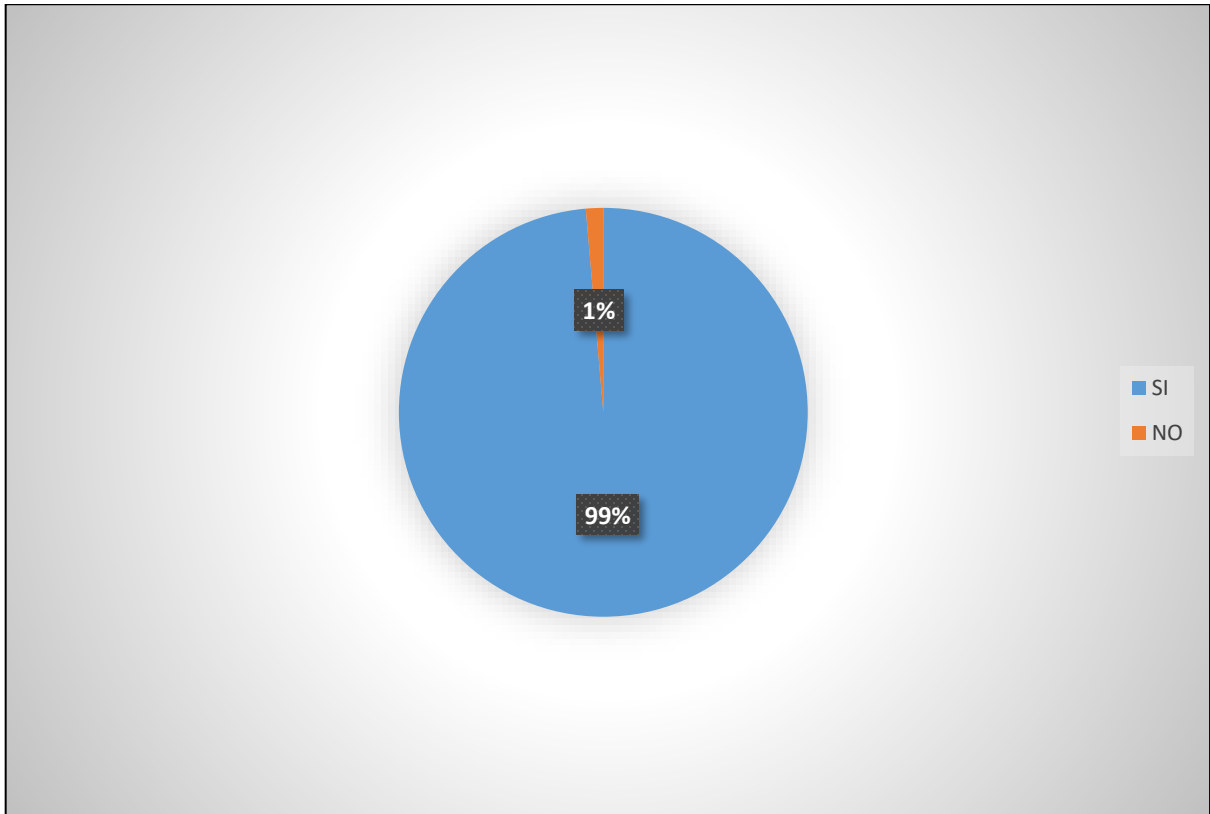
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

**Análisis**

La mayoría de los encuestados no utilizan aplicaciones turísticas al momento de realizar la visita en sus respectivos destinos, por otra parte, los encuestados que hacen uso de estas aplicaciones señalan a las guías como las más utilizadas, con una menor frecuencia de uso se encuentran las aplicaciones de alojamiento, transporte y turismo activo. Las aplicaciones de guía turística resultaron ser las más populares y más usadas por los turistas, por ende, el aprovechamiento que se le dará al proyecto tendrá énfasis en el enfoque de herramienta de viaje que permita la promoción de la oferta turística del cantón.

**Pregunta 8.** ¿Considera que la promoción mediante aplicaciones móviles contribuya a la difusión de la oferta turística del cantón?



**Figura 14:** Contribución de aplicaciones turísticas

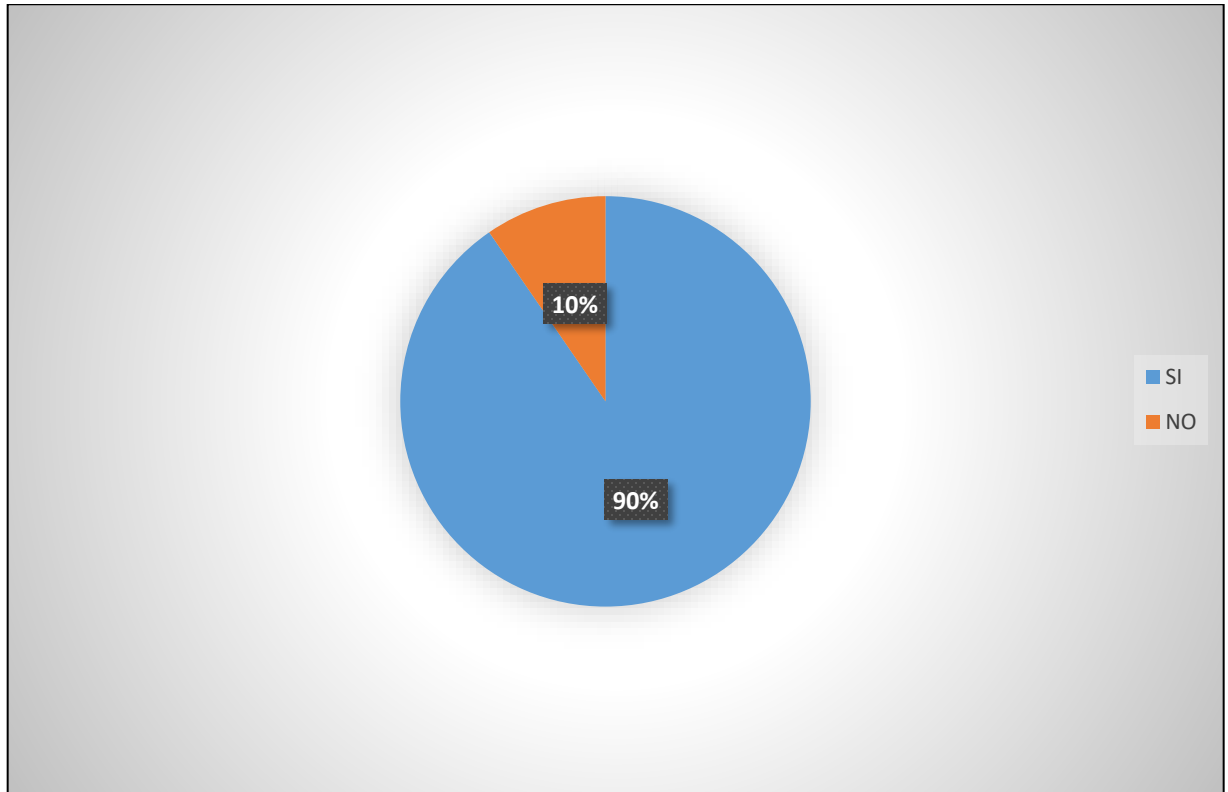
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

### **Análisis**

Con los resultados expuestos es evidente que la mayoría de encuestados están de acuerdo de que la aplicación de guía turística contribuirá en la promoción de los atractivos turísticos del cantón, además manifestaron que esta novedosa herramienta podrá ser más accesible y de fácil manejo.

**Pregunta 9.** ¿Descargaría usted una aplicación gratuita que le muestre los datos relevantes relacionados a la oferta turística del cantón?



**Figura 15:** Descarga de la aplicación

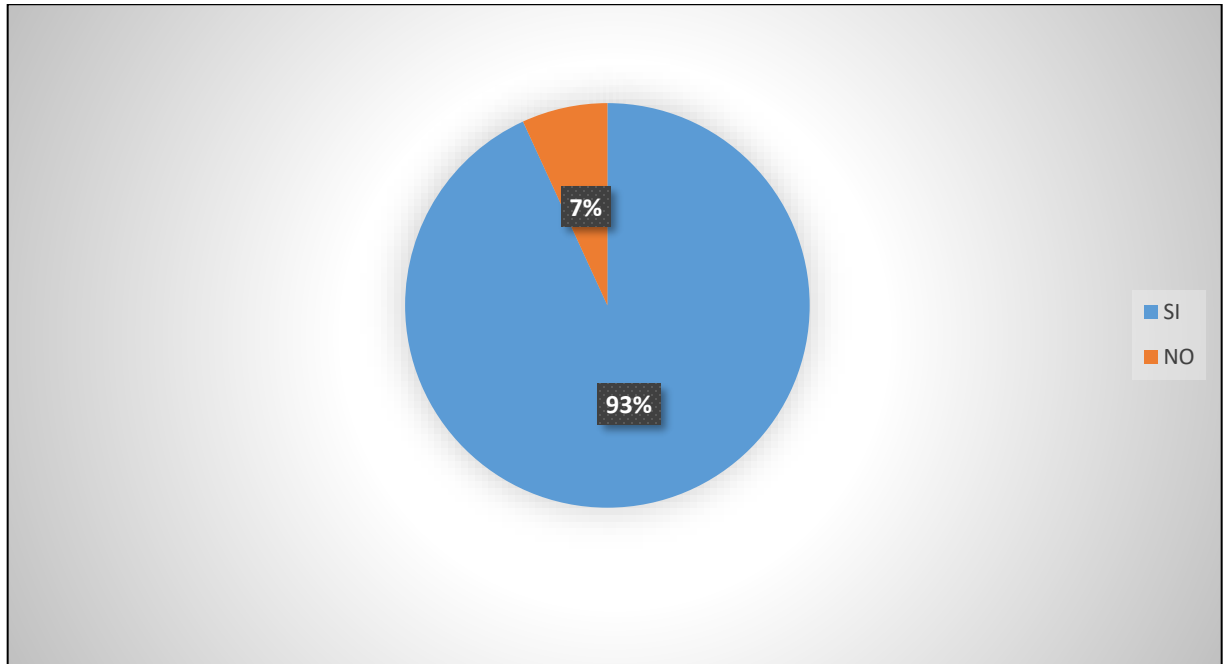
**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

### **Análisis**

La mayoría de los turistas encuestados respondieron de forma afirmativa a que estarían dispuestos a descargar la aplicación. Esta al ser gratuita, contribuirá al incremento de afluencia de los turistas de tal forma puede mejorar la economía del cantón.

**Pregunta 10.** ¿Piensa usted que la aplicación de guía turística le será de ayuda al momento de recorrer el cantón Antonio Ante?



**Figura 16:** Utilidad de la aplicación turística

**Fuente:** Encuesta junio, 2018

**Elaboración:** El autor

### **Análisis**

La información obtenida muestra que la mayor parte de los encuestados están seguros que esta herramienta les será útil al momento de desplazarse por el cantón Antonio Ante. Esta aplicación podrá brindar al turista un panorama amplio y real de la oferta turística, ofreciendo, un sinnúmero de alternativas que puedan satisfacer las necesidades del turista, además de economizar el tiempo de búsqueda en su destino, esta aplicación contribuirá con el desarrollo económico local.

### **5.7.1. Análisis general de la encuesta**

El resultado que se obtiene tras la realización de la presente encuesta es positivo, puesto que se confirma la necesidad del cantón Antonio Ante por el desarrollo de nuevas propuestas que lleven consigo estrategias de promoción turística innovadoras que es lo que la aplicación pretende, como también la total disposición de los usuarios por hacer uso de estas nuevas propuestas. Es interesante saber que la mitad de personas conocían Antonio Ante y que los medios por los que estos se enteran de la oferta turística del cantón son los tradicionales, sin embargo el contenido online es de vital importancia ya que un importante el mayor nicho de visitantes que recibe el cantón, es decir la población joven, hace uso de este último al momento de elegir al cantón como destino.

El turismo de compras es el que genera más interés por en los turistas, siendo es el eje del desarrollo económico del cantón, como también del turístico, no obstante, la oferta del cantón es amplia y ahora los turistas optan también por la diversidad cultural seguida por la gastronómica y en menor medida visitan los atractivos naturales. Las aplicaciones más utilizadas son las de guía turística, ya que ayuden a saber más del destino que se visita. En conclusión, el público joven adulto de origen nacional es el nicho principal, estos hacen uso de sus smartphones con sistema operativo Android, están dispuestos y entusiasmados a descargar la aplicación para poder transitar por el cantón Antonio Ante con ayuda de la aplicación en búsqueda de turismo de compras, cultural y gastronómico: piensan además que la aplicación será una herramienta útil y eficaz al momento de enseñar la información turística.

## 5.7.2. Entrevistas

Tabla 7

Entrevista hacia autoridades y expertos

Preguntas	¿Conoce cuáles son los atractivos turísticos que posee el cantón?	¿Cuáles son las estrategias que se utilizan para la promoción del cantón Antonio Ante?	Antonio ante siendo un ejemplo para el turismo de compras, ¿considera usted que tiene el potencial suficiente para que desarrolle otros tipos de turismo?	¿Considera usted que la información existente de los atractivos es de fácil acceso para el visitante?	¿Cree usted que la oferta turística del cantón tienen las características suficientes para generar turismo?	¿Qué opina sobre las nuevas tecnologías y su incidencia en la actividad turística?	¿La aplicación móvil como herramienta de promoción turística, ¿piensa contribuir al beneficio e incremento de turismo en Antonio Ante?	¿Qué aspectos considera que esta aplicación de guía turística debería contener?
Expertos	El cantón tiene varios atractivos tanto en su territorio con respecto al tema patrimonial, al tema cultural y gastronómico.	Una de las estrategias es que nosotros fortalecemos los procesos y los proyectos que ya están establecidos aquí en el cantón que han ido generando el turismo por ende el desarrollo económico.	Si bien es cierto se tiene un turismo de compras, pero también gastronómico por el plato del cuy y fritada sin embargo tenemos a la Paila Tola que es un sitio patrimonial, la Fabrica Imbabura y las	El tema promocional turístico es limitado sin embargo es de fácil acceso porque la tenemos a través de la página web de las redes sociales y con una guía turística.	Por supuesto, ya que el cantón presenta la oferta para que se desarrollen diversas actividades, en el caso del turismo, de compras, gastronómico, se tiene la Paila Tola y el	La tecnología en los últimos años se ha posicionado y es una estrategia que permite llegar al turista nacional como internacional puesto que las redes tienen un alto alcance.	Si definitivamente pienso que esta herramienta va a contribuir a que los turistas tengan un mayor acceso a conocer el cantón Antonio Ante.	Tiene que ser precisa, muy clara y dar la mayor parte de datos que necesita el turista para que conozca el cantón.

			Fiestas del 31 de diciembre.		Complejo Fábrica Imbabura				
<b>Sra. Carmen Solano Asociación Red de Turismo Atuntaqui</b>	Lo que tenemos el turismo de compras, varios sitios naturales como el Ruku Rumi en Andrade Marín, la fábrica Imbabura varias rutas que bordean al cerro Imbabura.	Como asociación hemos trabajado conjuntamente con la junta parroquial de Andrade Marín y el Municipio, para las actividades y las redes sociales.	Pienso que se podría desarrollar el turismo comunitario, ya que muchas familias tienen pequeños emprendimientos los cuales son su sustento.	Considero que sí, existe señalización y la infraestructura necesaria.	Por supuesto que sí tenemos gastronomía, tenemos a la industria textil por la que destaca el cantón, artesanías y mucha cultura.	Creo que nosotros son muy útiles para promover mediante las redes sociales.	Creo que sí, sería un adelanto y paso fundamental ya que nos faltan muchas cosas por promocionar del cantón.	Información que incentive a conocer la Sierra ecuatoriana.	
<b>Ing. Bourman Hernández Técnico de turismo de GAD San Roque</b>	San Roque tiene diferenciado los lugares turísticos, uno de ellos es la nombrada la Iglesia, luego se tiene el Parque Temático el Artesón.	Por medio de pasantías con los estudiantes de las diferentes universidades, a través de las redes sociales y por medio de las socializaciones en las diferentes actividades socio culturales que se tiene	Aún falta mucho por fortalecer sin embargo la parroquia ha mostrado fortaleza en el turismo comunitario.	Se nos ha dificultado, primero, hacemos de señalética, se debería de trabajar en un mapa de dirección.	Indudablemente las características atraen cierto número de turistas, pero hace falta el trabajo de cultivar en la gente, buscando mecanismos de empoderamiento y emprendimientos que se puedan complementar.	La tecnología abre puertas al mundo, nos favorecería tener un enlace o red de turismo donde poder involucrarnos, de alguna forma dando a conocer lo que tenemos en la parroquia.	Definitivamente, la iniciativa es novedosa. Tener una herramienta de enlace comunicación y promoción no solo nutriría el turismo local, regional o nacional sino que podríamos estar incluidos en paquetes turísticos	Más que por los elementos básicos, debería estar enriquecida por la parte histórica y de referencia mediante fotografías, e información relevante básica la que se pueda potencializar siendo lo más clara y	

<b>Sr. Jorge Siza Presidente GAD Natabuela</b>	Es el tema cultural del pueblo Natabuela y en el tema gastronómico la ruta de las fritadas a lo larga de la panamericana.	Se ha trabajado al cien por ciento con los medios de comunicación y la información se la comparte también por las redes sociales.	En el ámbito turístico es directamente las costumbres y tradiciones del pueblo Natabuela, gastronómico y también organizativo del pueblo Natabuela.	Lamentablemente no, hace falta trabajar en ese aspecto.	Teniendo en cuenta la pregunta anterior, hace falta recopilar más información.	Es positiva ya que nosotros hacemos uso de estas tecnologías y nos permiten recabar, elevar, transmitir la información que tenemos.	de agencias de viajes. Si y fuera más interesante si la aplicación se le hace práctica, fácil de manejar y llegue a todas las personas.	objetiva posible. Se debe implementar el tema de costumbres, tradiciones lo cultural, el tema histórico y que tenga fechas exclusivas de cada sector.
<b>Sr. Marco Vega, Presidente GAD Chaltura</b>	Bueno la parroquia es turística por el tema gastronómico, a la gente le ha gustado mucho la preparación de los cuyes. Se encuentra presente también la iglesia de Chaltura como atractivo.	No se han utilizado estrategias desde el gobierno parroquial. Han sido la atención y el sabor de la comida lo que ha atraído a los turistas.	La oferta gastronómica, los platos elaborados con cuy.	El de persona a persona ha hecho sobresalir a la parroquia porque no se ha hecho una promoción turística impresa o en la prensa.	Si puesto que la oferta gastronómica es muy apetecida por distintos tipos de turistas que vienen de diferentes partes del Ecuador.	Todo el mundo está utilizando el internet, las redes sociales entonces eso también es una manera de promocionar las empresas gastronómicas de la parroquia	Es seguro, lo uno beneficia a lo otro, porque por ejemplo muchas personas van a Atuntaqui, la capital industrial del país, para comprar prendas y de paso vienen a comer los cuyes o viceversa.	Debería tener un mapa ubicando los sitios, lo que ofrecen los diferentes lugares. Además de una historia de cómo surgió la venta de cuyes acá en la parroquia.

<b>Lic. William Chamorro Presidente GAD Imbaya</b>	Los trapiques o molliendas en donde se prepara la panela son turístico al igual que las festividades en junio.	Una de las estrategias que hemos utilizado son los medios de comunicación damos a conocer las fortalezas de lo que dispone nuestro territorio.	La parroquia no ha desarrollado ni ha explotado aun la parte turística, sin embargo, la fortaleza de la misma radica en lo agrícola.	Es un tanto difícil ya que no hay información que permita saber el ingreso y la ubicación de los sitios.	Hace falta un poco más de promoción. Nos ha hecho falta trabajar en este tema turístico.	Creo que si aplicásemos las nuevas tecnologías sería una opción más para poder ampliar la información y promoción.	Eso es más que seguro, me encanta la idea de realización de esta guía turística.	Pienso que debería, aparte de las rutas para poder llegar a los destinos, debería considerarse la ubicación geográfica y climática.
<b>Ing. Oscar Pérez Presidente Junta Parroquial de Andrade Marín</b>	Tenemos el Complejo Fábrica Imbabura, el Santuario de Santa María de Lourdes la Orozco tola y Pupo tola.	Aquí no se cuenta con recursos económicos altos, se prioriza las necesidades de la gente más que las turísticas. Sin embargo, el contenido se lo promueve por las redes sociales.	El complejo Fábrica Imbabura.	No, lo único que encontramos es en el municipio es Atuntaqui y posiblemente Fábrica Imbabura son unos trípticos, en estos dicen, ven visita las tolas la historia de Pacha Cacha sin embargo no está actualizado.	No se posee información suficiente para brindar al turista y a parte del Complejo Fábrica Imbabura, los demás atractivos deben ser inventariados y actualizados.	La tecnología, el internet son herramientas que en el turismo son fundamentales y se les debe sacar el mayor provecho posible.	La aplicación al principio puede funcionar siempre y cuando haya información real y actualizada, ya que va funcionar como herramienta de promoción pero debe ser más integrador.	Los sitios turísticos, los referentes más establecidos Fábrica Imbabura, la estación del tren, el Santuario y le pondría el turismo comunitario.

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El Autor

### **5.7.2.1. Análisis general de la entrevista**

Mediante la entrevista dirigida a expertos y autoridades locales, se pudo identificar 6 nuevos atractivos turísticos, los cuales serán detallados más adelante. Por otro lado, se pudo confirmar que la necesidad de una aplicación turística del cantón es alta.

A pesar de que se utilizan mayoritariamente los medios digitales para la promoción del turismo, existe una falencia en esta promoción debido a la escasa información que los GAD's poseen de los atractivos turísticos del cantón. Por ende, es indispensable una herramienta como la aplicación de guía turística para que articule y muestre la información turística de todo el territorio. Siendo esta pues una iniciativa novedosa, todos los entrevistados no solamente mostraron total interés, sino que afirman que la aplicación contribuirá al desarrollo turístico y económico de la localidad.

Con respecto al contenido de la app, los entrevistados plantean que esta debe ser clara, de fácil uso y que contenga elementos como la ubicación geográfica, reseñas de los atractivos, fotografías y demás información que aporte con la descripción real de la oferta turística del cantón Antonio Ante.

### **5.8. Información del Ministerio de Turismo**

El Ministerio de Turismo Coordinación Zonal 1 ubicado en la ciudad de Ibarra, es la entidad a cargo de la información turística de la provincia de Imbabura y de sus respectivos cantones. Siendo el Ing. Santiago Salazar cuya función es Analista de Desarrollo Turístico, quién facilitó la Matriz de Atractivos 2004 y el Catastro de servicios turísticos. Este último fue utilizado como material de apoyo complementario el cual se detallará más adelante.

La Matriz disponía de 15 fichas de atractivos turísticos del cantón Antonio Ante actualizadas hasta el año 2007 mientras que el catastro turístico presentaba la oferta de 61 establecimientos turísticos en las áreas de alojamiento, alimentos y bebidas hasta el mes de mayo de 2018.

### 5.8.1. Análisis de resultados

Tras el proceso de investigación se pudo obtener 3 diferentes fuentes de información con respecto a los atractivos, información recopilada a través del uso de las fichas de inventario.

Mediante la visita in situ al cantón, fue posible determinar 5 nuevos atractivos turísticos que no constaban en las demás fuentes, siendo estos seleccionados debido a la importancia que representan. Se presenta a continuación la tabla resumen de todos los atractivos identificados:

**Tabla 8**

*Identificación de atractivos turísticos del cantón Antonio Ante*

<b>MINTUR</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Investigación</b>
Semana Santa Antonio Ante	Ruku Rumi	Turismo de compras
Río Ambi	Santuario Santa María de Lourdes	Helados de Chaltura
Paila Tola	Iglesia de la parroquia de Chaltura	Iglesia de la parroquia de Imbaya
Iglesia del Señor del Santo Sepulcro	Trapiche en Imbaya	Iglesia de la parroquia de la Natabuela
Helados de Crema	Parque temático “El Artesón”	Iglesia de la comunidad de los Óvalos
Fritadas de Antonio Ante	Iglesia de la parroquia de San Roque	
Fiesta popular de inocentes y fin de año		
Día de los Difuntos		
Fábrica Textil Imbabura		
Orozco Tola		
Pupo Tola		
Cuyes de Chaltura		
Festividad de San Juan en los óvalos		
Grupo Étnico Natabuela		
Artesanía en Barro de San Roque		

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

Tal como se presenta en la tabla previa, fue posible identificar 26 atractivos turísticos en todo el cantón Antonio Ante. Es importante recalcar que la actualización de la información de estos atractivos se realizó en base a los parámetros de las fichas de inventario, tras el trabajo de campo a cada lugar del listado realizado durante todo el mes de julio de 2018.

### **5.8.2. Metodología del MINTUR**

Mediante la presente metodología fue posible recopilar toda la información necesaria correspondiente de los atractivos naturales, como culturales. Esta metodología permitió cumplir con 4 pasos esenciales: clasificar, recopilar información de los atractivos, investigación de campo y finalmente seleccionar los atractivos mediante el proceso de jerarquización.

El uso de las fichas de inventario permitió levantar información con respecto a los siguientes parámetros: clasificación (tipo, subtipo), ubicación geográfica (longitud y latitud), información de contacto, fechas de apertura y disponibilidad, horarios de atención, precio, actividad a realizar, descripción del atractivo.

Es importante mencionar que de los 26 atractivos identificados no se tomó en consideración a uno de ellos. El río Ambi, al ser un recurso natural que no cuenta con la infraestructura necesaria ni con otras características que resalten su importancia turística como también por no haber cumplido con los parámetros mínimos de jerarquización.

#### **5.8.2.1. Selección de los atractivos para la aplicación de guía turística**

En base a las técnicas de jerarquización establecidas en la metodología del MINTUR, las cuales contienen 8 criterios de valoración de los atractivos turísticos, se ponderó a cada uno de estos últimos. Mediante el llenado de las fichas de inventario las cuales contienen una hoja especial de valoración se obtuvo de manera automatizada el resultado ponderado y el nivel de jerarquía. Con este resultado fue posible seleccionar los atractivos turísticos que estarán en la aplicación de guía turística.

Los atractivos seleccionados son únicamente los que se encuentran en los niveles II a III, debido a su importancia intrínseca como a los factores del entorno, que hacen de estos sitios relevantes para el desarrollo turístico del cantón. A continuación, se detalla la matriz de atractivos seleccionados, con su respectiva ponderación y jerarquía:

**Tabla 9**

*Listado final de atractivos turísticos*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Jerarquía</b>
Ruku Rumi	Atractivos naturales	Bosques	Petrificado	45,2	II
Fábrica Textil Imbabura	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	80,7	III
Orozco Tola	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área arqueológica	43,2	II
Pupo Tola	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área arqueológica	41,7	II
Santuario Santa María de Lourdes	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	53,7	II
Día de los Difuntos	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	56,2	II
Fiesta popular de inocentes y fin de año	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	66,8	III
Helados de crema	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	63,7	III
Iglesia del Señor del Santo Sepulcro	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	55,2	II
Paila Tola	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área arqueológica	48,2	II
Semana Santa	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	53,8	II

Turismo de compras	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	70,9	III
Cuyes de Chaltura	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	56,2	II
Helados de Chaltura	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	59,7	II
Iglesia de la parroquia de Chaltura	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	49,2	II
Iglesia de la parroquia de Imbaya	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	40,7	II
Trapiche en Imbaya	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	39,2	II
Festividad de San Juan en Óvalos	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	48,2	II
Fritadas en Antonio Ante	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	58,7	II
Grupo Étnico Natabuela	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía)	60,3	III
Iglesia de la comunidad de los Óvalos	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	53,2	II
Iglesia de la parroquia de la Natabuela	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	55,2	II
Artesanía en Barro de San Roque	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Artesanía y artes	43,7	II
Iglesia de la parroquia de San Roque	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	54,2	II
Parque temático “El Artesón”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio público	63,8	III

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El Autor

### 5.8.2.2. Análisis

Como resultado se presentan 25 atractivos turísticos los cuales se detallan su clasificación y jerarquía en las 2 tablas siguientes:

**Tabla 10**

*Clasificación de atractivos*

<b>Atractivos</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Atractivos naturales	1	4%
Manifestaciones culturales	24	96%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

**Tabla 11**

*Jerarquía de los atractivos*

<b>NIVEL</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Jerarquía IV	0	0
Jerarquía III	6	24%
Jerarquía II	19	76%
Jerarquía I	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

## 6. DISCUSIÓN

De acuerdo con el análisis en base a la información obtenida, es posible determinar que la promoción turística del cantón Antonio Ante no dispone de herramientas digitales eficaces, debido a la falta de información de los atractivos turísticos existentes, es por tal razón que en la actualidad no ha habido un correcto aprovechamiento de los atractivos culturales y naturales del cantón.

Prepondera hasta hoy en día una cultura de desconocimiento por parte de las autoridades y de las personas que residen en el cantón sobre la oferta turística existente, lo que ha provocado que no haya una dinamización del turismo con respecto a los lugares de visita, por un lado, mientras que, por el otro lado, los atractivos se encuentran olvidados, en proceso de deterioro y su accesibilidad resulta complicada. Siendo esas las razones por las que las propuestas de promoción por medio de herramientas digitales, no ha sido precisa.

Resulta preponderante contar con una herramienta digital como es el caso de la aplicación de guía turística, que permita al turista no solamente conocer los atractivos sino también que incluya la variedad de servicios turísticos y complementarios que el cantón posee. Haciendo que el mismo turista sea capaz de armar su propio itinerario y además que conozca de la realidad del turismo en Antonio Ante.

Esta herramienta será de gran ayuda al sector público ya que podrán ubicar con mayor facilidad los atractivos y empezar a realizar propuestas y proyectos en base a la realidad de los mismos; como también al sector privado puesto que les permitirá armar paquetes turísticos en base a la información y contenido que esta herramienta presenta.

## 6.1. Matriz FODA

**Tabla 12**

*Matriz FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Existencia de atractivos categorizados como Patrimonio Cultural del Ecuador.</li><li>• Tradición gastronómica única en el norte del país.</li><li>• Atuntaqui reconocida como la Capital textil del Ecuador.</li><li>• Tiendas de ropa con oferta variada de alta calidad y precios accesibles.</li><li>• Puntos de conexión Wifi gratuitos por todo el cantón.</li><li>• Oferta turística completa y apta para satisfacer las necesidades de los turistas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de información de los atractivos turísticos.</li><li>• Desconocimiento de gran parte de la oferta turística.</li><li>• Falta de presencia de guías turísticos.</li><li>• Poca promoción y difusión, con respecto a los atractivos turísticos</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Numerosas ferias turísticas, gastronómicas y textiles a lo largo del año.</li><li>• Frecuente número de vista por parte de turistas nacionales y extranjeros en feriados y fines de semana.</li><li>• Descuentos y promociones en la oferta textil del cantón.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Las condiciones climáticas y la huaquería, han contribuido al proceso de deterioro de importantes atractivos culturales.</li><li>• La consolidación de Otavalo como destino turístico cultural y de compras.</li><li>• La crisis económica por la que atraviesa el país.</li></ul>

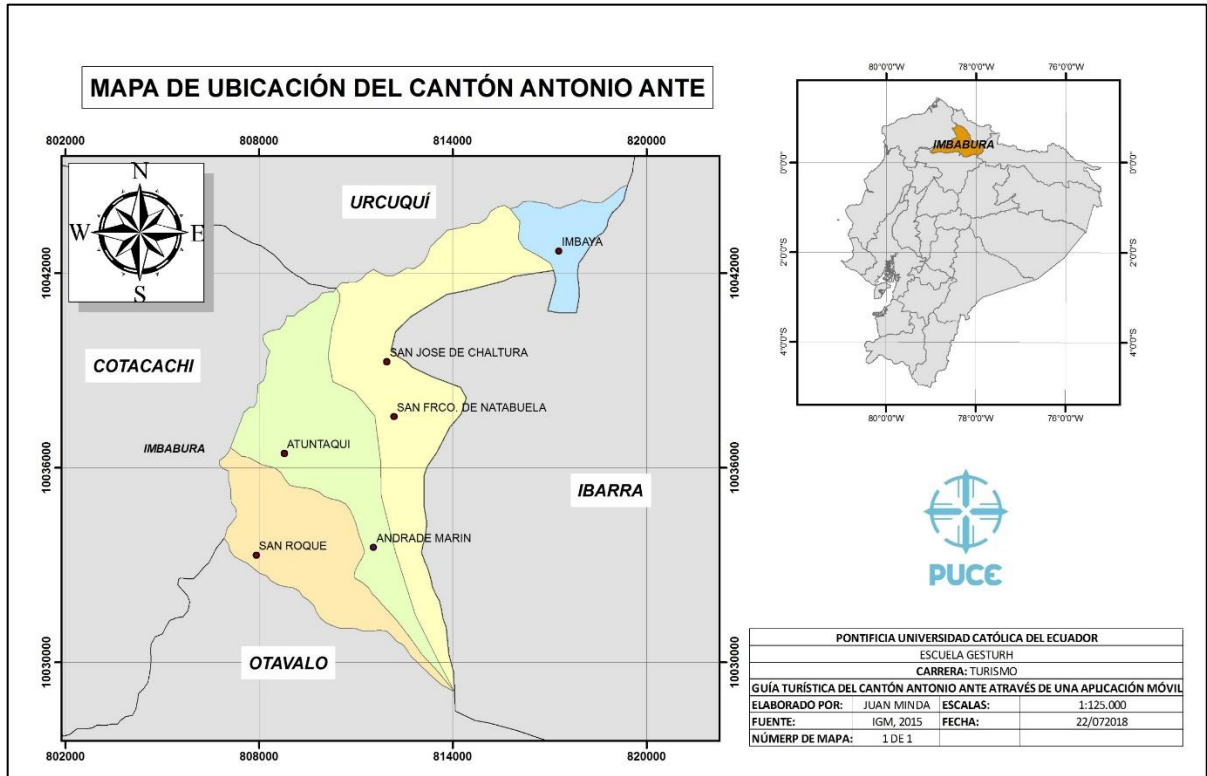
**Elaboración:** El autor

## 6.2. Tema

Propuesta de una guía turística para el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a través de una aplicación móvil.

### 6.2.1. Macro localización

El cantón Antonio Ante se encuentra ubicado en la parte norte del Ecuador, en la provincia de Imbabura.



**Figura 17:** Mapa del cantón Antonio Ante

Elaboración: El Autor

**Tabla 13**

*Información del cantón Antonio Ante*

DATOS	INFORMACIÓN
<b>Cantón:</b>	Antonio Ante
<b>Cabecera cantonal:</b>	Atuntaqui
<b>Provincia:</b>	Imbabura
<b>País:</b>	Ecuador
<b>Ubicación:</b>	Noroeste de Imbabura Norte: Cantón Ibarra Sur: Cantón Otavalo
<b>Límites:</b>	Este: Cerro Imbabura Oeste: Cantones Cotacachi y Urcuquí
<b>Superficie:</b>	79 km <sup>2</sup>
<b>Población:</b>	45.184
<b>Parroquias:</b>	Urbanas: Atuntaqui y Andrade Marín Rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela, Imbaya
<b>Altitud media:</b>	2360 m.s.n.m
<b>Relieve:</b>	Vasta y larga llanura

<b>Clima:</b>	16 °C
<b>Idioma</b>	Español y Quichua
<b>Grupos étnicos:</b>	Mestizo e indígena
<b>Moneda:</b>	Dólar americano

---

**Fuente:** (Antonio Ante. Información General, 2018)

**Elaboración:** El Autor

### **6.2.2. Introducción**

El desarrollo de la aplicación móvil de guía turística del cantón Antonio Ante, se basa en el desarrollo de una aplicación nativa para el sistema operativo Android. Esta aplicación muestra los atractivos turísticos tanto culturales como naturales en forma ordenada por parroquia, con imágenes claras e información concisa. Por otro lado, también se encuentran los servicios turísticos (alojamiento y restauración); como también los servicios complementarios (centros de salud, gasolineras, etc.). Todos estos lugares con su respectiva ubicación e información de contacto.

La realización del proyecto contempla el diseño, análisis y creación de la app, la carga al Google Market no se encuentra dentro del alcance del proyecto. Se diseñará además una página web, en dónde la app pueda ser descargada.

### **6.2.3. Justificación**

En los tiempos actuales el uso de aplicaciones móviles se encuentra en cada etapa de nuestro diario vivir y en el turismo no es la excepción. El cantón Antonio Ante al carecer de una propuesta innovadora de promoción de su oferta turística no refleja todo el potencial turístico que este tiene para ofrecer al visitante.

Las notables ventajas que el uso de las aplicaciones móviles tiene en el turismo son extensas es por ello que mediante el desarrollo de la aplicación de guía turística del cantón Antonio Ante se

las pretende aprovechar. Facilitar información al usuario, mejorar la experiencia de este mientras recorre el destino, conocer a profundidad de los servicios que el destino ofrece, dinamizar la economía en pro del fortalecimiento y desarrollo económico del cantón, son algunas de ellas.

La aplicación podrá ser descargada desde la página oficial haciendo uso del internet, tras abrirla y navegar unos minutos por ella, se podrá hacer uso de esta sin necesidad de estar conectado a internet es decir que podrá ser utilizada en modo offline (fuera de línea). Esta propuesta fortalece y promueve el cuidado del medio ambiente ya que su contenido es enteramente digital.

#### **6.2.4. Objetivos**

##### **6.2.4.1. Objetivo general**

- Diseñar y desarrollar una aplicación móvil de guía turística haciendo uso de la plataforma web Good barber.

##### **6.2.4.2. Objetivos específicos**

- Describir los atractivos turísticos
- Diseñar la estrategia digital para la difusión de la aplicación
- Desarrollar el manual de uso de la aplicación

#### **6.3. Diseño de la aplicación**

Para el diseño de la aplicación se aplicaron conocimientos obtenidos de la revista digital: “Principios de diseño de las aplicaciones para dispositivos móviles” de Google (2017).

##### **6.3.1. Nombre de la aplicación**

Para la selección del nombre de la aplicación, se trabajó sobre tres variables:

- **Sencillez:** el nombre es de fácil comprensión y memorización.
- **Originalidad:** Se compone de un vocablo quichua “Jatun” que significa grande o fuerte, dependiendo del contexto en que esta se usado; y “Go”, palabra en inglés que significa ir.
- **Valor cultural:** En tiempos antiguos se conocía a Atuntaqui como “Jatuntaqui” lo que significaba el gran tambor de guerra. Ahora mediante el nombre Jatun GO, se pretende plasmar esa rica historia que hasta hoy se conserva, mediante una aplicación que permita el acercamiento directo a esta.

### 6.3.2. Logotipo

El logotipo intenta expresar parte de la vivencia de pueblo Jatuntaqui, puesto que se visualiza a una persona con un tambor en su espalda y una flauta, lo cual simboliza que se traslada por todos los sitios del cantón, visitando sus atractivos, conversando con su gente y preparándose para una gran aventura.

La gama de colores que se plasman en el logotipo son: café, amarillo y naranja. La fuente de texto principal es *Jokerman*, ya que funciona y se complementa de manera armoniosa con el estilo general del logo. Para el texto del refrán se utiliza la fuente de texto *Mistral*.

Se diseñó otro logotipo adicional en escala de grises, el cual será utilizado con mayor frecuencia en la aplicación debido a que se complementa de mejor manejar con su interfaz.



**Figura 18:** Logotipo de la aplicación Jatun GO

**Elaboración:** El autor

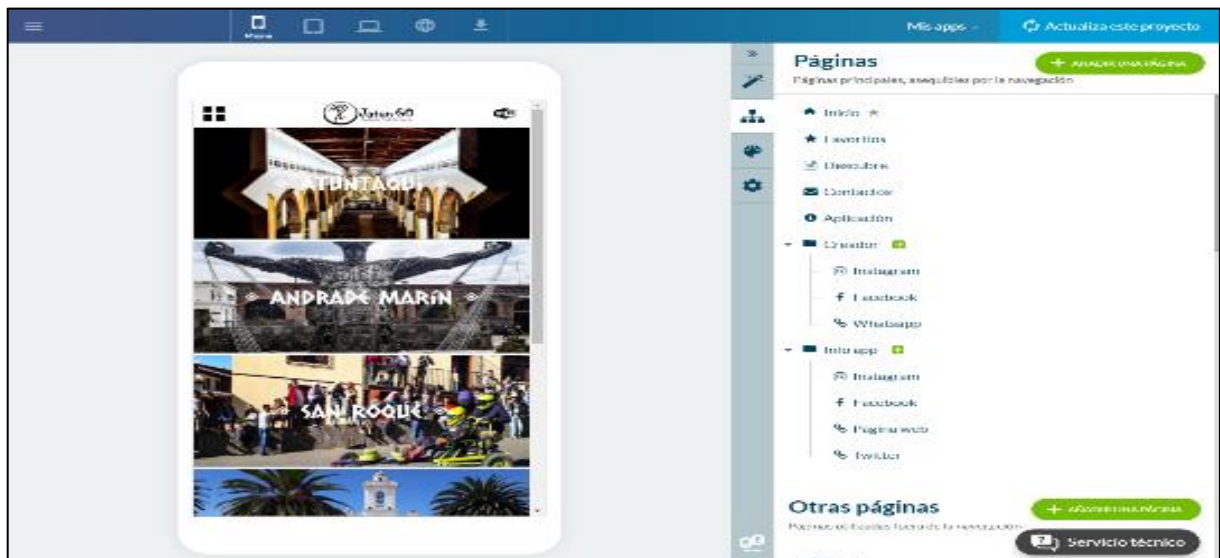
### 6.3.3. Desarrollo de la aplicación en Good Barber

Para la realización de la propuesta, se desarrollará la aplicación utilizando la plataforma online Good Barber.

#### 6.3.3.1. Good Barber

Esta es una plataforma online que permite la creación de aplicaciones móviles nativas para los sistemas operativos Android e iOS. Good Barber debido a su fácil manejo y su notable número de herramientas, ofrece una gran gama de personalización permitiendo desarrollar aplicaciones muy detalladas, funcionales y con la posibilidad de actualizarlas.

No es necesario descargar software adicional para hacer uso de esta plataforma, se puede hacer uso de la página mediante conexión a internet.



**Figura 19:** Interfaz de desarrollo de la plataforma Good Barber

**Fuente:** (Good Barber, 2018)

**Elaboración:** El autor

### **6.3.3.2. Características de la aplicación**

El desarrollo operativo y estético general de la aplicación se trabajaron en base a dos parámetros importantes: la funcionalidad y el atractivo visual. Se debe hacer énfasis en que el manejo de la aplicación es sencillo y esto se debe a la belleza visual la cual compone su interfaz y demás contenido.

#### **6.3.3.1.1. Interfaz**

Es necesario tener en cuenta que la interfaz del aplicativo móvil juega un papel estratégico al momento de la interacción del usuario con la aplicación, puesto que mediante la misma el usuario podrá acceder al contenido que tiene esta para ofrecer. La interfaz se desarrolló bajo tres ejes fundamentales: navegación sencilla, utilidad y funcionalidad y por último, el atractivo visual.

**Navegación sencilla**, las imágenes aportan un valor significativo en el manejo de la aplicación razón por la cual estas son una prioridad; ya que el usuario podrá fácilmente identificarlas y navegar por la misma.

**Utilidad y funcionalidad**, la información que esta aplicación brindará al usuario podrá ser utilizada para diversos fines, ya que aquí se halla toda la oferta turística que el cantón Antonio Ante tiene; por lo que resulta beneficioso tanto a turistas como a empresas del sector público y privado.

**Atractivo visual**, el usuario se deleitará con el contenido fotográfico que esta aplicación ofrece. La belleza de los atractivos turísticos se plasma en cada pantalla de la aplicación, las mismas que combinan con el tema general de la aplicación y con su contenido textual.



**Figura 20:** Interfaz de la aplicación Jatun GO

**Elaboración:** El autor

### 6.3.3.1.2. Fotografía

Las fotografías utilizadas en la aplicación provienen de dos fuentes: el autor y de la galería online Unsplash la cual ofrece fotografías de uso público y gratuito. Para la realización del proyecto se tomaron 820 fotografías de las cuales se eligieron a las mejores. Estas fotografías tienen la posibilidad de ser actualizadas, su formato es el JPG. Las resoluciones en píxeles de las imágenes con las que se trabajó fueron:

- 192 x 192
- 450 x 450
- 512 x 512
- 1440 x 2560
- 1536 x 2048
- 2048 x 1536

- 3200 x 3200

Cabe recalcar que el autor del proyecto fue quién recolectó toda esta información gráfica a través del smartphone Samsung J7 por otro lado para la edición de las fotos se utilizó Adobe Lightroom.

**Splash screen** o pantalla de inicio, se diseñó en base de la sencilla interfaz y diseño general de la aplicación. Se colocaron las imágenes de los principales atractivos del cantón, el logotipo de la aplicación y una mini pantalla de carga. Esta pantalla es muy importante ya que brinda al usuario un preámbulo informativo del contenido de la app.



**Figura 21:** Pantalla de inicio

**Elaboración:** El autor

#### 6.3.3.1.3. Color

El estilo general de la aplicación es *Noir*, es decir se juega con el color blanco y negro, los cuales combinan de manera elegante con las imágenes presentes en la app.

#### 6.3.3.1.4. Texto

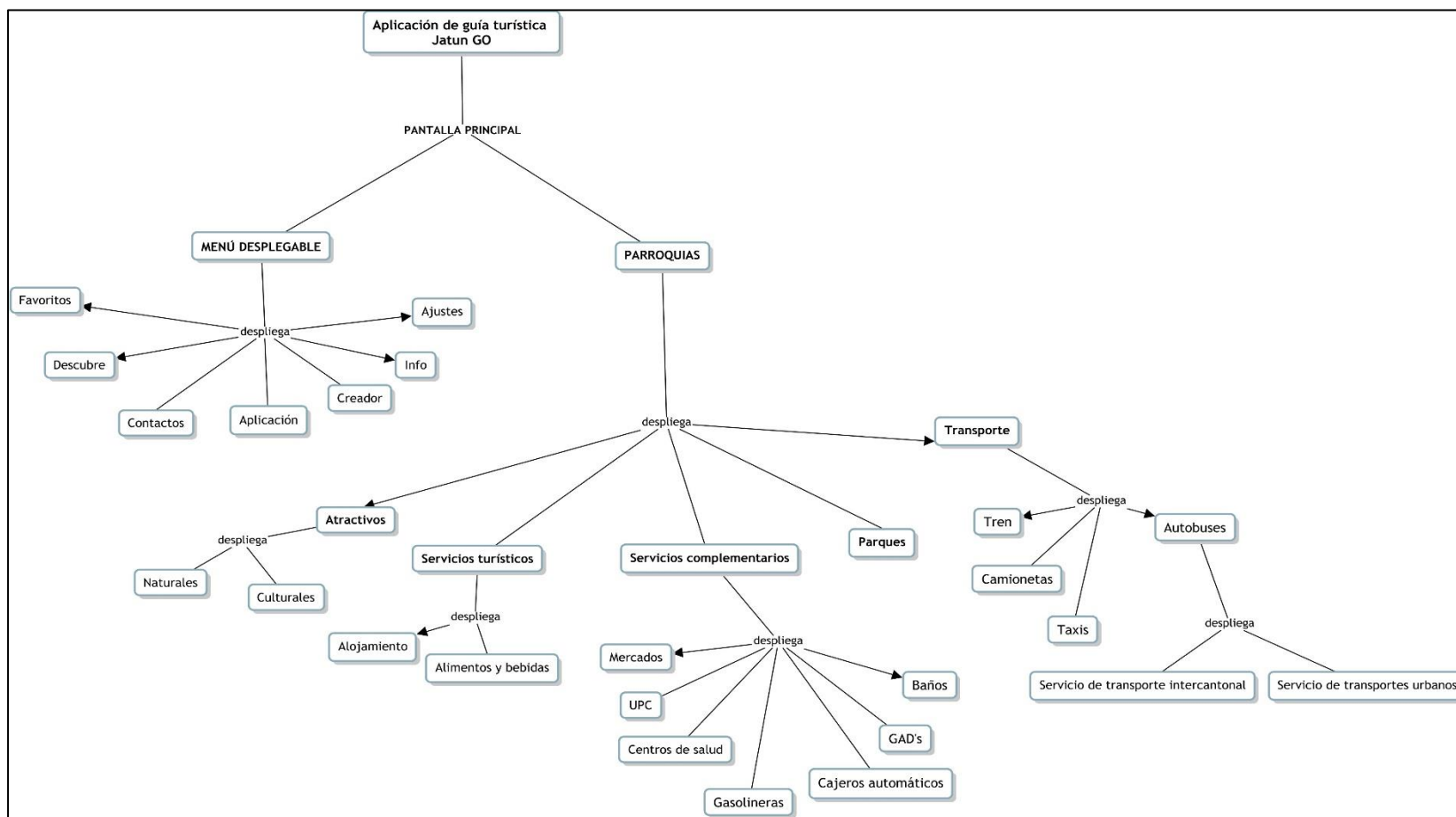
Se utilizaron 4 tipos de fuentes, esto para la comodidad del usuario al momento de interactuar con el contenido textual de la aplicación. Se utilizó la fuente *Caesar Dressing* para la pantalla de inicio; la fuente *Oswald* para títulos y encabezados; la fuente *Arial* para la pantalla de selección de servicios y atractivos y por último se utilizó la fuente *Helvetica neue* para los textos descriptivos de los atractivos y demás información textual.

A sample of the 'Caesar Dressing' font, which is a bold, black, stylized sans-serif typeface with a slightly irregular, hand-drawn appearance. The text 'CAESAR DRESSING' is displayed in all caps.A sample of the 'Oswald' font, a bold, black, condensed sans-serif typeface. The text 'Oswald' is displayed in a large, bold font.A sample of the 'Arial' font, a black, clean, sans-serif typeface. The text 'Arial' is displayed in a large, bold font.A sample of the 'Helvetica neue' font, a black, clean, sans-serif typeface. The text 'Helvetica neue' is displayed in a large, bold font.

*Figura 22:* Tipo de letra

**Elaboración:** El autor

### 6.3.4. Estructura de la aplicación



**Figura 23:** Estructura de la aplicación

**Elaboración:** El autor

### 6.3.4.1. Navegación

Al acceder a la aplicación aparecerá la pantalla de inicio la cual dará la información de carga, hasta que se configure la aplicación y pueda ser usada. Después del tiempo de carga, inmediatamente se visitará la pantalla de inicio en la que se podrá observar el logotipo de la aplicación, las diferentes parroquias que componen el cantón y el menú desplegable.



**Figura 24:** Menú navegable

**Elaboración:** El autor

Se ha optado por diseñar una selección por parroquia para brindar información mucho más específica sobre la misma, ya que al dar tap en la imagen de la parroquia, esta desplegará una serie de opciones detalladas las cuales son:

- **Atractivos**, en esta pantalla se muestra toda la información de los atractivos turísticos, será detallada más adelante.

- **Servicios turísticos**, se podrá acceder a la oferta de servicios de alojamiento y restauración de los establecimientos más importantes del cantón. En esta pantalla se podrá encontrar una fotografía del sitio en cuestión, datos de contacto, la ubicación del sitio en el mapa, como también la posibilidad de acceder directamente a la plataforma de reservas online, en caso de que el establecimiento de hospedaje cuente con esa opción.



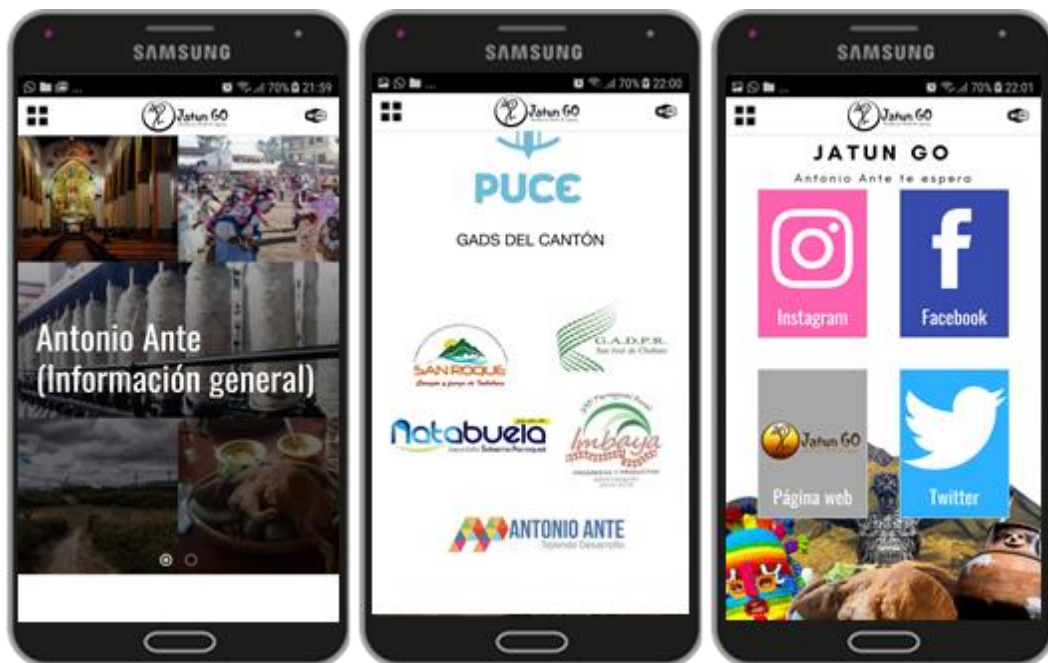
**Figura 25:** Opción de reserva en hotel desde la aplicación

**Elaboración:** El autor

- **Servicios complementarios**, en este espacio se podrá optar por información relacionada a: mercados, unidades policiales, centros de salud, gasolineras, cajeros automáticos, gobiernos autónomos descentralizados (GAD's) y baños públicos.
- **Parques**, en esta pantalla se podrán ubicar los parques que posee el cantón.
- **Transporte**, se podrán seleccionar los servicios de transporte disponibles de cada parroquia: camionetas, taxis, autobuses y el tren.

Por otra parte desde la misma pantalla de inicio se puede acceder al menú desplegable, el cual mostrará las siguientes opciones:

- **Favoritos**, en esta sección el usuario podrá ubicar sus sitios o servicios turísticos favoritos.
- **Descubre**, en esta pantalla se despliega información general del cantón Antonio Ante y demás servicios disponibles.
- **Contactos**, es posible encontrar todos los números telefónicos más importantes del cantón (GAD's y policía).
- **Información**, aquí se despliega información sobre los logotipos de la PUCESI y de los diferentes GAD's del cantón Antonio Ante.
- **App**, en esta pantalla se podrá encontrar información concerniente a la aplicación, su página de facebook, twitter, Instagram y página web.
- **Creador**, en esta pantalla se despliega información de contacto del desarrollador de la aplicación.
- **Ajustes**, en este apartado se muestra las opciones de configuración de la aplicación.



**Figura 26:** Pantallas del menú desplegable

**Elaboración:** El autor

#### 6.3.4.2. Contenido de la pantalla atractivos

La pantalla de atractivos despliega dos opciones: sitios naturales y manifestaciones culturales, sin embargo la mayoría de parroquias presentan solamente manifestaciones culturales. En este último se muestra un apartado especial en el cual se ubican las fiestas parroquiales de cada parroquia.

La información de contenido de cada pantalla de atractivos turísticos se distribuye en tres secciones: cabecera, información del atractivo, botones de contacto y mapa.

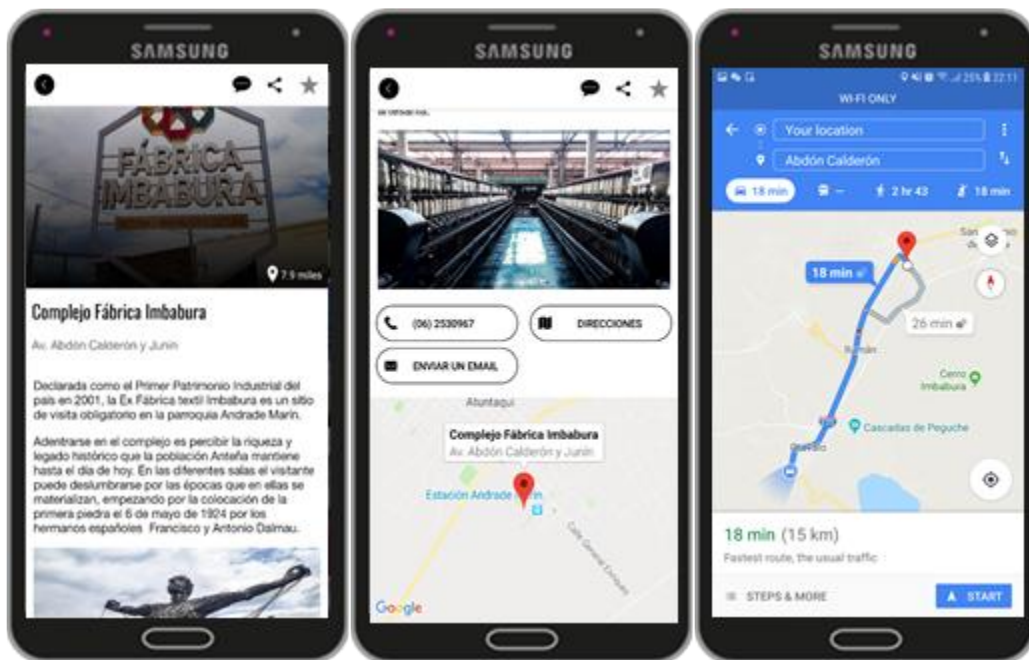
**a. Cabecera**, en esta sección ubicamos cuatro botones.

- El primero es el botón de retorno, el cual permite retroceder al usuario hasta la página previamente visitada.
- El botón de comentarios, permite al usuario opinar, preguntar o valorar la información de cada atractivo, se pensó en esta opción para que la comunidad pueda interactuar y conocer un poco más a fondo sobre la opinión de los demás usuarios. Es necesario colocar el correo electrónico antes de escribir un comentario.
- El enlace de compartir permite enviar la información del atractivo a cualquier contacto por medio de las distintas aplicaciones de redes sociales y mensajería.
- La estrella de favoritos permite elegir los atractivos preferidos, estos se almacenan en el botón de favoritos en el menú desplegable de la pantalla principal.

**b. Información del atractivo**, en esta sección se muestra imágenes de alta definición del atractivo, la distancia de la posición del usuario hasta el atractivo, la descripción detallada del atractivo en cuestión, desplegando datos tales como: descripción, horarios de atención, actividades disponibles a realizar, fechas y precios de ingreso (en caso de haberlos). En esta

sección se presenta los medios de transporte disponibles: taxis, camionetas, autobuses y tren (disponible solo para Andrade Marín y San Roque).

- c. **Botones de contacto**, en esta sección se despliega 4 botones: teléfono, dirección, email y l de página web (en caso de que el atractivo cuente con una página web).
- d. **Mapa**, proporciona al usuario la ubicación exacta de cada uno de los atractivos y para ello se hace uso de los mapas de Google Maps.



**Figura 27:** Diseño de la pantalla de los atractivos

**Elaboración:** El autor

Con la información expuesta en la figura 25, se prueba que cada pantalla contiene datos útiles y detallados del lugar turístico en cuestión. Es necesario reiterar que este diseño de pantalla se mantiene para los servicios turísticos y complementarios.

### **6.3.4.3. Accesibilidad de la aplicación**

La aplicación podrá ser descargada desde la página web oficial. Recibirá actualizaciones periódicas con respecto al contenido que esta ofrece. Su descarga será gratuita.

## **6.4. Descripción de los atractivos turísticos por parroquias**

### **6.4.1. Atuntaqui**

#### **Día de los difuntos**



**Figura 28:** Día de los difuntos

**Fuente:** (GAD Municipal Antonio Ante, 2016)

**Elaboración:** El autor

Forma parte de las tradiciones más arraigadas de la cultura Anteña. Celebrada en el mes de noviembre de cada año, decenas de personas acuden al cementerio de Santa Martha en Atuntaqui por la tarde hasta altas horas de la noche en donde se rinde culto a sus seres queridos ya fallecidos mediante oraciones y ofrendas.

El 1 de noviembre las personas que acuden al cementerio lo hacen con ofrendas florales, instrumentos musicales e inclusive grupos de música, mismos que rinden pleitesía los fallecidos. Por otra parte, las comunidades indígenas tienden a visitar el cementerio ubicado en la Orozco tola; ellos acuden llevando ofrendas de comida como también alimento para degustar junto con las demás personas que visitan las tumbas.

### **Fiesta popular de inocentes y fin de año**



**Figura 29:** Fiesta popular de inocentes y fin de año

**Fuente:** (GAD Municipal Antonio Ante, 2016)

**Elaboración:** El autor

Esta festividad llena de color, jolgorio y alegría es celebrada cada año durante el 26 de diciembre hasta el 6 de enero. Fue declarada como Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador en el año 2007. Su origen se remonta por los años 1930, en donde un grupo de trabajadores de la Fábrica Textil Imbabura deciden hacer mofa de los conocidos arrieros, recorriendo las calles con silbidos y e imitándolos con movimientos burlescos. Es de esa forma como cada año diferentes personas y grupos decidieron unírseles, creando así la festividad de inocentes que se contempla hoy en día.

En el mes de diciembre toda la comunidad participa en la festividad con disfraces, música, baile, desfiles en donde lo característico se observa en las elaboradas máscaras y comparsas que son elaboradas por los habitantes del cantón. Son varios los programas que se desarrollan durante la festividad:

**El bando:** Toma lugar el 28 de diciembre y empieza con el desfile en el cual cientos disfrazados desfilan por las calles, deteniéndose en varias esquinas para leer los decretos en los cuales remedan o critican con picardía y humor a personajes destacados de la localidad.

**El programa cómico artístico patrimonial:** Realizado en el coliseo de la ciudad es un espectáculo en el que grupos institucionales y de amigos se reúnen a contar chistes y remedan de manera jocosa actividades que se presentan en el día a día.

**El acompañamiento a papá en su agonía:** La manifestación celebra a papá como el año viejo, que está a punto de morir y tanto las fuerzas del cielo como del infierno quieren su alma. Esta comparsa se efectúa el 29 de diciembre.

**El desfile de comparsas:** Empezada la tarde del 31 diciembre, las diferentes Instituciones del cantón visten sus mejores disfraces y desfilan alrededor de 4 horas, brindando un espectáculo único que reúne alrededor de 50.000 turistas cada año, declarado como patrimonio Inmaterial.

Cabe destacar que se premia con la Careta de oro al grupo con el disfraz más elaborado. El recorrido se produce por las calles y avenidas: Julio Miguel Aguinaga, García Moreno, Rocafuerte, Bolívar, Amazonas.

**La noche de año viejo:** Este espectáculo inicia a las 20:00, y representa los últimos minutos de Papá (año viejo) tiene de vida. Se instala un monigote que representa al año viejo y a las 0:00 horas se procede a su despedida con la quema del monigote, acompañada con juegos pirotécnicos, música de banda y un ambiente lleno de alegría.

**El concurso de disfraces y baile de cierre de temporada:** Finalmente y como cierre de las festividades el 6 de enero se realiza el concurso de disfraces que se efectúa en la Plaza cívica (Cooperación 31 de diciembre, 2017).

### Helados de crema



**Figura 30:** Helados de crema

**Fuente:** (GAD Municipal Antonio Ante, 2016)

**Elaboración:** El autor

Estos deliciosos helados de textura cremosa son un manjar imperdible al momento de visitar Atuntaqui. El boom de esta delicia sería hace más de 50 años cuando la señora María Margarita Posso empezaría la elaboración de los primeros mantecados de Atuntaqui. Hoy en día esta delicia es muy popular y se los encuentra en distintos establecimientos ubicados por la parte central de la parroquia.

Su precio unitario es de \$ 0.90, su presentación es de forma cónica con un palillo de madera para poder sujetarlos.

Para su preparación se vierte crema con un poco de leche, posteriormente se licuan las frutas, azúcar y se deja congelar. Hay helados de una gran variedad de sabores: aguacate, coco, mora, oreo, chicle, café, chocolate, hijo, queso, ron con pasas entre muchos otros.

### **Iglesia del Santo Sepulcro**



*Figura 31:* Iglesia del Santo Sepulcro

**Elaboración:** El autor

La razón del nombre santo sepulcro se debe a que existe una hermosa figura de Cristo sedente o difunto que es atribuido a la Escuela Quiteña según apreciación del padre José María Vargas, uno de los mayores expertos en el arte colonial, al igual que el resto de figuras que conforma el calvario. Se tiene conocimiento la primera iglesia levantada se edificó en 1604 y se dedicó a la memoria de Santa Martha. Luego del terremoto de 1868 el padre Eduardo Nicolás Gómez, decide dedicar el templo a Jesús en el Santo Sepulcro y comienza a edificarse la nueva iglesia que fue bendecida en el año 1902.

En la parte superior de la fachada se contempla al Sagrado corazón de Jesús, escultura tallada en piedra. Mientras que en la parte inferior derecha se encuentra la imagen policromada de la Dolorosa del Colegio.

La mayoría de las esculturas son de autor anónimo. Existen 32 esculturas religiosas en todo el templo, siendo estas mayoritariamente talladas en madera, utilizando la técnica de encarnación brillante y policromía.

El retablo mayor, tallado en madera y cubierto por pan de oro, posee un estilo barroco y se encuentra decorado por 18 columnas salomónicas las mismas que están adornadas por el estilo churrigueresco. El altar se encuentra decorado en la parte inferior por la imagen de la última cena, trabajo de relieve realizado en madera. Diagonal al altar, se encuentra el púlpito desde donde se solía realizar homilía, ahora es un hermoso trabajo tallado en madera de color rojo, decorado con relieves eclécticos cubiertos con pan de oro.

El templo posee 24 columnas cuadradas que forman arcos de medio punto. Estas columnas tienen una base de piedra, su capitel es de concreto y su fuste es de piedra. En este último se encuentran imágenes que talladas en la piedra corroboran el sincretismo religioso de la población.

## Paila Tola



**Figura 32:** Paila Tola

**Elaboración:** El autor

Declarada como Patrimonio Cultural del Ecuador en 2004, lleva el nombre de Paila Tola debido a su forma convexa en la parte superior de la tola siendo la única con estas características en el Ecuador. Hoy en día es en este lugar donde se realizan distintas manifestaciones culturales como la del Inty Raymi. Se cree que el lugar tuvo una función ritual, el debido al material encontrado fueron pedazos de vasijas, los que eran utilizados en celebraciones muy concurridas.

## Semana santa



*Figura 33:* Semana Santa

**Fuente:** (GAD Municipal Antonio Ante, 2016)

El motivo de esta manifestación es para recordar la muerte y resurrección de Cristo. Tiene una duración de 8 días ya que se la celebra en el mes de abril desde el domingo de Ramos hasta el domingo de Pascua.

En honor al ingreso de Cristo a Jerusalén, se da inicio a la festividad con la procesión de los ramos, los cuales son ornamentos obtenidos hojas de palma; transitando por las calles principales de Atuntaqui hasta la Iglesia del Santo Sepulcro.

**Ceremonia indígena en Natabuela “Luto Quichui”:** Durante este día la particularidad de la celebración es que se encuentra a cargo por dirigentes indígenas. En la mañana se procede con la misa del Luto-Quichui, que es retirar el luto, después de la misa se realiza una procesión en

donde la imagen de la Virgen María es colocada en una especie de castillo elaborada con caña guadua y es paseada por las calles de la parroquia de Natabuela.

### **Turismo de compras**



**Figura 34:** Turismo de compras

**Elaboración:** El autor

De tradición textil desde 1924, año en el que sería colocada la primera piedra de la Ex Fábrica Textil Imbabura, sus trabajadores dejaron un legado de producción textil que perduraría generación tras generación hasta el día de hoy.

En la actualidad Atuntaqui es conocida como la “Capital textil del Ecuador” debido a la calidad, variedad y esfuerzo con la que sus prendas son realizadas. Cientos de personas a nivel nacional como internacional recorren sus almacenes en busca de los mejores descuentos y prendas en más de sus 150 locales distribuidos mayoritariamente por las calles principales: General Enríquez y Amazonas.

Cada año se realizan diversas ferias para resaltar la variedad textil que es producida en Atuntaqui, sin embargo, la Expoferia es la feria textil más importante de todo el cantón. Iniciada en el 2001 en esta Expo se realizan un sinnúmero de actividades, desfiles de moda, conciertos y exposiciones de cientos de stands en donde se muestra el trabajo textil de los productores locales. Siendo los meses de febrero y marzo donde la Expoferia es inaugurada.

Entre la variedad de prendas que se puede encontrar es ropa deportiva, formal, artesanal, entre muchas otras para todas las edades y para todos los gustos. Si lo que quieres es calidad y a un excelente precio, visita Atuntaqui.

#### **6.4.2. Andrade Marín**

##### **Ruku Rumi (Valle de las piedras)**



**Figura 35:** Ruku Rumi

**Elaboración:** El autor

A aproximadamente a 3 kilómetros de la carretera antigua en Pilascacho, Andrade Marín, tomando la ruta hacia el cerro Imbabura se encuentra el Ruku Rumi o Valle de las Piedras el cual

se encuentra embellecido por enormes piedras que se formaron como resultado de las erupciones del volcán Imbabura.

En el sendero se pueden encontrar frutas nativas como son: mora silvestre, mortiño, motilón mientras que las no comestibles son: shanshi y locotuna.

### **Complejo Fábrica Imbabura**



**Figura 36:** Complejo Fábrica Imbabura

**Elaboración:** El autor

Declarada el Primer Patrimonio Industrial del país en 2001, la Ex Fábrica textil Imbabura es un sitio de visita obligatorio en la parroquia Andrade Marín. Adentrarse en el complejo es percibir la riqueza y legado histórico que la población Antaña mantiene hasta el día de hoy. En las diferentes salas el visitante puede deslumbrarse por las épocas que en ellas se materializan, empezando por la colocación de la primera piedra el 6 de mayo de 1924 por los hermanos españoles Francisco y Antonio Dalmau.

Iniciando su construcción con alrededor de 800 personas, en solamente dos años (1926) la fábrica empezaría con parte de la operación de hilos y telas de algodón, considerando también la importación de la maquinaria cuyo origen fue mayoritariamente inglés. Vendida a Lorenzo Tous en 1929 esta se vio notablemente favorecida por la llegada del tren en el mismo año, facilitando de transporte de la materia prima, complemento de maquinaria y así mismo la salida de los productos que aquí se elaboraban.

Terminando sus operaciones en 1997, el 5 de mayo de 2014 abre las puertas de su museo al público, con sus 4 salas temáticas en las cuales se exponen vivencias experiencias del pasado hasta el presente en donde se palpa el inicio de la herencia textil que se mantiene hasta el día de hoy en Antonio Ante (De la Torre, comunicación personal, 03 de julio 2018).

### **Orozco Tola**



*Figura 37:* Orozco Tola

**Elaboración:** El autor

De acuerdo con la Historia del reino de Quito escrita por el Padre Juan de Velasco (1789), Hualcopo Duchicela el XIV Shyri, fue el rey que gobernó por 33 años las tierras del Reino de

Quito. Hábil en la gobernanza y pacífico de armas era una persona que carecía de gusto por la guerra. Mientras tanto los Incas, continuaban su carrera de conquista, ocupando varios territorios del Reino, siendo altamente astutos utilizaban la palabra como medio de persuasión y sometimiento contrario a la innecesaria violencia. Muchos pueblos se rendían ante la astucia de los Incas.

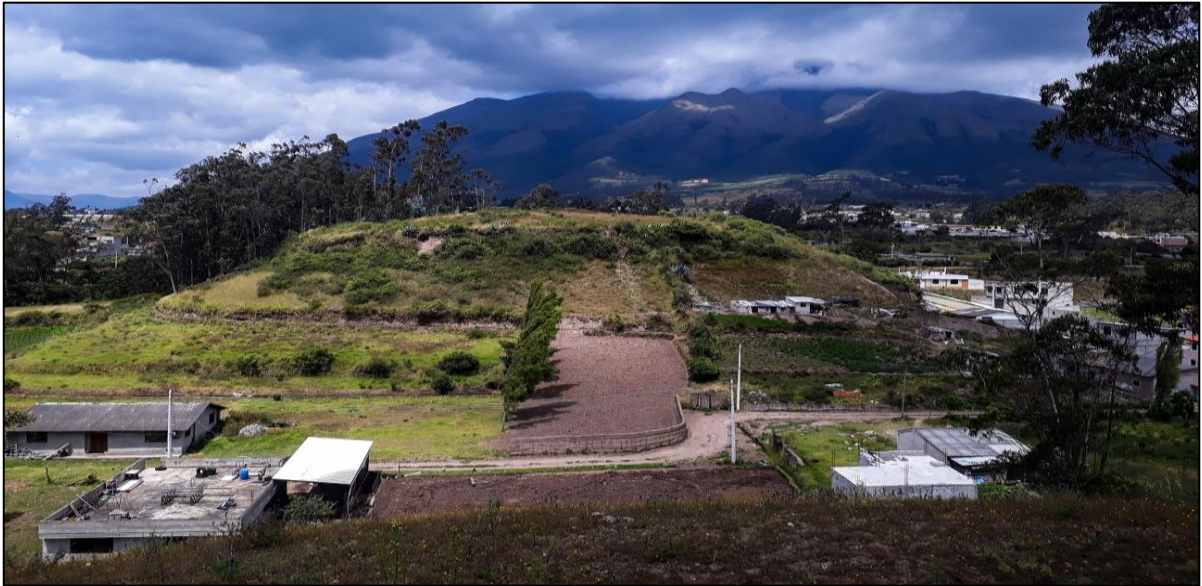
Las derrotas continuaban, los territorios seguían siendo arrebatados y tras la muerte de Hualcopo sería su primogénito Cacha el XV Shiry quien lo sucedería en el trono. Este aguerrido guerrero en su larga y dura tarea de lucha logró recuperar una pequeña parte de los territorios. Sin embargo, Huayna Cápac líder de los Incas, buscaría destronar a Cacha. Tras una encarnizada batalla en la llanura de Atuntaqui se daría muerte a Cacha y en el mismo sitio, se proclamaría a Paccha, su hija, como heredera del reino.

Después de una notable traición por parte del pueblo Caranqui que sería el intento de asesinato contra Huayna Cápac, buscaría venganza haciendo que mandase a asesinar a muchos Caranquis, y como segunda parte de su plan tomando como esposa a la hermosa joven Paccha Reina Shyri para poder reinar el Reino de Quito en paz.

El lugar de entierro que se le daría a su padre Cacha sería en la tola Orozco-tola, que como gran líder del pueblo Caranqui tuvo una sepultura con todos los honores que su alto rango merecía (Velasco, 1789).

Esta tola tiene gran importancia cultural, hoy en día en su cima se levanta el cementerio de Andrade Marín. Pertenece al período tardío, es posible prever que la construcción de la Orozco-tola responda una especie de centro ritual como también punto estratégico de observación.

## **Pupo Tola**



**Figura 38:** Pupo Tola

**Elaboración:** El autor

Continuando con el magnífico conjunto de tolas de la parroquia Andrade Marín se encuentra la Pupo-tola. Perteneciente de igual forma al período tardío. Se sitúa frente al Orozcotola y se piensa que aquí yacen los restos de la Reina Pacha, hija del Rey Cacha. Tiene una altura de 30 metros.

### **Santuario de Santa María de Lourdes**

Antiguamente conocido como el sector de Pilascacho, en la Parroquia de Andrade Marín sería el lugar donde se encuentra una piedra con la imagen de Sta. María de Lourdes. Corría el año de 1920 y un niño de apenas 6 años fue el primero en vislumbrar la imagen de una mujer, con su silueta definida cerca de una quebrada por el sector de Pilascacho.



**Figura 39:** Santuario de Santa María de Lourdes

**Elaboración:** El autor

Era la santísima virgen afirmaba y tras la incredulidad que mostraban los adultos a quienes se los había contado, junto con su familia deciden ir hasta el lugar de los hechos y palpándolo con sus propios ojos se dieron cuenta que el niño decía la verdad. Convirtiéndose así desde ese entonces en fiel compañera de agricultores, comerciantes y moradores de este lugar.

El 10 de octubre de 1927 sería el acto de bendición de la primera piedra del templo el cual se levantaría en nombre de Santa María de Lourdes, para rendirle respeto, oración y un lugar donde pueda mantenerse protegida. Los albañiles y la minga comunitaria entre todos los ciudadanos hicieron posible que el templo se levantara. Siendo el 1 de mayo de 1931, se daría una misa inaugural y la primera, en la capilla del Caserío de Lourdes siendo colocada en el altar, siendo admirada por propios y extraños.

El templo presenta una arquitectura armoniosa con una fachada en la parte media y base de piedra mientras que la arquitectura colonial embellece la parte alta de la torre y sus columnas.

Mostrando de igual forma un arco de medio punto en la entrada del templo (Comité Santa María de Lourdes, s.f.).

### 6.4.3. San Roque

#### Artesanía de barro en San Roque



**Figura 40:** Artesanía de barro en San Roque

**Elaboración:** El autor

El Sr. Juan Jaramillo es la persona que sigue realizando el trabajo artesanal. Él ha optado por enseñar sus técnicas a otros estudiantes por lo que se encuentra acompañado de otras 7 personas.

Las artesanías se las trabaja en barro, material obtenido del Valle del Chota. Las tejas de barro y ladrillos son productos que se producen en grandes cantidades debido a la fuerte demanda que

estos tienen. Además, se realizan: Vasijas, Pundos, Maceteros, Tiestos, Platos entre otros utensilios. Para la elaboración de las diferentes piezas de artesanía, se recolecta 3 tipos diferentes de arcilla.

Todos estos se realizan bajo pedido y los precios van desde \$ 1.00 hasta los \$ 100 (Siendo el precio de los hornos de pan).

**Proceso de elaboración:** Se recolectan tres tipos de arcilla: amarilla, negra y verde, que son secadas al sol. El material áspero es golpeado con palos o fierros para evitar los grumos. Posteriormente se procede a cernirlo. Una vez obtenida la materia prima, se mezcla con agua hasta obtener una masilla compacta.

Finalmente se coloca en unos recipientes que son a su vez depositados en un instrumento denominado tambor para iniciar con el modelado de la pieza. Una vez lograda la forma se deja secar bajo sombra y finalmente se la quema durante 4 horas en horno de leña, para finalmente comercializarla.

### **Iglesia de San Roque**



**Figura 41:** Iglesia de San Roque

**Elaboración:** El autor

Su construcción inicio el 5 de marzo de 1939. Cuenta la historia que su construcción empieza allá por los años 1900, de manera rústica y humilde sobre el suelo, utilizando tapial en los muros. En 1907 este templo se encontraba de pie, decenas de devotos acudían al mismo y ayudaban en su construcción sin embargo sería en el año de 1939, cuando se rehabilitan la fachada y las naves. Con una planta de cruz latina, este templo alberga un altar tallado en madera de estilo neoclásico. Posee una fachada construida en piedra y una torre de campanario trabajada en ladrillo, la cual se levanta imponente hasta el día de hoy.

### **Parque el Artesón**



**Figura 42:** Parque el Artesón

**Elaboración:** El autor

Funcionando como un basurero clandestino hace varios años atrás, el Parque Temático “El Artesón” se levanta como un proyecto emblemático que a base de basura y desechos reciclados se construye la infraestructura del sitio brindando un atractivo turístico no sólo amigable con el medio ambiente sino también un sitio que encierra cosmovisión de un pueblo trabajador amable

y lleno de riqueza cultural. Su nombre nace de las vertientes naturales las cuales proveían del líquido vital a los habitantes de San Roque.

Mediante el uso de botellas recicladas y otros materiales, se pudo construir todo el lugar. Adecuar senderos, miradores y se reforestó el parque utilizando plantas nativas. Cuenta con dos piscinas, acompañadas con toboganes, un área amplia de camping y varias zonas de parrillada, en donde se podrá disfrutar de un día espectacular junto a la familia.

#### **6.4.4. Natabuela**

#### **San Juan en Óvalos**



*Figura 43:* San Juan Óvalos

**Elaboración:** El autor

Esta se desarrolla en pleno Inty Raymi, fiesta de origen Incaico, la cual es celebrada por los pueblos indígenas del norte y del sur del Ecuador en agradecimiento a las deidades y pacha mama por la cosecha.

Esta es la festividad donde la comunidad indígena reluce su fortaleza física y ancestral. La plaza se convierte en un escenario lleno de color, música, danza y tradición. Los indígenas se visten con sus mejores atuendos, además llevan consigo máscaras metálicas, sus tradicionales sombreros de lana, zamarros y pañuelos de diferentes colores.

### **Fritadas**



**Figura 44:** Fritada

**Elaboración:** El autor

La fritada es uno de los platos insignia no sólo de la región sino de todo el Ecuador. Su preparación se la realiza con los ingredientes propios de las fértiles tierras andinas. Es posible encontrar este delicioso platillo ubicado en diferentes restaurantes formales como informales en la panamericana norte en la parroquia de Natabuela como también en el centro de Atuntaqui.

La preparación de este plato típico consiste en carne de cerdo cortada en trozos aliñados con ajo, sal, comino, cebollas achiote y naranja agria, posteriormente esta carne se dora en una paila de bronce preferiblemente en fogón de leña. Luego se coloca agua para que la carne se cocine y se la deja cocinar por 120 minutos.

Los platos de fritada generalmente vienen acompañados de una porción de tostado, papas, mote, tostado, llapingachos (estas son tortillas de papas asadas), choclo, queso y ensalada. Los precios empiezan desde los \$ 3.50.

### **Grupo Étnico Natabuela**



*Figura 45:* Grupo Étnico Natabuela

**Elaboración:** El autor

Ubicados frente al majestuoso volcán Imbabura, el pueblo Natabuela se asienta en 2 cantones de la provincia de Imbabura. En el cantón Antonio Ante en las parroquias de Natabuela, Andrade Marín y San José de Chaltura y en el cantón Ibarra en la parroquia de San Antonio.

Su población más representativa se asienta en Natabuela, de allí su nombre, en donde se destaca sus tradiciones, su cultura, percepción del mundo y su desarrollo productivo.

El pasar de los años hace que las cosas se transformen o se pierdan, el pueblo Natabuela lamentablemente ha perdido parte de su legado al dejar de hablar Kichwa sin embargo mantienen vivas sus más arraigadas tradiciones que se manifiestan en sus trajes típicos, la medicina ancestral y sus diferentes manifestaciones culturales.

El traje femenino comprende de un anaco largo negro o azul, una camisa blanca bordado de hermosas flores trabajadas por las mismas personas de la comunidad, huallcas y aretes dorados que adornan su belleza, brazaletes de coral y alpargatas.

Mientras que el traje masculino se caracteriza por sus largos pantalones blancos sujetos con el cinturón rosado, las alpargatas, el característico poncho colorido y su tradicional sombrero blanco hecho de lana de borrego.

Su fiesta más importante es la del Inty Raymi, la cual la celebran cada año en el mes de junio en agradecimiento al Sol y a la madre tierra por las cosechas. Esta transcurre durante el solsticio de verano y es aquí donde se produce la maduración de los productos.

El pueblo Natabuela está organizado por el Consejo de Alcaldes y Gobernador. Esta forma de organización indígena es la única en ese tipo en el Ecuador.

## Iglesia de la Comunidad Óvalos



**Figura 46:** Iglesia de la Comunidad Óvalos

**Elaboración:** El autor

Según la placa inscrita en piedra a la entrada del templo su construcción se efectuó en el año de 1954. Posee una reluciente fachada trabajada en piedra con dos torres laterales y una sola nave. En el interior del templo se encuentran dos obras contempladas en el archivo de inventario del Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano la Virgen del Carmen que es una obra pintada al óleo sobre una piedra de 45 cm de alto por 33 cm de ancho, por otra parte, se encuentra la figura del Cristo Crucificado obra tallada en madera (SIPCE, 2018).

En la iglesia se veneran a San Vicente de los Óvalos y a Santa Juanita, los mismos que se encuentran ubicados en una pequeña capilla fuera del templo y se los aprecia con la vestimenta típica tradicional del pueblo Natabuela.

## Iglesia de Natabuela



**Figura 47:** Iglesia de Natabuela

**Elaboración:** El autor

Ubicado frente al parque central de la parroquia de Natabuela, la Iglesia Parroquial de Natabuela se levanta majestuosa con un estilo arquitectónico colonial y advocado al Sagrado Corazón de Jesús. La época de construcción se remonta al Siglo XX, sin año específico. Su planta posee una forma de T, presenta 4 retablos tallados en madera.

El templo se asemeja a una galería de arte al poseer 10 imágenes religiosas de diferentes autores de las cuales destaca la labor artística de San Antonio de Ibarra como la imagen de la aparición de la Virgen de Guadalupe *al* indio Juan Diego, obra elaborada por el pintor Marco Chuma (Villarruel, 2010).

Son 21 figuras religiosas las que se encuentran en el templo, 20 de ellas están talladas en madera policromada y adornadas con ojos de vidrio, mientras que la figura del Sagrado Corazón Jesús está tallada en piedra adornando la fachada.

## 6.4.5. Chaltura

### Heladería Chaltura



**Figura 48:** Heladería Chaltura

**Elaboración:** El autor

Este establecimiento es uno de los más tradicionales de Chaltura puesto que sería en estas lindas tierras dónde vería su nacimiento 20 años atrás. Iván Jácome su propietario cuenta que su negocio es el trabajo de toda una vida y se levanta temprano para realizar el helado de paila. Para su elaboración se requiere jugo de fruta puro, la paila de bronce, hielo y a mover la paila durante 30 a 60 minutos. La especialidad de la casa es helado de paila sabor aguacate mismo que es considerado un afrodisíaco. La variedad de helados es realmente extensa, entre los que destacan están: ají, arazá, uva y norteño. Se puede encontrar el helado de la fruta que esté de temporada.

De igual manera se produce y comercializa artesanía en madera; pailas, ollas, floreros entre muchas otras. Los precios varían dependiendo el tamaño, el grosor, el tipo de madera y la calidad

de pintura utilizadas. Don Iván menciona además que es un artesano de la madera desde hace 30 años (Jácome, comunicación personal, 1 de agosto de 2018). Los precios varían empezando desde los \$ 0.50 ctvs.

## **Cuyes**



**Figura 49:** Cuyes

**Elaboración:** El Autor

El platillo predilecto en esta zona del Ecuador es el Cuy de Chaltura, manjar de dioses. Sería en 1977, año en el que el primer establecimiento de venta de cuyes daría sus inicios, iniciando con el Chozón, el cual promovió la actividad turística y gastronómica en la parroquia de Chaltura e incentivó a la apertura de otros paraderos turísticos.

## Iglesia de Chaltura



**Figura 50:** Iglesia de Chaltura

**Elaboración:** El autor

La construcción del templo inicia en 1928 y finaliza en el año de 1932. La voluntad de los pobladores de Chaltura, hizo que este templo se ponga en pie dedicándolo a San José. Entre mingas y actividades colectivas, iban aportando para la construcción de este templo. Varios moradores trabajaron durante meses puliendo las piedras que serían colocadas en la fachada, otros obsequiaban madera para la cubierta y portón del templo.

El Sr. Amado Vásquez fue el artista que pinta las alegorías religiosas para la decoración del templo. Hubo donaciones de los pobladores tales como la campana de bronce que se encuentra en la parte de la torre, plata antigua y joyas de oro. Entre las figuras religiosas que fueron donados se tiene: la imagen de María Auxiliadora, el Niño Jesús, el altar de la Virgen del Calvario, la virgen Inmaculada, las Santas Reliquias que fueron traídas desde Roma entre otras (Villarruel, 2010).

La iglesia posee una nave central, en su altar mayor la imagen del Cristo Crucificado se halla en el centro de este, mientras que en el lado lateral izquierdo se encuentra la capilla de la Virgen María y en la parte lateral derecha encontramos la capilla de la virgen del Carmen. Con un total de 13 figuras religiosas talladas en madera policromada, se puede sentir el trabajo desinteresado, solamente con el verdadero afán de servir a Dios.

#### 6.4.6. Imbaya

##### Trapiche o molienda



*Figura 51:* Trapiche o molienda

**Elaboración:** El Autor

Es necesario empezar diciendo que el territorio de la parroquia rural de Imbaya es altamente productivo, rico y fértil. En este se producen, cítricos, tomate y la riquísima caña de azúcar. Siendo por esta razón es que destaca la creación de los trapiches o moliendas que eran sitios donde se preparaba panela a partir de la caña de azúcar.

La molienda se compone de un motor en el que pasa la caña de azúcar obteniéndose el jugo, posteriormente pasa a las pailas y finalmente al horno. Del jugo de caña se puede tener el otavalillo, la miel, el caldo, el hervido hasta terminar en la panela o los deliciosos y solicitados santos.

Debido a la industrialización y creación del Ingenio azucarero Tababela, el trabajo en las molindas empezó a mermar y desaparecer sin embargo hasta hoy día es posible visualizar el trabajo que estos laboriosos artesanos realizan.

### **Iglesia de la Parroquia de Imbaya**



**Figura 52:** Iglesia de Imbaya

**Elaboración:** El autor

La iglesia fue construida en el año de 1921 en honor a San Luis Gonzaga considerado como el patrono de esta parroquia.

En la parte exterior del templo es posible observar una fachada blanca de estilo moderno. Hace poco tiempo atrás en la parte superior de la torre se podía observar el campanario ahora ese espacio se encuentra cubierto por la imagen del patrono San Luis.

El interior del templo posee una sola nave central y en el altar mayor se contempla la figura tallada de San Luis Gonzaga quien se lo considera como el Santo de la juventud. La figura del Calvario que se encuentra en la parte lateral izquierda de la nave se considera una obra tallada perteneciente a los artistas de la Escuela Quiteña.

La Plazoleta Alejandro Méndez que se sitúa en la parte exterior del templo, es el espacio en donde se reúne la comunidad para la celebración de fiestas eucarísticas y patronales cada año en donde resaltan la religiosidad y el jolgorio de los habitantes con la presentación de comparsas, juegos artificiales, toros populares entre otras actividades.

#### **6.4.7. Selección de información adicional**

Se coloca la longitud y la latitud para la correcta georreferenciación en el mapa al momento de utilizar la aplicación. Los cuadros informativos sobre el transporte y las fiestas parroquiales pueden ser vistos en el anexo 5 y 6.

## Parques

**Tabla 14**

*Parques del Cantón*

<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>	<b>Wifi</b>
Atuntaqui	Parque Antonio José de Sucre	General Enríquez y Sucre	0.332202	-78.219068	SI
	Parque de la Familia	Ave. Luis Leoro Franco y David Manangón	0.334985	-78.212401	SI
	Plaza Cívica San Luis	Bolívar y Luis Alberto Gordillo	0.336096	-78.213238	NO
Andrade Marín	Parque Central Andrade Marín	Gral. Enríquez y Riofrio	0.321996	-78.209835	SI
San Roque	Parque Central de San Roque	Modesto Larrea y Bolívar	0.30144	-78.23439	SI
Natabuela	Parque Central de Natabuela	Av. Velasco Ibarra y Miguel de la Fuente	0.338976	-78.192778	SI
Chaltura	Parque Central de Chaltura	Av. Obispo Mosquera y Juan Bosco	0.353802	-78.195336	NO
	Parque de la Familia de Chaltura	Amazonas y Obispo Mosquera	0.352726	-78.193058	SI
Imbaya	Parque Central de Imbaya	Vía Urcuquí, Alejandro Jaramillo Rivadeneira.	0.369248	-78.151302	SI

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

## Centros de salud

**Tabla 15**

*Centros de Salud*

<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>	<b>Telf</b>
Atuntaqui	Hospital Básico de Atuntaqui	Calle Olmedo y Atahualpa	0.330823	-78.214822	(06) 2906 006
San Roque	Centro de salud de San Roque	Buitrón y Bolívar	0.30384	-78.232772	099880586 4
Natabuela	Centro de salud Natabuela	Calle s/n	0.339532	-78.193376	099332177 7
Chaltura	Centro de salud Chaltura	Obispo Mosquera y Abdón Calderón	0.354717	-78.195689	099569129 0
Imbaya	Puesto de salud Imbaya	Antonio Ante y Alejandro Jaramillo, junto parque central	0.368896	-78.151523	(06) 2540189

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El Autor

## Servicios higiénicos

**Tabla 16**

*Servicios higiénicos*

	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>
Atuntaqui	Servicios Higiénicos 1	Pérez Muñoz y Abdón Calderón	0.332094	-78.216133
Andrade Marín	Servicios Higiénicos 2	General Enríquez y 21 de Noviembre	0.323099	-78.210283

San Roque	Servicios Higiénicos 3	Parque Central de San Roque	0.30144	-78.23439
Natabuela	Servicios Higiénicos 4	Miguel Ángel de la Fuente y Velasco Ibarra	0.339039	-78.193137
Chaltura	Servicios Higiénicos 5	Abdón Calderón y Obispo Mosquera	0.354745	-78.195726
Imbaya	Servicios Higiénicos 6	Chiriboga y Alejandro Jaramillo	0.368752	-78.150971

---

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

### Unidad de Policía Comunitaria

**Tabla 17**

*UPC*

<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>	<b>Telf</b>
Atuntaqui	UPC de Atuntaqui	Abdón Calderón y Av. Julio Miguel Aguinaga	0.333964	-78.217921	911
Andrade Marín	UPC de Andrade Marín	Sánchez y Cifuentes y 21 de Noviembre	0.324087	-78.208457	
Imbaya	UPC de Imbaya	Vía Urcuquí	0.369723	-78.151411	

---

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

## GAD'S Municipales

**Tabla 18**

*GAD's Municipales*

<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>	<b>Telf</b>
Atuntaqui	GAD Municipal de Antonio Ante	Amazonas y García Moreno	0.332695	-78.21875	(06) 2906115
Andrade Marín	Junta Parroquial de Andrade Marín	Sánchez y Cifuentes y Atahualpa	0.321684	-78.207905	0979824264
Natabuela	GAD Parroquial de Natabuela	Miguel Ángel de la Fuente y Velasco Ibarra	0.338889	-78.19321	(06) 2908305
San Roque	GAD Parroquial de San Roque	Panamericana norte y Modesto Larrea	0.300649	-78.23306	(06) 2900261
Chaltura	GAD Parroquial de Chaltura	Abdón Calderón y Obispo Mosquera	0.354745	-78.195726	(06) 2533171
Imbaya	GAD Parroquial de Imbaya	Chiriboga y Alejandro Jaramillo	0.368752	-78,150971	(06) 2908305

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

## Mercados

**Tabla 19**

*Mercados*

<b>PARROQUIA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>LATITUD</b>	<b>LONGITUD</b>
Atuntaqui	Mercado Central	Av. Luis Leoro Franco y Av. Salinas	0.332052	-78.215817
Andrade Marín	Mercado Andrade Marín	General Enríquez y Abdón Calderón	0.323689	-78.210864
Chaltura	Mercado San José	Abdón Calderón y Obispo Mosquera	0.354556	-78.195938

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El Autor

## Cajero automático

**Tabla 20**

*Cajero Automático*

<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>
Atuntaqui	Banco del Pichincha	García Moreno y General Enríquez	0.331923	-78.219678

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

**Elaboración:** El autor

## Estaciones de servicio

**Tabla 21**

*Estaciones de servicio*

<b>Parroquia</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>
Atuntaqui	Estación de servicio 1	Panamericana norte y Santa Berta	0.314062	-78.224123
	Estación de servicio 2	Panamericana norte y Luis H. Hidrobo	0.318705	-78.221752
	Estación de servicio 3	Panamericana norte y Amazonas	0.32857	-78.214349
	Estación de servicio 4	Panamericana norte y Salinas	0.329911	-78.213048
Natabuela	Estación de servicio 5	Panamericana norte y Fausto Castro	0.338416	-78.184177

**Fuente:** (Investigación de campo, 2018)

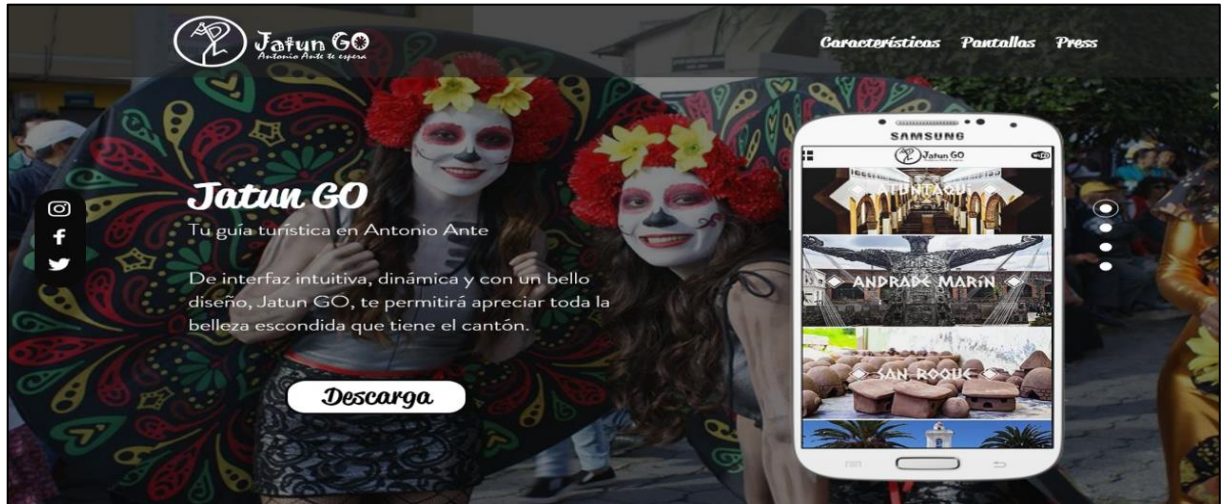
**Elaboración:** El autor

## 6.5. Estrategia digital

Parte de la estrategia virtual se enfoca en la creación de una página web, para la difusión y descarga de la aplicación móvil, por otra parte las redes sociales juegan un papel muy importante en la actualidad por tal razón se ha creado las respectivas páginas de Facebook, Twitter e Instagram para la consolidación de una estrategia de difusión efectiva.

### 6.5.1. Página web

Mediante el desarrollo de la página web [www.jatungo13.wixsite.com/antonioante](http://www.jatungo13.wixsite.com/antonioante), se pretende que el usuario acceda a esta para la descarga de la aplicación de guía turística. Esta página contiene información descriptiva de la app así como también el manual de usuario, con el que este último podrá familiarizarse y navegar por la aplicación con mayor facilidad. La página web se encuentra adaptada tanto a computadoras como a smartphones.



**Figura 53:** Página Jatun GO

**Elaboración:** El Autor

### 6.5.2. Página de facebook

Es necesario crear la fan page en Facebook debido a la cantidad de usuarios que esta posee y la facilidad con la que se comparte la información y noticias por la misma.



**Figura 54:** Página de Facebook

**Elaboración:** El autor

### 6.5.3. Página en Instagram

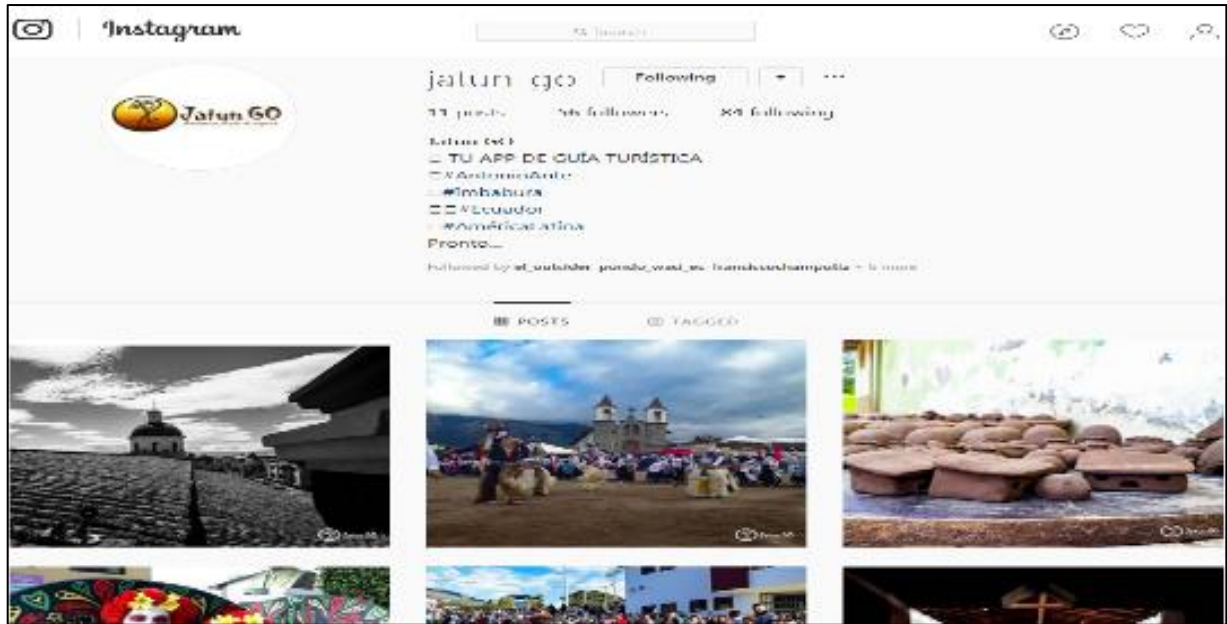


Figura 55: Página de Instagram

Elaboración: El autor

### 6.5.4. Twitter



Figura 56: Página de Twitter

Elaboración: El autor

## 6.6. MANUAL DE USUARIO



**Figura 57:** Portada

**Elaboración:** El autor



AUTORÍA - EDICIÓN - DISEÑO -  
ELABORACIÓN

Juan Carlos Minda Ramírez

Ibarra - Ecuador

2018



**Figura 58:** Información del autor

**Elaboración:** El autor

## PRESENTACIÓN

Jatun GO, Antonio Ante te espera

Hoy en día las apps forman parte de nuestra vida cotidiana, las utilizamos desde las tareas más simples: compras, entretenimiento; hasta las más complejas como transacciones monetarias.

Esta tendencia ha cambiado la forma en que se hace turismo, es por ello que te presentamos la aplicación de guía turística "Jatun GO", herramienta digital diseñada para facilitar tu viaje por el hermoso cantón Antonio Ante.

De interfaz intuitiva, dinámica y con un bello diseño, Jatun GO, te permitirá apreciar toda la belleza escondida que tiene el cantón.

Descarga la app es gratuita



**Figura 59:** Presentación

**Elaboración:** El autor

## REQUISITOS DE HARDWARE Y SOFTWARE

- Smartphone gama media - alta
- Android 4.0 o superior
- Conexión a internet (sólo la primera vez para la descarga de datos)
- GPS
- Espacio requerido: 70 mb



**Figura 60:** Requisitos

**Elaboración:** El autor

## INFORMACIÓN DE DESCARGA

- Visita la página

[www.jatungo13.wixsite.com/antonioante](http://www.jatungo13.wixsite.com/antonioante)

- Presiona en descarga
- Puedes visitar la página desde tu navegador favorito en tu smartphone, pc o laptop



**Figura 61:** Información de descarga

**Elaboración:** El autor



- Al instalar la app puede ser detectada como archivo desconocido, puesto que es de desarrollo independiente.
- Para poder instalarla sin contratiempos, es necesario ir a la sección de **ajustes** del dispositivo.

### INFORMACIÓN DE INSTALACIÓN

- Una vez realizada la descarga de la app, buscamos el archivo con extensión .apk, en nuestro dispositivo ubicado en la carpeta de descargas.

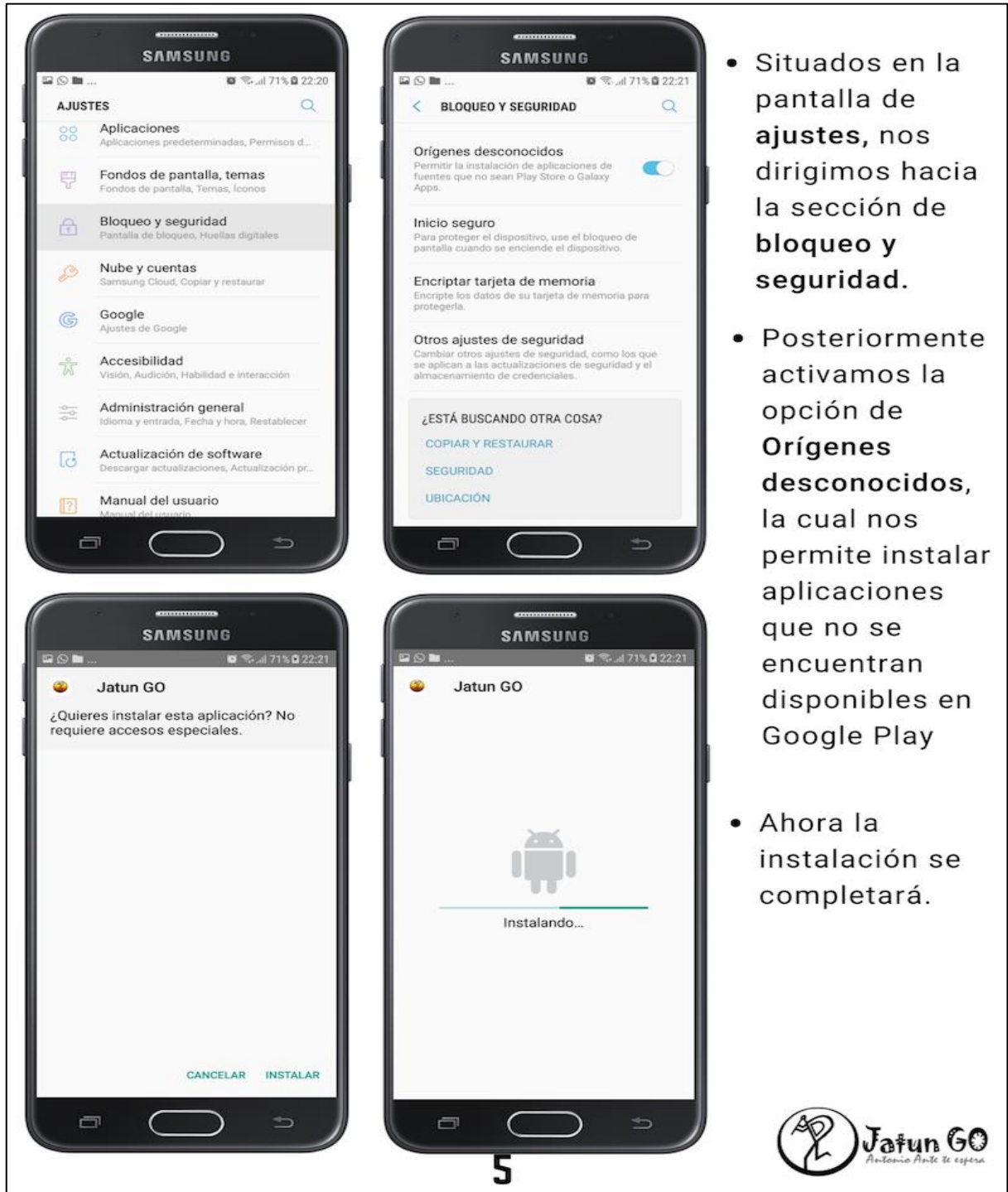


4



**Figura 62:** Información de Instalación

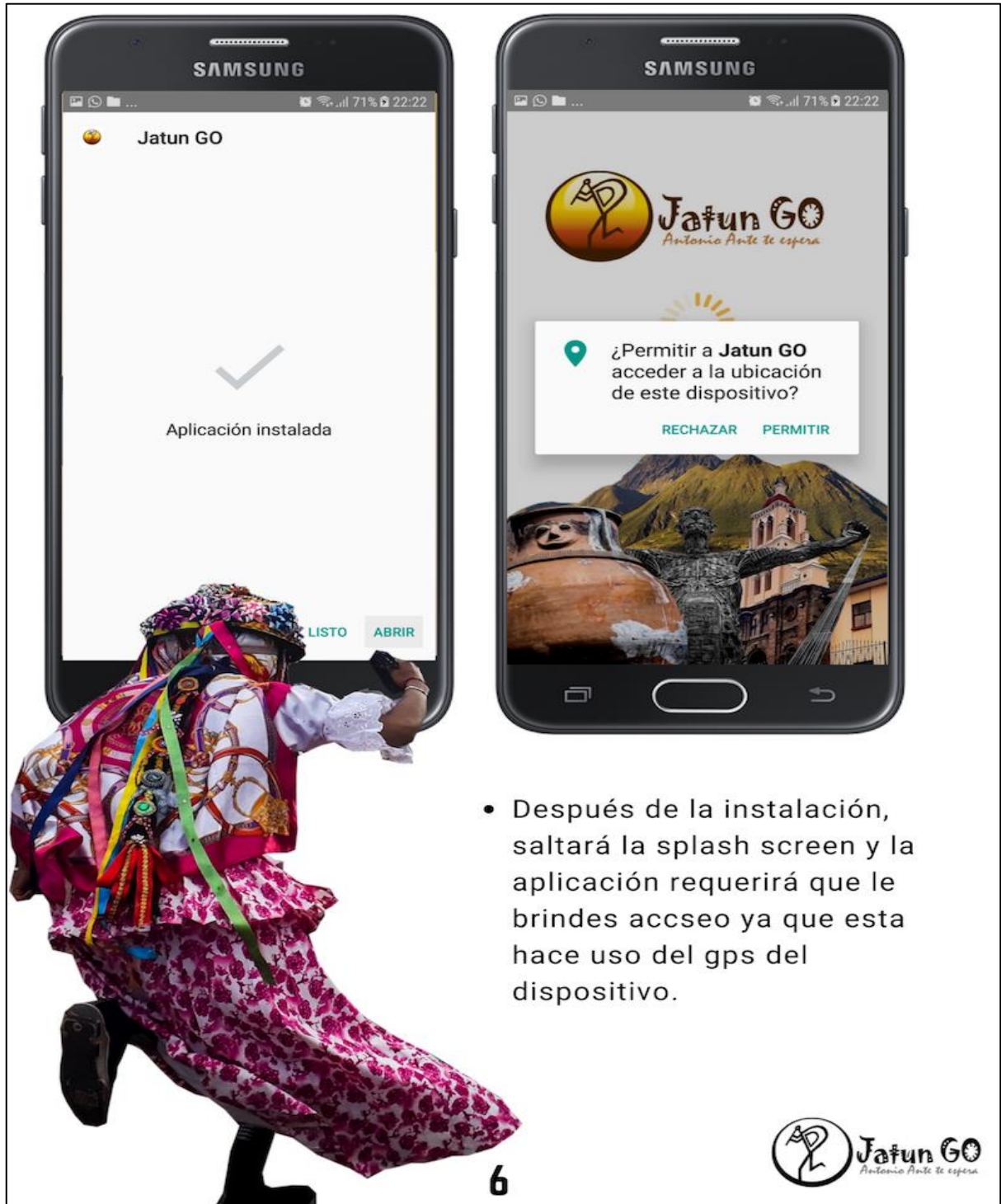
**Elaboración:** El autor



- Situados en la pantalla de **ajustes**, nos dirigimos hacia la sección de **bloqueo y seguridad**.
- Posteriormente activamos la opción de **Orígenes desconocidos**, la cual nos permite instalar aplicaciones que no se encuentran disponibles en Google Play
- Ahora la instalación se completará.

**Figura 63:** Instalación

**Elaboración:** El autor



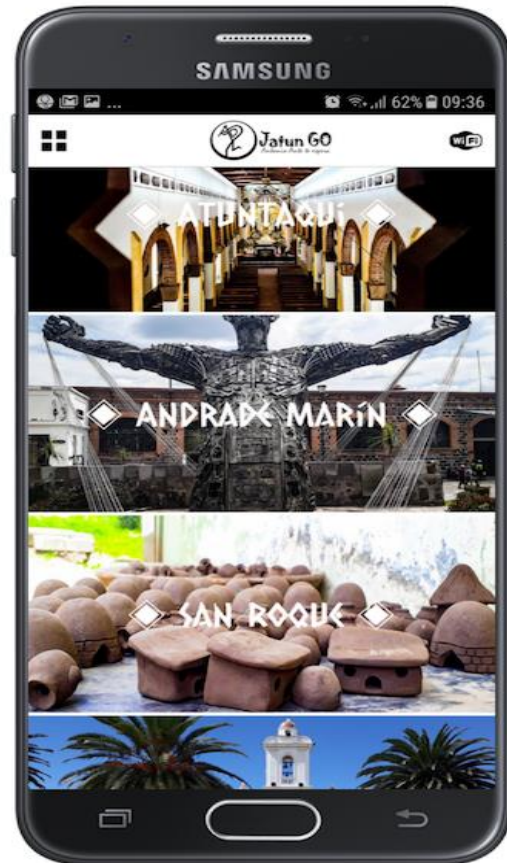
**Figura 64:** Permisos de la aplicación

**Elaboración:** El autor

## APLICACIÓN

- Al abrir la app, nos encontraremos con la pantalla principal en la que se mostrarán 5 diferentes fotografías representando cada una de las parroquias del cantón:

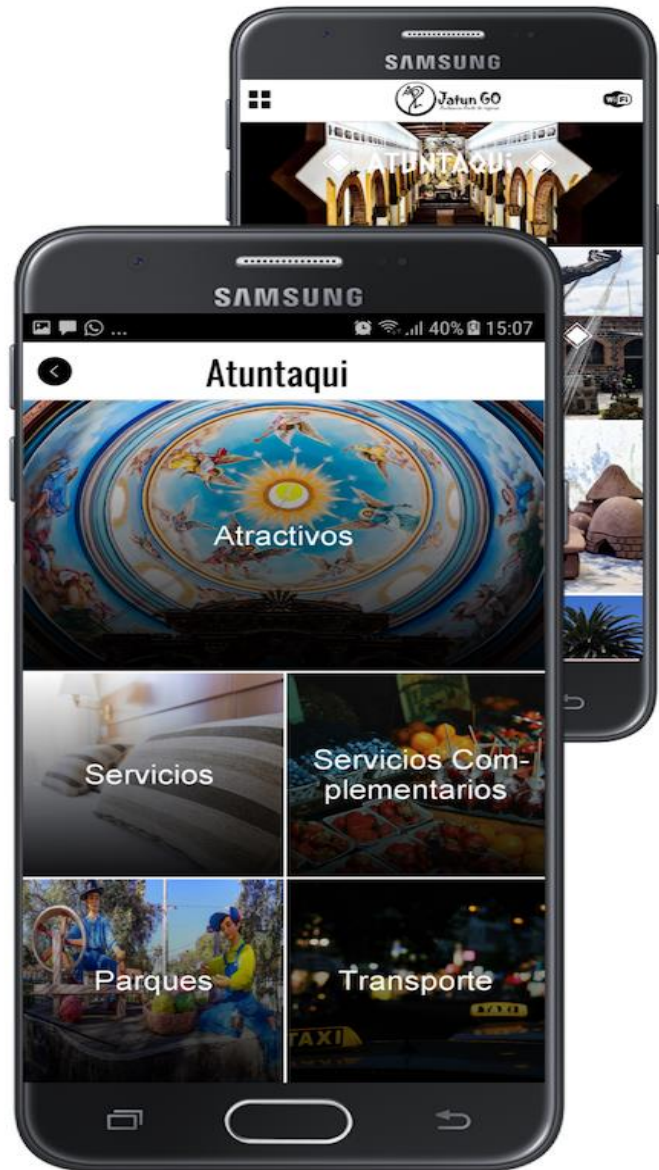
- Andrade Marín
- Atuntaqui
- San Roque
- Chaltura
- Natabuela
- Imbaya



**Figura 65:** Aplicación

**Elaboración:** El autor

- Ingresando en una de las parroquias, podremos encontrar toda la información de los atractivos turísticos, servicios turísticos, complementarios, transportes y de los diferentes parques que cuentan con servicio de wifi gratuito



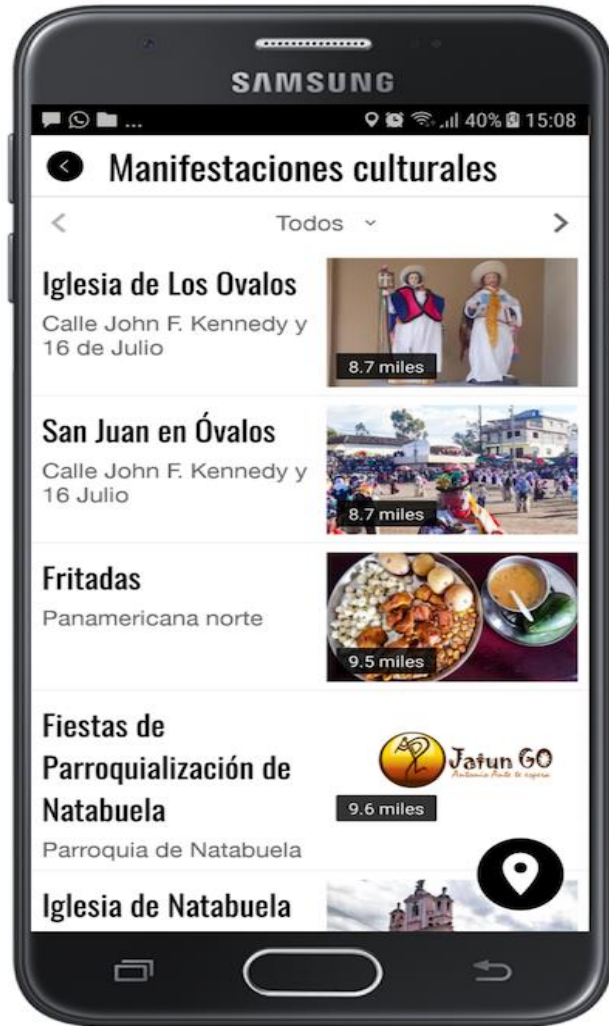
8



**Figura 66:** Servicios

**Elaboración:** El autor

## ATRATIVOS TURÍSTICOS



En la pantalla de atractivos se muestran todos los existentes de la parroquia seleccionada, clasificados por categorías

9



**Figura 67:** Atractivos turísticos

**Elaboración:** El autor



**Figura 68:** Sección de atractivos

**Elaboración:** El autor

## SERVICIOS TURÍSTICOS

En servicios turísticos, encontrarás la oferta de alojamiento y de alimentos y bebidas.



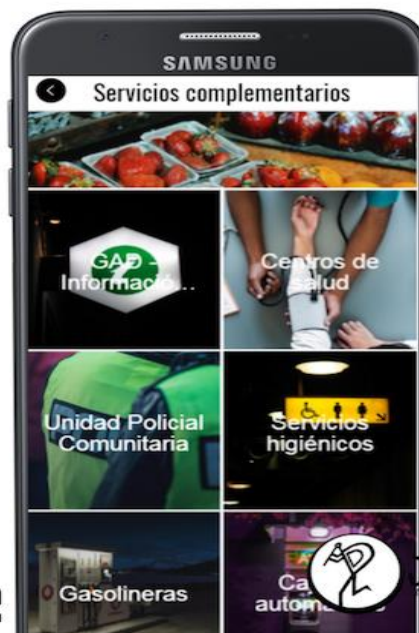
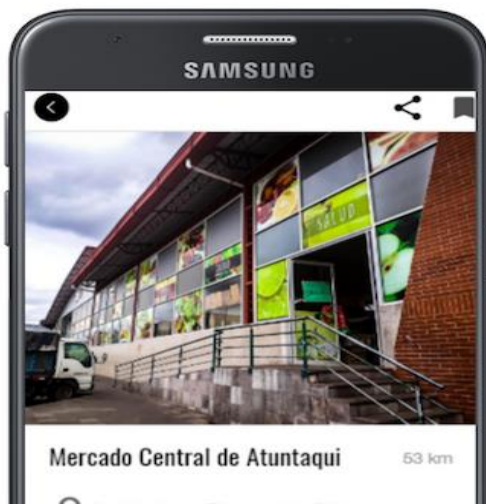
**Figura 69:** Servicios turísticos

**Elaboración:** El autor

## SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

En servicios complementarios podrás encontrar de manera detallada:

- GAD'S
- MERCADOS
- UPC
- SERVICIOS HIGIÉNICOS
- CENTROS DE SALUD
- GASOLINERAS
- CAJEROS AUTOMÁTICOS



**Figura 70:** Servicios Complementarios

**Elaboración:** El autor

## PARQUES

En esta sección podrás encontrar todos los parques del cantón. La aplicación le informará si estos poseen servicio de wifi gratuito

## TRANSPORTE

En la sección de transporte se encuentran los servicios de transporte disponibles: taxis, autobuses, camionetas y tren.



13

**Figura 71:** Parques, transportes

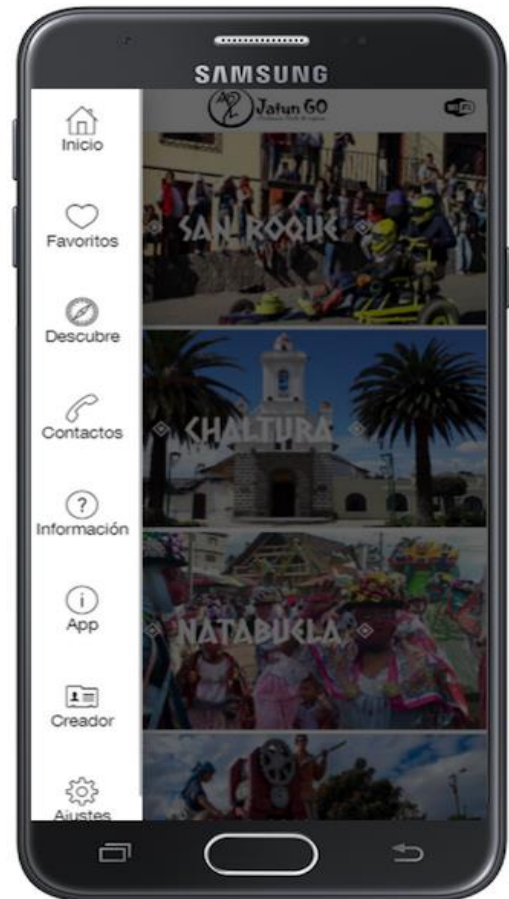
**Elaboración:** El autor

## MENÚ DE DESPLAZAMIENTO

El menú de desplazamiento es accesible desde la pantalla principal de la aplicación.

A través de este, podrás acceder a diversas secciones tales como:

- Inicio
- Favoritos
- Descubre
- Contactos
- Información
- App
- Creador
- Ajustes

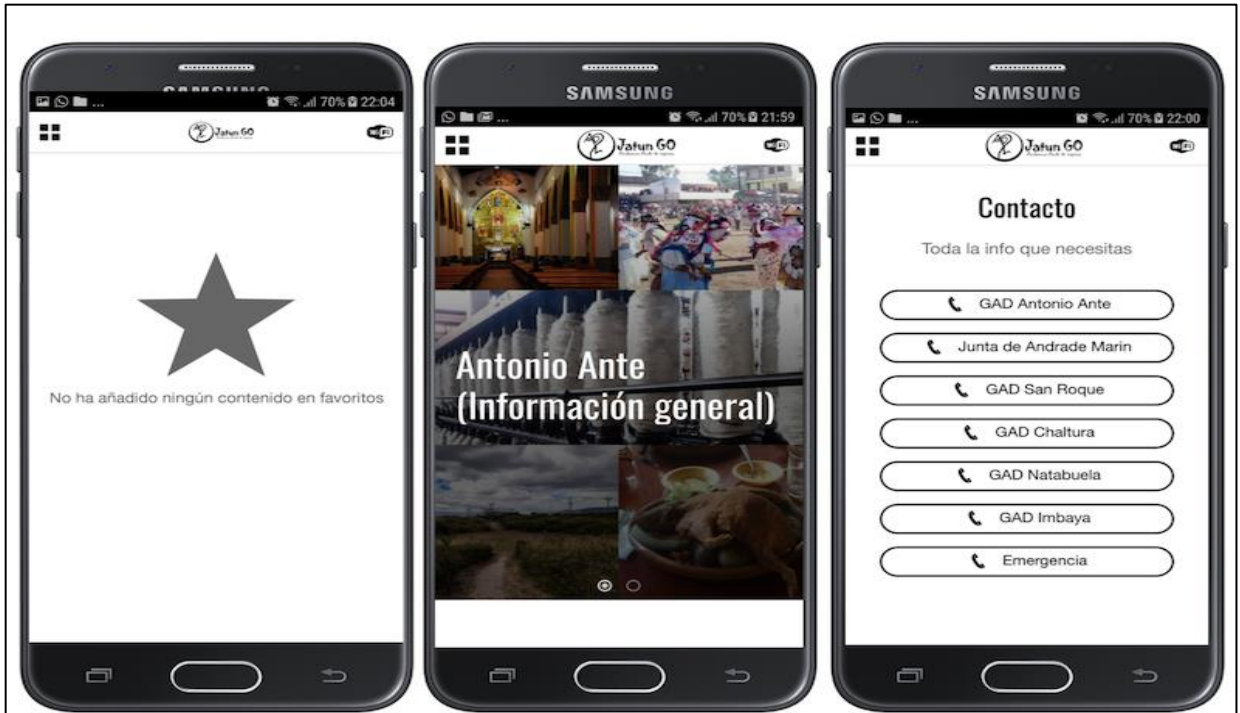


14



**Figura 72:** Menú de desplazamiento

**Elaboración:** El autor



En la sección de **Favoritos** podrás añadir tus lugares, y servicios favoritos para que sean accesibles más rápidamente.

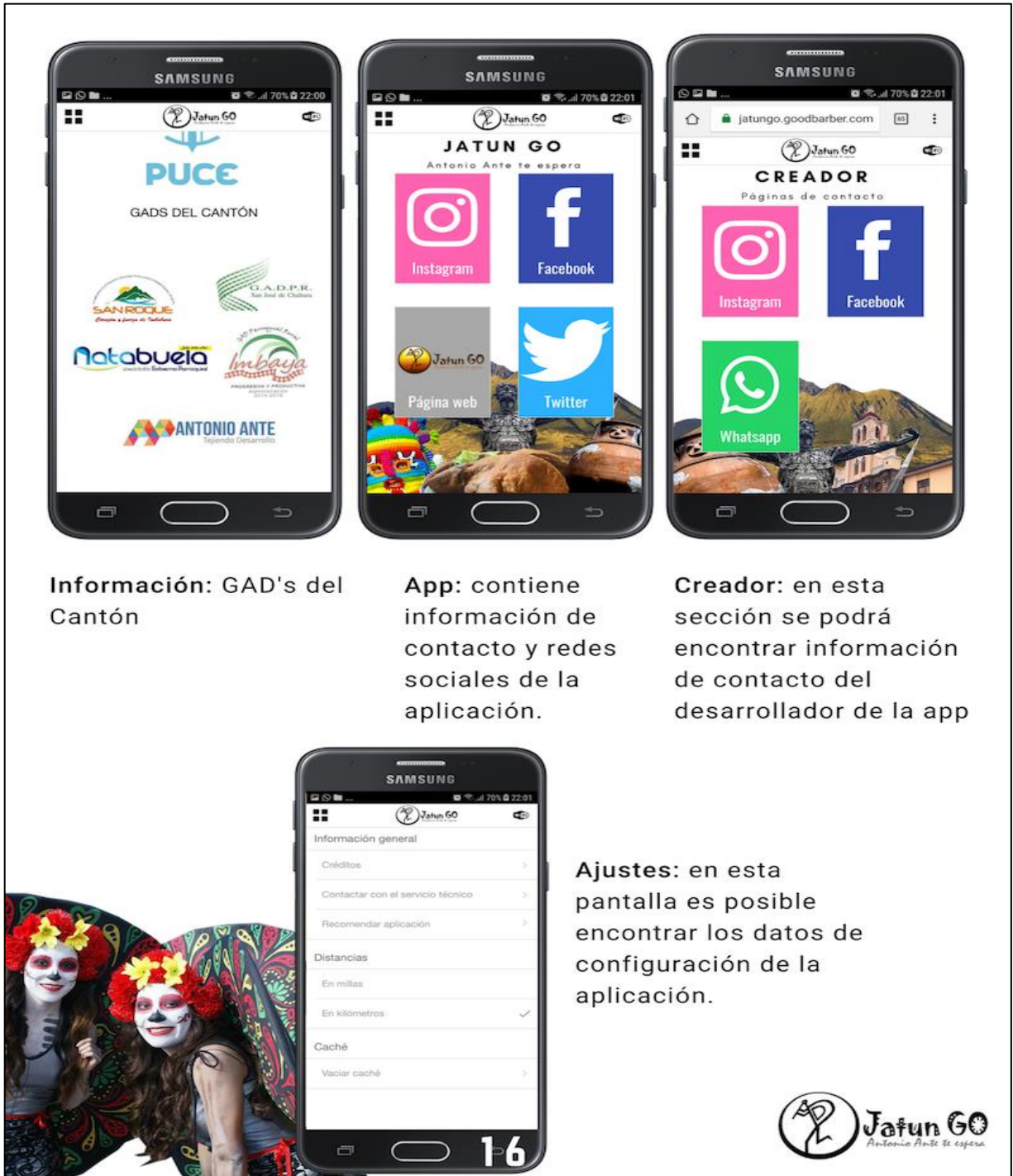
En la sección **Descubre**, encontrarás información detallada del cantón Antonio Ante.

La sección de **Contactos** posee los números telefónicos de los diferentes GAD's del cantón.



**Figura 73:** Favoritos, descubre, contactos

**Elaboración:** El autor



**Información:** GAD's del Cantón

**App:** contiene información de contacto y redes sociales de la aplicación.

**Creador:** en esta sección se podrá encontrar información de contacto del desarrollador de la app

**Ajustes:** en esta pantalla es posible encontrar los datos de configuración de la aplicación.

**Figura 74:** Información, app, creador y ajustes

**Elaboración:** El autor



**Figura 75:** Información de contacto

**Elaboración:** El autor

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Conclusiones

1. En esta tesis se desarrolló una aplicación móvil de guía turística para el sistema operativo Android, en la que se detalla la oferta turística del cantón Antonio Ante y siendo del mismo modo esta una herramienta con la que se fomentará y promocionará la actividad turística del cantón.
2. A través del trabajo de campo, observación y recopilación de información mediante las fichas de inventario, fue posible la identificación de nuevos atractivos y la actualización de los actuales, lo que se convierte en material muy útil para el desarrollo de proyectos y de futuras investigaciones.
3. La navegación por la aplicación resulta muy sencilla gracias a la intuitiva interfaz que esta presenta, mostrando ninguna dificultad durante la interacción con el turista.
4. Las nuevas tecnologías, como es el caso de las aplicaciones móviles, representan una oportunidad trascendental en el ámbito de promoción turística ya que tienen gran alcance. Siendo pues que proyectos como este, pueden ser aplicados no solamente en diversas ciudades, sino también en pequeñas comunidades y en sectores con emprendimientos turísticos, haciendo que resalte toda su riqueza turística.

## **7.2. Recomendaciones**

1. Es necesario el continuo avance con proyectos de innovación tecnológica en el área turística ya que para el turismo la tecnología es su principal herramienta hoy en día.
2. Se recomienda a las autoridades la constante actualización de información en el área turística, ya que en primera instancia fue difícil recolectar información de los lugares turísticos del cantón Antonio Ante.
3. Es importante que las autoridades o los futuros investigadores elaboren una base de datos con toda la información de los atractivos turísticos para que esta sea accesible al público, al sector privado y a la academia.

## 8. REFERENCIAS

- Agencia ANDES. (20 de Mayo de 2016). *Incremento temporal de 2 puntos en el IVA regirá desde junio en Ecuador*. Obtenido de Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/incremento-temporal-2-puntos-iva-regira-junio-ecuador.html>
- Agencia ANDES. (6 de Enero de 2017). *Turismo en Ecuador dinamizó la economía del país en USD 285,5 millones durante 2016*. Obtenido de Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-ecuador-dinamizo-economia-pais-usd-2855-millones-durante-2016.html>
- Alonso, M., & Furio, E. (2006). *Internet y sus aplicaciones al sector turístico*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Banco Mundial. (2017). *Population total*. Obtenido de The World Bank: <https://data.worldbank.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=EC>
- Basterra, Berteia, Borello, Castillo, & Venturi. (2017). Introducción. *Android OS Documentation, Release 0.1*, 3.
- Burkart, A., & Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. Londres: Heinemann.
- Castelló, A. (2010). *Estrategias empresariales en la web 2.0. Las redes sociales online*. San Vicente: Editorial Club Universitario.
- Comité Santa María de Lourdes. (s/f). *Lourdes, corazón que late en un pueblo*, 6-7.
- Cooperación 31 de diciembre. (2017). *Proyecto de realización y desarrollo de la fiesta popular de inocentes y fin de año*. Atuntaqui.
- Da Cruz, G., & Velozo, T. (2010). Promoción turística on-line: Análisis del SITE y las políticas públicas de Recife - Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, XIX(5), 691. Recuperado el 04 de Enero de 2018, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n5/v19n5a06.pdf>
- Díaz, M., Castro, D., Escalona, M., León, A., & Ramírez, M. (2013). *Metodología de la investigación*. México . D.F.: Trillas.
- Distrendia. (2016). Informe Mobile en España y en el Mundo. *Distrendia: Digital Marketing Trends*, 4. Obtenido de [http://www.amic.media/media/files/file\\_352\\_1050.pdf](http://www.amic.media/media/files/file_352_1050.pdf)

- Doyle, M. (2016). Desarrollo de la Calidad Turística. *República de Oportunidades*, p. 42-43 .  
Obtenido de <https://issuu.com/ekosnegocios/docs/2es>
- El Comercio. (21 de Noviembre de 2016). *Terremoto en Ecuador, entre las principales catástrofes del 2016*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/terremoto-ecuador-catastrofes-mundo-chapecoense.html>
- El Universo. (26 de Octubre de 2017). Presentan la Primera Feria Nacional del Cuy de Antonio Ante. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/10/26/nota/6449659/presentan-laferia-nacional-cuy-antonio-ante>
- Encalada, E. (19 de Abril de 2017). Las ‘apps’ facilitan el desarrollo del turismo local. *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/viajar/apps-facilitan-desarrollo-turismo-local.html>
- Fábrica Imbabura. (s.f.). Antonio Ante. *Galería Artesanal Fábrica Imbabura*, 4.
- GAD de Antonio Ante. (2016). *Historia*. Obtenido de Antonio Ante: Tejiendo desarrollo : <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/historia>
- GAD Municipal de Antonio Ante. (2018). *Información General [Tabla]*. Obtenido de Antonio Ante: <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/informacion-general>
- García, F., & M., S. (2011). Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el medio ambiente: el estudio de caso de la provincia de Ávila. *Revista Electrónica de Medioambiente*, p. 2. Obtenido de [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45\\_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante. (2016). Información general. Obtenido de <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/informacion-general>
- Gobierno Municipal Antonio Ante. (24 de Octubre de 2017). *ANTONIO ANTE: Tejiendo Desarrollo*. Obtenido de Patrimonio Cultural del Ecuador Fiesta de Inocentes y Fin de Año cuenta con aporte municipal: <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/noticias/581-patrimonio-cultural-del-ecuador-fiesta-de-inocentes-y-fin-de-ano-cuenta-con-aporte-municipal>

- Google. (Agosto de 2017). *3 ways travel marketers can fine-tune their measurement strategy*. Obtenido de Think with Google: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/data-measurement/three-ways-travel-marketers-can-fine-tune-their-measurement-strategy/>
- Google. (2017). *Think with Google*. Obtenido de Principio de diseño de las aplicaciones para dispositivos móviles: Atraiga a los usuarios y genere conversiones: [https://www.thinkwithgoogle.com/\\_qs/documents/1011/Google\\_Guia\\_UX.pdf](https://www.thinkwithgoogle.com/_qs/documents/1011/Google_Guia_UX.pdf)
- Google. (10 de Enero de 2018). *Guides by Lonely Planet*. Obtenido de Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lonelyplanet.guides&hl=es>
- Google. (9 de Enero de 2018). *TripAdvisor: hoteles, restaurantes, vuelos*. Obtenido de Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tripadvisor.tripadvisor&hl=es>
- Guerrero, P., & Ramos, R. (2014). *Introducción al Turismo* (1 ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Gurría Di-bella, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- HeBS Digital . (6 de Mayo de 2013). *The Truth is in the Numbers: 2013 is Undoubtedly the Year of the Three Screens in Hospitality*. Obtenido de hebsdigital: <https://blog.hebsdigital.com/the-truth-is-in-the-numbers-2013-is-undoubtedly-the-year-of-the-three-screens-in-hospitality/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGRAW-HILL.
- Instituto Nacional de Patrimonio [INPC]. (2011). Introducción. *Instructivo para fichas de registro de inventario: Bienes inmuebles*, 10.
- Jácome, I. (1 de Agosto de 2018). Historia de la Heladería Chaltura. (J. Minda, Entrevistador)
- Jiménez Bulla, L., & Jiménez Barbosa, W. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Larrea, M. (2015). *El turismo 2.0 y su aplicación en el plan de promoción turística "Guayaquil es mi destino"*. (Tesis de maestría). UEES. Samborondón.
- Lundsteen, M., Martínez, U., & Palomera, J. (2014). *Periferias, fronteras y diálogos*. Tarragona: Publicacions URV.

- Martínez, E. (1992). Los recursos naturales. *Recursos naturales, biodiversidad, conservación y uso sustentable*, 14. Obtenido de [https://www.mendoza-conicet.gov.ar/portal/multequina/indice/pdf/01/1\\_8.pdf](https://www.mendoza-conicet.gov.ar/portal/multequina/indice/pdf/01/1_8.pdf)
- Martinez, E. (1992). *Recursos naturales, biodiversidad, conservación y uso sustentable*. Obtenido de Conicet Mendoza: [http://www.cricyt.edu.ar/multequina/indice/pdf/01/1\\_8.pdf](http://www.cricyt.edu.ar/multequina/indice/pdf/01/1_8.pdf)
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. Londres: Longman.
- MINTUR. (21 de Julio de 2016). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de Segunda etapa de All You Need Is Ecuador invita a enamorarse del país de los cuatro mundos: <http://www.turismo.gob.ec/segunda-etapa-de-all-you-need-is-ecuador-invita-a-enamorarse-del-pais-de-los-cuatro-mundos/>
- MINTUR. (2016). *Rendición de cuentas 2016*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/Informe-de-Rendici%C3%B3n-de-Cuentas-MINTUR-.pdf>
- MINTUR. (2017). *Catastro público de Antonio Ante*.
- MINTUR. (2017). Clasificación de atractivos turísticos. *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017. 1ra Parte.*, 19-23.
- MINTUR. (2017). *Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador 2017. 2da Parte*. Quito.
- MINTUR. (Octubre de 2017). *Metodología para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017. Glosario de términos*. Obtenido de Ministerio de Turismo: [http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Anexo2\\_Glosario.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Anexo2_Glosario.pdf)
- Münch, L., & Ángeles, E. (1996). *Métodos y técnicas de investigación* (Segunda ed.). México D.F., México: Trillas.
- Naranjo, S. (8 de Septiembre de 2015). Ministra Naranjo presentó “Feel Again Project” a la industria. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ministra-naranjo-presento-feel-again-project-a-la-industria/>

- Núñez, R. (2009). Tema: El patrimonio como producto turístico. Materias y objetivos. (UNESCO, Ed.) *CCBP: Programa de Desarrollo de Capacidades para el Caribe para el patrimonio mundial, módulo 2: Gestión del turismo en sitios patrimoniales*, 26. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002170/217015f.pdf>
- OMT. (2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de Organización Mundial de Turismo OMT: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2015). El turismo clave, para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar. *Panorama OMT del Turismo Internacional*, 2. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416202>
- OMT. (2017). *Conclusiones Seminario Internacional sobre nuevas tecnologías aplicadas al turismo*. Roatán: OMT. Obtenido de [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones\\_seminario\\_roatan.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones_seminario_roatan.pdf)
- O'Reilly, T. (30 de Septiembre de 2005). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next*. Obtenido de O'Reilly: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Rivas García, J., & Magadán Díaz, M. (2012). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Principado de Asturias: Septem Ediciones.
- Rodríguez, D. (6 de Marzo de 2013). *El Boom de las Apps*. Obtenido de EOI: <https://www.eoi.es/blogs/scm/2013/03/06/el-boom-de-las-apps/>
- Sánchez, D., & García, M. (2012). *Guía para caminantes: Lineamientos para elaborar guías para caminantes de los caminos ancestrales andinos*, 24-25.
- Sánchez, E. (2011). El turismo 2.0. Un nuevo modelo de promoción turística. *Redmarka-UIMA*, 38-39.
- Segittur. (2012). *Guías de destino*. Obtenido de Segittur: [https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Segittur\\_APPS-Turismo.pdf](https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Segittur_APPS-Turismo.pdf)
- Segittur. (2016). Introducción Guía de Apps 2016. *Guía apps turísticas 2016, Volumen III*, p. 1. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/342204535/Guia-de-Aplicaciones-2016>
- Segittur. (2017). Introducción guía de apps . *APPs Turísticas 2017. Tercera Edición*, 2.

- Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano [SIPCE]. (s.f.). *Iglesia de los Óvalos*. Obtenido de sipce.patrimoniocultural.gob.ec:  
<http://sipce.patrimoniocultural.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienesMapa/busquedaMapa.jsf>
- Torre, F. D. (3 de Julio de 2018). Fábrica Imbabura. (J. Minda, Entrevistador)
- Velasco, J. (1789). *La Historia del Reino de Quito*. Quito.
- Villarruel, N. (2010). *Monografía de la Parroquia "San José de Chaltura"*. Antonio Ante.
- William, E., & Pérez, E. (2008). Turismo 2.0 La Web social como plataforma para desarrollar un ecosistema basado en el conocimiento. *Estudios Turísticos*, n.º 178, 119.
- World Tourism Organization [WTO]. (2017). *UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition*, p. 2. Obtenido de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>

# **ANEXOS**



Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Sede Ibarra

**ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS  
“GESTURH”**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO**

**TEMA:**

“PROPUESTA DE UNA GUÍA TURÍSTICA PARA EL CANTÓN ANTONIO ANTE,  
PROVINCIA DE IMBABURA, A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

TURISMO SOSTENIBLE  
CÓDIGO: G.T.1

AUTOR: JUAN CARLOS MINDA RAMÍREZ

IBARRA, JULIO – 2017

## **1. TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Propuesta de una guía turística para el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a través de una aplicación móvil.

## **2. CONTEXTUALIZACIÓN**

Antonio Ante cantón que se encuentra ubicado al Sur Oeste de Ibarra y a 105 km del norte la ciudad de Quito se caracteriza por la calidez, productividad y sencillez de su gente. Cuenta con 6 parroquias, 2 urbanas y 4 rurales (Atuntaqui, Andrade Marín, Natabuela, Chaltura, Imbaya y San Roque). Ha destacado por ser uno de los ejes económicos no sólo de la provincia de Imbabura sino también del Ecuador. Sin embargo, este es un cantón que no ha aprovechado la totalidad de su potencial turístico ni lo ha promocionado con estrategias eficaces.

Es por eso:

Antonio Ante no sólo es textil ya que puede ofrecer a sus visitantes los múltiples encantos turísticos que posee, como la majestuosa FÁBRICA IMBABURA y toda su historia, los vestigios arqueológicos con el complejo de tolas ubicadas en todo el cantón y la explosión de colores de los hermosos campos y senderos donde se puede realizar infinidad de actividades turísticas. (Cuásquer, Oña, 2014, p.27)

Las fiestas tradicionales también son una parte representativa del cantón las cuales muestran la diversidad cultural y la familiaridad de las mismas; fiestas como el Inti Raymi; la Semana Santa; la celebración de la fiesta popular de inocentes y fin de año, declarada Patrimonio Cultural del Ecuador, entre otras; son parte importante de las celebraciones en el cantón. (Cuásquer, Oña, 2014, p.27)

La información digital sobre los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante es escasa, el GAD cantonal tampoco cuenta con información turística relevante en plataformas web.

Por otro lado, no existen aplicaciones que brinden información para el visitante. La pregunta que se debe formular es: ¿y qué sucede con las maravillas escondidas? Resulta que están ahí, pero necesitan ser promocionadas para ser visitadas.

La globalización ha hecho que el mercado actual cambie por completo su dinámica, convirtiendo al internet en la herramienta más poderosa en la producción y transmisión de información.

Este nuevo turista digital, hiperconectado y multicanal, acostumbrado a usar sus dispositivos móviles y aplicaciones en su lugar de residencia para interactuar con el entorno y hacer su vida más cómoda, necesita disponer de conectividad y servicios móviles a lo largo de las distintas etapas del viaje. (Segittur, 2015)

Vivimos en la era de la información. Esta es una época en la que tenemos acceso a cualquier tipo de información sin embargo para que sea útil, esta debe ser coherente, clara, sintetizada y real.

En el cantón Antonio Ante, en concordancia con la promoción turística: “falta mayor promoción e información específica de los sitios de visita” (GAD de Antonio Ante, 2016). Este es un problema latente ya que, la misma Jefatura de Turismo y Cultura del cantón no cuenta con un espacio específico de información turística digital ni tampoco con apps de turismo. Lo que se plantea es la propuesta de desarrollo de una guía turística cuya información sea adaptable una aplicación. La misma que contará información clara y con los datos más relevantes del cantón en relación con la oferta turística.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

En el Ecuador la actividad turística se encuentra regulada por la Ley de turismo, publicada en el Registro Oficial No. 733 del 27 de diciembre del 2002., establece:

**Art. 1.** ...” el marco legal que rige la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 2.** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

c) Promover la capacitación técnica y profesional, de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

d) Fomentar e incentivar el turismo interno”.

Por ende, el desarrollo del presente proyecto forma parte de los lineamientos de la Ley de turismo en concordancia con la promoción de destinos turísticos.

El cantón Antonio Ante se ha destacado en sus festividades de año nuevo, desfiles de cantonización, y sus sitios culturales, los cuales han sido catalogados como Patrimonios culturales del Ecuador (La ex Fábrica Textil Imbabura, Paila tola y Fiesta popular de inocentes y fin de año).

La Dirección de Turismo y Cultura del cantón, como órgano rector de la política turística del sector, cuenta con una estructura institucional que articula las responsabilidades en el nivel técnico y político con referencia al sector turístico. Una de sus debilidades es que no disponen de una guía turística que permita complementar los vínculos entre los atractivos, las actividades, el turista y los servicios, en el contexto territorial, reflejando una situación que incide negativamente en los resultados esperados de su gestión en pro de fortalecer el sector turístico. La visión de un liderazgo en turismo sostenible plantea retos adicionales, éstos deben integrarse a la dinámica del sector en su conjunto, con estrategias innovadoras que posibiliten dinamizar y efectivizar un servicio eficiente, efectivo y de calidad, en cuanto a la comercialización, preferencia e incremento de visitantes y económico.

El propósito es fortalecer al sector turístico del cantón Antonio Ante, para garantizar el incremento del flujo de visitantes en el área de estudio. Por lo anteriormente expuesto, la guía pretende ser el vínculo entre el destino turístico y el turista; por lo tanto, los beneficiarios directos serán todas las personas que de una u otra manera ha dedicado su vida para generar y mantener el turismo como una estrategia de fomento económico y de identidad, además, es un instrumento que posibilita, que el turista cuente con un elemento valioso que identifique de manera didáctica y técnica el acceso a los lugares turísticos de su preferencia.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. General**

Desarrollar una guía turística del cantón Antonio Ante para la fácil movilidad del turista, cuya información pueda ser empleada en una aplicación móvil.

### **4.2. Específicos**

- Recopilar información bibliográfica basada en la problemática a investigar.
- Realizar un diagnóstico sobre la situación actual de la oferta turística del cantón Antonio Ante.
- Desarrollar una guía turística con datos fiables y concretos, facilitando información acerca del lugar deseado en el cantón Antonio Ante.
- Analizar qué tipos de impactos genera el desarrollo de la guía turística.

## **5. IMPACTOS**

### **Impacto social**

Se considera que la elaboración de esta guía turística contribuirá a mejorar la estadía de los turistas que, en algunos casos, sin ningún conocimiento previo llegan al cantón, buscando información que les permita auto guiarse y facilitar su estadía.

### **Impacto Educativo**

Aportará con nuevos conocimientos a la formación preprofesional, además, permitirá vincularse directamente con el entorno natural y cultural del cantón Antonio Ante.

### **Impacto Económico**

Mediante el desarrollo del presente proyecto, se pretende que los turistas aporten con la dinamización económica de los sitios que visiten mediante la guía.

### **Impacto Ecológico**

Esta guía promoverá el uso de herramientas tecnológicas, evitando así el excesivo uso de papel como medio de difusión. De esta manera contribuirá al cuidado del medio ambiente.

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

En el primer capítulo se realizará una investigación bibliográfica la cual ayudará al análisis las diversas tipologías de guías turísticas, las mismas que han sido modificadas y aplicadas en diversas circunstancias a través del tiempo.

En el segundo capítulo se realizará un análisis diagnóstico de la realidad del cantón. En la actualidad el cantón Antonio Ante no cuenta con la suficiente promoción turística que lo haga atractivo al turista ni que permita la fácil movilidad en este. Por lo general Atuntaqui (cabecera parroquial) es la parroquia que más turismo atrae, siendo el comercio textil la actividad que más frecuente en la parroquia y característica de todo el cantón. El bajo esfuerzo en promoción turística por parte de las entidades públicas como privadas, ha hecho de Antonio Ante un cantón débil turísticamente. Es muy difícil localizar en la ciudad los servicios y atractivos turísticos, sin la ayuda de algún ciudadano local.

Es indispensable evaluar el estado de los diferentes atractivos tanto naturales como culturales.

En el tercer capítulo se dará paso al desarrollo de la propuesta. El presente proyecto tiene como objetivo el desarrollo de una guía de información turística. Esta tendrá la ventaja de gozar de una mayor permanencia en el tiempo ya que la información recopilada podrá utilizarse en una aplicación para móviles. Reunirá las características necesarias, que deben ser: compendiar, catalogar y describir, los servicios disponibles; brindar información general sobre cada zona geográfico-turística y ofrecerá una minuciosa visión de los detalles del Cantón Antonio Ante y sus parroquias, con apuntes sobre geografía, altitud, distancias, fauna, flora, historia natural, cultural entre otra información relevante.

ICOMOS, Carta del turismo cultural determina que la guía turística:

Es la información fundamental que necesita un turista, para la planificación de un viaje, por lo que una de sus funciones es entregar al visitante información en donde no se representa a un país en su totalidad sino exclusivamente en función como destino turístico. (2006, p. 76)

La guía turística contiene información detallada sobre los centros y actividades culturales de la zona - museos, teatros, parques de ocio, así como sus principales monumentos y lugares turísticos que el viajero puede visitar. A menudo la guía incorpora mapas con diversos detalles sobre la localidad o la zona geográfica, en ocasiones, también introducen itinerarios recomendados. La guía contiene igualmente información histórica y cultural de la ciudad, país o región. (Lapo, A., 2015)

Por ende, la guía turística es la herramienta que ayuda al turista a encontrar el sitio o servicio acorde a sus necesidades.

Para la elaboración del proyecto se recopilará material bibliográfico, académico, tesis de grado, inventarios y levantamiento de datos in situ, catastros otorgados por el Ministerio de Turismo e información turística brindada por el GAD municipal. De esta manera se contará con fuentes e información necesaria y válida para ser aplicada en el proyecto.

En el cuarto capítulo se analizarán los impactos que genere el proyecto en los siguientes ámbitos: social educativo económico y ecológico

## 7. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

En la presente investigación se utilizará la siguiente metodología:

### 7.1 MÉTODOS

**Método inductivo.** - se empleará para la realización del marco teórico, en el que se partirá de la revisión bibliográfica, la cual se centra en la investigación científica del área de estudio en varios libros, revistas, trípticos, internet y demás documentos relacionados con la elaboración de la propuesta, hasta llegar a la guía aplicable a la realidad del cantón Antonio Ante.

**Método deductivo.** - se realizará el diagnóstico de la oferta turística del Cantón; los atractivos turísticos culturales, naturales, recursos turísticos, servicios de alojamiento, gastronómicos entre otros servicios complementarios para el posterior diseño de portada y contenido de la guía del cantón Antonio Ante.

**Método Analítico – Sintético.** - se lo utiliza en el análisis y síntesis de la información recabada en la investigación.

### 7.2 TÉCNICA

En el desarrollo de la investigación se emplearán las siguientes técnicas:

**La investigación bibliográfica,** permitirá dar un seguimiento profundo en la problemática actual, mediante la documentación existente lo que dará las pautas necesarias para desarrollar la temática a investigar.

**La observación,** se la realizará a cada lugar dentro de la oferta turística del cantón Antonio Ante para recabar y registrar la información necesaria.

**La encuesta,** será aplicada a un segmento de los pobladores y a las autoridades del cantón Antonio Ante como también a los turistas que la visitan para la compilación de un inventario del contexto estudiado.

### 7.3 INSTRUMENTOS

Se emplearán los siguientes instrumentos:

**La entrevista**, se realizará a expertos y a las autoridades con el propósito de compilar información concerniente al cantón Atuntaqui.

**Cuestionario**, mismo que contará con preguntas abiertas y cerradas, acorde a las necesidades del proyecto.

**Ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos**, herramienta del MIN-TUR que ayudará a recopilar la información puntual de los atractivos.

## 8.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tiempo	Meses	I Mes				II Mes				III Mes				IV Mes				V Mes				VI Mes				VII Mes				VIII Mes				VIII Mes						
	Sem.	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
<b>1.- Marco teórico</b>		x	x	x	x																																			
1.1. Adquisición de bibliografía				x	x																																			
1.2. análisis de información					x	x	x																																	
1.3. Construcción de Marco Teórico						x	x	x																																
<b>2. Diagnostico</b>								x	X	x																														
2.1 Diseño de Instrumentos de investigación																																								
2.2. Aplic. de Instrumentos																																								
2.3. Tabulación de Información																																								
2.4. Análisis de Información																																								
<b>3. Descripción de la Propuesta</b>																																								
3.1 Recopilación de la información utilizada para la guía turística																																								
3.2 Descripción técnica de la marca de la guía turística																																								



## 9.- RECURSOS

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se emplearán los siguientes recursos.

### a.- Humanos

Docentes	
Autoridades	
Diseñador grafico	\$ 100.00
Programador	\$ 300.00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 400.00</b>

### b.- Materiales

Computador	\$ 800.00
Tablet	\$ 90.00
Smartphone	\$ 150.00
USB	\$ 10.00
Material bibliográfico	\$ 40.00
Copias	\$ 10.00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1100.00</b>

### c.- Otros

Viáticos y movilización	\$ 200.00
Servicios de Internet	\$ 50.00
Cámara	\$ 100.00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 350.00</b>

R Humanos	
R. Materiales	\$ 100.00
R. Otros	\$ 100.00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 200.00</b>
<b>15 % De Imprevistos</b>	<b>307.50</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2357.50</b>

## 10. FINANCIAMIENTO

Los gastos que demanda el proyecto serán financiados por el estudiante.

## 11. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Cuásquer, L., Oña, M. (2014). Estudio de la Demanda Turística de la zona urbana del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. Ibarra.
- Lapo, A. (2015). Propuesta de una guía turística para el sector manto cristalino, provincia de sucumbíos, cantón Gonzalo Pizarro. Quito.
- SEGITTUR. (2015). Estudio de Mercado de Apps Turísticas. Madrid.
- SEGITTUR. (2016). Estudio de Mercado de Apps Turísticas. Madrid.
- Ministerio de Turismo. (2002). Ley de turismo, Registro Oficial No. 733. Quito.
- ICOMOS. (1999). CARTA INTERNACIONAL SOBRE TURISMO CULTURAL, La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. México D.F
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante (2016). Información general. Obtenido de: <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/informacion-general>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). Catastro público de Antonio Ante.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). Catastro CZ1- Imbabura.

**Anexo 2:** Entrevista a las autoridades

<p>Esta entrevista está dirigida a los presidentes y/o técnicos conoedores del ámbito turístico de los diferentes GAD's del cantón Antonio Ante.</p> <p><b>Objetivo.</b> Recopilar información actual los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante.</p>	
<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	<p>Nombre:</p> <p>Institución:</p> <p>Cargo:</p>
<b>ENTREVISTA</b>	
<b>1</b>	¿Conoce cuáles son los atractivos turísticos que posee el cantón?
<b>2</b>	¿Cuáles son las estrategias que se utilizan para la promoción turística del cantón Antonio Ante?
<b>3</b>	Antonio Ante siendo un ejemplo para el turismo de compras, ¿considera usted que tiene el potencial suficiente para que desarrolle otros tipos de turismo?
<b>4</b>	¿Considera usted que la información existente de los atractivos turísticos es de fácil acceso para el turista?
<b>5</b>	¿Cree usted que la oferta turística del cantón tiene las características necesarias para generar turismo?
<b>6</b>	¿Qué opina sobre las nuevas tecnologías y su incidencia en la actividad turística?
<b>7</b>	¿La aplicación móvil como herramienta de promoción turística, piensa contribuirá al beneficio e incremento de turismo en Antonio Ante?
<b>8</b>	¿Qué aspectos considera que esta aplicación de guía turística debería contener?
<b>GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN</b>	

**Anexo 3:** Encuesta dirigida a los turistas

<p>Esta encuesta es para todos los turistas que viajan al cantón Antonio Ante.</p> <p><b>Objetivo:</b> Analizar la demanda turística del cantón Antonio Ante, en relación al uso de los smartphones.</p> <p>Lea detenidamente y marque una <b>X</b> en el ítem que crea conveniente.  <b>(Tiempo aproximado 1 min.)</b></p>		
<b>DATOS INFORMATIVOS</b>		
<b>1</b>	¿Cuál es su lugar de procedencia?	<input type="checkbox"/> Ecuador/Provincia..... <input type="checkbox"/> Extranjero/País.....
	Género	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
	Edad	<input type="checkbox"/> 18 - 25 <input type="checkbox"/> 26 - 35 <input type="checkbox"/> 36 - 45 <input type="checkbox"/> 46 - 55 <input type="checkbox"/> 56 o superior
<b>CUESTIONARIO</b>		
<b>2</b>	¿Conoce los atractivos turísticos de Antonio Ante?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
<b>3</b>	¿Por qué medios conoció o se enteró de los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante?	<input type="checkbox"/> Folletos turísticos <input type="checkbox"/> Medios de comunicación (tv, radio) <input type="checkbox"/> Páginas web <input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Aplicaciones móviles
<b>4</b>	Al momento de visitar el cantón Antonio Ante, ¿cuál es la oferta turística por la que decide optar?	<input type="checkbox"/> Turismo de compras (Industria textil) <input type="checkbox"/> Oferta gastronómica <input type="checkbox"/> Visita de atractivos culturales <input type="checkbox"/> Visita de atractivos naturales
<b>5</b>	¿Con qué sistema operativo trabaja su Smartphone?	<input type="checkbox"/> Android <input type="checkbox"/> IOS

<b>6</b>	¿Utiliza o ha utilizado aplicaciones para hacer turismo?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO (Si su respuesta es negativa continúe con la pregunta 8)
<b>7</b>	¿Qué tipo de aplicación turística utiliza?	<input type="checkbox"/> Guía Turística <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Turismo activo (ciclismo, hiking, trekking, etc.) <input type="checkbox"/> Smartwatch (reloj inteligente) <input type="checkbox"/> Ninguna
<b>8</b>	¿Considera que la promoción mediante aplicaciones móviles contribuya a la difusión de la oferta turística del cantón?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
<b>9</b>	¿Descargaría usted una aplicación gratuita que le muestre los datos relevantes relacionados a la oferta turística del cantón?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO (Si su respuesta es negativa, la encuesta termina aquí)
<b>10</b>	¿Piensa usted que la aplicación de guía turística le será de ayuda al momento de recorrer el cantón Antonio Ante?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

Anexo 4: Número de visitas (Corporación “31 de Diciembre”)



## CORPORACIÓN “31 DE DICIEMBRE”

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL ESTADO A LA  
“FIESTA POPULAR DE LOS INOCENTES Y FIN DE AÑO”

ATUNTAQUI - IMBABURA - ECUADOR

COBERTURA										
EVENTOS A EJECUTARSE		FECHA DEL EVENTO AÑO 2017		UBICACIÓN DE LOS EVENTOS		POBLACIÓN ESTIMADA QUE ASISTIRÁ A LOS EVENTOS				
		MES	DÍA	(Ciudad, cantón, parroquia o comunidad)	ESPACIO PÚBLICO	NIÑOS- AS	JOVENES	ADULTOS	ADULTOS MAYORES	DISCAPACI- DADES
1	Bando	Diciembre	28	Atuntaqui	Recorrido del bando por las calles de Atuntaqui	500	1500	2000	500	100
2	Programa artístico, musical y humorístico	Diciembre	27	Atuntaqui	Coliseo Atuntaqui	300	500	700	500	100
3	Agonia de papa.	Diciembre	29	Atuntaqui, Andrade Marín	Fábrica Imbabura, calle General Enriquez, plaza Cívica Libertad	100	500	1000	200	100
4	Desfile de comparsas.	Diciembre	31	Atuntaqui	Recorrido de las comparsas por las calles	5000	10000	15000	6000	1000
5	Noche de fin de año, lectura de testamento y quema del año viejo.	Diciembre	31	Atuntaqui	Plaza Cívica Libertad	500	1500	2000	1000	100
6	Concurso de disfraces y baile de cierre de temporada.	Enero /18	06	Atuntaqui	Plaza Cívica Libertad	100	500	1000	200	100
<b>SUBTOTALES</b>						<b>6500</b>	<b>14500</b>	<b>21700</b>	<b>8400</b>	<b>1500</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN ESTIMADA</b>						<b>52.600</b>				
7. ESTRATEGIA DE REGISTRO DE PÚBLICO ASISTENTE A LOS EVENTOS ARTÍSTICOS-CULTURALES										
Describir la forma de registrar los públicos asistentes, tanto a los eventos artísticos de concurrencia limitada, como también a los de concurrencia masiva.										
Registro fotografico, cobertura de medios de comunicación, videos, registro de participaciones.										

**Anexo 5: Número de visitas (SERMAA-EP)**



**Oficio Nro. 139- G – SERMAA – EP/2018**  
Atuntaqui, 29 de Mayo del 2018

Señor  
Juan Carlos Minda  
**Estudiante PUCESI**  
Presente.-

De mi consideración

Reciba un atento y cordial saludo de todos quienes conformamos la Empresa Pública de Servicios Municipales de Antonio Ante, SERMAA - EP y a la vez deseándole éxitos en tan delicadas funciones.

En atención al documento s/n de fecha 21 de mayo del 2018 me permito informar que durante la Expo Feria Atuntaqui 2018, realizada del 09 al 13 de febrero del presente atrajo la presencia de visitantes y turistas aproximadamente de 70.000 personas.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Wilson Saltos Vásquez  
**GERENTE EMPRESA PÚBLICA DE  
SERVICIOS MUNICIPALES DE ANTONIO ANTE,  
SERMAA – EP**



Gobierno Municipal  
Amazonas y Av. Julio Miguel Aguirre  
Atuntaqui - Ecuador  
Telfs 593 002 908 115 / 062 506 039 / Fax: 062 907 646  
email: municipio@antonioante.gob.ec  
www.antonioante.gob.ec

Empresa Pública de  
Servicios Municipales  
Cachiza y Peraza males  
Atuntaqui - Ecuador  
Telf: 06 - 2910110  
sermaa@sermaa.gob.ec / gerencia@sermaa.gob.ec  
contabilidad@sermaa.gob.ec / recepcion@sermaa.gob.ec



## Anexo 6: Servicios turísticos

### Hostales Residenciales

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	Imbabura Real	Bolívar y Amazonas	(06) 2907564
	Morales Inn	General Enríquez Y Atahualpa	0999680296

Fuente: (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### Hosterías

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	Santa Rosa Del Moras	Barrio Santa Rosa - Calle Amazonas	(06) 2907365
Natabuela	Pueblo Viejo	Panamericana Norte Km 2 1/2	(06) 2908826

Fuente: (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### Hoteles

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	Panamericano	Panamericana norte y Jorge Regalado	(06) 2530492

Fuente: (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### Bares

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	El Vecino	Sucre 11-26 y General Enríquez	(06) 2908908

Fuente: (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### Cafeterías

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	Escencia Café	Velasco 08-113 y 2 de Marzo	(06) 2907512
	Café Del Parque	Sucre 11-50 Y Amazonas	09 9759 3265
	Gelatto & Caffe	Calle Espejo 10-63 Y General Enríquez	(06) 2910075

El Molinete                      Simón Bolívar y 2 De Marzo    (06)  
 2907396

**Fuente:** (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### Fuentes de Soda

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	El Polar	Maldonado y Río Amazonas	
	Borin Burguer	Amazonas 15-55 Entre Juan De Velasco y Espejo	0987884911
	Bongo Burguer	Sucre 14-32 y Abdón Calderón	(06) 2910160
	Helados De Crema Y Copa Atuntaqui	Gral. Enríquez y Espejo	(06) 2906248
	Helados De Paila El Almendro	González De Suárez y Sucre	(06) 2909755
	Refrescos El Pacífico	Av. Julio M. Aguinaga 21 y Olmedo	(06) 2906261
	La Távola # 2	García Moreno S/N y González Suárez	(06) 2906273

**Fuente:** (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### Restaurantes

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	Lo Nuestro	Panamericana norte y Germán Martínez	3049138
	San Rafael	Rocafuerte Barrio San Vicente	0985714181
	Los Cebiches de la Rumiahui 3	Panamericana norte y Luis H. Gordillo	
	Chifa Oriente	Panamericana norte y David Manangón	0997104389
	Bariloche Argentino	2 De Marzo y Juan Montalvo	(06) 2907965
	Casa De Marín La #1	General Enríquez y Alejandro Andrade	(06) 2908593
	El Cristal	Pérez Muñoz 10-29 y General Enríquez	(06) 2906023
	Chifa Pacifico	Panamericana norte y David Manangón	0982422858
	Pailatola	Panamericana norte y Av. Salinas	(06) 2530316
	Pollo Loko Atuntaqui	González Suárez y Sucre	

	Sazón Y Sabor Colombiano	Panamericana norte y Luis Gordillo	0997476177
	Asadero Pollo Rico	Panamericana Sur y González Suárez	(06) 2907474
	Mundo Marino # 1	Pérez Muñoz y Olmedo	(06) 2602548
	Primavera	Panamericana norte S/N y Av. Salinas	(06) 2957579
	Señor Camarón	Sucre y 2 De Marzo	0989278048
	Titos Asadero De Pollos	Abdón Calderón y Julio Miguel Aguinaga	0969462094
	Familia D ´ Williams	Av. Luis Leoro Franco	0988525888
		Panamericana norte y Jorge Regalado	(06) 2530 393
Imbaya	Patio Y Jardín	Parroquia Imbaya - Vía A Urcuquí	0980361710

Fuente: (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### Restaurantes comida típica

Parroquia	Empresa	Dirección	Telf.
Atuntaqui	Fritadas Amazonas # 1	Panamericana Norte y Luis Olmedo Játiva	(06) 2907678
	Fritadas Amazonas # 2	Bolívar y Olmedo Esquina	(06) 2907678
	Fritadas De Michita	Bolívar 13-59 y Abdón Calderón	(06) 2907184
	Fritadas Inti Raymi	Bolívar 14-04 y Abdón Calderón	09 9710 7202
	Fritadas La Sazón De Miche	Calle Bolivar y Olmedo	(06) 2908123
	Fritadas Mama Miche	Bolívar 13-49 y Olmedo	(06) 2909090
	Fritadas Mama Miche	Panamericana Sur y Luis Hidrovo	
Natabuela	Tres Guabos Los	Panamericana Norte , Sector Natabuela	(06) 2933387
	Parrilla Del Che La	García Moreno y Velasco Ibarra	(06) 2907045
	Cuyes El Serranito	Plaza Argentina (Junto Al Coliseo)	(06) 2906598
Chaltura	Chozón El # 1	Abdón Calderón Y Bolívar	(06) 2906312
	Chozón El # 2	Amazonas y Obispo Mosquera	(06) 2906717
	Colina La	Obispo Mosquera S/N (Barrio El Alava)	(06) 625363127

Delicias De Chaltura Las	Pablo Rivera y Gonzalo Guerrero	(06) 2907373
Fogón Del Cuy El	Obispo Mosquera	0992086694
Hornilla La	Abdón Calderón y Obispo Mosquera	(06) 2906846
Jatun Cuy	Sucre y Cornelio Velasco	(06) 2907115
Cortijo	Sucre S/N y Amazonas	(06) 2533192

**Fuente:** (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### **Sala de recepciones y banquetes**

<b>Parroquia</b>	<b>Empresa</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf.</b>
Atuntaqui	Monte azul	Bolívar 02-26 y Pichincha	
	La Hormilla 2		(06) 2533256

**Fuente:** (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

### **Centro de recreación turística**

<b>Parroquia</b>	<b>Empresa</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf.</b>
Chaltura	Valle Hermoso De Chaltura	Obispo Mosquera y Velasco	(06) 2533143

**Fuente:** (Catastro turístico de Imbabura, 2018)

## Anexo 7: Festividades

### Fiestas de cantonización de Antonio Ante

Parroquia	Descripción	Eventos	Lugar	Meses
ATUNTAQUI	Decretado el 12 de febrero de 1938 como cantonización de Antonio Ante, en Atuntaqui se desarrollan diferentes actividades en conmemoración de estas fiestas. Durante la celebración se resalta toda la riqueza cultural que el cantón posee en el ámbito ancestral, gastronómico, textil y artístico.	• Gran Desfile de la Alegría	Recorrido: Calles Atahualpa, Amazonas y Julio M. Aguinaga	Febrero
		• Expoferia	Parque Mariscal Sucre	Febrero
		• Caminata Arrieros x Siempre	Parque Mariscal Sucre	Febrero
		• Feria de Comidas Típicas	Plaza Cultural Libertad	Febrero

**Fuente:** (GAD Municipal Antonio Ante. Agenda Cultural, 2018)

**Elaboración:** El autor

### Fiestas de parroquialización de Andrade Marín

Parroquia	Descripción	Eventos	Lugar	Meses
ANDRADE MARÍN	Siendo declarada como parroquia el 21 de diciembre de 1935, Andrade Marín fue la cuna del desarrollo textil y productivo del cantón. Durante las fiestas de parroquialización toda la comunidad se une para brindar las mejores experiencias al visitante.	• Expo Andrade Marín	Complejo Fábrica Imbabura	Noviembre
		• Festival de Comidas Típicas	Parque de Andrade Marín	Noviembre
		• I Carrera de coches de madera "La Ruta Textil"	Pilascacho	Noviembre
		• Festival Artístico Cultural	Salón del mercado	Noviembre

**Fuente:** (Consejo Parroquial Urbano Andrade Marín. Agenda Cultural, 2017)

**Elaboración:** El autor

### Fiestas de parroquialización de San Roque

Parroquia	Descripción	Eventos	Lugar	Meses
SAN ROQUE	Fue elevada a parroquia el 7 de agosto de 1898; desde entonces la algarabía y el festejo se producen en agosto de cada año.	• Pregón y Desfile de la Alegría	Centro de San Roque	Agosto
		• Paseo del Chagra	Estadio de la Parroquia	Agosto
		• Festival artístico	Parque principal	Agosto
		• Coches de madera en San Roque	Desde las faldas del Imbabura	Agosto

**Fuente:** (GAD Parroquial San Roque. Agenda Cultural, 2017)

**Elaboración:** El autor

### Fiestas de parroquialización de Natabuela

Parroquia	Descripción	Eventos	Lugar	Meses
NATABUELA	El 9 de noviembre de 1932 es la fecha de parroquialización de Natabuela, sin embargo sus fiestas se celebran en octubre de todos los años con una agenda que contempla un sinnúmero de eventos religiosos y culturales.	• Pregón Intercultural de la Alegría	Principales calles de Natabuela	Octubre
		• Festival de comidas típicas	Parque central de Natabuela	Octubre

**Fuente:** (GAD Parroquial de Natabuela. Agenda Cultural, 2017)

**Elaboración:** El autor

### Fiestas de parroquialización de Chaltura

Parroquia	Descripción	Eventos	Lugar	Meses
CHALTURA	Siendo el 9 de septiembre de 1935 declarada como parroquia, se decide celebrar las fiestas en marzo debido a su cercanía con las celebraciones patronales por lo que se decidió unir ambas celebraciones mezclando sincretismo cultural y religioso dando como resultado eventos de diferente índole y para todos los gustos.	• Pregón de fiestas	Principales calles de Chaltura	Marzo
		• Festival de comidas típicas	Parque central de Chaltura	Marzo
		• Carrera de coches de madera	Calles de la parroquia	Marzo


### Fiestas de parroquialización de Chaltura

Parroquia	Descripción	Eventos	Lugar	Meses
IMBAYA	El 29 febrero de 1945 fue elevada a parroquia. Imbaya se caracteriza por tener amplios terrenos fértiles y en los pregones que se realizan en el mes de junio se resalta la riqueza agrícola y religiosa que tiene esta parroquia.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pregón de la familia</li><li>• Juegos tradicionales</li></ul>	Plazoleta de la Iglesia Parque central	Junio Junio

**Fuente:** (GAD Parroquial de Imbaya. Programa de Fiestas, 2017)

**Elaboración:** El autor

Anexo 8: Oficios y certificaciones

<p>Pontificia Universidad Católica del Ecuador SEDE IBARRA</p>	
--	---


Ibarra 28 de Mayo del 2018.

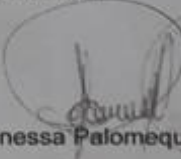
Señor.  
Franklin Buitrón  
Presidente.  
GAD Parroquial de San Roque


Presente.

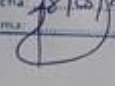
Reciba un cordial saludo y a la vez deseándole éxitos en sus funciones, la presente carta tiene por objetivo informarle que yo JUAN CARLOS MINDA RAMÍREZ con CI 1003983580 estudiante de la carrera de administración turística de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, me encuentro realizando mi trabajo previo a la obtención del título de ingeniería en administración turística, mi trabajo de tesis lleva por título "Propuesta de una guía turística para el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a través de una aplicación móvil", teniendo como docente asesor a la Msc. Vanessa Palomeque.

De igual manera solicitarle muy comedidamente que se me proporcione la información turística correspondiente a la parroquia, la misma que se obtendrá mediante la entrevista, siendo necesaria para el desarrollo del presente proyecto. Por la atención prestada a la presente anticipo mis agradecimientos.

Atte.   
Atte. Juan Carlos Minda  
Estudiante de la PUCESI.

  
Msc. Vanessa Palomeque  
Docente Asesor



<p>GAD PARROQUIAL SAN ROQUE SECRETARIA Recibido Por: Ruth Muñoz Fecha: 28/05/2018 Hora: 9:30 Firma: </p>
---


Ibarra 28 de Mayo del 2018.

Señor.  
Marco Vega  
Presidente.  
GAD Parroquial de Chaltura



Presente.

Reciba un cordial saludo y a la vez deseándole éxitos en sus funciones, la presente carta tiene por objetivo informarle que yo JUAN CARLOS MINDA RAMÍREZ con CI 1003983580 estudiante de la carrera de administración turística de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, me encuentro realizando mi trabajo previo a la obtención del título de ingeniería en administración turística, mi trabajo de tesis lleva por título "Propuesta de una guía turística para el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a través de una aplicación móvil", teniendo como docente asesor a la Msc. Vanessa Palomeque.

De igual manera solicitarle muy comedidamente que se me proporcione la información turística correspondiente a la parroquia, la misma que se obtendrá mediante la entrevista, siendo necesaria para el desarrollo del presente proyecto. Por la atención prestada a la presente anticipo mis agradecimientos.



Atte. Juan Carlos Minda  
Estudiante de la PUCESI.



Msc. Vanessa Palomeque  
Docente Asesor

GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL  
DE SAN JOSÉ DE CHALTURA  
RUC. 1060013320001  
ANTONIO ANTE - CHALTURA - IMBABURA

28-05-2018

10:34

Ibarra 28 de Mayo del 2018.




Licenciado.  
William Chamorro  
Presidente.  
GAD Parroquial de Imbaya



Presente.

Reciba un cordial saludo y a la vez deseándole éxitos en sus funciones, la presente carta tiene por objetivo informarle que yo JUAN CARLOS MINDA RAMÍREZ con CI 1003983580 estudiante de la carrera de administración turística de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, me encuentro realizando mi trabajo previo a la obtención del título de ingeniería en administración turística, mi trabajo de tesis lleva por título "Propuesta de una guía turística para el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a través de una aplicación móvil", teniendo como docente asesor a la Msc. Vanessa Palomeque.

De igual manera solicitarle muy comedidamente que se me proporcione la información turística correspondiente a la parroquia, la misma que se obtendrá mediante la entrevista, siendo necesaria para el desarrollo del presente proyecto. Por la atención prestada a la presente anticipo mis agradecimientos.



Atte. Juan Carlos Minda  
Estudiante de la PUCESI.



Msc. Vanessa Palomeque  
Docente Asesor


Ibarra 28 de Mayo del 2018.

Ingeniera.  
Sandra Vaca  
Jefatura de Planificación Institucional.  
GAD Antonio Ante



Presente.

Reciba un cordial saludo y a la vez deseándole éxitos en sus funciones, la presente carta tiene por objetivo informarle que yo JUAN CARLOS MINDA RAMÍREZ con CI 1003983580 estudiante de la carrera de administración turística de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, me encuentro realizando mi trabajo previo a la obtención del título de ingeniería en administración turística, mi trabajo de tesis lleva por título "Propuesta de una guía turística para el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a través de una aplicación móvil", teniendo como docente asesor a la Msc. Vanessa Palomeque.

De igual manera solicitarle muy comedidamente que se me proporcione la información turística correspondiente al cantón, la misma que se obtendrá mediante la entrevista, siendo necesaria para el desarrollo del presente proyecto. Por la atención prestada a la presente anticipo mis agradecimientos.



Atte. Juan Carlos Minda  
Estudiante de la PUCESI.



Msc. Vanessa Palomeque  
Docente Asesor



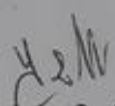
Ibarra 28 de Mayo del 2018.

Señor.  
Jorge Iza  
Presidente.  
GAD Parroquial de Natabuela



Presente.

Reciba un cordial saludo y a la vez deseándole éxitos en sus funciones, la presente carta tiene por objetivo informarle que yo JUAN CARLOS MINDA RAMÍREZ con CI 1003983580 estudiante de la carrera de administración turística de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, me encuentro realizando mi trabajo previo a la obtención del título de ingeniería en administración turística, mi trabajo de tesis lleva por título "Propuesta de una guía turística para el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a través de una aplicación móvil", teniendo como docente asesor a la Msc. Vanessa Palomeque.

De igual manera solicitarle muy comedidamente que se me proporcione la información turística correspondiente a la parroquia, la misma que se obtendrá mediante la entrevista, siendo necesaria para el desarrollo del presente proyecto. Por la atención prestada a la presente anticipo mis agradecimientos.



Atte. Juan Carlos Minda  
Estudiante de la PUCESI.



Msc. Vanessa Palomeque  
Docente Asesor





Oficio Nro. MCYP-CFI-18-0054-O

Quito, D.M., 04 de julio de 2018

Asunto: UNA GUÍA TURÍSTICA PARA EL CANTÓN ANTONIO ANTE

Magister  
Tania Vanessa Palomeque Llerena  
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba el más fraterno y cordial saludo de parte de quienes hacemos el equipo del Complejo Fábrica Imbabura, Ministerio de Cultura y Patrimonio.

En relación al oficio de fecha 29 de junio presentado por parte del Señor Juan Carlos Minda en relación al apoyo solicitado para el Desarrollo de la tesis, Una guía turística para el Cantón Antonio Ante a través de una aplicación móvil.

Al respecto manifestamos que estamos dispuestos apoyar este tipo de iniciativas y en este contexto nuestro compromiso es de apoyar proveer la siguiente información:

1. Número de visitas general del Museo y asistencia a eventos
2. Historia Arquitectónica de la Fábrica Imbabura
3. Facilitar el espacio para obtener fotografías e inventario turístico

En este sentido solicitamos a ustedes de la manera más comedida que al presentar la tesis de grado se mencione en los créditos, al Ministerio de Cultura y Patrimonio y al Complejo Cultural Fábrica Imbabura.

Igualmente solicitamos se provea la aplicación virtual móvil, al Ministerio de Cultura Y Patrimonio, Complejo Cultural Fábrica Imbabura como producto final de la tesis.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

  
Sr. Edgar Rodrigo Flores Páez  
DIRECTOR COMPLEJO FÁBRICA TEXTIL IMBABURA

Copia:  
Señor  
Luis Fernando Jara Ortiz  
Activista Cultural Complejo Fábrica Textil Imbabura



  
Recibido  
09/07/18

Av. Abdón Calderón y Junín  
Complejo Fábrica Imbabura  
Telf.: + (593 6) 2530967

**Anexo 9:** Fotografías de los encuestados

