

PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE LAS TIC´S EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE – PROVINCIA DE IMBABURA

**TOURIST PROMOTION THROUGH THE TIC´S IN ANTONIO
ANTE CANTON - IMBABURA PROVINCE**

Recibido: 30/07/2021 - Aceptado: 08/11/2021

Juan Carlos Minda Ramírez

Ex Estudiante de la Pontificada Universidad Católica
del Ecuador Sede Ibarra
Ibarra – Ecuador

Ingeniero en Administración Turística

jcminda@pucesi.edu.ec

Dennis Victoria Ortíz Cumbal

Docente en la Pontificada Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
Ibarra - Ecuador

Máster en Dirección y Planificación en Turismo

dvortiz@pucesi.edu.ec

Tana Vanessa Palomeque Llerena

Docente en la Pontificada Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
Ibarra - Ecuador

Magister en Ciencias de la Educación

tpalomeque@pucesi.edu.ec

Cómo citar este artículo:

Minda, J., Ortiz, D., & Palomeque, T. (Enero – Diciembre 2021). Promoción turística a través de las tic´s en el Cantón Antonio Ante – Provincia de Imbabura. *Tierra Infinita* (7), 45-58. <https://doi.org/10.32645/26028131.1092>

Resumen

En la actualidad 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 convirtiéndola en la herramienta más poderosa en la producción y transmisión de información. Por esta razón, la finalidad de la presente investigación fue fortalecer la promoción turística en Cantón Antonio Ante a través del desarrollo de una aplicación móvil de guía turística para el sistema operativo Android. Para la elaboración de la investigación, se aplicó el modelo de investigación descriptiva con un enfoque cualitativo, mismos que permitió 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 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, a partir de los resultados obtenidos, se diseñó la aplicación de guía turística denominada Jatun Go que posee 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.

Palabras claves: Aplicación móvil, sistema operativo Android, promoción, guía turística

Abstract

Today, the use of TIC has changed from a competitive advantage to a necessity. Tourism promotion through TIC contributes to the establishment of useful information making it the most powerful tool in the production and transmission of information. For this reason, the purpose of this research was to strengthen tourism promotion in Canton Antonio Ante through the development of a mobile tourist guide application for the Android operating system. For the elaboration of the research, the descriptive research model was applied with a qualitative approach, which allowed the compilation of information by means of the inventory sheets for the tourist attractions of the MINTUR of the year 2017, the realization of interviews and surveys, as well as the compilation of bibliographic material. On the other hand, the non-experimental research was applied together with the inductive method, which facilitated the process of selection and hierarchical structuring of the selected tourist attractions to be implemented in the application of tourist guide. Finally, based on the results obtained, the tourist guide application called Jatun Go was designed, which has the characteristics of simplicity of navigation, utility and multiple functions, and above all, an impeccable visual attraction which exposes the beauty of the tourist attractions of the canton of Antonio Ante

Keywords: Mobile app, Android operating system, promotion, tour guide.

Introducción

El cantón Antonio Ante se encuentra ubicado a 105 km del norte la ciudad de Quito. Cuenta con 6 parroquias, 2 urbanas y 4 rurales. El cantón en mención se caracteriza por la variedad de atractivos gastronómicos, culturales y naturales. Destacando sus festividades de año nuevo, desfiles de cantonización, y sus sitios de interés 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.

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 de la aplicación es fortalecer la actividad turística dentro del destino, permitiendo que esta brinde de toda la información actualizada de la oferta que posee el cantón en materia turística, por un lado, mientras que, por el otro, facilite el desplazamiento del visitante por todo el cantón sin la necesidad de un guía de turistas.

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.

Turismo en el Ecuador

La actividad turística es una de las industrias más importantes de la actualidad, existiendo naciones cuyo principal ingreso proviene del turismo. La Organización Mundial del Turismo 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, 2017). Lo que conlleva a que se genere mayor inversión, renovación del sector turístico empresarial, por ende, mayores fuentes de empleo.

Ecuador cuenta con 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. "En el Ecuador, el turismo es un sector estratégico en la Matriz Productiva Nacional" (MINTUR, 2018), afirmaban las autoridades de gobierno hasta 2018 sin embargo este 2019 todo cambió.

En el mes de octubre del 2019, la inestabilidad social, económica y política llegó a su punto más alto en décadas. Lamentablemente no es posible ser imparcial cuando de turismo se trata ya que Ecuador sufrió uno de sus más duros golpes, siendo el turismo la industria más afectada. El Departamento de Estado de Estados Unidos, emitió: "Level 2 Travel Advisory for the Republic of Ecuador, which includes additional 'Do Not Visit' warnings" (2019), siendo este el país de origen del que más viajeros recibe Ecuador, por otro lado el Ministerio de Asuntos Exteriores de Países Bajos manifestó, "La situación está cambiando constantemente. Esté atento a las noticias locales.

Si desea viajar dentro de Ecuador, solo hágalo si es seguro” (Nederland wereldwijd, 2019), noticias nada alentadoras para el Ecuador.

Raúl García vicepresidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo de Ecuador (Fenacaptur), asegura que las pérdidas en turismo ascenderán los 100 millones de dólares y que la estabilidad y credibilidad al país no se la restaurará en al menos los próximos 6 meses ya que “el turismo es como el matrimonio, la confianza se gana día a día, y en un minuto puede perderse” (Primicias, 2019).

Cerrando esta parte, la pregunta que emerge es: ¿Por qué nos caemos?, para aprender a levantarnos. El momento para hacerlo es ahora ya que, 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.

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 de la provincia misma que es reconocida como Geoparque Mundial. 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.

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.

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 costes.

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.

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 1.
Herramientas del turismo 2.0

Herramienta 2.0	Utilidad	Autor	Sitios destacados
Buscadores	Búsqueda de contenidos Publicidad Descarga	Empresas privadas	Google Yahoo Bing Ask Jeeves
Páginas especializadas	Interacción con usuarios Venta de servicios	Páginas especializadas Agencias de viaje en línea	Tripadvisor Expedia Booking.com Yahoo Travel
Redes sociales	Compartir experiencias Compartir fotos Publicidad	Usuarios particulares Marcas públicas y privadas	Facebook Twitter Google Plus Instagram
Sitios de video	Compartir videos	Empresas privadas	YouTube Vimeo Hulu
Blogs de turismo	Compartir experiencias	Usualmente, una persona líder de opinión	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, M. (2015). El turismo 2.0 y su aplicación en el plan de promoción turística "Guayaquil es mi destino", elaboración propia.

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.

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, 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.

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, Bertea, Borello, Castillo, & Venturi, 2017).

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.

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 2.
Clasificación de aplicaciones turísticas

Categorías	Utilidad	Apps más populares
Transporte	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"> • Air Europa • BlaBlaCar • Expedia Hoteles y Vuelos • Skyscanner
Alojamiento	Son las apps que permiten buscar y reservar servicios de alojamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Airbnb • Booking.com • Hostelworld • Around Me
Ocio y Restauración	Aplicaciones que muestran las opciones de ocio y esparcimiento que posee el destino.	<ul style="list-style-type: none"> • Foodspotting • Urbanspoon • Yelp

Fuente: Segittur. (2016). Introducción Guía de Apps 2016. Guía apps turísticas 2016, elaboración propia.

Materiales y Métodos.

Para la elaboración de la investigación, se aplicó el modelo de investigación descriptiva con un enfoque cualitativo, mismos que permitió 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 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.

La población a ser estudiada fueron los turistas que visitaron el cantón Antonio Ante, al no contar con una cifra exacta del número de turistas que visitan el cantón, se tomó como referencia a los turistas que visitaron el cantón durante la Expo feria Textil 2018, como también la Fiesta popular de Inocentes y Fin de año de 2017.

En el caso de la Expo feria 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 del cantón Antonio Ante.

Tras haber determinado la población, se procedió a la selección de la muestra mediante la fórmula de Asedesto. El total de encuestas realizadas a los turistas que visitaron el cantón Antonio Ante fue de 73, el trabajo de campo se desarrolló en el periodo comprendido entre el 6 y 10 de junio del 2018. El instrumento de medida aplicado en la encuesta se basó en un cuestionario de 10 preguntas en donde se determinó el perfil y el nivel de aceptación que tiene la aplicación de guía turística para la promoción de los atractivos y como herramienta de viaje.

Como se puede observar en la tabla 3, se realizaron nueve entrevistas 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 propiedad y gestión correspondiese a personas de la propia comunidad local. El instrumento de medida aplicado en la entrevista se basó en un cuestionario de ocho preguntas, las entrevistas se realizaron durante el mes de mayo del 2018.

Tabla 3.
Recurso humano entrevistado

Nombre	Cargo
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 propia

Otra herramienta que se utilizó fue 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.

Resultados y Discusión

A continuación, la descripción de resultados sobre los criterios que influyen directamente con el propósito de este estudio:

Análisis encuesta

El resultado que se obtiene tras la realización de la 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 las 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 en los turistas, siendo 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.

Análisis entrevistas

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.

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

Tabla 4.
Clasificación de atractivos

Atractivos	Número	Porcentaje
Atractivos naturales	1	4%
Manifestaciones culturales	24	96%
TOTAL	25	100%

Fuente: Investigación de campo, 2018, elaboración propia.

Tabla 5.
Jerarquía de los atractivos

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

Fuente: Investigación de campo, 2018, elaboración propia

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.

Aplicación móvil Jatun Go

En la actualidad, 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

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 usó; 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.

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.

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.

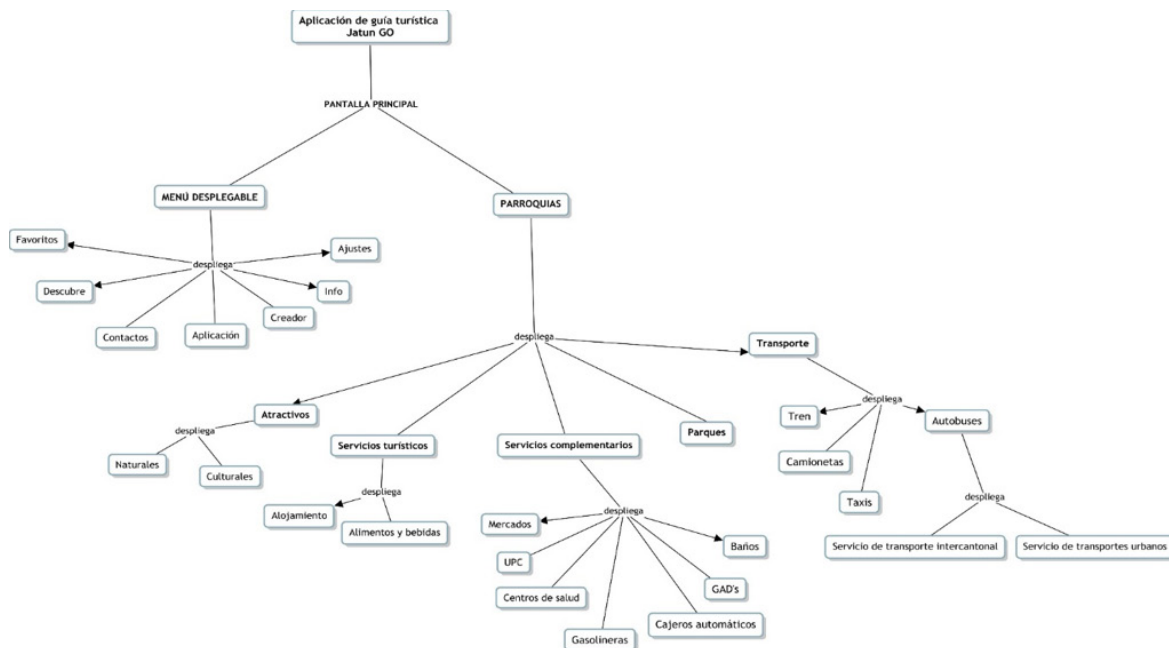


Figura 1. Estructura de la aplicación
Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

En el presente trabajo 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.

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.

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.

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.

Recomendaciones

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.

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.

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.

Bibliografía

- 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/indicator/SP.POP.TOTL?locations=EC>
- Basterra, Berteia, Borello, Castillo, & Venturi. (2017). *Introducción. Android OS Documentation*, Release 0.1, 3.
- 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
- GAD de Antonio Ante. (2016). *Historia. Obtenido de Antonio Ante: Tejiendo desarrollo* : <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/historia>
- Google. (2017). *Thinkwith 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
- 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/>
- 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.
- MINTUR. (2018). *Ubicación del Turismo en la Economía Nacional*. Guía del Emprendedor Turístico, 9.
- Nederland wereldwijd. (12 de Octubre de 2019). *Reisadvies Ecuador | Ministerie van Buitenlandse Zaken*. Obtenido de Nederland wereldwijd: <https://www.nederlandwereldwijd.nl/landen/ecuador/reizen/reisadvies>

- Primicias. (Octubre de 2019). *Estados Unidos dice que no es seguro viajar a Ecuador, turismo evalúa pérdidas*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/industria-turismo-perdidas-80-millones-protestas/>
- Rodríguez, D. (2013). *El Boom de las Apps*. Obtenido de EOI: <https://www.eoi.es/blogs/scm/2013/03/06/el-boom-de-las-apps/>
- Sánchez, E. (2011). *El turismo 2.0. Un nuevo modelo de promoción turística*. Redmarka-UIMA, 38-39.
- 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.
- U.S. Embassy & Consult in Ecuador . (Octubre de 2019). *Emergency Message for U.S. Citizens: Demonstration / Travel Alert*. Obtenido de U.S. Embassy & Consult in Ecuador : <https://ec.usembassy.gov/msg191012/>
- 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>