

PROPUESTA DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PARA LAS PLAYAS RURALES DEL CANTÓN MANTA-ECUADOR¹

Galo Ferrín Moreira²

Isidro Alcívar Vera³

Resumen:

El presente trabajo propone como objetivo un Sistema de Información Turística que contribuya al mejoramiento de la oferta de las playas rurales de Manta. La investigación posee un enfoque cuantitativo. Para el logro del objetivo se procedió a desarrollar cinco etapas, cada una de ellas con sus actividades, técnicas y herramientas. La primera se basa en un diagnóstico, en la segunda etapa se realizó una caracterización y análisis de la demanda, oferta y facilidades, a través de una encuesta y trabajo de campo. Como tercera etapa se realizó el diseño del sistema de información turística, en la cuarta etapa se propone la ejecución o desarrollo del sistema. En una última etapa, se propone el control y retroalimentación, es decir, conocer cuántas personas visitan la web y la información compartida de parte y parte. Se concluye expresando que con la propuesta se contribuirá a la mejora de la oferta de las playas rurales de Manta, siempre que se cuente con el apoyo de todos los actores de la escena turística local.

Palabras clave: Sistema de Información Turística; comercialización; playas; turismo rural.

PROPOSAL FOR A TOURIST INFORMATION SYSTEM FOR THE RURAL BEACHES OF THE CANTON MANTA-ECUADOR

Abstract:

The present work has the objective of proposing a Tourist Information System that contributes to the improvement of the offer of Manta's rural beaches. The research has a quantitative approach.

¹ Artículo desarrollado a partir del proyecto de investigación de fin de máster titulado “Sistema de información turística para el mejoramiento de la oferta en las playas rurales de Manta”.

² Unidad Educativa “Diana Esther Guerrero Vargas”, galoferrin-92@hotmail.com

³ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Autor para correspondencia: isidro.alcivar@uleam.edu.ec

To achieve the goal, five stages were developed, each one with its activities, techniques and tools. The first stage is based on a diagnosis, in the second stage a characterization and analysis of demand, supply and facilities was carried out, through a survey and field work. As a third stage, the design of the tourist information system was carried out; in the fourth stage, the execution or development of the system is proposed. In the last stage, control and feedback is proposed, that is, knowing how many people visit the web and the information shared from part to part. The research is concluded by stating that the proposal will contribute to improving the supply of rural beaches of Manta, provided that the support of all the actors in the local tourist scene is guaranteed.

Keywords: Tourist Information System; commercialization; beaches; rural tourism.

1. INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, los sistemas de información turística (SIT) han vivido cambios progresivos, es así, que desde en un principio se podía obtener información de los destinos por puntos de información personal, es decir; agencias de viaje físicas, revistas, ferias, entre otros. Generalmente, la forma de obtener información sobre un destino era analógica, durante los últimos años las tecnologías de la información y comunicación (TIC), han permitido aumentar el flujo y la accesibilidad a ésta, siendo más precisa y actualizada, dado que dichas tecnologías así lo permiten. De esta manera, en la Reunión de Expertos en Comercio Electrónico y Turismo de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo en el año 2000, se especifica que el sector del turismo percibe que internet puede satisfacer mucho mejor que cualquier otra tecnología la necesidad de los usuarios de recibir información de calidad confiable (Gayete, 2017).

En la actualidad, los sistemas de información representan un cambio en el paradigma de la comercialización de un modo asociativo público y privado. Los turistas y la nueva forma de hacer turismo han cambiado y siguen cambiando a grandes pasos, con la aparición de internet y redes sociales el turista dispone de una gran cantidad de información para la toma de sus decisiones SITIC, (2015).

De acuerdo con Centeno et al., (2011), los sistemas de información turística no solo se presentan en el internet y redes sociales, se presentan de diferentes formas tales como escritos (boletines, revistas, trípticos, etc.), tecnológicos (páginas web), atención directa al cliente (módulos de información), etc. En particular, se pueden configurar para aquellos servicios que, a pesar de ser demandados, estén poco o deficientemente desarrollados. Tal información organizada revestiría importancia relevante para las instituciones que, en las distintas comunidades autónomas, cumplen precisamente el papel de coordinadoras de la oferta turística de su área de influencia. Según Alonso, López, & Sarabia, (1995), el reverso de la moneda es la escasa implementación que se ha realizado de dichos instrumentos y sistemas.

Para la selección de un destino turístico es importante asesorarse con información legítima, tal como lo cita Bigné, Font, & Andreu, (2000). En el ámbito de un destino, un sistema de información

turística se define como un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de un destino.

Un destino turístico de referencia en el uso de un sistema de información a nivel internacional, lo constituye la ciudad de Villavicencio situada en Colombia, donde se ha comprobado que es muy útil ya que ha servido para recolectar, procesar y analizar datos relevantes para el sector turístico de la ciudad, mediante toda la información recolectada es posible conocer el perfil del turista, y aspectos como: ¿De dónde viene?, ¿Qué clase de turismo espera encontrar?, ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar?, ¿Cuál fue su experiencia? Además, los sistemas de información turística recolectan y analizan información sobre las características de prestadores de servicio turístico y movimiento del turismo en la ciudad basado en fuentes confiables, de esta manera es posible obtener indicadores turísticos, por ejemplo, número de turistas que las agencias traen a la ciudad, datos sobre la formación y necesidades de capacitación del talento humano de prestadores de servicios turísticos, así como el flujo de vehículos y pasajeros basados en cifras entregadas por empresas de transporte terrestre y aérea (Villavicencio, 2014).

Según datos del Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR, 2018). El país recibió en el año 2018 un total de 2'428.536 turistas extranjeros, esto significa que existe un crecimiento importante del 11% con respecto al año 2017. En este contexto, el posicionamiento estratégico del país contribuirá a magnificar el potencial turístico. Durante la última década, este sector ha sido un pilar fundamental en la evolución económica del país. La considerable inversión en proyectos de diferente índole, desde carreteras hasta formación de talento humano especializado ha permitido activar el movimiento turístico, interno y externo. Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), en 2016 el turismo contribuyó de manera total en 5,15% al PIB del Ecuador, con lo que este rubro se ubicó en cuarto lugar dentro de las exportaciones no petroleras después del banano, plátano y camarón, con US\$ 1 449 millones de ingresos generados en el mismo año; de igual manera, las inversiones de capital fueron US\$ 1013 millones en el sector turístico y tuvo un superávit en la balanza turística durante los últimos cinco años con un saldo de \$415 millones a 2016. Según cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), en el mismo año, los ingresos por turismo con respecto a las exportaciones de servicios totales fueron de 67,73%, valor superior en 10,2 puntos porcentuales con respecto a 2012 (57,5%), según los datos relacionados con el organismo del Plan Nacional de Desarrollo (2017).

Al realizar una búsqueda bibliográfica en torno al tema, no se encontró un referente o evidencia previa en cuanto al empleo de sistemas de información turística en la provincia de Manabí, es decir, que no ha existido una herramienta de esta índole, sin embargo, la ciudad de Manta desarrolló una aplicación para teléfonos móviles llamada “Manta Es Todo”, donde se puede encontrar información turística sobre la ciudad. En ese sentido y ante la obvia carencia de este tipo de instrumento, el presente trabajo propone un sistema de información turística para las playas rurales de Manta (Santa Marianita, San Lorenzo, Ligüiqui, La Tiñosa, Piñas y Santa Rosa), de manera que se mejore el conocimiento de los recursos (naturales y culturales), así como diversificar la oferta

de productos y servicios que en la actualidad se poseen, lo que permitiría llegar a más turistas al generar información fehaciente y como efecto propio de su aplicación generar flujo de turistas hacia estas zonas rurales.

2. BREVES ANTECEDENTES

2.1. Sistemas de información turística

Autores como Bigné, Font, & Andreu, (2000) citado por Gayete, (2017), mencionan que un SIT, es entendido como “un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de un destino”.

Para Valles (2003) citado por Menchero (2015), un sistema de información turística permite, el “establecimiento de relaciones entre objetos turísticos, de manera que puedan asociarse en la base de datos y en la página web, aquellas entidades turísticas que también se relacionan con la actividad comercial”. En ese orden de ideas, los sistemas de información turística aparecen como responsables de la información tanto a turistas como a actores de la escena turística. En coherencia con el autor, un SIT, mejora la promoción de atractivos y la diversificación de la oferta turística; la información que generan coadyuva a la toma de decisiones por parte de los actores turísticos; y agilitan la recolección de datos y estadísticas.

Por su parte, Sampaio y Saraiva (2010), citado por Simoes y Lopes (2020), manifiestan en torno a los sistemas de información turística, que estos se conciben como una serie de elementos y/o procesos interconectados para lograr objetivos específicos, utilizando diversos recursos para ello. Estos sistemas a su vez permitirán: "(...) planificar, ejecutar, monitorear y mejorar las diferentes actividades (...). Los sistemas de gestión cubren un amplio espectro de áreas funcionales (...) con el objetivo de transmitir confianza para las partes interesadas, internas y externas".

Todo esto es coherente con el uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación), las cuales no solo ha revolucionado el sector turístico, sino que han llevado a todas las ciencias y disciplinas a un nuevo nivel, donde el acceso a la información es menos restringido y la difusión de los avances en los distintos campos se hace a través de diferentes medios y a varios segmentos globales (Alcívar, 2018). En ese escenario, se sabe que gran parte de la población, sobre todo aquella que no supera los 30 años y se enmarca en la generación de los “milenials” o nativos digitales, hace uso de herramientas digitales para influir y ser influido, pero también aquellos que superan los 50 años propios de otras generaciones a los que se conoce como migrantes digitales (Unimoooc, 2018).

De ahí que un SIT, en la actualidad debe obligatoriamente estar ligado a la web y las redes sociales, puesto que es a través de estos medios donde los potenciales turistas buscan información que les ayude a la hora de tomar una decisión en torno al destino por visitar, el servicio a adquirir

y hasta cierto punto les permite crearse una idea de la posible experiencia que se generará en su visita.

Afirmación que corroboran autores como Morrillas (2016), al manifestar que dentro de un SIT disponible en al web, se puede con facilidad establecer en un solo sitio y de manera fidedigna, todo el acercamiento de servicios turísticos con los que cuenta un destino, es decir; hoteles, agencias de viaje, operadoras turísticas, atractivos naturales y culturales, medios de transportación, entre otros.

Diversos autores (Proll, 2000; Buhalis, 2000; Baldacci, 2000; Collins, 2003 y Brown, 2004) citados por Ortega y Rodríguez (2005), coinciden en manifestar la existencia considerable de sistemas de información turística orientados desde la captación de turistas en la web, puesto que estos hacen más fácil el acceso a la información existente de un destino, y por ende un posible mayor flujo de turistas, lo que sin lugar a dudas acarrea mayores beneficios económicos para los lugares que los implementan.

2.2. El turismo rural y sus problemas de oferta

Es necesario partir por mencionar que en Ecuador por años el turismo se ha desarrollado en dos escenarios, el primero denominado tradicional o del sol y playa, del que suelen ser partícipes únicamente las grandes cadenas hoteleras, agencias de viaje mayoristas nacionales o internacionales, operadoras turísticas y restaurantes, los cuales acaparan de manera significativa los flujos turísticos. En el segundo escenario aparece un tipo de turismo más vinculado con los espacios rurales, poseedores de recursos naturales y culturales prístinos capaces de generar experiencias duraderas en los visitantes (Alcívar y Mendoza, 2020). Ante esta situación, la Ley de turismo del Ecuador reconoce la participación comunitaria dentro de la actividad turística (Asamblea Nacional, 2002).

Por otro lado, cuando se habla de un sistema de información turística para la mejora de la oferta, es necesario saber la relación que existe con las características propuestas, centralizando y distribuyendo información, que le permita coordinar la oferta turística regional o local, además de realizar una continua ordenación y reorganización de los servicios turísticos (Alonso et al., 1995).

En la actualidad las zonas rurales de Manta no han gozado de mayor interés por parte del sector público y privado, sobre la información necesaria para la promoción y comercialización de estas, siendo la mayor parte de ingresos derivados de la pesca y el comercio generado de ella, que aun así, no les da a las comunidades pesqueras los dividendos necesarios para cubrir sus necesidades prioritarias (Alcívar y Molina, 2019), no obstante, las playas rurales son consideradas el producto estrella del cantón, una situación paradójica aún sin solucionar.

Ante ello, es necesario mirar hacia las innovaciones tecnológicas, puesto que los turistas están informados y con gran interés de vivir diversas experiencias y no se concibe la idea de que por la falta de un sistema información turística no se tenga un mejoramiento y diversificación de la oferta

Parámetros	Playas rurales de Manta
Nivel de confianza (Z)	1,96
Probabilidad de éxito, o proporción esperada (p)	0,50
Probabilidad de fracaso (q)	0,50
Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (d)	0,07
Tamaño de muestra (n)	196

de manera más efectiva con relación a la demanda. Por imperceptible que parezca, la identificación de sitios turísticos que rodean las playas rurales de la ciudad de Manta es de suma importancia para que el turista tenga la facilidad de llegar a estos. Por lo tanto, se debe trabajar en la jerarquización y clasificación de estos, para su correcta gestión y comercialización en los mercados.

3. METODOLOGÍA

La investigación que se presenta, es un trabajo proyectivo a nivel descriptivo, encaminado a la elaboración de una propuesta de sistema de información turística para las playas rurales de Manta, en concordancia con lo expresado por Hurtado (2016), quien afirma que la investigación proyectiva “consiste en la elaboración de una propuesta, un plan o un modelo, como solución a una problemática o necesidad de tipo práctica, partiendo de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento”.

El trabajo estuvo orientado desde el enfoque cuantitativo, que a saber de autores como Hernández et al., (2014), se entiende como aquel camino que “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y establecer teorías”. Siguiendo este proceso metodológico planteado para la investigación, se determinó una muestra de estudio de población infinita desconocida, ya que no se conoce el total de la población registrada actualmente como universo de la muestra en la zona rural de Manta, es decir, el número de turistas que visitan estas áreas, la ecuación aplicada fue la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2} \quad n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,07)^2} = \frac{0,9604}{0,0049} = 196$$

Tabla 1. Cálculo de la muestra

Parámetros	Playas rurales de Manta
Nivel de confianza (Z)	1,96
Probabilidad de éxito, o proporción esperada (p)	0,50
Probabilidad de fracaso (q)	0,50
Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (d)	0,07
Tamaño de muestra (n)	196

Elaborado por: Los autores

El tamaño de la muestra se establece en 196 individuos a encuestar, la recolección de datos se realizó a través de un cuestionario integrado por 8 preguntas y el procesamiento de información utilizando el programa SPSS versión 25.

Es necesario mencionar también, que la investigación se apoya en trabajo de campo, es decir, visitas in situ y la aplicación de la observación directa no participante, además de esto se realizó búsqueda de información bibliográfica en diferentes bases de datos y la obtención de esta a través de documentos confiables como artículos, tesis, libros y ponencias.

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de las técnicas de investigación aplicadas.

Se observó que existen turistas que buscan información sobre establecimientos turísticos, pero a la vez es insuficiente. Así mismo se identificó las características circunstanciales y específicas de las playas rurales de Manta para determinar su potencial. Se observó todas las actividades que los turistas realizaban en las playas rurales de Manta. Se observó los servicios que ofertan los establecimientos de alojamiento y de alimentos y bebidas. Se observó si eran necesarios los servicios que ofrecería el Sistema de Información Turístico. Por otro lado, se identificó los principales sitios de interés turístico de las playas rurales de Manta.

Tabla 2. Ficha de observación directa

Ficha de observación
Tema: Sistema de información turística para el mejoramiento de la oferta en las playas rurales de Manta.
Lugar: Playas rurales de Manta.

Fuente: Elaboración propia

4.1. Análisis y evaluación de la situación actual de las playas rurales de Manta

- La playa de Santa Marianita es una de las más visitadas del cantón de Manta, por contar con todas las facilidades para el turista. Las principales actividades son: el Kitesurf, y como complemento, la gastronomía en base de mariscos.
- La playa de San Lorenzo, que es parte del área protegida el Bosque de Pacoche, debido a la gran anidación de tortugas de las especies golfina y verde; es escenario perfecto para producciones de fotografía y videos. Uno de los sitios más atractivos es el cabo de San Lorenzo. Además de las playas, podemos realizar un recorrido por el sendero El Faro, donde es fácil ver aves marinas y ballenas jorobadas entre los meses de junio a septiembre.
- La playa de Ligüiqui, ubicada en la comuna del mismo nombre, en este sitio encontramos ricos yacimientos arqueológicos. En el mar, con marea baja, aparecen los corrales marinos, que son construcciones prehispánicas en forma de piscinas donde quedan atrapadas grandes cantidades de especies marinas, lo que facilita su captura.
- La playa La Tiñosa, está ubicada antes de llegar a la playa de Santa Marianita. Presta condiciones favorables para la pesca deportiva, además se forman piscinas naturales ideales para los niños.
- La playa las Piñas, está rodeada de un paisaje único, y un mar para todos los gustos, sobre todo para la práctica de los deportes extremos y para observar los impresionantes colores de sus atardeceres.
- La playa de Santa Rosa es una zona amplia y tranquila, en sus aguas practican surf. Hay caletas de pescadores artesanales que venden mariscos frescos y comida típica de Manta.

4.2. Análisis de factores ponderados

Se realizó un análisis de factores ponderados. Para esto, se ejecutó una evaluación detallada sobre cada una de las playas rurales de Manta, los factores a evaluar con un peso relativo son los siguientes: atractivos, facilidades, actividades, accesos y otros servicios. Se calificó individualmente cada una de las alternativas de estudio, para cada factor (0 a 10). Además, se multiplico el coeficiente de ponderación del factor por la calificación correspondiente a cada alternativa. Al final se seleccionó la alternativa a la que corresponda la suma mayor.

4.2.1. Playa de Santa Marianita

Santa Marianita con respecto a los servicios de hospedaje y alimentación es de un considerable crecimiento debido a las características propias del sector, que la hacen muy atractiva para los turistas. La oportunidad que se presenta para incursionar en este negocio es muy prometedora, así como también para otro tipo de negocios como lo son el parapentismo y el kite boarding que son deportes nuevos entre los jóvenes turistas.

Tabla 3. Factores ponderados de Santa Marianita

Factores	Ponderación (P) (%)	Playa Santa Marianita	
		Calificación (C)	P*C
Atractivos	30	7	210
Facilidades	25	6	150
Actividades	20	4	80
Accesos	15	7	105
Otros servicios	10	3	30
Total ponderado	100%	Sumatoria Santa Marianita	575

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, carece de diferentes actividades que se podrían realizar en este balneario de Santa Marianita, sobre todo se atribuye a la falta de compromiso del GAD Municipal.

Interpretación: de la playa Santa Marianita, se observó que el factor ponderado con mayor valor son sus atractivos, los cuales alcanzaron una valoración de 210, luego las facilidades con un valor de 150, continuando los accesos con un valor de 105, con un valor de 80 están las actividades que se realizan y donde se aprecia mayor falencia es en otros servicios con un valor de 30.

4.2.2. *Playa de San Lorenzo*

Pese a que San Lorenzo cuenta con un gran potencial turístico, este no se ha desarrollado como tal y tampoco ha sido beneficiado por los rubros económicos que representa la llegada de los turistas al cantón. En la cabecera parroquial hay pocos restaurantes, no hay baterías sanitarias, no existe un centro de información turística donde se pueda comunicar de las actividades a realizarse en la parroquia.

Interpretación: se evidenció que la playa de San Lorenzo tiene más falencias en comparación a Santa Marianita, en atractivos obtuvieron una valoración del factor ponderado de 180, luego sus facilidades un valor de 150, siguiendo sus accesos con 75, luego con 60 puntos sus actividades y donde existe menos valor en los otros servicios con 20.

Tabla 4. Factores ponderados de San Lorenzo

Factores	Ponderación (P) (%)	Playa San Lorenzo	
		Calificación (C)	P*C
Atractivos	30	6	180
Facilidades	25	6	150
Actividades	20	3	60
Accesos	15	5	75
Otros servicios	10	2	20
Total ponderado	100%	Sumatoria San Lorenzo	485

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Playa de Ligüiqui

Sin bien es cierto que al momento Ligüiqui recibe turistas semanalmente, éstos se podrían multiplicar si las autoridades del GAD Manta a través de la Dirección de Turismo mostraran un poco más de interés por el desarrollo turístico de las zonas rurales, se podría articular un trabajo mancomunado entre autoridades, comuneros, cámara de turismo y Universidades a través de sus Facultades de Turismo, donde se generen ideas para la elaboración de proyectos que se puedan ejecutar en el corto plazo, como la creación de senderos ecoturísticos, la implementación de servicios cercanos a la playa (duchas, baterías sanitarias), locales comerciales para artesanías, centro de interpretación, deportes acuáticos, entre otros.

Tabla 5. Factores ponderados de Ligüiqui

Factores	Ponderación (P) (%)	Playa Ligüiqui	
		Calificación (C)	P*C
Atractivos	30	8	240
Facilidades	25	5	125
Actividades	20	2	40
Accesos	15	3	45
Otros servicios	10	3	30
Total ponderado	100%	Sumatoria Ligüiqui	480

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: de acuerdo con lo analizado, para la playa de Ligüiqui su mayor factor ponderado son sus atractivos, con una valoración de 240, luego tiene sus facilidades con valor de 125, mientras que los accesos con valor de 45, recibió una ponderación baja en torno a sus actividades con 40 y donde más tiene que mejorar es en los otros servicios que brinda con valor ponderado de 30.

4.2.4. Playa La Tiñosa

Es una playa un tanto escondida a la vista, pero cuando llegamos a ella podremos disfrutar de un ambiente tranquilo de 3 kilómetros de extensión, preferida por quienes gustan por nuevos ambientes, alejados de la ciudad. La Tiñosa es una playa abierta de horizonte despejado, se observa en una buena parte de la playa acantilados bajos, el acceso a esta playa se lo hace siguiendo el cauce seco de un estero.

Tabla 6. Factores ponderados de La Tiñosa

Factores	Ponderación (P) (%)	Playa La Tiñosa	
		Calificación (C)	P*C
Atractivos	30	5	150
Facilidades	25	3	75
Actividades	20	2	40
Accesos	15	2	30
Otros servicios	10	1	10
Total ponderado	100%	Sumatoria La Tiñosa	305

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: como se muestra en la tabla 6, el mayor factor ponderado de la playa La Tiñosa recae en sus atractivos, con una valoración de 150, luego sus facilidades con un valor de 75, continuando sus actividades con un valor de 40, siguiendo los accesos con un valor de 30, y la opción de otros servicios que puede ofrecer esta playa obtuvo un valor de 10.

4.2.5. Playa Las Piñas

Está ubicada a pocos minutos del poblado de San Lorenzo, es realmente una caleta de pescadores artesanales, su playa brinda espacios excelentes para la natación, la pesca y pasear en lancha por sus hermosas grutas.

Tabla 7. Factores ponderados de Las Piñas

Factores	Ponderación (P) (%)	Playa Las Piñas	
		Calificación (C)	P*C
Atractivos	30	6	180
Facilidades	25	4	100
Actividades	20	3	60
Accesos	15	2	30
Otros servicios	10	1	10
Total ponderado	100%	Sumatoria Las Piñas	380

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: en la tabla 7, se puede apreciar una valoración de 180 para los atractivos de la playa las Piñas, sus facilidades con un valor de 100, continuando con un valor de 60 están sus actividades, luego los accesos con 30 y con el mínimo valor de 10 del factor ponderado en la opción de otros servicios.

4.2.6. Playa Santa Rosa

Zona de playa amplia y tranquila, en sus aguas practican surf. Hay caletas de pescadores artesanales que venden mariscos frescos y comida típica de Manta.

Tabla 8. Factores ponderados de Santa Rosa

Factores	Ponderación (P) (%)	Playa Santa Rosa	
		Calificación (C)	P*C
Atractivos	30	7	210
Facilidades	25	5	125
Actividades	20	5	100
Accesos	15	3	45
Otros servicios	10	3	30
Total ponderado	100%	Sumatoria Santa Rosa	510

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: la playa de Santa Rosa recibió la mayor valoración en el factor ponderado de sus atractivos con 210, luego, con un valor de 125 están sus facilidades, continuando con un valor

de 100 están sus actividades, luego los accesos con un valor de 45 y con el menor puntaje de valor ponderado está la opción de otros servicios con un valor de 30.

4.3. Resultados de la encuesta

En el presente apartado se exponen los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a 196 individuos que visitaron las playas rurales de Manta.

4.3.1. Medio de obtención de información

La primera pregunta del cuestionario tiene relación con el medio que suelen utilizar los turistas para acceder a información una vez que se encuentran en la playa de destino.

Tabla 9. ¿Cuándo usted llega a una playa nueva, cómo se informa en dicha playa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Preguntar por ayuda	87	44,4	44,4	44,4
Señalización turística	43	21,9	21,9	66,3
Válido Búsqueda en internet	43	21,9	21,9	88,3
Información turística Itur	23	11,7	11,7	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: los resultados obtenidos reflejan que el 44% de los turistas encuestados cuando visitan una playa nueva toman como opción la de preguntar por ayuda, seguidos por el 22% de ellos prefieren la señalización turística, sin embargo, existe otro 22% de ellos que hacen uso de búsqueda en internet como fuente de información y un 12% optan por la confiabilidad que representa la Información turística Itur.

4.3.2. Tipo de establecimiento gastronómico mayormente frecuentado

La segunda pregunta, estuvo relacionada con el tipo de establecimiento gastronómico que mayormente suelen visitar los turistas, los resultados para esta pregunta se exponen en la tabla 10.

Tabla 10. ¿Cuándo llega al destino, a que tipos de establecimientos de alimentos y bebidas está acostumbrado a visitar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comida rápida	38	19,4	19,4
	Comida Internacional	27	13,8	33,2
	Comida típica	114	58,2	91,3
	Todas las anteriores	17	8,7	100,0
	Total	196	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: claramente se distingue la preferencia por la comida típica, puesto que el 58% de los encuestados seleccionaron esta alternativa. La inclinación por la comida rápida se refleja en un 19%, siguiendo con un 14% la comida internacional y con 9% todas las anteriores.

4.3.3. Tipo de alojamiento del que hace uso el turista

Al respecto de la tercera pregunta, la cual esta orientada a conocer el tipo de establecimiento de hospedaje que selecciona el turista durante su visita, es necesario señalar que en las zonas rurales de Manta únicamente existen estas opciones para pernoctar.

Tabla 11. ¿A qué tipo de alojamiento usted se dirige en la playa visitada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hotel	52	26,5	26,5
	Hostal	97	49,5	76,0
	Casa de familiares/amigos	47	24,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: se puede apreciar en la tabla 11, que el 49,5% de los individuos encuestados, prefieren hospedarse en un hostal, mientras que el 26,5% optan por la alternativa de un hotel y en menor porcentaje, es decir el 24%, hacen uso de la vivienda de familiares y amigos.

4.3.4. Conocimiento de sistemas de información turística

La pregunta 4, hizo un abordaje en torno al conocimiento de los sistemas de información turística por parte de los visitantes, se presentan los resultados para esta interrogante.

Tabla 12. ¿Conoce usted algún tipo de Sistema de Información Turística (servicio digital de base de datos, el cual le brinde información turística)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	196	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: en esta pregunta se pudo notar que los individuos encuestados no tienen conocimiento alguno sobre sistemas que brindan información turística, tal afirmación se fundamenta en que el 100% seleccionó el No como alternativa de respuesta. No obstante, el desconocimiento de este tipo de sistemas de información puede representar una oportunidad para la creación de uno de estos para las playas rurales de Manta.

4.3.5. *Importancia de los sistemas de información turística*

Toda vez que se explicó a los individuos encuestados de que se trata un SIT, se procedió a consultar si considerarían importante la implementación y utilización de este.

Tabla 13. ¿Considera importante la utilización de un Sistema de Información Turística?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	196	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: como se aprecia en la tabla 13, el 100% de los sujetos encuestados seleccionaron la opción SI como alternativa de respuesta, lo que se prestaría para varias interpretaciones, sin embargo, desde la orientación de la presente investigación, abre un camino de alta aceptación para la propuesta que se presentará en los próximos apartados de este trabajo.

4.3.6. *Elementos del sistema de información turística*

La interrogante 6, está orientada hacia el conocimiento de los elementos que deberían integrar el SIT, por ello, se presenta en la tabla 14 los principales aspectos propuestos.

Tabla 14. ¿Para usted qué información sería de mayor importancia poder encontrarla en el Sistema de Información Turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Atractivos turísticos, centros de recreación y ocio	57	29,1	29,1	29,1
Hospedaje	39	19,9	19,9	49,0
Restaurantes	33	16,8	16,8	65,8
Transporte	30	15,3	15,3	81,1
Información General (Policía, bomberas, ambulancias, hospitales, etc.)	16	8,2	8,2	89,3
Ubicación Geografía	21	10,7	10,7	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: cómo se puede observar en la tabla 14, para un 29% de los turistas encuestados es prioridad tener información sobre los atractivos turísticos de las playas rurales de Manta, 20% el hospedaje y un 17% los restaurantes; mientras que un 15% prefiere conocer datos sobre el transporte, un 11% la ubicación geográfica y un 8% sobre información general (policías, bomberos, ambulancias, hospitales, etc.)

4.3.7. Información adicional sobre los establecimientos

Para la pregunta 7, se propuso conocer que información adicional le parecería importante al turista respecto al tipo de establecimiento del que hace uso.

Interpretación: como se aprecia en la tabla 15, el 38,5% de los individuos consultados consideran importante conocer el tipo de actividades que se pueden realizar dentro de su establecimiento seleccionado, seguido por el 24,5% que considera importante saber de buena tinta el precio, el 18,9% cree importante estar al día sobre mapas para movilizarse, el 12,2% mencionó que la zona de ubicación es relevante para ellos y apenas el 6,1% coincide en manifestar que el número telefónico del establecimiento es importante.

Tabla 15. ¿Qué tipo de información además del nombre y dirección del establecimiento le gustaría consultar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mapas	37	18,9	18,9	18,9
Precio	48	24,5	24,5	43,4
Tipo de actividad	75	38,3	38,3	81,6
Número telefónico	12	6,1	6,1	87,8
Zona de ubicación	24	12,2	12,2	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

4.3.8. Opinión adicional acerca del uso del SIT

Finalmente, la pregunta 8 pretendía conocer si el turista quería expresar algún tipo de opinión extra sobre el SIT o algún aspecto más que se podría integrar dentro de la propuesta, los resultados para esta interrogante se presentan en la tabla 16.

Tabla 16. ¿Le gustaría expresar alguna opinión sobre el uso de un Sistema de Información Turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	196	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: se puede observar en la tabla 16, que el 100% de los turistas auscultados no presentaron algún elemento más o algún tipo de información extra que se podría considerar dentro de la propuesta de un SIT, por lo que se creería que los aspectos considerados dentro del proyecto serían los adecuados a la hora de elaborar el trabajo.

5. PROPUESTA DE SIT PARA LAS PLAYAS RURALES DE MANTA

Para la ejecución de la propuesta, la cual es en formato web o digital, se presentan una serie de elementos que de una u otra forma influirán en el desarrollo de esta. Los objetivos están orientados desde el alcance, actividad y conversión, se presentan a continuación:

Objetivo de alcance: captar el mercado turístico objetivo con el fin de despertar interés y motivar a visitar las playas rurales de Manta mediante el entorno digital.

Objetivo de actividad: interactuar con los usuarios en la página web con el fin de incrementar el número de visitas a las playas rurales de Manta mediante el sistema de información turístico.

Objetivo de conversión: desarrollar información de las playas rurales de Manta generando nuevas experiencias en los usuarios, convirtiendo así al cantón Manta como uno de los destinos turísticos más visitados en los sitios web, que a su vez optarán por visitar los territorios rurales.

5.1. El diseño web

El objetivo del diseño web es transferir información turística fehaciente por medio de estructuras gráficas, es decir, la secuencia lógica de la página web. El cuerpo del sitio web en el que se incluye información sobre las playas rurales de Manta, se presenta de la siguiente forma:

5.1.1. Inicio de la página

En el inicio de la página web se pueden observar las múltiples opciones de información que contiene la página, así mismo como la descripción de cada uno.

5.1.2. Información de las playas rurales de Manta

En este apartado se visibiliza información relevante sobre la información turística de las playas rurales de Manta, a saber:

- Restaurantes: en este punto se muestran imágenes de establecimientos de alimentos y bebidas que se pueden encontrar en las playas rurales de Manta, este apartado es de mucha importancia ya que a través de él se plasmaran los restaurantes de interés a promocionar.
- Actividades: este aspecto es de gran relevancia, ya que permitirá ver los diferentes tipos de actividades a realizar en los escenarios rurales de Manta.
- Alojamiento: punto importante en la página web, ya que se podrá apreciar las diferentes alternativas de alojamiento en las playas de interés.

- Mapeo: dando clic en el botón “Mapa”, ubicado en la esquina superior izquierda de la pantalla; el turista podrá visualizar la ubicación geográfica de los establecimientos turísticos de las playas rurales de Manta.

5.2. Propuesta de ejecución del SIT

5.2.1. Estrategia de mejora de la oferta de las playas rurales de Manta

Mediante estudios de mercado realizados anteriormente, se ha podido determinar que el mercado objetivo de las playas rurales de Manta es el segmento de turistas que se encuentran en un rango de edad adulta especialmente familiar, cuyo motivo de visita es de paseo, por tal razón el plan busca captar este segmento de mercado mediante las siguientes estrategias y acciones.

Objetivo 1.- Captar el mercado turístico objetivo:

Tabla 17. Plan de acción relacionado con el desarrollo del sistema de información turística de las playas.

Objetivo	Estrategia	Táctica	Acciones	Indicadores
Captar el mercado turístico objetivo con el fin de despertar interés y motivar a visitar las playas rurales de Manta mediante el entorno digital.	Diseñar campañas de publicidad online para captar más usuarios al sitio web.	Elaborar alianzas estratégicas con sitios web similares y/o de interés.	Examinar y seleccionar el mejor prospecto para la desarrollar la promoción <u>online.</u>	Se seleccionará el sitio web que más número de usuarios tenga
			Generar publicidad por redes sociales.	Se mediará mediante el número de likes, comentarios, etc. De las publicaciones
	Generación de elementos distintivos y de reconocimiento en los medios virtuales del cantón Manta.	Diseñar publicidad atractiva e interactiva.	Generar marcas turísticas que posesionen las <u>playas rurales.</u>	Diseñar marcas turísticas mediante tendencias de <u>preferencias</u>
			Producción de videos destacando los atractivos turísticos y servicios ofrecidos en las playas rurales.	Se medirá el nivel de aceptación e interés a través el número de reproducciones o visualización de cada video
			Generar link de información turística.	Se evaluará por medio de la cantidad de visitas al <u>sitio web.</u>
			Selección del diseño del <u>sitio web</u>	Se valorará a través de las <u>Tendencias actuales de los usuarios</u>
Promoción turista directa.	Diseño de un sitio web	Implementación de información relevante	Se mediará mediante el número de visitas al <u>sitio web</u> Se determinará la aceptación a	

Actualización constante
través de la generación de likes,
comentarios positivos

Fuente: Elaboración propia

Objetivo 2.- Interactuar con los consumidores en la web y/o plataformas online

Tabla 18. Plan de acción para el segundo objetivo

Objetivo	Estrategia	Táctica	Acciones
Interactuar con los consumidores en la web y/o plataformas online con el fin de incrementar el número de visitas a las playas rurales de Manta mediante la promoción turística e implementación de información en sitios web	Hacer los medios digitales dinámicos con el fin de interactuar con los usuarios.	Crear cuentas en redes sociales.	Unificar informaciones digitales en todas las redes sociales.
		Crear cuentas en otros sitios web	Crear perfiles en cuentas como Google, Instagram, Pinterest, LinkedIn, YouTube, con el fin de subir información como imágenes, videos que incentiven a los Usuarios a visitar el sitio web oficial.
	Ejecutar y actualizar estrategias mensuales o trimestrales.	Innovar información de marketing	<u>Generar guía de temas semanales</u> Indagar información relevante para actualización de datos dirigidos a público objetivo. Subir diariamente contenido de similar interés para los usuarios.
		Gestionar marketing de e-mail	Elaborar boletines de información turística Emitir boletines de información turísticas mensuales a los usuarios.
		Aumentar el número de usuarios.	Elaborar investigación exhaustiva de usuarios con preferencia de turismo y viajes, enviar invitación <u>para formar parte del sitio web.</u> Relacionarse con operadores turísticos.

Fuente: Elaboración propia

Objetivo 3.- Ampliar información de las playas rurales de Manta generando nuevas experiencias en los usuarios

Tabla 19. Plan de acción para el tercer objetivo

Objetivo	Estrategia	Táctica	Acciones
Ampliar información de las playas rurales generando nuevas experiencias en los usuarios convirtiendo así a Manta como unos de los destinos turísticos más buscado en los sitios web.	Optimizar información de servicios ofertados para los usuarios.	Elaborar gestiones de investigación.	Actualizar constantemente la información del destino turístico.
		Planificar el uso y manejo del sitio web	Renovar el diseño del sitio web
			Rediseñar la marca turística de las playas rurales de Manta.

Fuente: Elaboración propia

5.3. Control y retroalimentación

En la última etapa de la investigación, se consideró el control y retroalimentación, el plan para esto se determina en un proceso adecuado para la medición de calidad y desempeño de cada una de las actividades específicas en el sistema de información turística. El fin de dicho seguimiento es evaluar el cumplimiento de régimen de niveles de satisfacción y el conocimiento e información de los clientes acerca de las actividades turísticas, alojamiento y alimentación de las playas rurales de Manta. Para esto se toma en cuenta ítems que ayudarán a determinar esto, por ejemplo: el número de visitas a la web, cantidad de seguidores, el grado de satisfacción, el número de reproducción de la información, interés de conocer las playas rurales de Manta mediante la petición de información.

5.3.1. Control de usuario

Sensibilización turística ambiental: la conservación del Medio Ambiente es tarea de todos. Por ende, es fundamental hacer conscientes a cada ciudadano y ciudadana de la importancia de las actitudes cotidianas en la utilización de los recursos de nuestro entorno. La sensibilización e información ambiental, es pieza clave en la consecución del objetivo de integración de la política ambiental en todas las políticas sectoriales, con la meta última de promover el Desarrollo Sostenible.

5.3.2. Aceptación de la información del sistema

Determinación de los ejes de sensibilización.

Objetivos:

- Informar, preparar a la comunidad virtual sobre temas en pro del cuidado del medio ambiente y que influyen en el ecosistema.

- Promover e incentivar la realización de iniciativas de cuidado y protección medio ambiental.
- Brindar los conocimientos necesarios a la comunidad virtual y sensibilizar del daño e impacto ambiental que genera la actividad turística sin conciencia.

Estrategias:

Tabla 20. Estrategias propuestas

Estrategias	Actividades	Importancia	Responsables
Establecer un club de sensibilización ambiental virtual	Generar un foro de interés ambiental.	Alta	Instituciones públicas, privadas, gubernamentales, etc.
Generar campañas informativas que permitirán hacer conciencia del daño del impacto ambiental	Exponer temas de interés ambiental	Alta	Instituciones públicas, privadas, gubernamentales, etc.
	Incentivar al reciclaje	Alta	Instituciones públicas, privadas, gubernamentales, etc.

Fuente: Elaboración propia

5.4. Factibilidad del SIT

Desde el punto de vista técnico, la propuesta de este modelo es factible por su alto grado de practicidad, siendo de fácil implementación para las zonas rurales, así como en el manejo sencillo que le pueden dar los servidores turísticos. En cuanto al ámbito económico, la ejecución del presente sistema de información es de total factibilidad, ya que requiere de una inversión baja, siendo necesaria la capacitación técnica andragógica, con el objeto de implementarlo comunitariamente. En relación con el contexto social, el presente sistema de información turística permitirá la integración de todas las personas que hacen vida activa, principalmente de aquellas ligadas a la prestación de servicios turísticos, generando mayor oportunidad de empleo y reconocimiento de las playas rurales de Manta como destinos turísticos. Desde el punto de vista ambiental, el sistema representa una herramienta que facilitará el manejo de grupos de turistas dentro de los recursos naturales que posee la comunidad, permitiendo el usufructo de los mismos, dentro de parámetros de conservación ambiental. En líneas generales, la estructuración epistémica del sistema se basa en una serie de autores con comprobada trayectoria académica, proporcionando confianza desde el contexto teórico.

6. CONCLUSIONES

Una vez obtenidos los resultados, y en función del cumplimiento de los objetivos específicos del trabajo de investigación, a continuación, se exponen las siguientes conclusiones:

- Mediante la determinación de la metodología para la investigación, se concluyó que era necesario la elaboración de un diagnóstico a través del cual se logró recopilar información donde se pudo constatar la inexistencia de un sistema de información turística en las playas rurales de Manta. Además, se pudo evaluar la situación actual de las playas rurales de Manta mediante la matriz de factor ponderado (atractivos, facilidades, actividades, accesos y otros servicios).
- Con base en la investigación, se analizó la demanda mediante una encuesta, los resultados obtenidos reflejan que en dicha encuesta los turistas respondieron favorablemente a la aceptación de un sistema de información turística que permita observar los diferentes establecimientos turísticos, ver su ubicación geográfica, las actividades que se pueden realizar y sus respectivas fotos; en otras palabras, esto quiere decir que, los resultados de la encuesta expuestos demuestran que existe la necesidad y aceptación de un sitio web de este tipo por parte de los visitantes de las playas rurales de Manta, tanto nacionales como extranjeros.
- El diseño del sistema de información turística es mediante una página web que permite transferir una información turística por medio estructuras gráficas, que incluye información de las playas rurales de Manta, actividades, alojamiento, restaurantes y ubicación geográfica por medio de la herramienta de Mapeo, consiguiendo que los usuarios se animen a visitar estas playas.
- A través de la propuesta de ejecución del sistema de información turística para las playas rurales de manta, se establecieron estrategias con sus respectivos objetivos, como diseñar campañas de publicidad online para captar usuarios elaborando alianzas estratégicas con sitios web similares y/o de interés, además se generará elementos distintivos y de reconocimiento en los medios virtuales del cantón manta diseñando publicidad atractiva e interactiva y la promoción turística directa.
- El control y retroalimentación se realizará posterior a la ejecución del sistema de información turística, en la que se proporcionará un control, aceptación y seguimiento de usuario. Elaborando una investigación exhaustiva de usuarios con preferencia de turismo y viajes, enviar invitación para formar parte del sitio web; también se efectuará una sensibilización turística ambiental en la que logre la intervención de Instituciones públicas, privadas, gubernamentales, etc. Generando campañas informativas que permitirán hacer conciencia del daño y del impacto ambiental del turismo.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, I. (2018). *Realidades del turismo local. Compilación de opiniones turísticas*. Departamento de Edición y Publicación Universitaria-Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Disponible en: <http://www.munayi.uleam.edu.ec/realidades-del-turismo-local-compilacion-de-opiniones-turisticas/>
- Alcívar, I., y Mendoza, J. (2020): Modelo de gestión del turismo comunitario orientado hacia el desarrollo sostenible de la comunidad de Ligüiqui en Manta, Ecuador. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 14(1): 1-22 <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.1.5849>
- Alcívar, I. y Molina, N. (2019): “Ligüiqui, potencial destino de turismo comunitario arqueológico en Manta-Ecuador”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 27 (diciembre / dezembro 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/liguiqui-turismo.html>
- Alonso, M., López, M., & Sarabia, J. (1995). Equilibrio oferta-demanda turística: una respuesta inteligente. *Estudios Turísticos*, 127, 53–65. Retrieved from <http://www.iet.tourspain.es:20000/img-iet/Revistas/RET-127-1995-pag53-65-75157.pdf>
- Asamblea Nacional. *Ley de turismo Ecuador*. , (2002).
- Baldacci, M. (2000), *Towards the Development of a Tourist Information System: The Case of Rimini*. 6th Ciset International Conference, Venice, 31st March-1st April, 51-70.
- Bigné, E., Font, X., y Andreu, L. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo* (ESIC). Madrid.
- Brown, G. (2004), *Developing a Destination Management System to Act as an Enabler in Sustaining a Competitive Advantage in the net Marketplace*, en Frew, A.J. (Ed.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2004*, Springer Wien New York, 326-336.
- Buhalis, D. (2000), *Trends in Information Technology and Tourism*, en *Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism*, edited by W.C. Gartner and D.W. Lime, Cab International, 47-61.
- Centeno, H., Doffourt, G., García, N., González, E., Gómez, G., Granado, L., y Pérez, D. (2011). *Sistemas de información turísticos*. Puerto Ordaz. Retrieved from <https://es.scribd.com/document/252259163/Sistema-Informacion-Turisticos>
- Collins, C. y Buhalis, D. (2003), *Destination Management Systems Utilisation in England*, en Frew, A.J., Hitz, M. y O’Conner, P. (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2003*, Springer Wien New York, 202-211.
- Gayete, C. (2017). “ *Estudio de los sistemas de información turística en el municipio de Oropesa del Mar. Análisis y propuestas de mejora*”. Universidad Politecnica de Valencia

Hernández, R., Fernadez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). <https://doi.org/-> ISBN 978-92-75-32913-9

Hurtado, J. (2016). *El proyecto de Investigación* (8th ed.). Caracas-Venezuela: Quirón Ediciones.

MINTUR. (2018). *Boletín de estadísticas turísticas 2015-2018*. Quito - Ecuador: Ministerio de Turismo Ecuador.

Plan Nacional de Desarrollo (2017). *Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida”*. Gobierno Nacional del Ecuador – Quito.

Pröll, B. & Retschitzegger, W. (2000), Discovering Next Generation Tourism Information Systems: A Tour on Tiscover, *Journal of Travel Research*, 39(2), 182-191.

Ortega, E., y Rodríguez, B. (2007). *La Comunicación en los Destinos Turísticos: Percepción de los Residentes en España*. Ponencia presentada en el XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM, Madrid, España. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2482215.pdf>

Sampaio, P., y Saraiva, P. (2010). Sistemas de Gestão: Uma análise Global. *Revista Qualidade*, 3, 38–39. http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/15149/1/PS_PS_APQ.pdf

Simoes, J., y Lopes, E. (2020). Destinos turísticos: sistemas de gestão e certificação. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3 (2), 207-2020.

SITIC. (2015). *Sistema de Información Turística Integrada de Calidad de Mendoza*. Argentina.

Unimooc (2018). *Economía del conocimiento y el sector turístico*. Universidad de Alicante. Disponible en: https://www.unimooc.com/cursos/inn-turismo/modulo/inn-turismo_m1

Menchero, M. (2015). Propuesta y diseño de un sistema de información turística para centros colombianos: estudio de caso del centro histórico de La Candelaria (Bogotá). *Reflexión Política*, 17(33),146-161.

Morrillas, A. (2016). *Sistema de Información Turístico Web Responsive para mejorar la promoción del turismo en la Región La Libertad* (Tesis de grado). Universidad César Vallejo – Perú.

Villavicencio, I. (2014). *Sistema de Información Turístico de Villavicencio*. Colombia. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=UFGuvTz6fhk>