



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

TEMA DEL ENSAYO

**EL BLOG COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN
TURÍSTICA PARA EL CANTÓN LA LIBERTAD**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTOR:

BRYAN JOSUE BOSMEDIANO ANDRADE

PROFESOR GUÍA:

ING. JESSICA SORAYA LINZAN RODRIGUEZ, MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2024

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, **“EL BLOG COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN LA LIBERTAD”**, elaborado por el Sr. Bryan Josué Bosmediano Andrade , egresado de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



ING. JÉSSICA SORAYA LINZAN RODRIGUEZ, MSc.
PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “**EL BLOG COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN LA LIBERTAD**”, elaborado por el Sr. **Bryan Josué Bosmediano Andrade**, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



BRYAN JOSUE BOSMEDIANO ANDRADE
C.I. 245088211

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena que me dio la bienvenida al mundo como tal, las oportunidades que me han dado son incomparables. A mis maestros de cátedra que me brindaron grandiosos conocimientos acerca del mundo profesional que me espera. A mi profesor guía por brindarme su gran ayuda y dirección sobre los pasos a seguir en la elaboración de este trabajo investigativo. A mis padres por sus esfuerzos y amor invaluable al educarme con sus enseñanzas mostradas desde la práctica para motivarme a ser alguien mejor.

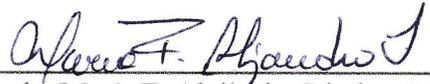
Bryan Josué Bosmediano Andrade

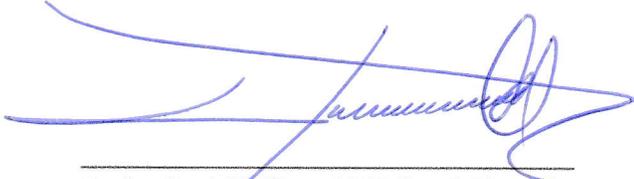
DEDICATORIA

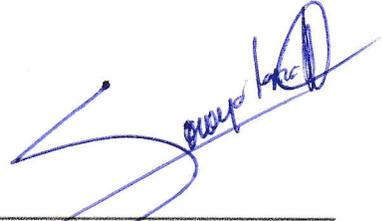
Dedico este ensayo a Dios y mis queridos padres, quienes han sido fundamentales en mi formación como persona. Muchos de mis logros, incluyendo este ensayo, son el resultado de su constante apoyo y motivación. Me criaron con reglas claras y algunas libertades, pero siempre me animaron a perseguir mis sueños y metas. Gracias por ser mis guías, mis consejeros y mi mayor inspiración. Los amo con todo mi corazón.

Bryan Josué Bosmediano Andrade

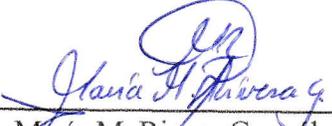
TRIBUNAL DE GRADO


Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.
**DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**


Lcdo. José X. Tomalá Uribe, MSc.
**DIRECTOR (E) DE LA CARRERA
GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**


Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc.
DOCENTE TUTOR


Ing. Joel A. Fortis Suárez, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA


Ab. María M. Rivera González, Mgt.
SECRETARIA GENERAL

ÍNDICE DE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 Revisión de literatura	3
1.2 Desarrollo de Teorías y Conceptos	6
Blog	6
Tipologías de Blogs.....	7
Importancia de los Blog	8
Blog / Sitio Web Turístico	9
TURISMO	10
PROMOCIÓN TURÍSTICA	11
Enfoques en la Promoción Turística	11
Experiencias virtuales Online.....	12
CAPITULO II	13
MATERIALES Y MÉTODOS	13
2.1 Tipo de Investigación	13
2.2 Método de Investigación	13
2.3 Diseño de Recolección de Datos	14
2.4 Técnicas e instrumentos de la investigación.....	15
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	16
CONCLUSIONES	25
RECOMENDACIONES.....	26
BIBLIOGRAFÍA	27
ANEXOS	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población y Muestra	15
Tabla 2 Resultados de la pregunta N° 1	16
Tabla 3 Resultados de la pregunta N° 2.....	17
Tabla 4 Resultados de la pregunta N° 3.....	18
Tabla 5 Resultados de la pregunta N° 4.....	19
Tabla 6 Resultados de la pregunta N° 5.....	20
Tabla 7 Resultados de la pregunta N° 6.....	21
Tabla 8 Resultados de la pregunta N° 7.....	22
Tabla 9 Resultados de la pregunta N° 8.....	23
Tabla 10 Resultados de la pregunta N° 9.....	24

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	30
Anexo 2 Matriz de consistencia.....	34
Anexo 3 Diagrama de causa y efecto.....	35
Anexo 4 Operacionalización de las variables	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género.....	16
Gráfico 2 Nivel de educación	17
Gráfico 3 Rango de edad.....	18
Gráfico 4 Medios de promoción	19
Gráfico 5 Sitios promocionados.....	20
Gráfico 6 Opinión sobre la creación de un sitio web.....	21
Gráfico 7 Motivaciones del turista.....	22
Gráfico 8 Lugares preferidos por los turistas.....	23
Gráfico 9 Opinión sobre un blog turístico	24



“EL BLOG COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN LA LIBERTAD”

AUTOR:

Bryan Josué Bosmediano Andrade

TUTOR:

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

RESUMEN

Actualmente el Ecuador trata de reactivarse turísticamente después de haber atravesado un periodo de estancamiento a causa del COVID 19, por tal razón es necesario promocionar atractivos turísticos. El presente trabajo investigativo tiene como objetivo determinar la importancia del blog turístico como una de las principales estrategias de promoción turística para el cantón La Libertad, que se sustenta en la revisión de material bibliográfico de casos de estudio en donde ya se han implementado este tipo de estrategia relacionada al uso de páginas web/blog turístico, en territorios con atractivos turísticos relevantes, también teorías y conceptos relacionados a este campo, además de una encuesta de opinión dirigido tanto a habitantes, como turistas que transitan el cantón. Los resultados obtenidos demostraron la importancia del blog como estrategia de promoción, especialmente debido al acceso y preferencia de las nuevas generaciones, agudizada por los efectos de la pandemia.

Palabras claves: Promoción Turística, Sitio Web, Importancia, estrategia, turistas



“THE BLOG AS A TOURISM PROMOTION STRATEGY FOR THE CANTON LA LIBERTAD”

AUTHOR:

Bryan Josué Bosmediano Andrade

ADVISOR:

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

ABSTRACT

Currently, Ecuador is trying to reactivate tourism after having gone through a period of stagnation due to Covid 19, for this reason it is necessary to promote tourist attractions. The objective of this research is to determine the importance of the tourist blog as one of the main tourism promotion strategies for the canton of La Libertad, which is based on the review of bibliographic material of case studies where this type of strategy related to the use of web pages/tourist blogs in territories with relevant tourist attractions has already been implemented, as well as theories and concepts related to this field, in addition to an opinion survey aimed at both inhabitants and tourists who travel through the canton. The results obtained demonstrated the importance of the blog as a promotional strategy due to the access or preference of consultation directed to this means of information by the new generations and aggravated by the effects of the pandemic.

Keywords: Tourism Promotion - Website - Importance - strategy – tourists

INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID-19, que comenzó en marzo de 2020 en Ecuador, provocó importantes cambios en la dinámica económica y la infraestructura de diferentes sectores, incluido el turismo. Las medidas de prevención y distanciamiento llevaron al cierre de numerosos centros turísticos en el cantón La Libertad, afectando la economía de las familias que dependían directa o indirectamente de esta actividad. A pesar de los avances en la contención de la pandemia y la reapertura gradual, el cantón enfrenta el desafío de atraer nuevamente a los turistas y revitalizar su economía.

El cambio en el paisaje e infraestructura del cantón La Libertad es evidente, pero lamentablemente la información turística disponible en línea se encuentra desactualizada, lo que dificulta la promoción efectiva de los atractivos locales. En este contexto, surge la necesidad de implementar estrategias innovadoras, como un blog turístico, para presentar al mundo el cantón Libertad y atraer a un público diverso.

Este trabajo tiene como objetivo evidenciar la importancia de un blog como herramienta clave para la promoción turística en el cantón La Libertad, considerando los beneficios que ofrece. Para respaldar esta idea central, se abordarán tres aspectos fundamentales. En primer lugar, se buscará y/o proporcionará una base teórica que resalte la relevancia de los medios digitales en la promoción de atractivos turísticos. Posteriormente, se realizará una encuesta con formato aplicativo para identificar la demografía y las preferencias de la población turística, con el propósito de respaldar la relevancia de un blog como herramienta de promoción.

Finalmente, se llevará a cabo un análisis detallado de las preferencias demográficas de los turistas, destacando elementos como la edad y el género, con el fin de comprender de manera más precisa el perfil del público al que se dirige la promoción turística a través del blog.

Los blogs de turismo, cuando se utilizan de manera adecuada, ofrecen numerosos beneficios, como atraer clientes en línea para restaurantes y hoteles, y presentan características clave como facilidad de gestión, versatilidad y un enfoque en el contenido. Las empresas turísticas tienen un gran potencial para desarrollar contenido valioso, y esta investigación también explorará cómo el storytelling puede desempeñar un papel importante en esta estrategia.

La creación de un blog de turismo con enfoque sostenible, como "Viajero Responsable," es una respuesta a la necesidad de comunicar acciones responsables a los turistas, demostrando una preocupación por el planeta. Esta investigación tiene como objetivo final contribuir a la promoción turística efectiva del cantón La Libertad a través de la implementación de un blog actualizado y atractivo, aprovechando las ventajas tecnológicas y promoviendo el desarrollo económico de la comunidad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de literatura

(Granda, 2019) En su trabajo de investigación denominado **“Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital”** tuvo como objetivo la implementación de estrategias digitales para la promoción turística, partiendo de un diagnóstico turístico y observación web de campo. La metodología utilizada tiene dos enfoques: el cualitativo mediante entrevistas a profesionales en turismo de la localidad; y cuantitativo a través de encuestas realizadas de forma aleatoria a la planta turística, incluyendo un sondeo de opinión dirigido a turistas que visitan el cantón Loja y los resultados obtenidos demostraron las preferencias del turista al momento de investigar sobre el destino a visitar, y la existencia de una falta de innovación digital turística, en donde se pueda encontrar información real y confiable sobre el destino; además de la necesidad de contar con una página web oficial que pueda ofertar de mejor manera los atractivos turísticos del cantón Loja.

En el artículo de (Alfonso, Reinoso, & Ortega, 2017) bajo el título **“Promoción turística basada en un sitio web para el desarrollo turístico del cantón Bolívar”** uso la metodología que tiene un enfoque descriptivo y los resultados obtenidos fueron que se diseñó el plan de promoción turística mediante el uso de la web, estructurado de tal manera que logre cumplir los objetivos del plan siendo estos: captar el mercado turístico determinado, interactuar con los usuarios, ampliar información, conseguir que los usuarios se animen a visitar el cantón coadyuvando

al desarrollo turístico de Bolívar, generando beneficios socioeconómicos mejorando la calidad de vida de sus pobladores.

En la investigación titulada **“la web, estrategia para incentivar el turismo”** cuyo objetivo el desarrollo del sitio web que sirve como estrategia de difusión del potencial turístico de la ciudad de Ocaña. La metodología está enmarcada en la modalidad de proyecto factible apoyada en la investigación de campo, además de ser un modelo funcional viable o una solución al problema de tipo práctico que conlleva al diseño y creación de sistemas y El resultado del proyecto es el sitio web www.ocanaturistica.com el cual cuenta con un nombre de dominio propio para brindar fácil recordación y acceso (Carrascal, Vera, & Rincón Parada, 2015).

En el estudio investigativo de (Pilar & García, 2016) denominado **“El papel moderador del diseño web y la cultura del país en la respuesta del consumidor online. Una aplicación a los destinos turísticos”** cuyo objetivo fue observar el comportamiento del usuario en Internet si se ve moderado por la cultura del país al que pertenezca el usuario. La metodología usada fue tanto de carácter cualitativo como cuantitativo basándose en la observación y experimentación y los resultados obtenidos fueron al trabajar con muestras procedentes de diferentes culturas es importante abordar la posible existencia de un sesgo de respuesta cultural antes de realizar comparaciones significativas entre culturas.

La propuesta realizada por (Pagalo, 2014) cuyo objetivo fue dar existencia de un sitio web para fomentar el turismo en el sector del Tingo y dar a conocer sus tradiciones, ubicado en la parroquia de Alangasi. La metodología utilizada tiene el enfoque cualitativo y los resultados obtenidos fueron que manejar la incursión en medios tecnológicos por parte del sector turístico será de gran ayuda para la comunicación e información de los turistas, los cuales optan a menudo por buscar atracciones turísticas en internet.

Conforme al trabajo de investigación titulado **“El uso de Twitter y Facebook en la promoción turística online”** que definió los usos de las redes sociales para la promoción turística basándose en la universalidad de estas. La metodología usada tuvo un enfoque exploratorio como descriptivo y los resultados obtenidos fueron que el crecimiento de seguidores en las redes es constante, sin embargo al hacer un análisis más a fondo se nota que no todos son colaboradores activos, aunado a la falta de un estudio por parte de los organismos que permita detectar y conocer el tipo de mercado que los siguen en las redes, por lo que las publicaciones no tienen el alcance y resultado esperado (Samperio & Martínez, 2014).

La investigación de (Cajamarca, 2012) nombrada **"Diseño de un website sobre los lugares turísticos de la provincia del Cañar."** cuyo objetivo fue la creación de un sitio web que hable sobre los lugares turísticos de la provincia del Cañar. La metodología usada tiene un enfoque descriptivo y los resultados obtenidos fueron que la actividad del turismo y ecoturismo es fructífera porque deja grandes ingresos económicos a una región o a una provincia que prestan estos servicios a nivel nacional e internacional y la falta de información impide que los turistas tengan datos adecuados sobre los lugares que puede visitar y qué actividades puede realizar en cada una de ellas.

(Parra & Pilco, 2011) encontraron en su trabajo **“Diseño e Implementación de un sitio web para el Complejo Turístico Harás del Paraíso.”** las causas por las que existe un alto desconocimiento por parte de los turistas al Complejo Turístico Harás del Paraíso. La metodología que se aplicó en este trabajo fue de tipo cuantitativo y los resultados obtenidos fueron que los turistas encuestados consideran la gran mayoría que desconocen el complejo turístico por falta de información y publicidad dada. Por tal razón se realizó la propuesta del diseño e implementación de un sitio web para dar a conocer el **“Complejo Turístico Harás del Paraíso”**.

(Montes, 2010) conforme al trabajo de investigación titulado **“Diseño y Creación de Páginas Web Aplicado al Sector Turístico”**. cuyo objetivo fue establecer una guía para el diseño de páginas web con aplicación al sector turístico. La metodología usada tiene un enfoque descriptivo y los resultados obtenidos fueron la creación de una guía para el diseño de páginas web de carácter turístico, revelando aspectos técnicos en la realización de estos sitios.

(Majó & Galí, 2002) recolectaron datos del turismo en Catalunya en su trabajo de investigación titulado **“Internet en la información Turística”**. La metodología usada tiene un enfoque exploratorio y los Resultados obtenidos fueron que El diseño de una página web no es solo cuestión de imagen gráfica ni técnica informática; requiere un enfoque de comunicación, orientación al público, pedagogía, estrategia de mercado, etc. para conseguir cambiar un modelo meramente publicitario en una herramienta de transmisión de información.

1.2 Desarrollo de Teorías y Conceptos

Blog

Un blog es una herramienta tecnología que permite a través de una página web o sitio web, colgar contenido con fines informativos, educativos o promocionales, el blog se sirve para publicar contenido de forma periódica a fin de obtener los resultados propuestos, a estas publicaciones se las llaman artículos o posts.

Un blog desde el punto de vista técnico, no es más que una página web en la que el sistema de edición y publicación se ha simplificado hasta el punto de que el usuario no necesita conocimientos específicos del medio electrónico ni del formato digital para poder aportar contenidos de forma inmediata, ágil y constante desde cualquier punto de conexión a Internet (Orellana & Ortiz, 2022). La misma nomenclatura alrededor de este medio de publicación personal electrónico refleja la dificultad que todavía presenta la definición y el etiquetado de los blogs.

La complejidad inherente a la definición y clasificación de los blogs se refleja en la persistencia de la misma nomenclatura en torno a este medio de publicación personal electrónica. El término "weblog" fue acuñado por Jorn Barger en 1997 para describir diarios electrónicos personales, editados y publicados mediante herramientas informáticas de fácil manejo. Estas herramientas permitían la publicación regular en la red de textos breves organizados cronológicamente.

La denominación "weblog" inicialmente combinaba la referencia al formato web de publicación electrónica con el verbo inglés "to log" (anotar) y la expresión náutica "log on ship" (cuaderno de bitácora o diario de abordaje), vinculando así las acciones de registro y navegación. En inglés, esta asociación evolucionó hacia la expresión abreviada "blog", mientras que en español derivó en "bitácora" y "cuaderno de bitácora". (Payà, 2008).

En forma general, la identificación de un blog se basa en los siguientes elementos:

1. El título y la descripción del blog
2. Datos del creador (breve reseña biográfica o vínculos informativos).
3. Recomendaciones de enlaces (blogroll, que amplían la información).
4. Notas (tablas, contenido, enlaces permanentes, disposición cronológica)

Tipologías de Blogs

Se pueden encontrar diversas clases que definen los tipos de blogs de acuerdo con los elementos seleccionados como punto de referencia principal para el análisis (Payà, 2008).

1. **Por Autoría:** Cuantitativa (Blog individual o colectivo) y Cualitativa (Blog personal o corporativo)
2. **Según el contenido:** Orientado a enlaces, información personal, divulgación de noticias o especialización en temáticas.
3. **Según el Formato:** Basado en texto, en imagen, en Sonido e Híbrido.

4. **Por fórmula de Gestión:** Propia (a través de programas en el escritorio) y en línea (edición por programas en línea).

Importancia de los Blog

Los blogs son muy importantes por el alcance que tiene y la facilidad de interactuar con los internautas, nos permite alcanzar un amplio grupo de personas a las cuales no se llegaría con otro tipo de comunicaciones como prensa escrita o radio y tv.

Usos: el uso de un blog es muy variado, entre los principales tenemos:

1. Generar tráfico a la página de la empresa
2. Generar ingresos
3. Selección de personal
4. Conseguir datos de personas de interés para proporcionar mayor información.

Estrategias para que un Blog funcione: el tema de tener un blog no garantiza la efectividad del mismo, a continuación, detallo algunas herramientas que nos permitirán tener el mejor efecto en nuestro blog:

1. Cuidar su presentación
 - Cuidar su estructura, y todo lo que aporte el autor del mismo.
 - El orden de publicaciones es importante haciendo visible las publicaciones más recientes o las más relevantes.
2. Cuidar el contenido
 - Es necesario contar con actualizaciones frecuentes
 - Cuidar que las publicaciones tengan una perfecta redacción y edición.
3. Cuidar que la navegación sea amigable
 - Usar hipervínculos eficientes
 - Tener enlaces a páginas igual de importantes y que aporten al tema tratado en el blog.

- Verificar que la interacción usuario-autor sea práctica y el sistema de comentarios sea interactivo
- 4. Escoger un buen diseño para la página web y por ende para el blog
- 5. Link a redes sociales con herramientas que permitan la interacción
- 6. Herramientas para captar Leads (datos) en un blog.
- 7. Un buen administrador del Blog que lo mantenga actualizado y renovado.

Blog / Sitio Web Turístico

(Xie, 2021) Menciona un sitio web son herramientas muy conocidas que tratan de encontrar información por categoría o por contenido, tales como AltaVista, Yahoo! Google, etc. A estos buscadores se les introducen palabras claves y ellas determinan las páginas o sitios web que contienen dichas palabras tratando de satisfacer así los requerimientos del usuario. Como tales si un usuario o internauta desea conocer acerca de un lugar que quiere visitar buscara sitios web que contengan información sobre el lugar, atractivos y servicios que se dispongan en este y si le parece lo suficientemente atrayente ira en su visita.

Posibilidad de los Blogs en la Web 2.0

(Piernas, 2022), Se refiere al conjunto completo del sector turístico, a incluir todos los elementos de su cadena de valor. La meta es mejorar la productividad mediante la contribución del conocimiento generado por las empresas y destinos. Es decir, se debe considerar que el Turismo 2.0 afecta tanto a las instituciones y grandes y pequeñas empresas de la industria del turismo como a los usuarios o clientes que utilizan sus servicios.

TURISMO

Es importante resaltar que el turismo es el desplazamiento de personas de forma estacional fuera de su lugar de residencia cuyo objetivo es buscar la satisfacción de sus necesidades turísticas a través del placer y el esparcimiento, descanso y cultura en un lugar determinado. 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 residencia habitual por motivos personales o de negocios/ profesionales (Longart, 2021). Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Entorno Turístico Staff, 2021)

Actualmente el sector turístico ha aprovechado al máximo las ventajas en la implementación del internet, ya que de cierta forma se está convirtiendo en una herramienta indispensable para la realización y planificación de las diferentes actividades turísticas, además ayudan a tener un mejor acercamiento con sus clientes creándose vínculos de fidelidad.

El internet ha cambiado la forma en la que se informa sobre el turismo y la manera en que las compañías y comunidades turísticas trabajan en el diseño y comercialización de sus productos (Jiménez, Allés, & Franco, 2018). Del mismo modo la forma que los turistas, planifican, reservan y viven sus experiencias turísticas ha favorecido la implementación de diversos recursos y procesos que generan información sobre las preferencias en el consumo del turista. (Moreira, 2022)

Dentro de la evolución tecnología y los avances en las redes sociales es imperativo que el ámbito del turismo dirija su enfoque hacia esta tendencia, lo cual le permitirá potenciar su promoción de forma globalizada, el Blog es una herramienta importante al momento de mostrar al mundo los sectores turísticos de nuestro país.

PROMOCIÓN TURÍSTICA

La Promoción turística es la acción y efecto de promover el turismo, resultando sus aspectos positivos, e identificando los ámbitos con más connotación y de interés, a fin que sea establecido entre las opciones a escoger del público a quien se lo dirige, el ámbito de acción de la promoción turística es muy amplio ya que hay varios espectros los cuales abarcar y a los cuales se les podrían dar mayor realce, de esta forma incentivamos a los turistas y a toda persona que se anime a visitar y conocer nuevos lugares con el fin de ampliar sus experiencias personales, otro de los propósitos que abarca la promoción turística es aumentar los ingresos económicos en los gobiernos, y es por esto su importancia.

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. (Chimborazo, Ramirez, Gavilanes, & Moreno, 2021) Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar, una vez que se tiene un producto turístico, y que existe un posible mercado para ese producto, es indispensable darlo a conocer, de ahí radica su importancia. Se define promoción turística como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos, cumpliendo la función de favorecer los estímulos para el seguimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. (Salas, 2021)

Enfoques en la Promoción Turística

Toda Promoción turística tiene puede abarcar diversos enfoques, ya que un lugar turístico tiene distintos tipos de atractivos para el público y una buena promoción turística debe poder identificarlos para así sacar el mejor resultado y un impacto en el turista.

A continuación, detallo los más significativos dentro de las promociones turísticas:

- Atractivos turísticos naturales (Playas, Volcanes, Cascadas, etc.)
- Atractivos turísticos hechos por obra humana (Parques de Diversiones, Murales, Monumentos, Puentes, etc.)
- Atractivo turístico Histórico (Piezas arqueológicas, Fiestas tradicionales, Cultura)

La Promoción turística ha ido evolucionando y adaptándose al nuevo mundo tecnológico que se está viviendo en las últimas décadas, este desarrollo va ampliándose de forma vertiginosa lo que obliga a que el turismo utilice los medios más actuales para poder promocionarse y por el mismo hecho que en la actualidad el mayor porcentaje de personas económicamente activas tienen acceso al internet.

Experiencias virtuales Online

Las experiencias online abren las puertas a una integración como nunca se había visto, capaz de transportar a los internautas a percibir en primera persona los diversos panoramas que se pretenden conocer o también poder tener el mundo digital con todos sus beneficios al alcance de su mano, sacándolo de su zona de confort. Una experiencia virtual es una manera de sumergirse en un entorno tecnológico y conseguir esa interacción. Permite adentrarse en un mundo imaginario creado por ordenador y hacer que el servidor se sienta dentro de él, dirigiéndolo por un mundo virtual que podrá vivirlo en primera persona (Fiallos, 2023).

CAPITULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de Investigación

El presente ensayo se enmarca dentro de una investigación exploratoria. A través de esta exploración, se busca comprender mejor la viabilidad y el potencial de un blog turístico como estrategia de promoción para el cantón La Libertad. El enfoque exploratorio se centra en descubrir pistas, identificar posibles relaciones y generar ideas iniciales sobre cómo podría implementarse un blog turístico de manera efectiva en el contexto del cantón.

Mediante una encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón La Libertad, se pretende recopilar información fundamental que aclara los elementos informativos y las necesidades pertinentes para futuras implementaciones de blogs turísticos. La finalidad es establecer datos sólidos que pueda servir como guía para estrategias de promoción turística en el futuro. Esta investigación se sustenta en técnicas como la observación, la recopilación de datos y la revisión documental. A través de la exploración y análisis de los datos recopilados, se aspira a obtener una comprensión más precisa de cómo un blog turístico podría contribuir de manera efectiva al impulso de la promoción turística en el cantón La Libertad

2.2 Método de Investigación

El método inductivo inicia de lo particular a lo general, según (Rodríguez, 2023) la aplicación de este método en el contexto de la promoción turística a través de blogs implica una observación inicial que se centra en examinar casos específicos de blogs

utilizados con éxito para esta finalidad. La identificación de patrones y tendencias se realiza mediante el análisis de las características para posteriormente, la generalización que se basa en las conclusiones específicas obtenidas, y finalmente, se elaboran recomendaciones concretas basadas en el análisis inductivo realizado.

2.3 Diseño de Recolección de Datos

Población

(Pastor, 2019) La noción de población se refiere al conjunto de elementos, individuos o entidades que comparten características comunes y son objeto de estudio en un contexto específico. Este grupo puede definirse según diversos criterios, como la ubicación geográfica, características demográficas. La población seleccionada para este estudio se considera por conveniencia, considerando a individuos mayores de 18 años que visitaron el cantón La Libertad durante las festividades de provincialización de Santa Elena en el año 2022. según el diario el Universo el vicepresidente de la cámara de turismo de Santa Elena estimo que llegaron 24000 turistas.

Muestra

La muestra no probabilística está orientada a la selección por características de investigaciones mas no por criterio estadístico y esta se puede utilizar en investigaciones tanto cualitativas o cuantitativas (Faneite, 2023).

Para contextualizar el alcance de la muestra, se compara con la población total de turistas en el cantón La Libertad, que se estima en 24 mil personas según datos del diario El Universo. La elección de una muestra más pequeña pero representativa se alinea con la naturaleza exploratoria de este estudio y permite un análisis más detallado de las percepciones y comportamientos de los turistas en la zona. La información recopilada a través de esta muestra estratégica será esencial para comprender la interacción entre los visitantes y los atractivos lugares turísticos en el contexto específico de La Libertad.

Tabla 1 Población y Muestra

Población	Muestra
24 mil turistas. (El Universo, 2022)	100 personas (muestreo por conveniencia)

Fuente: El diario el Universo (*El Universo, 2022*)
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

2.4 Técnicas e instrumentos de la investigación

Encuesta

La encuesta es un método de recopilación de datos que involucra la obtención de información a través de preguntas estructuradas, con el objetivo de conocer las opiniones, actitudes o características de un grupo específico de personas. Este proceso implica la formulación sistemática de preguntas diseñadas para obtener respuestas cuantificables y proporcionar una visión más completa y precisa sobre un tema particular (Avila, González, & Licea, 2020). La encuesta fue dirigida a los pobladores del cantón La Libertad y a los turistas que visitaron en ese periodo los atractivos turísticos del cantón.

Se midió lo siguiente:

- Tendencia de acuerdo al genero
- Tendencia de acuerdo a las edades
- Interés por conocer los sectores turísticos del cantón Santa Elena
- Medios por el cual se entera de los sitios turísticos
- Tendencia de motivaciones para la actividad turística
- Interés por contar con un blog para promociona los atractivos turísticos del cantón La Libertad.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta N° 1

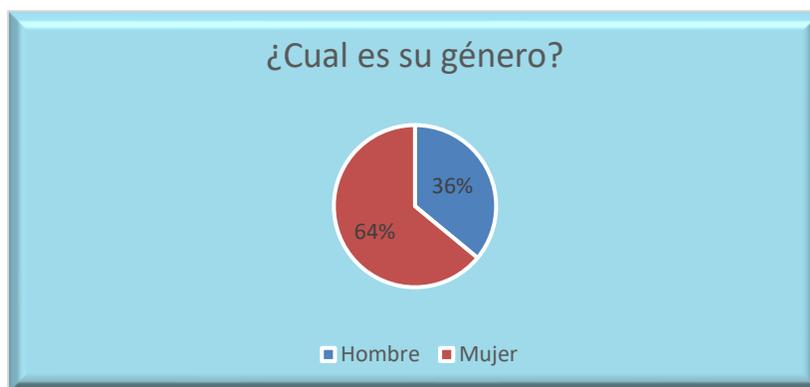
¿Cuál es su género?

Tabla 2 Resultados de la pregunta N° 1

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
1	Hombre	36	36%
	Mujer	64	64%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 1 Género



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

Los datos revelan una disparidad significativa en la distribución de género entre los encuestados. Las mujeres representan la mayoría de los participantes, este hallazgo subraya la importancia de orientar las estrategias de promoción turística hacia el público femenino, reconociendo su influencia significativa en las decisiones de viaje. No obstante, es crucial no descartar el atractivo para el público masculino. La promoción turística debería, por lo tanto, adoptar un enfoque equilibrado que resuene con ambos géneros, maximizando así el atractivo para el conjunto diverso de visitantes. Este análisis sugiere una oportunidad estratégica para adaptar la comunicación y el contenido promocional, garantizando una representación inclusiva que responda a las preferencias de género y, a su vez, aumentar la participación general de turistas en el cantón La Libertad.

Pregunta N° 2

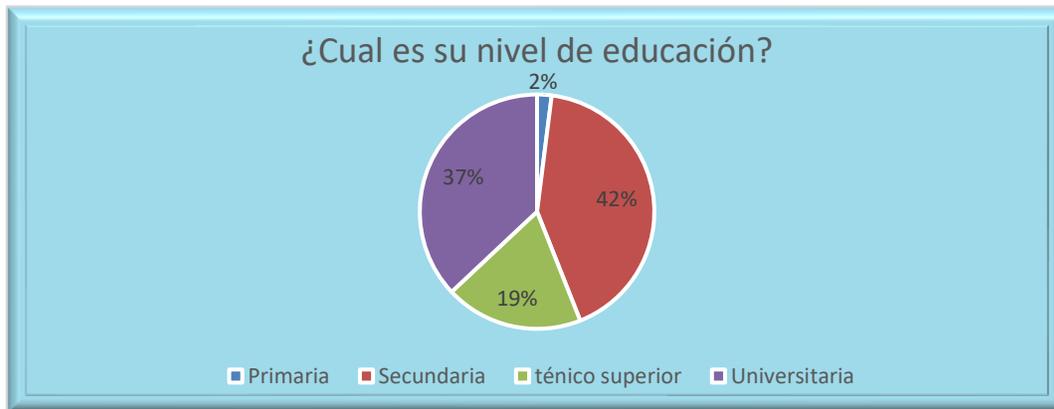
¿Cuál es su nivel educativo?

Tabla 3 Resultados de la pregunta N° 2

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
2	Primaria	2	2%
	Secundaria	42	42%
	técnico superior	19	19%
	Universitaria	37	37%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 2 Nivel de educación



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

El análisis de los resultados de la pregunta sobre el nivel educativo refleja una distribución significativa entre los encuestados. La mayoría de los participantes indicaron haber completado o estar cursando la educación secundaria, seguido de un grupo considerable con educación universitaria. Este patrón sugiere que la población y los turistas que visitan La Libertad tienen un nivel educativo medio a alto. Esta información es crucial al diseñar estrategias de promoción, ya que sugiere una audiencia potencialmente receptiva a mensajes más elaborados y experiencias turísticas que involucren aspectos culturales e intelectuales. Al considerar estos niveles educativos, las campañas promocionales pueden ser diseñadas de manera más efectiva para resonar con la educación y los intereses de la audiencia, mejorando así la eficacia de las iniciativas turísticas en el cantón.

Pregunta N° 3

¿En qué rango de edad se encuentra?

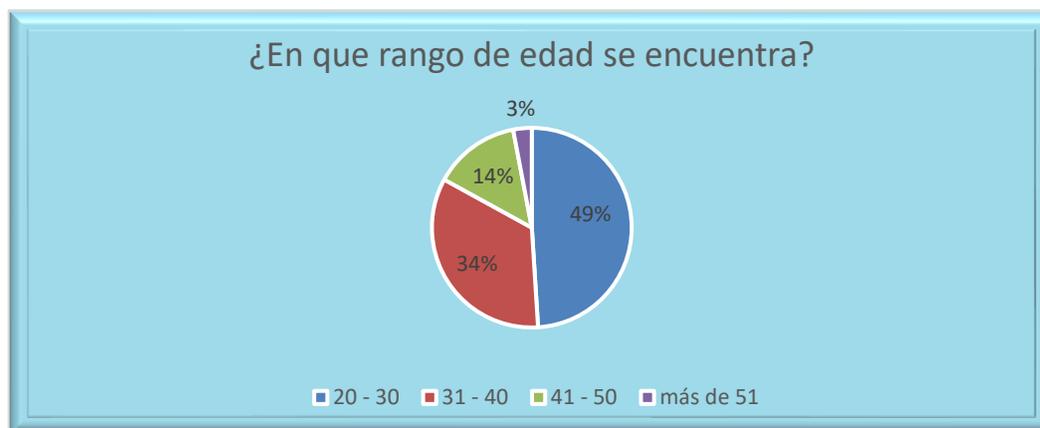
Tabla 4 Resultados de la pregunta N° 3

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
3	20 – 30	49	49%
	31 – 40	34	34%
	41 – 50	14	14%
	más de 51	3	3%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 3 Rango de edad



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

El análisis de los resultados de la pregunta sobre el rango de edad destaca que la mayoría de los visitantes, o aquellos que han considerado visitar el cantón La Libertad, se encuentran en el rango de 20 a 30 años. Este grupo demográfico, conformado principalmente por la generación de los milenios, presenta una familiaridad destacada con la tecnología y el internet. Esta observación sugiere una excelente oportunidad para captar su atención a través de plataformas en línea, como blogs y páginas web turísticas del cantón. Sin embargo, también revela un desafío, ya que este grupo es informado y valora experiencias auténticas y novedosas. Por lo tanto, se sugiere que las estrategias de promoción se enfocan en ofrecer contenidos atractivos y experiencias turísticas únicas para satisfacer las expectativas de este segmento de edad exigente.

Pregunta N° 4

¿A través de que medio se enteró de este sitio turístico?

Tabla 5 Resultados de la pregunta N° 4

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
4	INTERNET, Blog, Página Web	82	82%
	Prensa escrita	1	1%
	recomendación Familiar o Amigo	15	15%
	TV	2	2%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 4 Medios de promoción



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

Los resultados revelan una tendencia clara: el 82% de los encuestados se enteró del lugar a través de medios digitales como Internet, blogs y páginas web. En contraste, otros canales tradicionales, como la prensa escrita y la televisión, representan porcentajes significativamente más bajos. Este hallazgo resalta la importancia fundamental de las plataformas en línea como herramienta principal para la promoción turística en La Libertad. La inmediata y la accesibilidad de Internet ofrecen una oportunidad estratégica para dirigir los esfuerzos de promoción hacia este medio, aprovechando su alcance masivo y la preferencia de la audiencia. Se recomienda, por lo tanto, enfocar los recursos de promoción en estrategias digitales efectivas para optimizar la visibilidad y el impacto del turismo en el cantón.

Pregunta N° 5

¿Qué sitio turístico le parece necesita ser más promocionado?

Tabla 6 Resultados de la pregunta N° 5

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
5	El Malecón	35	35%
	El Mirador la Caleta	12	12%
	El Museo Megaterio	18	18%
	La Casa de los 100 años	2	2%
	La Iglesia Matriz	8	8%
	La Playa del Malecón	25	25%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 5 Sitios promocionados



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

Los resultados revelan claramente que El Malecón y la Playa del Malecón son los destinos que los encuestados consideran necesitan una mayor atención promocional, obteniendo el 35% y el 25%, respectivamente. Estos resultados sugieren que estos dos lugares específicos son actualmente los más populares y atraen una mayor afluencia de turistas en comparación con los demás destinos enumerados. Dada esta preferencia destacada, se recomienda una estrategia de promoción enfocada en resaltar las características únicas y las experiencias que ofrecen tanto El Malecón como la Playa del Malecón. Al centrar los esfuerzos de promoción en estos sitios de alta demanda, se puede maximizar el impacto y la efectividad de las campañas turísticas en el cantón La Libertad.

Pregunta N° 6

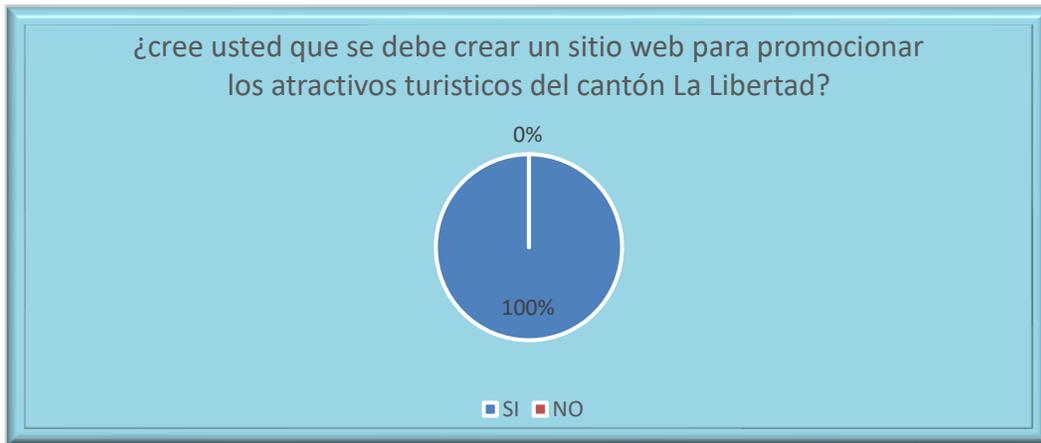
¿cree usted que se debe crear un sitio web para promocionar los atractivos turísticos del cantón La Libertad?

Tabla 7 Resultados de la pregunta N° 6

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
6	SI	100	100%
	NO	0	0%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 6 Opinión sobre la creación de un sitio web



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

El análisis de las respuestas a la pregunta sobre la creación de un sitio web para promocionar los atractivos turísticos del cantón La Libertad revela una unanimidad sorprendente, ya que el 100% de los encuestados expresan un claro respaldo a la idea. Esta respuesta unánime subraya la percepción positiva de la población hacia la creación de un sitio web dedicado a la promoción turística. Este hallazgo es de gran relevancia, ya que sugiere un consenso generalizado sobre la efectividad y la necesidad de utilizar plataformas digitales para potenciar el turismo en La Libertad. Se recomienda, por lo tanto, priorizar la creación y el desarrollo de un sitio web atractivo e informativo que destaque los atractivos turísticos de la región, aprovechando así la alta aceptación y el potencial impacto positivo que puede tener en la atracción de visitantes.

Pregunta N° 7

¿De la presente lista de motivaciones para hacer turismo ¿Por cuál usted se inclina?

Tabla 8 Resultados de la pregunta N° 7

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
7	Búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal	15	15%
	Interés por el balneario	29	29%
	Interés por la diversidad cultural	10	10%
	Romper la rutina y escapar de la realidad	46	46%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 7 Motivaciones del turista



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

Los resultados revelan que la mayoría de los encuestados, con un 46%, se inclinan hacia la motivación de romper la rutina y escapar de la realidad. Este hallazgo sugiere que los turistas que visitan o consideran visitar La Libertad buscan experiencias que les permitan desconectarse de sus rutinas diarias y encontrar un refugio temporal. Esta información es esencial para la creación de contenido en el sitio web, y enfoca que las campañas promocionales deben resaltar las experiencias únicas y relajantes que ofrece el cantón, proporcionando así una escapada placentera para aquellos que buscan romper con la monotonía de la vida diaria. Se recomienda, destacar estas características distintivas en la promoción turística para atraer y satisfacer las expectativas de los visitantes potenciales.

Pregunta N° 8

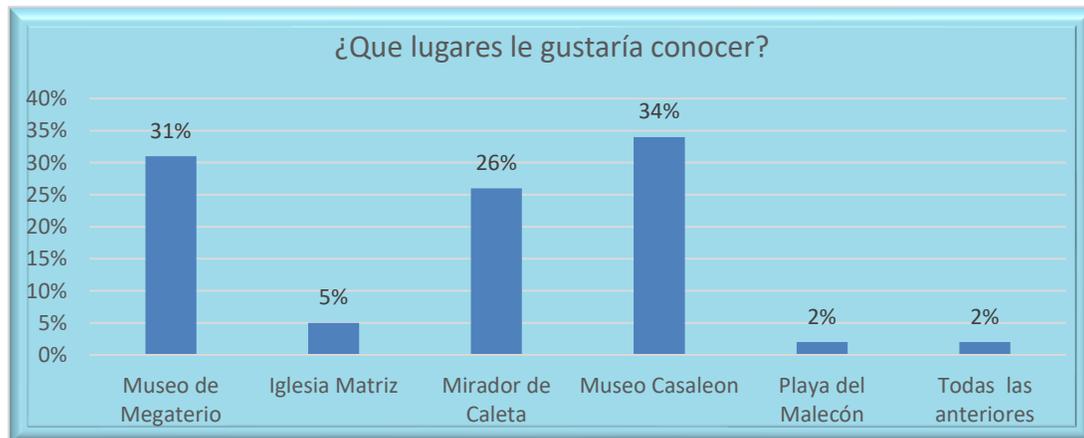
¿Qué lugares le gustaría conocer?

Tabla 9 Resultados de la pregunta N° 8

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
8	Museo de Megaterio	31	31%
	Iglesia Matriz	5	5%
	Mirador de Caleta	26	26%
	Museo Casaleon	34	34%
	Playa del Malecón	2	2%
	Todas las anteriores	2	2%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 8 Lugares preferidos por los turistas



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.

Los destacan claramente el Museo Casaleón y el Museo de Megaterio como los destinos de mayor interés, obteniendo el 34% y el 31%, respectivamente. Estos resultados indican una demanda significativa por parte de los turistas para explorar estos sitios culturales y educativos en La Libertad. Se recomienda, por lo tanto, una estrategia de promoción focalizada en resaltar las características únicas y atractivas de estos museos, utilizando enfoques creativos y llamativos para captar la atención de la audiencia. Aprovechar este interés específico puede conducir a un aumento significativo en la afluencia de turistas a estos destinos, contribuyendo así al desarrollo turístico y económico del cantón.

Pregunta N °9

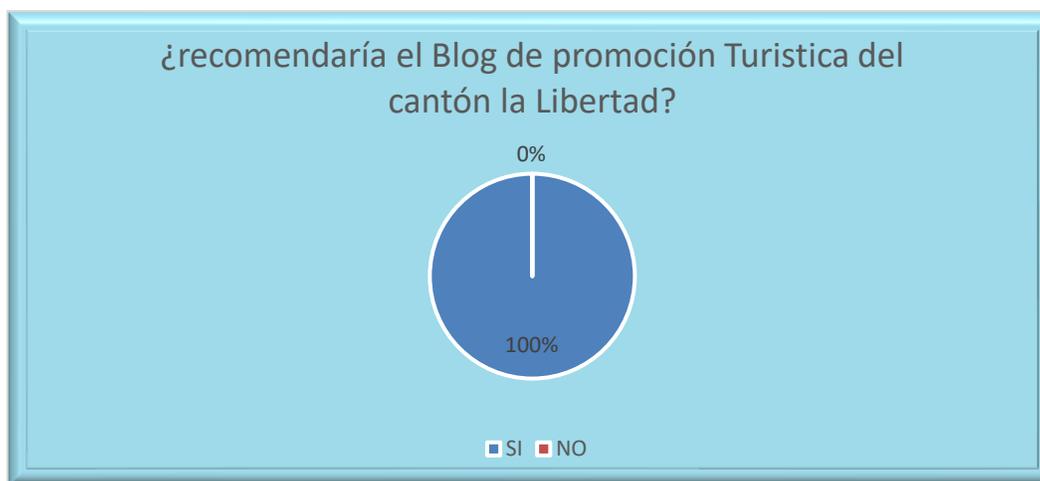
¿recomendaría el Blog de promoción Turística del cantón la Libertad?

Tabla 10 Resultados de la pregunta N° 9

Pregunta	Valoración	Cantidad	%
9	SI	100	100%
	NO	0	0%
TOTAL		100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad.
Elaborado por: Bryan Bosmediano (2022)

Gráfico 9 Opinión sobre un blog turístico



Fuente: Encuesta realizada a los turistas del cantón La Libertad

El análisis de los resultados de la pregunta acerca de recomendar el Blog de promoción turística del cantón La Libertad revela una respuesta extremadamente positiva, con el 100% de los encuestados expresando su disposición a recomendar el blog. Este respaldo unánime indica un alto nivel de satisfacción y aprecio por la propuesta del blog, lo que sugiere que la población percibe esta herramienta como valiosa y efectiva para obtener información sobre los atractivos turísticos de La Libertad. Se destaca la importancia de capitalizar esta aceptación favorable para promover la difusión voluntaria del blog, aprovechando el entusiasmo de los encuestados para amplificar la visibilidad y el impacto del mismo. Además, se sugiere continuar mejorando y actualizando el contenido del blog para mantener este alto nivel de aprobación y continuar atrayendo a una audiencia amplia y diversa.

CONCLUSIONES

- En resumen, un blog turístico no solo sirve como una plataforma digital para compartir información y experiencias, sino que también se erige como un puente entre destinos y viajeros, fomentando la exploración, la conexión cultural y el descubrimiento. Su capacidad para inspirar, informar y comprometer a la audiencia lo convierte en una herramienta indispensable en el arsenal de estrategias de promoción turística en la era digital, donde la influencia y el alcance de Internet son invaluableles. En última instancia, un blog turístico no solo impulsa el turismo, sino que también enriquece la experiencia de viaje y contribuye al desarrollo sostenible de comunidades locales en todo el mundo.

- La revisión teórica realizada en trabajos relacionados proporciono una base sólida que destaca la relevancia fundamental de los medios digitales, especialmente los blogs, en la promoción de atractivos turísticos. Este hallazgo subraya la importancia estratégica de incorporar plataformas digitales en las estrategias de promoción turística en La Libertad.

- Los resultados del aplicativo en formato de encuestas, demostraron de manera concluyente la aceptación de un blog como herramienta de promoción turística mencionando haber buscado atreves de medios digitales información sobre La Libertad y los atractivos que ofrece. La retroalimentación positiva de los participantes respalda la idea de que un blog es una herramienta efectiva para atraer la atención de los potenciales visitantes.

- Tras un análisis detallado de las preferencias demográficas, se revela información invaluable sobre el perfil del público objetivo al que se dirige la promoción turística a través del blog. Se concluye que la mayor incidencia de visitantes se encuentra en el rango de edades de 20 a 40 años, y el género predominante es el femenino. Estos hallazgos proporcionan una guía esencial para adaptar el contenido de manera efectiva, asegurando que el blog conecte de manera significativa con las audiencias específicas.

RECOMENDACIONES

- Dada la importancia crítica de los medios digitales en la promoción turística, se recomienda una integración estratégica y continua de blogs en las campañas promocionales de La Libertad. Esto implica una actualización constante del contenido, aprovechando las características visuales y narrativas para crear experiencias inmersivas que capten la atención del público objetivo.
- Basándonos en la evidencia de la pertinencia del blog obtenida de la revisión teórica de trabajos relacionados, se sugiere un enfoque continuo en la optimización y mejora del contenido. Esto incluye la incorporación de elementos interactivos, información relevante y actualizada sobre los atractivos turísticos, y la creación de campañas específicas que destaquen los beneficios y experiencias únicas que ofrece La Libertad.
- Basándonos en los resultados del análisis demográfico, se recomienda realizar encuestas periódicas y solicitar retroalimentación directa de los lectores para garantizar una comprensión continua de sus necesidades y preferencias en constante evolución.
- Con la comprensión detallada del perfil demográfico, se recomienda una personalización más efectiva del contenido del blog. Esto implica adaptar el tono, el estilo y los temas para atraer específicamente a la audiencia identificada. Además, se aconseja la implementación de encuestas periódicas para mantenerse al tanto de cambios en las preferencias del público

BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso, R. A., Reinoso, N. G., & Ortega, A. R. (2017). Promoción turística en una herramienta web para el Cantón Bolívar, Ecuador. *ECA Sinergia*, 61-74.
- Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta:¿ métodos o técnicas de indagación empírica?. *Didáctica y educación ISSN 2224-2643*, 11(3), , 62-79.
- Cajamarca, M. I. (2012). Diseño de un website sobre los lugares turísticos de la provincia del Cañar. Cuenca, Ecuador.
- Carrascal, M. P., Vera, B. A., & Rincón Parada, I. K. (2015). La Web, estrategia para incentivar el turismo. *Revista Ingenio*, 8(1), 123-130.
- Chimborazo, L., Ramirez, E. P., Gavilanes, T. G., & Moreno, K. A. (2021). Redes sociales: una herramienta de distribución promocional del marketing turístico. *Uda akadem*, (8), 122-145.
- El Universo. (6 de noviembre de 2022). 24.000 turistas y ocupación hotelera del 50 %, balance preliminar del feriado en Santa Elena. *El Universo*.
- Entorno Turístico Staff. (15 de abril de 2021). *entornoturistico.com*. Obtenido de entornoturistico.com: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo/>
- Faneite, S. F. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. . *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82-95.
- Fiallos, E. D. (1 de Marzo de 2023). Turismo virtual para incentivar la visita a Ancón ciudad patrimonial . Santa Elena , Ecuador.

- Granda, M. F. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *Siembra*, 68-84.
- Jiménez, M. Á., Allés, M. T., & Franco, J. J.-T. (2018). Revisión teórica de la relevancia de las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC) en el sector turístico. *Turydes*.
- Longart, P. (junio de 2021). Longart, P. (2021). El turismo mundial y los efectos de COVID-19; qué nos espera. Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid, 19. Quito, Ecuador.
- Majó, J., & Galí, N. (2002). Internet en la información turística. . *IV Congreso "Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones" TuriTec*, (págs. 397-409).
- Montes, R. (2010). *Diseño y Creación de Páginas Web Aplicado al Sector Turístico*. Granada: copicentro.
- Moreira, C. G. (Marzo de 2022). Pertinencia de los sistemas de información gerencial en la competitividad del sector turístico de la provincia de Manabí . Guayaquil , Ecuador.
- Orellana, S. R., & Ortiz, M. J. (14 de septiembre de 2022). Análisis del impacto de las estrategias de comunicación digital generadas por la Orquesta. Cuenca, Ecuador.
- Pagalo, E. J. (Octubre de 2014). Elaboración y creación de una página web para fomentar el turismo en el sector del Tingo y dar a conocer su cultura paisajes naturales eventos culturales platos típicos y tradicionales del sector ubicado al sureste de distrito metropolitano de Quito. Obtenido de dspace.cordillera.edu.ec: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj9h7ivjb2CAxWybDABHbLiC9wQFnoECBsQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.dspace.cordillera.edu.ec%2Fitems%2F7a30448d-2d3d-4ce3-86ff-305e4fddfcac&usg=AOvVaw3FAXdzUV5QOgy1cRfRTqL1&opi=89978449>

- Parra, Y. P., & Pilco, K. N. (2011). Diseño e implementación de un sitio web para el complejo turístico Harás del Paraíso. Milagro, Guayas, Ecuador.
- Pastor, B. F. (2019). Población y muestra. *Pueblo continente*, 30(1), 245-247.
- Payà, E. B. (2008). *UOC.com*. Obtenido de https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/17821/5/XX08_93006_01331-3.pdf
- Piernas, J. M. (enero de 2022). La web 2.0 aplicada al Sector Hotelero. Murcia.
- Pilar, J. M., & García, S. d. (2016). El papel moderador del diseño web y la cultura del país en la respuesta del consumidor online. Una aplicación a los destinos turísticos. *European Research on Management and Business Economics (ERMBE)* , 78-87.
- Rodríguez, R. L. (3 de febrero de 2023). Técnicas de estudio en el proceso de enseñanza y aprendizaje. Latacunga, Ecuador.
- Salas, V. L. (2021). Turismo y Desarrollo Local: un Estudio de Caso en el Distrito de Pisac - Cusco. *Comuni@ cción*, 12(4), 296-309.
- Samperio, E. L., & Martínez, E. E. (febrero de 2014). El uso de Twitter y Facebook en la promoción turística online. Toluca, Mexico.
- Xie, Y. M. (2021). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo*. Ediciones de la U. Bogota, Colombia: Ediciones de la U.

ANEXOS

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Tema: Promoción Turística: Creación de un Blog Turístico para la cabecera cantonal del cantón La Libertad.

Objetivo: Reunir información sobre la motivación y las actividades turísticas que practica el turista en el cantón La Libertad.

ANEXO 1

ENCUESTA

Cabecera de la Encuesta

Anexo 1 Encuesta

Tema: Promoción Turística: Creación de un Blog Turístico para el cantón la libertad.

Objetivo: Reunir información sobre la necesidad e interes de los turistas y pobladores de recibir información turística del Cantón la Libertad a través de una página web o Blog.

tiffanybastidas@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

Preguntas 1 – 2 - 3

Seleccione su genero *

- Mujer
- Hombre
- Otro: _____

Seleccione su nivel de formación *

- Primaria
- Secundaria
- Técnica superior
- Universitaria

Señale su edad *

- 20 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 a 50 de años
- 51 años en adelante

Preguntas 4 – 5 - 6

¿A través de que medio se enteró de este sitio turístico? *

- TV
- Prensa Escrita
- recomendación de familiar o amigo
- INTERNET, Blog, Página Web
- Otro: _____

¿Que sitio turistico le parece necesita ser más promocionado? *

- Playa del malecón de la Libertad
- El malecón de la Libertad
- El museo Casa Leon
- La Casa de los 100 años
- El mirador La Caleta
- La Iglesia Matriz
- El Museo Megaterio

¿cree usted que se debe crear un sitio web para promocionar los atractivos turísticos del cantón La Libertad? *

- SI
- NO

Preguntas 7 – 8 - 9

De la presente lista de motivaciones para hacer turismo ¿Por cual usted se inclina? *

- Búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal
- Romper la rutina y escapar de la realidad
- Interés por el balneario
- Interés por la diversidad cultural

¿Qué lugares le gustaría conocer? *

- Playa del Malecón
- El Malecón
- Museo Casaleón
- Mirador la Caleta
- La Iglesia Matriz
- Museo Megaterio
- Otro: _____

¿recomendaría el Blog de promoción Turística del cantón la Libertad? *

- Sí
- No

Enviar

Página 1 de 1

Borrar formulario

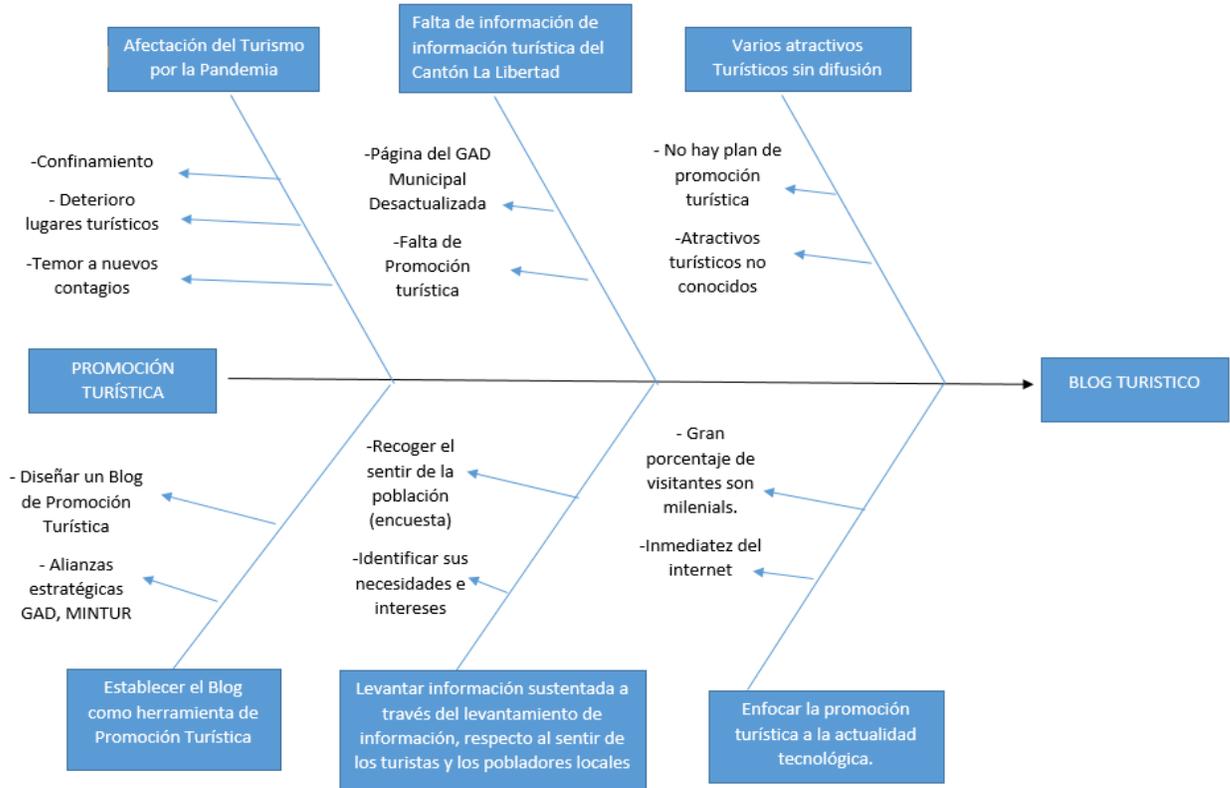
ANEXO 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES
<p>TEMA: Difusión turística: Diseño de un Blog turístico en la cabecera cantonal del cantón La Libertad.</p>	<p>Declive en la economía por falta de promoción turística, Ausencia de difusión actualizada de los atractivos y establecimientos turísticos de La Libertad en blog turísticos,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer el Blog como estrategia de promoción turística en el Cantón La Libertad. • Levantar información sustentada a través del levantamiento de información respecto al sentir de los turistas y pobladores. • A través del blog promocionar los espacios turísticos del cantón. • Poder reactivar la economía de la población en el cantón La Libertad a través de la implementación del Blog • Enfocar la promoción turística a la actualidad tecnológica. • establecer información turística actualizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Blog turístico • Promoción Turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Interés de los visitantes. • Motivación de conocer nuevos destinos. • Satisfacción de los visitantes para promover el blog turístico. • Las motivaciones del turismo • Diseño y creación del Blog

Anexo 2 Matriz de consistencia

ANEXO 3

DIAGRAMA CAUSA EFECTO



Anexo 3 Diagrama de causa y efecto

ANEXO 4

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Cuadro No. 1: Variable Dependiente

Variable 1	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
BLOG	Un blog es una herramienta tecnológica que permite a través de una página web o sitio web, colgar contenido con fines informativos, educativos o promocionales	Gestión	Interés	¿A través de que medio se enteró de este sitio turístico?	Encuestas
				¿Qué lugares le gustaría conocer?	
		Estrategias	Motivación	¿De la presente lista de motivaciones para hacer turismo ¿Por cuál usted se inclina?	
		Responsables	Voluntad	¿recomendaría el Blog de promoción Turística del cantón la Libertad?	
		línea de Acción	Diseño	¿cree usted que se debe crear un sitio web para promocionar los atractivos turísticos del cantón La Libertad?	

Anexo 4 Operacionalización de las variables

Cuadro No. 2: Variable Independiente

Variable 2	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
<p>Promoción Turística</p>	<p>La Promoción turística es la acción y efecto de promover el turismo, resultando sus aspectos positivos, e identificando los ámbitos con más connotación y de interés, a fin que sea establecido entre las opciones a escoger del público a quien se lo dirige.</p>	<p>Organización</p>	<p>Necesidad de aumento de visitantes</p>	<p>¿Qué sitio turístico le parece necesita ser más promocionado?</p>	<p>Encuestas</p>
		<p>Autogestión</p>	<p>Voluntad</p>	<p>¿Qué lugares le gustaría conocer?</p> <p>¿recomendaría el Blog de promoción Turística del cantón la Libertad?</p>	
		<p>Implementación del Proyecto</p>	<p>Alianzas</p>	<p>¿cree usted que se debe crear un sitio web para promocionar los atractivos turísticos del cantón La Libertad?</p>	