

# Herramientas web para la difusión turística en El Churo, Ecuador

Accessible tourism in the hotels of tourist destinations in central Mexico

**Nery Ermino Carriel Alcívar** 

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales, Ecuador

**Félix Reinaldo Pastrán Calles** 

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales, Ecuador

Correspondencia: e1315617165@live.uleam.edu.ec, felix.pastran@uleam.edu.ec

**RESUMEN.** La presente investigación tiene el objetivo de Aplicar las herramientas web para establecer la difusión de las potencialidades turísticas en la comunidad El Churo con el propósito de materializar la difusión turística para incentivar la promoción a través de acciones online y offline. La metodología usada en esta investigación es bajo el paradigma positivista con el enfoque cuantitativo con el uso del método inductivo y es una investigación de tipo descriptiva, que se apoya en la observación. Este procedimiento dado que facilita el uso de técnicas como la encuesta y entrevista. La población de estudio corresponde a la Asociación de Producción Pesquera Artesanal El Churo (ASOPROPECHU) con 64 socios, los cuales son participes en el proyecto de investigación Turismo Natural y Cultural en el Cantón Pedernales de la ULEAM-Ext. Pedernales, por lo que se implementó el muestreo no Probabilístico, de tipo ocasional u opinático, siendo realizada a 30 socios. Como resultado la comunidad presenta potencial turístico como consecuencia de los recursos físico-natural, como lo es la posición estratégica y su cercanía al mar, lo que lo beneficia por el estuario del río Cojimíes, donde se desarrolla la pesca y se puede transformar hacia la pesca deportiva, la observación de aves, el recorrido por el manglar, así como, desde las actividades terrestres, el ciclo paseo, la ejecución de juegos tradicionales y otras actividades para sostener la cultura. En conclusión, El Churo se presenta como una oportunidad de ampliar la oferta en el Cantón por sus recursos turísticos.

**Palabras clave:** Turismo, comunidad, herramientas web.

**ABSTRACT.** The objective of this research is to apply web tools to establish the dissemination of tourism potential in the El Churo community with the purpose of materializing tourism dissemination to encourage promotion through online and offline actions. The methodology used in this research is under the positivist paradigm with the quantitative approach with the use of the inductive method and it is a descriptive type of research, which is based on observation. This procedure since it facilitates the use of techniques such as survey and interview. The study population corresponds to the El Churo Artisanal Fishery Production Association (ASOPROPECHU) with 64 members, who are participants in the Natural and Cultural Tourism research project in the Pedernales Canton of ULEAM-Ext. Pedernales, for which non-probabilistic sampling, of an occasional or opinion type, was implemented, being carried out on 30 members. As a result, the community presents tourist potential as a consequence of the physical-natural resources, such as the strategic position and its proximity to the sea, which benefits it due to the Cojimíes river estuary, where fishing is developed and can be transformed towards the sport fishing, bird watching, tours of the mangrove swamp, as well as land activities, cycle rides, traditional games and other activities to sustain culture. In conclusion, El Churo is presented as an opportunity to expand the offer in the Canton for its tourist resources.

**Keywords:** Tourism, community, web tools.

Recibido: 07/06/2023 Aceptado: 30/11/2023



## 1. Introducción

Este estudio se inició tomando en consideración que el cantón Pedernales posee diversos paisajes naturales, por lo que se seleccionó como área de estudio, el sitio El Churo de la parroquia Cojimíes, donde predomina la ruralidad y ha sido poco aprovechado de manera turística y donde los habitantes conservan su ambiente autóctono, resaltando un extenso manglar caracterizado por la producción de concha prieta, pesca y actividades de camaronerías.

Para llegar a la comunidad de El Churo se puede ir por vía terrestre, desde Pedernales, llegando a Cañaverál, el viaje es de 19 Kms. asfaltado. El tramo desde Cañaverál a El Churo tiene una distancia de 10 km y no posee asfalto, no obstante, además es viable ingresar por mar, por medio del estuario del río Cojimíes. Sus habitantes se dedican a la pesca y la comercialización de estos productos, los mismos se utilizan para la elaboración de platos típicos (Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón Pedernales. (2020))

El problema principal en esta investigación es la falta de promoción como espacio turístico, por lo que se plantea el objetivo de Aplicar las herramientas web para establecer la difusión de las potencialidades turísticas en la comunidad El Churo con el propósito de materializar la actividad turística e incentivar la promoción a través de acciones online y offline. Como por ejemplo en las redes sociales, Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest, Spotify, YouTube, Vimeo, LinkedIn y Tik Tok.

Por lo anterior, es importante que El Churo, cuente con herramientas web de simple ingreso para mostrar la comunidad y difundir información, empleando así el marketing digital para el impulso turístico. Estas herramientas son eficientes para el comercio local y regional, logrando oportunidades, ya que, al no tener una interfaz o página oficial de turismo administrado por la comunidad o un ente público, enfocado en la atracción de un turismo barato y popular, con un enfoque hacia la naturaleza, la gastronomía, la cultura y la ruralidad. Los productos y negocios para ser comercializados necesitan de publicidad y esta depende de los mensajes; siendo cada vez más notoria inclusión de los negocios en las Redes Sociales a través del Internet donde se visualiza como gerentes y administradores de hoteles, cabañas, restaurantes entre otros, pretenden además de ofertarse, eliminar el distanciamiento con sus potenciales clientes a través de catálogos digitales.

Esto se fundamenta en lo que señala Sotomayor (2019), al mencionar que en “Ecuador en los últimos años las herramientas web son utilizadas como medio para impulsar el marketing principalmente para este objetivo se usan las redes sociales como estrategia para impulsar atractivos turísticos naturales y culturales, así como su gastronomía”. De igual manera Tenelema (2020), expone que en la actualidad existe una nueva forma para difundir el turismo es toda su dimensión en torno a la realidad actual, por lo que resulta satisfactorio vincular su promoción a través de las herramientas web. Al respecto Alcívar *et. al* (2022) recomiendan lo siguiente:

De allí resulta necesario que se apliquen nuevas estrategias de comunicación para difundir las actividades turísticas que se desarrollan en la comunidad, como, por ejemplo: un plan de marketing el cual permita agrupar, difundir y promocionar de manera eficiencia las actividades que la comunidad presenta, a través de promociones, videos, fotografías y relatos de experiencia por medios del uso de los medios digitales y redes sociales

En consecuencia, de ello, se presenta este aporte investigativo, el cual es desafiante debido al momento de la inserción en un mercado enormemente competitivo y organizado ya que esta comunidad, a pesar de las particularidades propias de las zonas rurales, se ha posesionado en los últimos tiempos como destino turístico de interés gastronómico (Bravo, 2018, p.10), debido a que durante el mes de agosto se desarrolla el “Festival de la Concha”, que atrae turistas, en el referido evento se presentan una serie de platos típicos del lugar y potencialidades como la recolección de concha prieta, el cicloturismo, la degustación de platos tradicionales, la observación de flora y fauna, la pesca deportiva, paseo en bote, kayak de río y recorrido en el manglar entre otros (Alcívar *et.al* 2022)

El Facebook como fuente de entretenimiento, otras redes sociales como Twitter, Instagram, son consideradas como fuente de ocio, pero también como herramientas de trabajo. Sin embargo, el uso principal de las redes sociales continúa siendo “social”, es decir, el contacto directo con los propios usuarios a través de las redes,

como es el caso de Facebook, el cual es un espacio que permite la comunicación, comercialización y difusión de información de toda índole.

El marketing en redes no es solo difundir imágenes, se debe tener una presencia interesante, que lleve al cliente hacer clic en alguna de sus publicaciones y para que comience la interacción. WhatsApp es una increíble aplicación gratis que permite comunicarse por chat y llamadas de una manera fácil, segura y creíble, y está utilizable en teléfonos en todas partes de todo el mundo. Por su parte, Instagram es una aplicación de intercambio de fotos en línea gratuita y una plataforma de red social que Facebook adquirió en 2012 pero está antes ya había sido puesto en marcha en 2010. El Twitter es otra de las redes sociales con mayor fuerza a nivel mundial. Pues los usuarios continúan empleando esta plataforma con una gran frecuencia, gracias a las posibilidades que les ofrece la mensajería breve y rápida de la plataforma (Candale, 2017).

El proceder de los usuarios de servicios turísticos, los hábitos de compra y de consumo de los individuos también se han visto acaparados por las nuevas tecnologías; ya que, la web proporciona a los usuarios una serie de ventajas como son los reajustes vertiginosos de la oferta, el acceso a los servidores, el ahorro de tiempo y la producción de evaluaciones de otros clientes especialmente, en consecuencia, la promoción turística ha experimentado un fuerte proceso de diversificación en los últimos años que, junto a los tradicionales canales de distribución, el desarrollo de herramientas web 2.0 y otros aspectos como la realidad aumentada, son fundamentales en la difusión (Mendes, Biz, y Gándara, 2013); Caro, Luque y Zayas, 2014). Todo ello debido a la universalidad, rapidez, privacidad vs publicidad, popularidad y al continuo crecimiento en las principales plataformas.

Las organizaciones turísticas han ido transformándose con el afán de presentarse de un modo más cercano al consumidor y, de esta manera, poder acrecentar la eficacia en la obtención de información sobre las necesidades de los turistas y en la difusión de información dirigidos a los mismos. El sector de turismo puede beneficiarse con el uso de Internet pues existe un gran potencial para alcanzar nuevos clientes y mercados (Vicentin y Hoppen, 2003). La ascendente influencia del turismo como motor económico y su potencial como herramienta de desarrollo son incuestionables para las poblaciones, aporta no solo a la economía de un país, sino que brinda un considerable número de puestos de trabajo.

El turismo asimismo es el sector que más contribuye al PIB en la amplia mayoría de estos países y genera crecimiento, mejora la calidad de vida de las personas, beneficiando la protección del medio ambiente, protegiendo un patrimonio cultural. La web permite mejorar las percepciones que los clientes tienen con relación a los destinos, por la obtención de datos disponibles sobre las motivaciones y características de los diferentes nichos de mercados existentes, permitiendo adaptar la oferta turística a las exigencias más específicas.

## 2. Metodología

La metodología usada en esta investigación es bajo el paradigma positivista con el enfoque cuantitativo (Hernández, R., Fernández, C., Y Baptistas, P. (2018), con el uso del método inductivo y es una investigación de tipo descriptiva, que se apoya en la observación. Este procedimiento dado que facilita el uso de técnicas como la encuesta y entrevista (Cadena, Rendón y Aguilar, 2017).

La población de estudio corresponde al conjunto de casos, finito, limitado, y accesible que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con unas series de criterios predeterminado. Según el censo de la población que de Cojímies representan la cantidad de 15.061 habitantes con base censal al 2010 de 14.205 habitantes (Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos, 2010) La población del Churo está compuesta por 110 familias según el Censo arrojó 585 habitantes. Sin embargo, en la actualidad existe la Asociación de Producción Pesquera Artesanal El Churo (ASOPROPECHU) con 64 socios, los cuales son participes en el proyecto de investigación Turismo Natural y Cultural en el Cantón Pedernales de la ULEAM-Ext. Pedernales, por lo que se implementó el muestreo no Probabilístico, de tipo ocasional u opinático, siendo realizada a 30 personas que forman parte del entorno turístico del sitio El Churo y son socios. La muestra es un resultado poblacional, que determinaría, Concretamente con el referido grupo elegido se

puede saber un conjunto de casos, concretos, limitados y accesibles, que desarrollan las pautas para la selección de la exhibe y cumple con un grupo de criterios determinados.

### 3. Resultados

En cuanto a los resultados obtenidos del cuestionario aplicado en la comunidad, a continuación, se presenta con detalle, cada pregunta con su análisis.

En la **Pregunta 1** ¿Cree usted que la comunidad El Churo cuenta con recursos turísticos para ofertar? De las 30 personas encuestadas se han obtenido los siguientes resultados: el 72% de estas respondieron que El Churo cuenta con recursos turísticos suficientes para ofertar, no obstante, existe un porcentaje de un 28 % que considera que a esta Comunidad aún le faltan recursos turísticos para poder ofertar. Por eso según Pastrá et. al (2021) el señala que si hay potencialidades en la comunidad del Churo (Ver tabla 1).

**Tabla 1: Respuestas a la Pregunta 1** ¿Cree usted que la comunidad El Churo cuenta con recursos turísticos para ofertar?

Respuestas	Resultados	Porcentajes
SI	24	72%
NO	6	28%
<b>Total</b>	30	100%

**Análisis de resultados de la pregunta 2** ¿Cuál de estas actividades turísticas cree Ud. que se pueda practicar en la comunidad El Churo? De las 30 personas encuestadas se obtuvo como resultado, que las actividades turísticas que se practica o se pueden practicar por lo general en el sitio El Churo en primer lugar tenemos la Recolección de concha prieta, alcanzando un nivel del 98%, en segundo lugar tenemos la observación de la flora y fauna, alcanzando un nivel del 96%, en tercer lugar tenemos el recorrido por el manglar, que alcanza un porcentaje del 95%, en cuarto lugar tenemos que la actividad del ciclismo es usual en un 93%, en quinto lugar tenemos el paseo en lancha de motor, las demás actividades precedentes también se realizan en orden descendente, siendo importante que se impulsen todas las actividades de acuerdo a los gustos de los visitantes.

**Tabla 2: Respuesta pregunta 2:** ¿Cuál de estas actividades turísticas cree Ud. que se pueda practicar en la comunidad El Churo?

Respuestas	Resultados	Porcentajes Del 100%
1. Recolección de concha prieta	28	98%
2. Cicloturismo	23	93%
3. Exhibición de piezas y muestras culturales	18	70%
4. Exposiciones temáticas	15	50%
5. Degustación de platos tradicionales (Gastronomía)	25	95%
6. Observación de flora y fauna	26	96%
7. Recorrido por el manglar	25	95%
8. Kayak de río	12	30%

9. Pesca deportiva	16	60%
10. Paseo en bote/lancha de motor	19	71%
11. Canopy	11	25%
12. Muestras Audiovisuales	12	30%

**Análisis de resultados de la pregunta 3 ¿Cuál de estas opciones considera usted que es la más adecuada para promocionar un lugar turístico en la actualidad?** De las 30 personas encuestadas nos podemos fijar que un grupo representativo de personas representadas por el 50% consideran que las redes sociales son el medio idóneo para promocionar un lugar turístico en la actualidad, asimismo nos encontramos con un grupo de personas reflejadas por un 22% consideran que la prensa también es un medio adecuado para promocionar un lugar turístico, otro grupo igualitario del 18% de personas ven en la radio en medio idóneo para promocionar un lugar turístico y 10% de un grupo de personas consideran que la opción de boca en boca es un medio eficaz para impulsar el turismo.

**Tabla 3: Respuesta a la pregunta 3: ¿Cuál de estas opciones considera usted que es la más adecuada para promocionar un lugar turístico en la actualidad?**

Respuestas	Resultados	Porcentajes
Prensa	10	10%
Radio	15	18%
De boca en boca	22	22%
Redes Sociales	28	50%

**Análisis de resultados de la pregunta 4 ¿Usted cree que la promoción turística por redes sociales atraerá a turistas locales y regionales?** Dentro de las 30 personas que han sido encuestadas sobre esta pregunta se puede resumir que el 95% de estas creen que la promoción turística por redes sociales atraerá a turistas locales y regionales y el 5% de estas no piensa igual.

**Tabla 4: Respuesta a la Pregunta 4: ¿Usted cree que la promoción turística por redes sociales atraerá a turistas locales y regionales?**

Respuestas	Resultados	Porcentajes
SI	25	95%
NO	5	5%
<b>Total</b>	30	100%

**Análisis de resultados de la pregunta 5 ¿Con qué frecuencia usted utiliza redes sociales?** Dentro de las 30 personas encuestadas se ha podido determinar el grado de importancia que estas utilizan las redes sociales es considerable, pues un porcentaje de 94% de personas han indicado que usualmente se comunican y reciben información por dicho medio, mientras que un grupo de 5 personas dicen que pocas veces usan ese medio para interactuar otro grupo a su vez de 1 persona indica que rara vez usan ese medio.

**Tabla 5: Respuesta Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia usted utiliza redes sociales?**

Repuestas	Resultados	Porcentajes
Con mucha	24	94%
Poca	5	5%
Rara vez	1	1%

**Análisis resultados de la pregunta 6 ¿Cuál de estas redes sociales usted maneja?** En la que antecede podemos ver que de las 30 personas encuestadas usan frecuentemente todas las redes sociales que se han hecho alusión pues por lo general estas redes contribuyen a socializar con diversas personas en el país y en el mundo y a su vez estas ayudan a conocer lugares y ver ofertas de ventas o de alquiler de cosas que les interesan. Solo un grupo minoritario de un 6% se rehúsa a formar parte de la tecnología por lo que se puede determinar que las redes sociales contribuyen a la difusión turística.

**Tabla 6: Respuesta a la Pregunta 6: ¿Cuál de estas redes sociales usted maneja?**

Respuestas	Resultados	Porcentajes
WhatsApp	12	47%
Facebook	12	47%
Instagram	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Análisis resultados de la pregunta 7 ¿Considera usted importante ofertar actividades turísticas desde la comunidad El Churo a través de redes sociales?**

Es sustancial señalar que de las 30 personas encuestadas un porcentaje representativo de un 97% apuntan de mucha importancia ofertar las actividades turísticas de la comunidad El Churo a través de redes sociales y un grupo minúsculo del 3% aún no se convencen de que aquello sea así pues están acostumbrados a los medios de difusión tradicional no obstante no están reacias a aceptarlo.

**Tabla 7: respuesta a la Pregunta 7: ¿Considera usted importante ofertar actividades turísticas desde la comunidad El Churo a través de redes sociales?**

Respuestas	Resultados	Porcentajes
<b>SI</b>	28	97%
<b>NO</b>	2	3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Análisis resultados de la pregunta 8 ¿Considera usted que la difusión de actividades turísticas del sitio El Churo contribuirá al turismo del Cantón Pedernales?** De las 30 personas encuestadas tenemos la posibilidad de ver de acuerdo con los resultados que han arrojado las encuestas que el 97 % apunta que, si creen que la difusión de actividades turísticas del sitio El Churo contribuirá al turismo del Cantón Pedernales, existiendo un grupo reducido de un 3% que no se logran definir si esto realmente aportará al turismo de Pedernales. Por lo que es recomendable que se reeduce a la sociedad sobre la importancia del turismo en todos los rincones de este hermoso Cantón manabita.

**Tabla 8: Respuesta a la Pregunta 8: ¿Considera usted que la difusión de actividades turísticas del sitio El Churo contribuirá al turismo del Cantón Pedernales?**

Respuestas	Resultados	Porcentajes
SI	28	97%
NO	2	3%
<b>Total</b>	30	100%

**Análisis de resultados de la pregunta 9 ¿Considera que actualmente se está promocionando adecuadamente las potencialidades turísticas del sitio El Churo?** De las 30 personas encuestadas se logró conseguir el siguiente resultado: Que el 50% de esta apunta que si considera que actualmente se está promocionando adecuadamente las potencialidades turísticas del sitio El Churo y el otro 50% considera que esta promoción no se realiza de la forma correcta. Por ende, se puede decir que estos porcentajes demuestran que falta realizar una forma de promoción que no confunda a las personas y se haga por medios actuales y tecnológicos como las nuevas tecnologías con el uso de redes sociales.

**Tabla 9: Respuesta a la Pregunta 9: ¿Considera que actualmente se está promocionando adecuadamente las potencialidades turísticas del sitio El Churo?**

Respuestas	Resultados	Porcentajes
SI	15	50%
NO	15	50%
<b>Total</b>	30	100%

**Análisis de resultados de la pregunta 10 ¿Considera usted importante desarrollar herramientas web a través de redes sociales para la difusión de las actividades turísticas en la comunidad El Churo?** De las 30 personas encuestadas se ha conseguido determinar que un porcentaje del 97% ha respondido si considera importante desarrollar herramientas web a través de redes sociales para la difusión de las actividades turísticas en la comunidad El Churo, mientras que un grupo reducido transcrito en un 3% no creen importante dicho desarrollo de redes.

**Tabla 10: Respuesta a la Pregunta 10: ¿Considera usted importante desarrollar herramientas web a través de redes sociales para la difusión de las actividades turísticas en la comunidad El Churo?**

Respuestas	Resultados	Porcentajes
SI	28	97%
NO	2	3%
<b>Total</b>	30	100%

Desde ese contexto se puede exponer que urge al sitio El Churo ser difundido a través de las redes sociales más usuales por los internautas, cabe recordar que en la actualidad el mundo se oferta a través de plataformas digitales y que todo ha ido revolucionando a la par de la tecnología, por ejemplo los tiques de compras los boletos de avión, las lecturas de compras se realizan por código QR, con aplicativos modernos para evitar los papeleos o las largas filas para el ingreso a un sitio determinado.

A través de los sitios de internet se pueden ofertar los hermosos sitios de un lugar determinado en este caso El Churo se perfila como un buen destino turístico, y se puede visualizar desde la comodidad del hogar o la oficina, es decir que el turista solo necesita de un teléfono celular y empezar a navegar cada uno de sus rincones desde su computador. Situación que se adecua con esta investigación, por poseer las características del segmento del turismo rural, el ciclo turismo las cuales cuidan el ambiente, esto desde el punto de vista natural, pero también existe la virtud de poseer condiciones culturales como antes se ha mencionado, con un espíritu de inclusión, fraternidad, sin fines de lucro, pero con el interés de mejorar la calidad de vida de la comunidad.

La pandemia causada del COVID-19 afectó a las comunidades rurales de manera directa, por ello, el turismo actúa como actividad que permite el crecimiento económico, por lo que hay que aprovechar que Pedernales es una localidad que tiene una sustancial afluencia de turistas de la costa y la sierra, o de las localidades aledañas en temporada de feriados donde la gente hace idealización de sus viajes en lo personal y mayormente acompañados de sus amigos.

Es necesario que la comunidad implemente una estrategia de desarrollo local que permita potenciar el turismo rural, puesto que el segmento de mercado interesado en esta modalidad turística tiene mayores exigencias que van ligadas como por ejemplo con: el cuidado de los recursos naturales, pues se entiende que son el principal atractivo que el turista desea conocer y la trascendental motivación para realizar el viaje.

La UNESCO señala que los pueblos impulsan el turismo por medio de su cultura y de sus entornos naturales ya que este reconocimiento contribuye a la revalorización continua de las culturas y de las identidades, y es un vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones. Además, es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación, que generan el reconocimiento de su identidad,

Caro, Luque y Zayas (2015) reconocen que estos aspectos culturales de cada lugar que cita la UNESCO, así como sus entornos naturales deben manifestarse para ser impulsados entre nuevos retos y oportunidades que ofrece la tecnología que los destinos turísticos, aprovechando para darse a conocer, el desarrollo y la promoción por los sitios web como nuevas herramientas tecnológicas.

A fin de cuentas, la comunidad presenta potencial turístico como consecuencia de los recursos físico-natural, como lo es la posición estratégica y su cercanía al mar, lo que lo beneficia por el estuario del río Cojimíes, donde se desarrolla la pesca y se puede transformar hacia la pesca deportiva, la observación de aves, el recorrido por el manglar, así como, desde las actividades terrestres, el ciclo paseo, la ejecución de juegos tradicionales y otras actividades para sostener la cultura.

A esto se le suma la experiencia camarón (Pastrán, Macías, Montilla y Mera (2021) y un valor resaltante, la cual es el potencial gastronómico, icono en la localidad. y en colaboración a la comunidad, municipio y universidad se fusionan en un recorrido turístico, sin embargo, existen aspectos que se deben mejorar para el disfrute de los visitantes, en su mayoría provenientes del mismo cantón, viajan en grupo y han visitado la comunidad anteriormente. Pero, el servicio, debe mejorar, y para ello es necesario realizar capacitaciones a corto plazo a los prestadores, con la finalidad de buscar la calidad y crear fidelidad en los clientes. Por otro lado, en esa misma estrategia, se debe considerar la aplicación correcta de los protocolos de bioseguridad, tanto para las personas dedicadas a actividades turísticas como para el visitante (Ministerio de Turismo, 2021).

La promoción del turismo en El Churo por medio de medios digitales como el Facebook e Instagram, de seguro serán de acogida por la población con interés turístico, donde las tácticas de marketing digital asisten a la promoción a nivel local y regional. En Facebook se tendrá una cuenta oficial de la comunidad para temas turísticos, así como WhatsApp e Instagram donde se desarrollará el plan de acción. El plan de acción se enmarca en la precisa utilización de la utilidad Web en relación con la comunidad o comunidades con las que se pretenda publicitar los

atractivos del lugar y sitios más visitados del Sitio El Churo, como promociones de paseos, las promociones, los descuentos, sino además para medir el nivel de agrado del cliente.

Por ello se debe crear cuentas en las redes sociales como Facebook e Instagram, capacitación por parte de estudiantes de turismo de la Uleam Pedernales y autor de la investigación a los habitantes de la comunidad del churo sobre el buen uso de las redes sociales, Contar con una buena base de datos para mejorar la imagen de la comunidad y tener una buena promoción de los servicios y potencialidades turísticas. De igual manera se debe realizar alianzas con el Gad Municipal del cantón pedernales para la Creación de redes sociales y folletos para que ayude a la difusión de las potencialidades turísticas de la comunidad del churo. Para mejor comprensión del lector, se presenta a continuación se presentan las cuentas creadas.

**Tabla 11: Cuentas creadas de la Comunidad El Churo**

<b>Plataforma</b>	<b>Cuenta</b>
<b>Correo</b>	<u><a href="mailto:comunidadelchuro@gmail.com">comunidadelchuro@gmail.com</a></u>
<b>Facebook</b>	Comunidad Turística Del Churo
<b>Instagram</b>	<u><a href="https://www.instagram.com/el_churo1">el_churo1</a></u>

#### 4. Conclusiones

Mediante el trayecto de esta investigación se concluye que resulta importante la creación de cuentas en redes sociales para impulsar el turismo en el sitio El Churo del cantón Pedernales, para ello se debe tomar en consideración el Plan de desarrollo turístico del cantón, pues esta herramienta podrá ser manejada desde la Dirección de Turismo ya que siempre se podrá actualizar la información y manejarla de forma consolidada con datos reales y con propuestas e ideas creativas en aras de mejorar el mercado turístico para el visitante.

Agregando a lo anterior a su vez se concluye que El Churo siendo una parte rural del Cantón Cojimiés es una zona natural que se encuentra muy cerca de la ciudad por lo que las personas que visitan este sitio también pueden visitar otras áreas de la localidad es decir pueden ir a las playas de Pedernales y al mismo tiempo recorrer El Churo por lo que representa un doble beneficio para el cantón de allí que es interesante que en la oferta turística se incluya una doble oferta por el precio de una.

La dinámica con la que se presenten las bondades de este lugar maravilloso en redes sociales sin lugar a duda contribuye en un gran porcentaje para que el lugar obtenga no solo el reconocimiento de los propios sino también de los extranjeros. El factor de éxito en la ejecución y sustento del plan de promoción turística radica en la cooperación y apoyo por parte de los actores involucrados en la propuesta, entiéndase: los usuarios, equipo de desarrollos web, prestadores de servicios turísticos, operadores turísticos involucrados, GAD Pedernales y organismos principalmente.

#### Referencias Bibliográficas

- Alcívar Vera, I. I., Pastrán Calles, F. R., Álava Rosado, D. F., & Álava Zambrano, M. R. (2022). Potencialidades para el desarrollo turístico rural en la comunidad El Churo, Pedernales. Encuentros. Revista De Ciencias Humanas, Teoría Social Y Pensamiento Crítico., (15), 411–425.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5980129>  
 BRAVO, M. (2018). Desarrollo turístico plan para el cantón de Pedernales: una estrategia integral para desarrollo turístico. Gobierno municipal de Pedernales.

- Caro, José Luis, Luque, Ana y Zayas, Belén (2015). “Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales”, Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13(4)
- Cadena, P; Rendón, R; y Aguilar, J. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. Scielo, México.
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. Universidad de Bucarest
- Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón Pedernales. (2020). *Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial Del Cantón Pedernales 2020-2032*. Gad Pedernales. <https://www.pedernales.gob.ec/>
- Hernández, R., Fernández, C., Y Baptistas, P. (2018). *Metodología De La Investigación*. Mc Graw Hill Education.
- Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos. (2010). *Resultados Del Censo 2010 De Población Y Vivienda En El Ecuador*.
- Mendes, G., Biz, A. A. y Gándara, J. M. (2013). Originalidad en la promoción turística en medios y comunidades. Un estudio comparativo entre lugares turísticos., 22 (1), 103-119.
- Ministerio de Turismo (2021). La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos. Obtenido en: <http://goo.gl/SjKfe>.
- Pastrá Calles, F.R. , Macías Chila, R.R. , Montilla Pacheco, A. de J. y Mera Bravo, E.P. 2021. “Shrimp experience” desde la economía naranja para el turismo cultural en Pedernales. Turismo y Sociedad. 30, (dic. 2021), 149–167. DOI:<https://doi.org/10.18601/01207555.n30.08>. Sotomayor, M. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de Estudio: Cantón Loja, Ecuador. Siembra, 6(1), 068–084. <https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1717>.
- Tenelema, F. (2020). Plan de Acción Turística para la Comunidad de Puerto Cayo. Disponible en: <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2776/1/P.TITULACION%20FINAL-FERNANDA%20TENELEMA-%202.pdf>.
- Vicentín y Hoppen (2003). A Internet negocio de turismo no Brasil: Utilización y Perspectivas. [Consulta: 30 julio 2022].