

LAS TIC COMO ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN LATINOAMÉRICA

ICT AS A STRATEGY FOR DISSEMINATING TOURIST INFORMATION ON TOURISM POTENTIAL IN LATIN AMERICA

Ing. Martha Susana Choez Pesantes Mg.^{1*}

¹ Docente de la carrera de Turismo en la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9296-010X>. Correo: martha.choez@unesum.edu.ec

Lic. Vanessa Teresa Santos Moreira Mg.²

² Docente de la carrera de Turismo en la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0605-9754>. Correo: vanessa.santos@unesum.edu.ec

Lic. Alexandra Elsy Pita Lino Mg.³

³ Docente de la carrera de Turismo en la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6405-7450>. Correo: alexandra.pita@unesum.edu.ec

* Autor para correspondencia: martha.choez@unesum.edu.ec

Resumen

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) contribuye al desarrollo del turismo en este distrito de forma segura y sostenible. Las TIC surgen como una iniciativa para la diversificación de la oferta turística, que permite tener un modelo de competitividad en los destinos turístico y surgen como una iniciativa para la diversificación de la oferta turística, que permite tener un modelo de competitividad en los destinos turístico. El objetivo de la investigación fue identificar los aspectos generales acerca el uso de tecnologías de información y comunicación en el turismo accesible en Latinoamérica. Se empleó un diseño documental y el tipo de estudio es explicativo y bibliográfico. Con la realización de la investigación se concluye que las TIC han jugado un papel importante en la innovación de los procesos y productos claves del sector turístico, convirtiéndose en un canal de comunicación. Además, una de las estrategias más viables y efectivas en difusión de la información turística del potencial turístico es la publicidad de información turística en medios sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram o Twitter y los medios digitales como plataformas de streaming, sitios web, blogs, foros permiten llegar a los clientes de manera ágil y objetiva.

Palabras clave: difusión; efectividad; turismo; tecnología; comunicación

Abstract

The use of Information and Communication Technologies (ICT) contributes to the development of tourism in this district in a safe and sustainable way. ICTs emerge as an initiative for the diversification of the tourism offer, which allows for a competitiveness model in tourist destinations. The objective of the research was to identify the general aspects about the use of information and communication technologies in accessible tourism in Latin America. A documentary design was used and the type of study is explanatory and bibliographic. By carrying out the research, it is concluded that ICT has played an important role in the innovation of key processes and products in the tourism sector, becoming a communication channel. Furthermore, one of the most viable and effective strategies for disseminating tourist information about tourism potential is the advertising of tourist information on social media such as Facebook, WhatsApp, Instagram or Twitter and digital media such as streaming platforms, websites, blogs, Forums allow you to reach customers in an agile and objective way.

Keywords: dissemination; effectiveness; tourism; technology; communication

Fecha de recibido: 23/05/2023

Fecha de aceptado: 14/08/2023

Fecha de publicado: 16/09/2023

Introducción

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han transformado las sociedades actuales, pues agrupan los mecanismos tecnológicos necesarios para administrar la información mediante el uso de computadoras cuyo software convierte, almacena y transmite dicha información (Rodríguez et al., 2022). Por lo tanto, las TIC se han convertido en un medio indispensable que funciona en diferentes entornos sociales y económico (Ministerio de Telecomunicaciones, 2016).

Además, las TIC son una realidad en la actividad turística, sea por la creciente adhesión de turistas al buscar información sobre una localidad o sea como factor de competitividad de los destinos (Alcívar & Cornelio, 2023). De la misma forma, se indica la importancia de las investigaciones en turismo en América Latina en cuanto a los destinos emergentes de la región y el rol de las revistas en la difusión del conocimiento científico (Marrero et al., 2023). Las TIC en turismo son consideradas en el contexto actual, como el uso de hardware y software alineados a la complejidad de los sistemas de comunicación e información en relación a productos y servicios turísticos que facilitan y permiten, por medio de canales de distribución diversos y flexibles, la percepción de lo intangible como tangible (Henrique E, Alves M, Nakatani M, 2018).

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, son herramientas de procesamiento y gestión de información que utilizan diferentes soportes (Alcívar & Cornelio, 2022) (Rodríguez, 2008). De manera general, las TIC, se enmarcan en tres medios básicos: la informática, la electrónica y las telecomunicaciones,

en una interrelación constante (Rodríguez, 2021). Son medios de recepción y difusión de información y, por tanto, son herramientas de vital importancia (Roman M, 2017).

En Ecuador no siempre se aprovechan todas las potencialidades de los medios tecnológicos al fomentar campañas publicitarias para difundir los lugares turísticos (Rodríguez et al., 2020), algunas entidades de turismo no utilizan: el internet, redes sociales, aplicaciones móviles, revistas digitales entre otras opciones para darse a conocer en el sector. Es por ello, observando la importancia de la información para el turismo, la presente investigación tiene como objetivo principal identificar la relación entre la información turística y las TIC de acuerdo con los artículos publicados en América Latina.

Materiales y métodos

Diseño y tipo de estudio: La presente investigación es de diseño documental y el tipo de estudio es explicativo y bibliográfico.

Estrategia de búsqueda: Se realizó una revisión bibliográfica de artículos científicos en idioma castellano y portugués en revistas indexadas en Scopus, Biomed Central, Scielo y ScienceDirect. Para la recopilación de información se utilizaron palabras claves tales como: difusión, efectividad, turismo, tecnología, comunicación, Latinoamérica. Se empleó el uso del booleano AND, OR ya que el interés fue examinar las publicaciones referentes a las TIC como estrategia de difusión de la información turística del potencial turístico en Latinoamérica.

Criterios de inclusión

Se incluyó todo artículo en castellano y portugués publicado en los años correspondientes a partir de 2016 hasta 2023. Se analizaron los materiales y métodos de cada artículo, cuyo diseño cumpliera con los criterios definidos, se seleccionaron para resultados aquellos artículos con definición clara acorde a los objetivos, y con conclusiones acordes a los resultados del análisis.

Criterios exclusión

Se exceptuó todo artículo con información insuficiente y publicada en años inferiores al 2015. Además, los trabajos publicados que no permitieron acceso libre.

Materiales, equipos e instrumentos

Los materiales, equipos e instrumentos que se emplearon en la investigación fueron los siguientes: hojas, lapiceros, internet y laptop.

Consideraciones Éticas: De acuerdo a la ley 23 de 1983, se respetaron los derechos de autor, realizándose una adecuada citación y referenciarían de la información de acuerdo a las normas APA.

Resultados y discusión

La implementación del protocolo de revisión bibliográfica permitió la recuperación de información científica sobre el uso de Tecnologías de Información y Comunicación en el turismo. En esta sección se exponen los principales resultados obtenidos.

Tabla 1. Aspectos generales acerca el uso de tecnologías de información y comunicación en el turismo accesible en Latinoamérica.

Autor/ Autores	Año de estudio	País o Ciudad de estudio	Tipo de investigación	Resultados	Referencias
Lemos M y col.	2018	Brasil	Método analítico de enfoque cualitativo	Son una realidad en la actividad turística, sea por la creciente adhesión de turistas al buscar información sobre una localidad o sea como factor de competitividad de los destinos.	(Lemos M, Moscardi E, Nakatani N, 2018).
Henrique E y col.	2018	Brasil	Estudio sistemático e integrador	Vectores de transformación de los destinos turísticos emergentes en consolidados o destinos turísticos inteligentes, contribuyendo a la construcción de espacios innovadores, sustentables y competitivos para los turistas y residentes	(Henrique E, Alves M, Nakatani M, 2018).
Aguirre A y col.	2018	Colombia	Estudio descriptivo	El turismo accesible también utiliza ampliamente las TIC para sus objetivos de marketing	(Aguirre A, Arroyo L, Navarro C, 2018).
Espinoza E y col.	2018	Calceta-Ecuador	Enfoque analítico bibliográfico	Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación permiten que las empresas turísticas oferten sus productos sin necesidad de utilizar intermediarios	(Espinoza E, Ganchozo P, 2018).
Rodriguez D y col.	2018	Colombia	Estudio documental-analítico	Las TIC hacen referencia a los recursos tecnológicos que permiten el almacenamiento, procesamiento, organización, acceso, uso, distribución y comunicación de información. Comprende recursos	(Rodriguez D, Moreno C, 2018)

Las TIC como estrategia de difusión de la información turística del potencial turístico en Latinoamérica

				informáticos como software y hardware necesarios para almacenamiento y gestión de información, además redes de comunicación a través de diversos medios físicos, que permiten su transmisión	
González E y col.	2019	México	Estudio cualitativo y cuantitativo	Las TICs surgen como una iniciativa para la diversificación de la oferta turística, que permite tener un modelo de competitividad en los destinos turístico	(Gonzalez E, Lopez I, 2019).
Bernal M, y col	2019	Colombia	Enfoque cualitativo-descriptivo	Las TIC han jugado un papel importante en la innovación de los procesos y productos claves del sector turístico, convirtiéndose en un canal de comunicación	(Bernal M, Rodriguez I, 2019).
Campaña C	2019	Santo Domingo-Ecuador	Estudio documental	Las TIC están teniendo un papel vital, es así que las herramientas tecnológicas para el desarrollo del turismo son variadas y redituables, por lo tanto, factible invertir en ellas	(Camapaña C, 2019).
Párraga Y y col.	2020	Manabí-Ecuador	Estudio fue de carácter bibliográfico, descriptivo, analítico y de campo	Tecnologías de la Información y la Comunicación se establecen como un medio de almacenamiento y socialización de contenido de alto alcance, por ello han generado un cambio indiscutible	(Párraga Y, Chávez S, Solorzano S, 2020).
Zambrano O, Zambrano R	2023	Portoviejo-Ecuador	Revisión bibliográfica y analítica	Comprende el estudio, diseño, desarrollo, implementación, soporte de sistemas de información basados en computadores y aplicaciones de software incluye computadores, teléfonos móviles, internet, páginas web, blogs, chats, cámaras digitales, reproductores de mp3, mp4, etc.,	(Zambrano O, Zambrano R, 2023).

Análisis de la tabla 1. De los artículos revisados, en la tabla 1 se evidenciaron 10 artículos de alto impacto científico en los siguientes países: Ecuador, Brasil, México y Colombia, donde se demostró el primer objetivo referente a los aspectos generales acerca el uso de tecnologías de información y comunicación en el turismo accesible en Latinoamérica

Tabla 2. Beneficio de las tecnologías de información y comunicación como estrategia de difusión de la información turística en Latinoamérica.

Autor/ Autores	Año de estudio	País o Ciudad de estudio	Tipo de investigación	Resultados	Referencias
Roman M	2017	Ecuador	Estudio documental	Uno de los beneficios es el internet debido a que ha revolucionado la distribución de información de turismo y ventas además tiene un impacto importante como fuente de información para el turismo	(Roman M, 2017).
Valda J	2017	Bolivia	Enfoque mixto cualitativo y cuantitativo	Tienen el potencial de viabilizar el desarrollo económico e impacto social al mejorar y reforzar el turismo local y emprendimientos relacionadas al turismo y sus actividades	(Valda J, 2017).
Galain C y col.	2018	Argentina	Estudio cualitativo	c	(Galain C, Maidana J, Mariño S, 2018).
Cruz I y col.	2019	México	Estudio fue de carácter bibliográfico	El creciente impacto de las TIC en la actividad turística ha contribuido al cambio de paradigma, que ha pasado de las estrategias de control de la productividad hacia la búsqueda de información turística	(Cruz I, Miranda A, Lobo M, 2019).
Párraga Y y col.	2020	Manabí-Ecuador	Estudio fue de carácter bibliográfico, descriptivo, analítico y de campo	Incrementa la efectividad, por ejemplo, a través de campañas de promoción dirigidas para segmentos de alto valor específico o para individuos	(Párraga Y, Chávez S, Solorzano S, 2020).
Ostelea B	2021	Perú	Estudio analítico y documental	Mejora toda comunicación basada en la promoción, publicidad, comercialización y contratación de servicios turísticos.	(Ostelea B, 2021).

Enríquez J y col.	2021	Ecuador	Cualitativa para la revisión documental	Las TIC han facilitado las transacciones entre negocios en la industria mediante la creación de redes con los socios comerciales, la distribución de productos y servicios, además de proveer información a los consumidores.	(Enriquez J, Pillajo A, 2022).
Gutiérrez D y col.	2021	Santa Elena-Ecuador	Método descriptivo con un enfoque de investigación cualitativo	Las Tics favorecen las competencias buscando ser parte de un mundo globalizado.	(Gutierrez D, Costa M, 2021).
Dileo C.	2021	Perú	Método cualitativo y cuantitativo	El uso de las TIC contribuye al desarrollo del turismo en este distrito de forma segura y sostenible.	(Dileo C, 2021).

Análisis de la tabla 2. De los artículos revisados, en la tabla 2 se evidenciaron 9 artículos de alto impacto científico en los siguientes países: Ecuador, Brasil, México, Argentina, Bolivia y Perú, donde se demostró el segundo objetivo acerca los beneficios de las tecnologías de información y comunicación como estrategia de difusión de la información turística en Latinoamérica

Tabla 3. Estrategias efectivas de difusión de la información turística del potencial turístico en Latinoamérica.

Autor/ Autores	Año de estudio	País o Ciudad de estudio	Tipo de investigación	Resultados	Referencias
Aguirre A y col.	2018	Colombia	Estudio descriptivo	Elaboración de portales turísticos o páginas web interactivas que permiten organizar recursos de información.	(Aguirre A, Arroyo L, Navarro C, 2018).
Gutierrez E y col.	2018	Salvador	Estudio descriptivo	Crear una comunidad virtual alrededor de una marca, permitiendo a los usuarios que lo deseen informarse e interactuar con las publicaciones realizadas por la misma	(Gutierrez E, Sanchez M, Galiano A, 2018).
Hormaza S y col.	2018	Manabí. Ecuador	Estudio descriptivo	Plan de Marketing 2.0 mediante el uso de multiplataformas informáticas, dirigido a reactivación de turismo	(Hormaza S, Viiafuerte J, 2018)
González E y col.	2019	México	Estudio cualitativo y cuantitativo	Aplicación del CRM) o usando sistemas de aprendizaje basados en la	(Gonzalez E, Lopez I, 2019).

				web para entrenamiento para personal, asegurando una difusión mayor de conocimiento y competencias.	
Zumba J y col.	2019	Guayas-Ecuador	Estudio documental	Estrategias efectivas de promoción, publicidad, comercialización y difusión de los servicios y productos turísticos; así como para la creación de la memoria tecnológica y la gestión.	(Zumba J, Cedeño P, 2019).
Vila N y col.	2019	Salvador	Estudio Analítico y explicativo	Aplicación de la comunicación online aplicando herramientas e innovaciones para implementar	(Vila N, Cardosa L, Araujo K, 2019).
Armas B	2019	Junín-Ecuador	Estudio documental y analítico	Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística	(Armas B, 2019).
León C	2019	Santo Domingo-Ecuador	Estudio teórico-transversal	Publicidad de información turística en medios sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram o Twitter y los medios digitales como plataformas de streaming (YouTube, Vimeo), sitios web, blogs, foros permiten llegar a los clientes de manera ágil y objetiva.	(León C, 2019).
Sandoval L y col.	2021	Ibarra-Ecuador	Revisión bibliográfica	Utilización de herramientas digitales es una táctica para generar mayor impacto al consumidor	(Sandoval L, Enríquez J, Sandoval A, 2021).
Pérez S y col.	2022	Cuba	Estudio de análisis bibliométrico	Estrategias de marketing, las que se encargan de articular de manera coherente el empleo de las distintas herramientas que ofrece Internet para la comunicación, promoción y comercialización de un destino turístico.	(Pérez S, Diaz F, Cruz N, Balseira Z, 2022).

Vilela T	2022	Babahoyo-Ecuador	Estudio documental	Estrategias de marketing de tal forma que la difusión que se realice tenga un gran alcance.	(Vilela T, 2022).
----------	------	------------------	--------------------	---	-------------------

Análisis de la tabla 3. De los artículos revisados, en la tabla 3 se evidenciaron 11 artículos de alto impacto científico en los siguientes países: Ecuador, Salvador, México, Cuba y Colombia, donde se demostró el tercer objetivo referente a las estrategias efectivas de difusión de la información turística del potencial turístico en Latinoamérica

Discusión

En la investigación se revisaron artículos científicos de alto impacto científico (Rodríguez et al., 2019). Los resultados evidenciaron el estudio acorde a los objetivos planteados referente a los aspectos generales acerca el uso de tecnologías de información y comunicación en el turismo accesible, beneficios y estrategias efectivas de difusión de la información turística del potencial turístico en Latinoamérica. Las investigaciones fueron recuperadas mediante artículos de la base de datos: SciELO, Pubmed, Medigraphic, Elseiver, idioma portugués, inglés y español desde 2016- 2023 demostrando los siguientes resultados:

Tabla 1.- Hace referencia al primer objetivo, cuyos resultados han sido identificados por los investigadores Lemos M y col., Henrique E y col., Aguirre A y col., Espinoza E y col., (Lemos M, Moscardi E, Nakatani N, 2018); (Henrique E, Alves M, Nakatani M, 2018); (Aguirre A, Arroyo L , Navarro C, 2018); (Espinoza E, Ganchozo P, 2018) consideraron en sus investigaciones que las TICs son una realidad en la actividad turística, sea por la creciente adhesión de turistas al buscar información sobre una localidad o sea como factor de competitividad de los destinos.

Hacen referencia a los recursos tecnológicos que permiten el almacenamiento, procesamiento, organización, acceso, uso, distribución y comunicación de información. Comprende recursos informáticos como software y hardware necesarios para almacenamiento y gestión de información, además redes de comunicación a través de diversos medios físicos, que permiten su transmisión. No obstante, los autores González E y col., Bernal M y col., Zambrano O y col.(Gonzalez E, Lopez I, 2019); (Bernal M, Rodriguez I, 2019); (Párraga Y, Chávez S, Solorzano S, 2020); (Zambrano O, Zambrano R, 2023) establecieron que las tecnologías de la Información y la Comunicación se establecen como un medio de almacenamiento y socialización de contenido de alto alcance, por ello han generado un cambio indiscutible y están teniendo un papel vital, es así que las herramientas tecnológicas para el desarrollo del turismo son variadas y redituables, por lo tanto, factible invertir en ellas

Tabla 2.- Hace énfasis al segundo objetivo, cuyos resultados han sido identificados por los autores Roman M., Valda J., Galain C y col., Cruz I y col., (Roman M, 2017); (Valda J, 2017); (Galain C, Maidana J, Mariño S, 2018); (Cruz I, Miranda A, Lobo M, 2019) coinciden que el creciente impacto de las TIC en la actividad turística ha contribuido al cambio de paradigma, que ha pasado de las estrategias de control de la productividad hacia la búsqueda de información turística y tienen el potencial de viabilizar el desarrollo económico e impacto social al mejorar y reforzar el turismo local y emprendimientos relacionadas al turismo

y sus actividades. Sin embargo, los investigadores Ostela B., Enríquez J y col., Gutiérrez D y col., Dileo C. (Ostela B, 2021); (Enríquez J, Pillajo A, 2022); (Gutiérrez D, Costa M, 2021); (Dileo C, 2021) coinciden en sus estudios y establecieron que las TIC han facilitado las transacciones entre negocios en la industria mediante la creación de redes con los socios comerciales, la distribución de productos y servicios, además de proveer información a los consumidores y mejora toda comunicación basada en la promoción, publicidad, comercialización y contratación de servicios turísticos.

Tabla 3.- Hace énfasis al tercer objetivo, cuyos resultados han sido identificados por los autores Aguirre A y col., Gutiérrez E y col., Hormaza S y col., González E y col. (Aguirre A, Arroyo L, Navarro C, 2018); (Gutiérrez E, Sanchez M, Galiano A, 2018); (Hormaza S, Viáfuerce J, 2018); (González E, López I, 2019) indicaron que una de las estrategias efectivas son crear una comunidad virtual alrededor de una marca, permitiendo a los usuarios que lo deseen informarse e interactuar con las publicaciones realizadas por la misma y la elaboración de portales turísticos o páginas web interactivas que permiten organizar recursos de información. Por último, los autores Sandoval L y col., Pérez S y col., Vilela T (Sandoval L, Enríquez J, Sandoval A, 2021); (Pérez S, Díaz F, Cruz N, Balseira Z, 2022); (Vilela T, 2022) establecieron que la utilización de herramientas digitales es una táctica para generar mayor impacto al consumidor y un punto importante son las estrategias de marketing, las que se encargan de articular de manera coherente el empleo de las distintas herramientas que ofrece Internet para la comunicación, promoción y comercialización de un destino turístico.

Conclusiones

El turismo es esencialmente la producción de servicios, lo que eleva la importancia de la información sobre el destino y su oferta de forma que ésta pueda ser percibida por el visitante como algo que puede ser consumido. Como las consecuencias del uso intensivo de las TICs son imprevisibles, ya que es un fenómeno aún en desarrollo y el turismo se encuentra en su etapa contemporánea teniendo como pilares los conceptos de tecnología e información. Además, las TIC han jugado un papel importante en la innovación de los procesos y productos claves del sector turístico, convirtiéndose en un canal de comunicación.

Además, los beneficios esenciales de las TIC es mejorar el proceso de comunicación y mercadeo, usando herramientas apropiadas para la promoción, publicidad y difusión de información turística. Tienen el potencial de viabilizar el desarrollo económico e impacto social al mejorar y reforzar el turismo local y emprendimientos relacionadas al turismo y sus actividades, contribuyendo al desarrollo del turismo en este distrito de forma segura y sostenible.

Por último, el impacto de las TICs en el turismo produjo cambios en la forma de acceso y consumo de los servicios turísticos e influyó en la operación, estructura y estrategias de las organizaciones turísticas. Es el centro de la innovación de los productos, procesos y gestiones y aumenta las oportunidades de los destinos para atraer más visitantes. Una de las estrategias más viables y efectivas en difusión de la información turística del potencial turístico es la publicidad de información turística en medios sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram o Twitter y los medios digitales como plataformas de *streaming* (YouTube, Vimeo), sitios web, blogs, foros permiten llegar a los clientes de manera ágil y objetiva.

Referencias

- Aguirre A, Arroyo L , Navarro C. (2018). Alternative tourism as a local development strategy in the municipality of Chalán – Sucre. *Económicas CUC*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2310/Turismo%20alternativo%20como%20estrategia%20de%20desarrollo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcívar, K. I. V., & Cornelio, O. M. (2022). Estado del arte de un sistema IoT, para la interacción con los visitantes de museos. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 15(3), 124-138.
- Alcívar, K. I. V., & Cornelio, O. M. (2023). Sistema de IoT para la interacción con los visitantes del museo de la fundación Raíces y Sueños de San Isidro. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 5(2), 779-795.
- Armas B. (2019). Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística en la Provincia de Jauja-Junín. *Repositorio Institucional*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5433>
- Bernal M, Rodriguez I. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), 85-96. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/849/84959429009/84959429009.pdf>
- Camapaña C. (2019). Uso de las tics para desarrollo publicitario en el turismo del cantón de Santo Domingo. *Repositorio Institucional*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10643/1/PIUSDSIS025-2019.pdf>
- Cruz I, Miranda A, Lobo M. (2019). Innovation through ICT: Challenges and opportunities in tourist companies in Puerto Nuevo, Baja California. *El periplo sustentable*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362019000100372
- Dileo C. (2021). TIC para el turismo rural comunitario en el distrito de Tanta, provincia de Yauyos, 2021. *Dspace Principal UWiener* . Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/20.500.13053/4909>
- Enriquez J, Pillajo A. (2022). TICs in the education and diffusion of a tourist product in Ibarra. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442021000100291&script=sci_arttext
- Espinoza E, Ganchozo P. (2018). Estrategias comerciales para la difusión de atractivos turísticos de la zona centro sur de Manabí en las agencias de viaje regionales. *Repositorio I*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/941/1/TTT9.pdf>
- Galain C, Maidana J, Mariño S. (2018). Epuyen turística. *Revista Turydes*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de file:///C:/Users/59399/Downloads/Dialnet-EpuyenTuristica-7845430.pdf
- Gonzalez E, Lopez I. (2019). El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) como estrategia de comercialización para alojamientos rurales. *Repositorio Institucional* . Recuperado el 19

- de Septiembre de 2023, de <https://www.researchgate.net/profile/Luis-Felipe-Garcia-Rodea-2/publication/355916865>
- Gutierrez D, Costa M. (2021). Diseño de estrategias con enfoque tecnológico que permitan la reactivación turística asociada al Covid-19 en Ballenita, Santa Elena. *Revista Científica Y Tecnológica UPSE*, 8(2), 76-83. doi:<https://doi.org/10.26423/rctu.v8i2.623>
- Gutierrez E, Sanchez M, Galiano A. (2018). Social networks as a means of tourist promotion in the ibero-american countries. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15). Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182018000200135
- Hormaza S, Viiafuerte J. (2018). Multi-computer platforms for the tourist reactivation of the province of Manabí, post-earthquake A16. *Eidos*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/eidos/article/view/427>
- Lemos E, Henrique E, Alves M, Nakatani M. (2018). Las relaciones entre la información turística y las tecnologías de la información y la comunicación. *Estudios y perspectivas en turismo*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322018000300005&script=sci_arttext
- Lemos M, Moscardi E, Nakatani N. (2018). The Relationship between the Tourist Information and the Information and Communication Technologies: An Analysis of the Latin American Tourism Literature. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(3), 569-587. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/1807/180757123006/html/>
- León C. (2019). Uso de las TICS para desarrollo publicitario en el turismo del cantón de Santo Domingo. *Repositorio Institucional*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10643/1/PIUSDSIS025-2019.pdf>
- Marrero, L. G., González, Y. R., Veloz, D., & Cornelio, O. M. (2023). Pictobana: Una herramienta para la comunicación con niños autistas. *Revista Cubana de Informática Médica*, 15(2), 648. <https://revinformatica.sld.cu/index.php/rcim/article/view/648/pdf>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2016). Incidencia de las TIC en el sector turístico. *Subsecretaría de Fomento de la Sociedad de la Información y Gobierno en Línea*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de https://observatorioecuadordigital.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2022/11/Incidencia-de-las-TIC-en-el-Sector-Turistico_V0.0.pdf
- Ostelea B. (2021). La importancia de las TIC en el Turismo. *Ostelea*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/la-importancia-de-las-tic-en-el-turismo>
- Párraga Y, Chávez S, Solorzano S. (2020). Caracterización de las agencias de viajes y uso de las Tics en la comercialización de productos y servicios en los mercados turísticos de la provincia de Manabí. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7678377>

- Pérez S, Díaz F, Cruz N, Balseira Z. (2022). Marketing turístico digital en Latinoamérica: estudio bibliométrico. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2). Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de file:///C:/Users/59399/Downloads/2733-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5351-1-10-20220315-1.pdf
- Rodríguez D, Moreno C. (2018). Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo. *evista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 125-146,. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/909/90953767007/html/>
- Rodríguez, A. (2008). Reacciones y relaciones de menores y jóvenes marroquíes ante la protección y la exclusión. *Emi grinter*(2).
- Rodríguez, A. (2021). Estrategia didáctica para el Proceso Enseñanza-Aprendizaje contextualizado de matemáticas discretas en Tecnologías de la Información. Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas, 14(1), 69-83. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8590397.pdf>
- Rodríguez, A. R., Álava, W. L. S., Jara, L. D. S., & Castro, F. I. G. (2022). Las Categorías Enseñanza, Aprendizaje; Desarrollo, Innovación Educativa y formación. Relaciones entre ellas. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 4(3), 178-183. <https://www.editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/download/160/202>
- Rodríguez, A. R., Pisco, R. J. L., Gómez, P. Á. P., & Quimis, O. (2020). Comprensión y manejo de la media aritmética, mediana y moda con datos agrupados en intervalos.(Original). *Roca: Revista Científico-Educaciones de la provincia de Granma*, 16(1), 1470-1483. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8436953.pdf>
- Rodríguez, A. R., Zavala, C. V. P., Pionce, M. S. P., Solarzano, S. E. S., Parrales, T. M. M., Mejía, R. M. V., & Ávila, J. W. C. (2019). Relaciones de las categorías pedagógicas en función del aprendizaje óptimo (Vol. 47). *3Ciencias*.
- Roman M. (2017). PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO. *Repositorio Institucional*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1279/1/UDLA-EC-TIAEHT-2014-02.pdf>
- Sandoval L, Enríquez J, Sandoval A. (2021). TICs in the education and diffusion of a tourist product in Ibarra. *Conrado*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000100291
- Valda J. (2017). Uso y efecto de las herramientas. *Repositorio Institucional*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/33093/1218.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vila N, Cardosa L, Araujo K. (2019). Communication 2.0 in the Spanish Tourism Sector: An analysis of the official. *International Journal of Marketing, Communication and New Media* . Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de file:///C:/Users/59399/Downloads/366-2075-1-PB.pdf

- Vilela T. (2022). Uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para la difusión de la oferta turística. *Dspace*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12288>
- Zambrano O, Zambrano R. (2023). Plan de marketing digital para potencializar el turismo en el cantón Portoviejo. *Repositorio Institucional*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/2104/1/TIC_T21D.pdf
- Zumba J, Cedeño P. (2019). Conceptualization of the e-marketing platform for the promotion of community tourism in the Province of Guayas. *Repositorio Institucional*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/990/1561>