

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería en Mecánica y Ciencias de la
Producción**

Creación de una aplicación interactiva basada en identidad cultural de
Puerto López para promocionar su turismo gastronómico

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Diseño Web y Aplicaciones Multimedia

Presentado por:

Carlos Andrés León Lucas

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2018

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a todas las personas que de una forma u otra estuvieron presente a lo largo de mi carrera, de forma especial a mis padres, quienes con su sabiduría supieron guiarme, a mis hermanos por todo el apoyo brindado.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Carlos Andrés León Lucas* doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”

Carlos León Lucas

EVALUADORES

.....**Diego Carrera**.....
PROFESOR DE LA MATERIA

.....**Diego Carrera**.....
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El presente proyecto intenta resolver la poca oferta del turismo gastronómico que se realiza en Puerto López, ubicado al sur de la provincia de Manabí, mediante una aplicación multimedia que tiene un diseño creativo y un concepto comunicacional.

Se utilizó la metodología **Marco lógico** para definir el problema mediante la herramienta “árbol de problemas” y la metodología **Design thinking** para redefinir el problema considerando la participación de los usuarios.

Entre las tecnologías más importantes utilizadas durante el desarrollo se tiene Ionic Framework, el cual integra tecnologías como TypeScript, HTML5, CSS3, etc. A su vez se hace uso de Servicios Web para tener una correcta comunicación con la Base de Datos.

Como resultado se desarrolló una aplicación multimedia para el sistema operativo Android, que busca promocionar el turismo gastronómico de Puerto López usando medios digitales e identidad cultural, utilizando el concepto comunicacional “Comida Precolombina a tu alcance”.

Finalmente, la aplicación móvil tuvo una buena aceptación en cuanto a su diseño gráfico, usabilidad, conceptual, cumpliendo con los objetivos propuestos.

Palabras Clave: Diseño, Turismo, gastronomía, Android, Identidad cultural.

ABSTRACT

The current project tries to solve the little offer of the gastronomic tourism that is realized in Puerto Lopez, located to the south of the province of Manabí, by means of a multimedia application that has a creative design and a communicational concept..

The logical framework methodology was used to define the problem using the "problem tree" tool and the Design thinking methodology to redefine the problem considering the participation of users.

Among the most important technologies used during the development is the Ionic Framework, which integrates technologies such as TypeScript, HTML5, CSS3, etc. At the same time, Web Services are used to have a correct communication with the Database.

Como resultado se desarrolló una aplicación multimedia para el sistema operativo Android, que busca promocionar el turismo gastronómico de Puerto López usando medios digitales e identidad cultural, utilizando el concepto comunicacional "Comida Precolombina a tu alcance".

Finally, the mobile application had a good acceptance in terms of its graphic design, usability, conceptual, fulfilling the proposed objectives.

Keywords: Design, Tourism, Gastronomy, Android, Cultural Identity

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	4
RESUMEN.....	I
<i>ABSTRACT</i>	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
CAPÍTULO 1	9
1. Introducción	9
1.1 Descripción del problema	10
1.2 Justificación del problema.....	11
1.3 Objetivos.....	11
1.3.1 Objetivo General	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 Marco teórico	12
CAPÍTULO 2.....	15
2. Metodología	15
CAPÍTULO 3.....	23
3. Resultados Y ANÁLISIS.....	23
CAPÍTULO 4.....	27
4. Conclusiones Y RECOMENDACIONES	27
Conclusiones	27
Recomendaciones	27

BIBLIOGRAFÍA.....	28
ANEXOS.....	31

ABREVIATURAS

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Análisis del problema de turismo Puerto López. Elaboración propia. 2018.	15
Figura 2: Mapa de actores. Fuente: Elaboración propia.	16
Figura 3: Mapa de empatía. Fuente: Elaboración propia.	17
Figura 4: Mapa de experiencias. Fuente: Elaboración propia.	18
Figura 5: Cerámica desarrollada por la Cultura Machalilla	20
Figura 6: Logotipo de la solución planteada. Fuente: Elaboración propia.	21
Figura 7: Encuesta realizada a 50 personas en Puerto López	23
Figura 8: Arquitectura utilizada en el desarrollo de la app móvil	22
Figura 9: Splash al abrir la aplicación	24
Figura 10: Pantalla principal.	24
Figura 11: Pantalla de restaurantes	25
Figura 12: Pantalla de un restaurante, se muestran los platos que se ofrecen	25
Figura 13: Pantalla con información del restaurante.	25
Figura 14: Pantalla con información del plato	25
Figura 15: Pantalla con las promociones existentes	26
Figura 16: Pantalla con información sobre las promociones.	26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Ejemplo de Tabla¡Error! Marcador no definido.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El cantón de Puerto López “conocido como la capital del cielo”, está ubicado en la franja que cubre la Ruta del Spondylus; tiene una población de 20,5 mil habitantes según el censo realizado por el INEC (2010), con una extensión de 420 Km². Está constituida por tres parroquias: Puerto Machalilla, Salango y la cabecera cantonal de Puerto López. (Gobierno Autónomo Descentralizado - GAD Municipal de Puerto López, 2018).

Según el (GAD Puerto López, 2018) existen varios problemas detectados en el sector, para lo cual ha planificado el cumplimiento de objetivos para fortalecer áreas ligadas al desarrollo del sector, estos objetivos son: adecuada administración, participación ciudadana, cultura, infraestructura, equipamiento, medio ambiente, sector pesquero, energético, turismo y ecoturismo, pequeña y mediana empresa, fortalecimiento institucional y ordenamiento territorial. Por lo que para esta propuesta nos enfocaremos en el sector de turismo en su rama de turismo gastronómico.

En el sector de turismo, Puerto López es un destino que destaca su calidad por los atractivos naturales y culturales, pero particularmente por la amabilidad de su gente. Uno de los eventos más reconocidos del sector es el festival de Observación de Ballenas Jorobadas, realizada en el mes de junio de cada año. Además, el GAD Municipal del sector realiza actividades como: charlas magistrales con temas de mamíferos marinos, eventos musicales y varios actos de interés para los turistas nacionales y extranjeros. (GAD Puerto López, 2018).

En el Ecuador existen varios esfuerzos para promocionar el turismo gastronómico, como, por ejemplo: Zauzich (2017) resalta la importancia del festival raíces, el cual reúne a las distintas *huecas* que se encuentran a lo largo de la ciudad de Guayaquil; señala que, a pesar de preparar el mismo plato, cada hueca tiene su sabor propio, y de esta forma se da a conocer sabores de platos que muchas veces

pasan desapercibidos. León (2017) indica que, en la ciudad de Loja, se están creando propuestas para rescatar sus valores culturales a través de la gastronomía. Uno de sus proyectos es la Ruta “Sabores y tradiciones del Sur”, creada por docentes y estudiantes de gastronomía de la UTPL, la cual busca potenciar la gastronomía de la provincia de Loja, involucrando también a todos los cantones de la provincia, en los cuales se prepara cada plato de forma particular. Entre otros platos se tiene la Cecina, Tamales, Humitas, Repe, Seco de chivo, etc. (UTPL, 2017). Sin embargo, Puerto López no cuenta con una herramienta que ayude a realizar la promoción en el área gastronómica.

En esta propuesta se presenta una aplicación móvil que combina el concepto de turismo gastronómico con la identidad cultural de Puerto López, específicamente la Cultura Machalilla, quienes se asentaron en dicha zona en la época precolombina. La finalidad de la aplicación es la de promover el turismo gastronómico utilizando las tecnologías de la información.

La aplicación móvil muestra los restaurantes con sus respectivos menús, siempre siguiendo el concepto propuesto, además muestra las promociones que realizan ciertos restaurantes, de esta forma se puede atraer a nuevos clientes y mantenerlos a la expectativa con nuevas promociones temporales.

Como resultado del proyecto se logró realizar una investigación sobre la forma en como se está haciendo la promoción de las huecas de Puerto López, además el desarrollo de una aplicación móvil para el sistema operativo Android, y un estudio de usabilidad con usuarios finales y dueños de restaurantes, obteniendo un nivel de aceptación por encima del 75%.

1.1 Descripción del problema

El problema que se desea resolver es la **poca oferta del turismo gastronómico** que hay en la cabecera cantonal de Puerto López. Según Zauzich (2017) no es

correctamente planificado y promocionado, teniendo como resultado bajo número de clientes, y en algunos casos, visitados únicamente por clientes locales.

1.2 Justificación del problema

La importancia de esta propuesta radica en que puede mejorar las condiciones socioeconómicas y el buen vivir de los habitantes del sector; debido a que al aumentar el turismo nacional o internacional se generan nuevas ofertas de empleo y ayuda a posicionar al Ecuador como referente turístico a nivel mundial; esto se logra porque se ofrecen productos innovadores con un valor agregado y se promocionan utilizando las tecnologías de información, por lo tanto, se logra mayor alcance a un costo moderado.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Crear una aplicación interactiva basada en identidad cultural para promocionar las huecas de Puerto López.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Investigar la gastronomía contemporánea y sus estrategias de venta en Puerto López.
2. Construir un concepto basado en Culturas Ancestrales o elementos de la región para posicionar una marca.
3. Crear un prototipo funcional utilizando una metodología de desarrollo continuo.
4. Evaluar el prototipo de alta resolución en temas de usabilidad y aceptación.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Turismo en el Ecuador

Ecuador es un país con gran potencial turístico, lo cual atrae a turistas nacionales y extranjeros a visitar los distintos destinos a lo largo y ancho del país. Según el INEC (2018), en el 2017 ingresaron al país por motivos de viaje (turismo) 1.237.384 personas, presentando un incremento con el año anterior del 26,80%. De igual manera indica que en los últimos 10 años la tasa de crecimiento del número de visitantes por el mismo motivo es de 48,22%.

El Ministerio de Turismo (2017) en su rendición de cuentas indica que en el 2016 se tuvo un ingreso en turismo de 1.449,3 millones de dólares, haciendo que este rubro represente una contribución del 5,1% del PIB.

Según diario El Universo (2018), sólo en el feriado de carnaval del 2018, los balnearios de Manta, Playas y Salinas recibieron 767.000 visitantes, y según datos del Ministerio de Turismo, en los balnearios mencionados hubo una ocupación mayor al 70% en la capacidad hotelera. Además, el feriado del 24 de mayo del 2017 la franja costera, entre los balnearios de las provincias Esmeraldas y Santa Elena, recibió alrededor de 23.000 visitantes, demostrando que las estadísticas van en aumento en esta zona del país. (Ministerio de ambiente, 2018).

El trabajo de distintas Carteras de Estado para atraer turistas al país continúa, tal es el caso del Ministerio de Turismo, el cual participó en la Feria Internacional de Turismo, desarrollada en 2018 en la ciudad de Madrid, según diario El Comercio (2018), el objetivo de esta participación es agrupar todo el atractivo turístico del país, desde turismo de aventura, cultural, la naturaleza, etnias de la Amazonía, etc.

Uno de los objetivos estratégicos del Ministerio de Turismo para el año 2016, según su rendición de cuentas (2016) es incrementar la participación del turismo en la economía nacional, en el documento señala la intención de generar 370.000 empleos para el año 2025, así como incrementar la inversión turística a 1.780 millones de dólares.

1.4.2 Puerto López y el turismo

Puerto López es un cantón de la provincia de Manabí, ubicado en la franja que cubre la Ruta del Spondylus, registra una población de 20,5 mil habitantes según el censo realizado por el INEC (2010), su cabecera cantonal es la ciudad de Puerto López y sus parroquias son Machalilla y Salango.

Uno de los principales atractivos turísticos de Puerto López es la playa de Los Frailes, perteneciente al Parque Nacional Machalilla, además de otros 134 atractivos turísticos, según indica al Gobierno Provincial de Manabí (2016).

En el 2017, según datos provistos por la Dirección de Turismo del GAD de Puerto López, ingresaron por motivos de turismo, a los distintos destinos que ofrece la zona, un total de 299.535 personas, entre turistas nacionales y extranjeros.

La SENPLADES (2014) indica que Puerto López tiene como actividad económica a las actividades de alojamiento y servicio de comidas, la cual representa, según datos recogidos en el censo realizado por el INEC en el 2010, el 5,9% de la actividad económica de todo el cantón.

1.4.3 Turismo Gastronómico

Según indica la periodista gastronómica Ivanna Zauzich (2017), es que a pesar de que las distintas carteras de Estado intentan impulsar el turismo en el país a nivel internacional, **uno de los puntos olvidados es el turismo gastronómico**, indica además que esta actividad podría dinamizar la economía e incluso mejorar la calidad de vida de los agricultores, pescadores y todo el personal encargado de proveer los ingredientes necesarios para elaborar cada platillo que se prepara en el territorio nacional.

Zauzich (2017) resalta la importancia que han tenido distintos festivales dentro del país, entre ellos el festival raíces, el cual reúne a las distintas huecas que se encuentran a lo largo de la ciudad de Guayaquil, señala que, a pesar de preparar el mismo plato, cada hueca tiene su sabor propio, y de esta forma se da a conocer sabores de platos que muchas veces pasan desapercibidos.

Diario El Costanero (2011) indica que en el 2008 se presentó al sector público y privado por parte del Ministerio de Turismo el Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador, PLANDETUR 2020, el cual tenía como producto estrella la Ruta del Spondylus, la cual fue interrumpida y al 2011 ya se había hasta cambiado el concepto de marketing turístico, reemplazada por una campaña que abarca rutas turísticas a lo largo del país.

Según indica León (2017), miembro de la UTPL, impulsando el turismo gastronómico se favorece también al sector hotelero y turístico en general, de esta forma en la UTPL logran la integración de la carrera de Gastronomía y la carrera de Hotelería y Turismo, además se tiene pensado en un futuro cercano desarrollar una aplicación móvil en la cual se mostrará una travesía por lugares y sabores de la provincia de Loja.

1.4.4 Tendencias de consumo y los móviles

Según diario El Comercio (2016), en Ecuador 56 de cada 100 personas cuenta con un celular. El portal electrónico Ecuador inmediato (2015) indica que el 56% de estas personas cuenta con un dispositivo móvil que funciona con el sistema operativo Android.

Según Olmos & García (2016), dos tendencias marcadas por los nuevos viajeros son:

- **Experiencias más participativas.-** Actualmente el turista es más activo, busca siempre el descubrimiento del destino, explora su cultura, gastronomía, etc.
- **Utilización de nuevas tecnologías.-** El uso de las TICs marca la diferencia entre las distintas empresas que ofertan alguna forma de turismo, volviéndose indispensable a la hora de informarse para cada turista.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se hizo uso de dos metodologías para encontrar y redefinir el problema.

Inicialmente se utilizó la metodología de marco lógico, a través de la herramienta “árbol de problemas” para detectar el problema central: **Turismo gastronómico poco ofertado**, cómo se muestra en la figura 1.



Figura 1: Análisis del problema de turismo Puerto López. Elaboración propia. 2018.

Una vez detectado el problema central, se utilizó la metodología Design Thinking, para ver el problema desde las perspectivas de cada actor involucrado en el problema. Ver figura 2.

Para esta nueva metodología se hizo uso de herramientas como mapa de actores, mapa de empatía, mapa de experiencias, Insights, principios rectores, etc.

Una vez realizado el análisis a través de las herramientas antes mencionadas, se logró redefinir los actores involucrados, como podemos observar en la figura 2; teniendo entre los principales involucrados a los comensales, que generalmente son visitantes que llegan a la ciudad de Puerto López, y los dueños de restaurantes.

Stakeholders Map

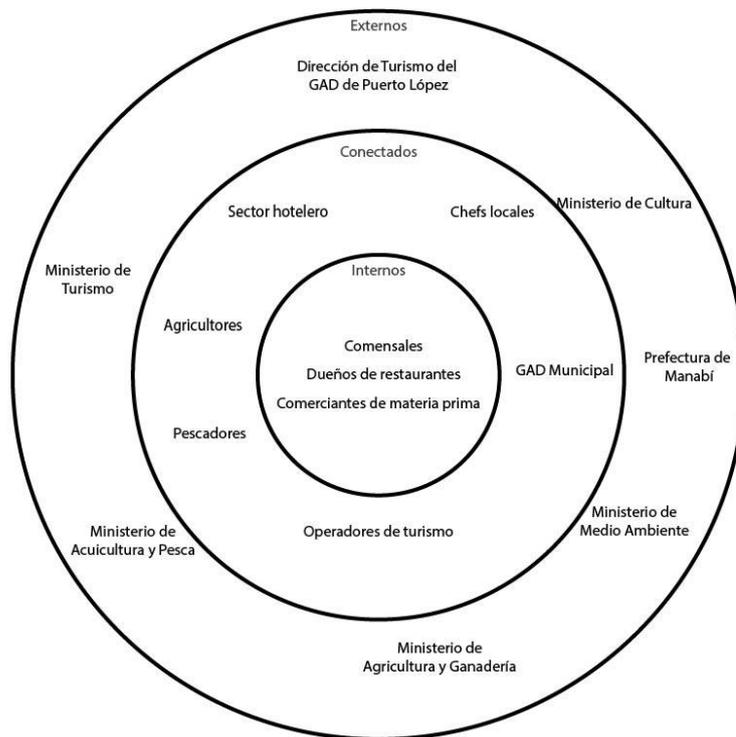


Figura 2: Mapa de actores. Fuente: Elaboración propia.

Luego de la detección de los involucrados se hizo uso de la herramienta de “mapas de empatía”, con el fin de tener puntos de vista distintos para su posterior análisis y plantear posibles soluciones. En la Figura 3 se muestra el mapa de empatía de un comensal, que indica que es lo que siente esta persona al visitar Puerto López, en el ámbito gastronómico.

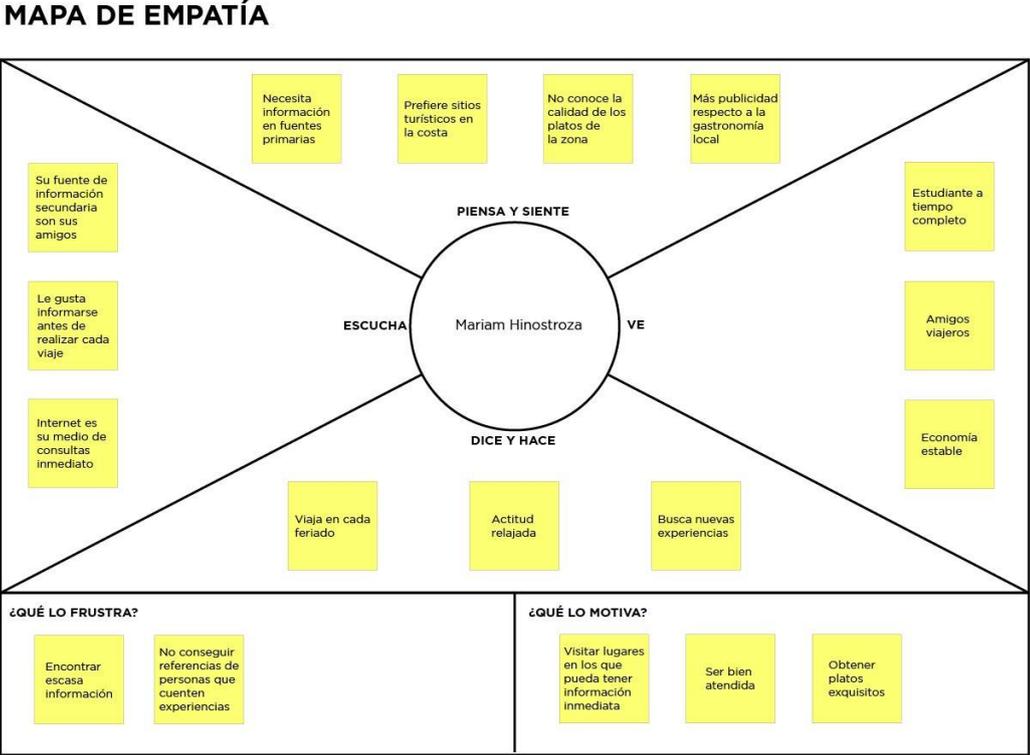


Figura 3: Mapa de empatía. Fuente: Elaboración propia.

Como logra observarse en la Figura 3, para los comensales es necesario tener mejores referencias sobre lugares para alimentarse, y le frustra no encontrar personas o fuentes primarias que le ofrezcan más información. Además de buscar platos de excelente calidad y obtener buena atención al cliente, el comensal busca vivir nuevas experiencias.

Con respecto a lo que se escucha, indicaron que su fuente de información más utilizada es Internet. Se frustra cuando no encuentra la información necesaria para planificar su viaje.

El comensal indica que una de sus mayores motivaciones es vivir nuevas experiencias, además de conocer sobre la cultura de cada localidad que visita.

De igual manera se logró detectar de forma más concreta cuales son los momentos críticos en los que el comensal se siente menos cómodo, en este caso dio como resultado que fue al momento de buscar un lugar en dónde comer, como se muestra en la Figura 4.

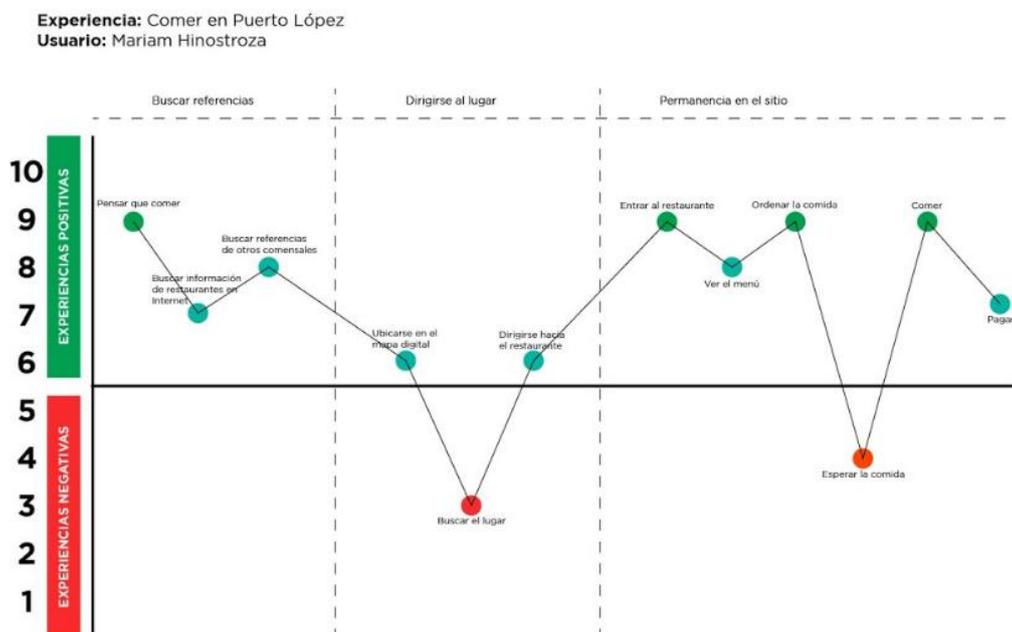


Figura 4: Mapa de experiencias. Fuente: Elaboración propia.

Una vez realizadas las encuestas a los involucrados, se logró tener una mejor definición del problema, y otras herramientas que provee la metodología Design Thinking, como Insights, principios rectores y demás, permiten hacer inferencias.

Insight: (observación + inferencia)

- Los viajeros prefieren encontrar información del lugar que van a visitar antes de realizar el viaje.

- Los viajeros están en constante búsqueda de nuevas experiencias, lo cual involucra a la cultura del lugar al que van a visitar, incluyendo su estilo de vida, alimentación, etc.
- Los dueños de restaurantes están dispuestos a implementar un sistema que le ayude a tener nuevos clientes.

POV:

- Comensal: Necesita fuente de información confiable y directa.
- Dueño de restaurante: Necesita dar a conocer su producto a nuevos consumidores.

Principios Rectores

- Buscar alternativas que colaboren a la promoción de platos de Puerto López.
- Plantear alternativas que solucionen la falta de información sobre la alimentación en Puerto López.
- Generar soluciones que generen un fácil acceso a la información y que además esté actualizada.

Considerando las respuestas de las entrevistas, se planteó como solución el desarrollo de una aplicación multimedia, a modo de prototipo de alto nivel, que permita promocionar las huecas de Puerto López, llevando un proceso que parte de la creación de un concepto comunicacional, elección de colores, etc.

Concepto comunicacional

Para obtener el concepto comunicacional, se realizó una encuesta para verificar la aceptación de la idea, que preguntaba sobre tener una aplicación que además de mostrar la gastronomía del sitio, muestre la identidad cultural del sector. Al obtener resultados positivos se decidió ahondar más en el tema y crear las distintas piezas gráficas necesarias.

El concepto comunicacional planteado es “Comida Precolombina a tu alcance”, el cual sugiere la utilización de vasijas de barro como recipiente para servir los distintos platos de cada restaurante, desde una ensalada de frutas, pasando por un ceviche, hasta platos más sofisticados. Transmitiendo a los comensales la sensación de estar en un banquete con utensilios precolombinos.

La primera pieza gráfica que se realizó fue el logotipo. Se consideró como objeto representativo a la vasija de barro, como se muestra en la Figura 5, la cual fue parte de la cerámica utilizada por la Cultura Machalilla, cultura precolombina que según Avilés (s.f.) se desarrolló en las costas de Puerto López entre los años 1500 y 1000 A.C.

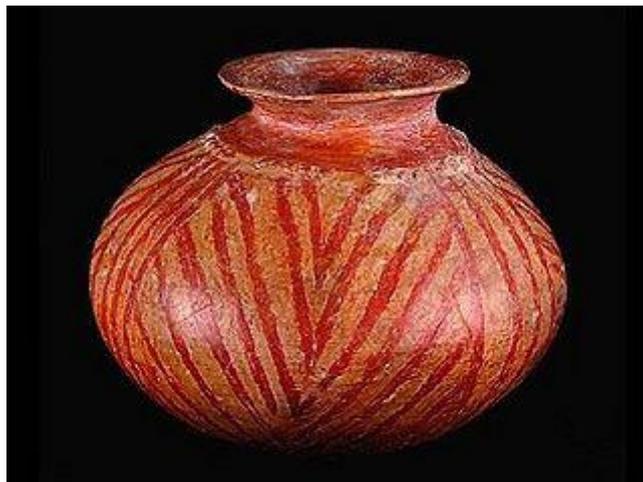


Figura 5: Cerámica desarrollada por la Cultura Machalilla

Sin perder de vista el eje principal del proyecto, la gastronomía, se procedió a readecuar la vasija mostrada previamente, obteniendo una pieza funcional, siendo esta capaz de contener distintos tipos de alimentos, de esta manera se logró la creación del logotipo, el cual se muestra en la Figura 6.



Figura 6: Logotipo de la solución planteada. Fuente: Elaboración propia.

Colores

Para efectos de causar una mejor experiencia para el usuario, partiendo de que la solución se basa en gastronomía, se escogió el rojo como color principal, en una tonalidad oscura para darle sobriedad.

Como color complementario se escogió el blanco, pues le da sentido de frescura, limpieza, etc.

Arquitectura

En cuanto al desarrollo, se escogió una arquitectura en la cual se mezclan tecnologías. Considerando el tiempo de desarrollo, el cual debía ser de 30 días aproximadamente, se escogió el framework IONIC como plataforma de desarrollo, el cual integra tecnologías como HTML para maquetar los objetos, CSS para darle el diseño, TypeScript para darle toda la funcionalidad requerida, Angular para hacer más fácil aún la programación en las tecnologías antes mencionadas, etc. (Ionic, 2018)

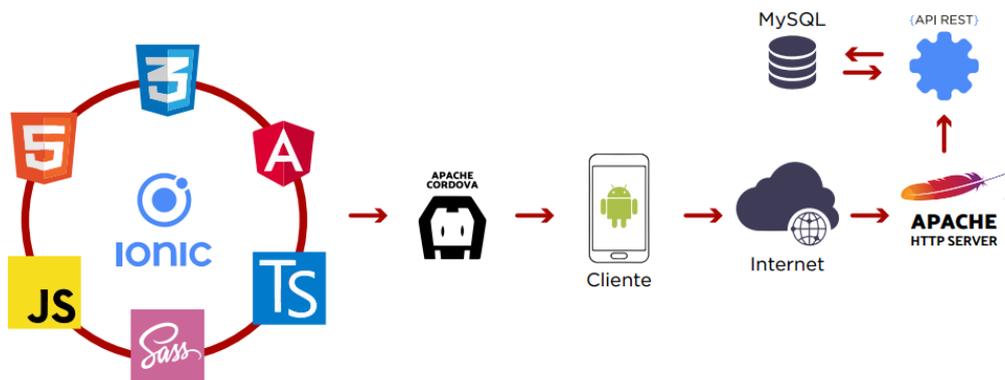


Figura 7: Arquitectura utilizada en el desarrollo de la app móvil

Una vez establecidas las pantallas en IONIC, se procedió a exportar ese código a una aplicación en formato .apk, utilizado por el sistema operativo Android como extensión para todos los instaladores de las aplicaciones que este admite, esto se realiza haciendo uso de un plugin llamado Apache Córdoba.

También se hizo uso del **API REST** proporcionado por el manejador de contenidos Wordpress como Servicio Web, a su vez, este se comunica con la base de datos escrita en MySQL, para almacenar la información relacionada al modelo de negocio.

Una vez exportado el archivo .apk, se hizo varias pruebas de usabilidad, cuando se logró corregir algunos errores reportados, se procedió a subir la aplicación móvil a la Google Play, dejándolo disponible para cualquier usuario.

La aplicación móvil se encuentra disponible en la tienda Google play, se puede realizar la descarga a través del link <https://goo.gl/wJbRNs>

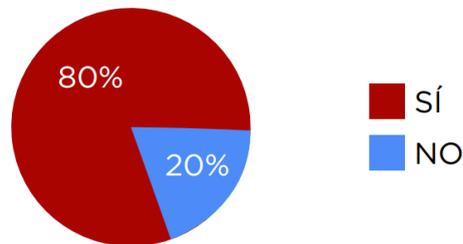
CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Como resultado del desarrollo del proyecto se logró realizar una investigación sobre las estrategias de venta utilizadas en los restaurantes de Puerto López, denotando que en muchos casos no se estaba haciendo oferta alguna.

Se hizo una encuesta para analizar la aceptación de la idea que se planteó como solución. la misma que tiene resultados favorables, como se muestra en la Figura 7.

¿Te gustaría tener una aplicación en la que te muestre opciones gastronómicas ligadas a la identidad cultural del sector?



*Encuesta realizada a 50 personas en Puerto López

Figura 8: Encuesta realizada a 50 personas en Puerto López

Además, se logró construir un concepto basado en Culturas Ancestrales.

Para la creación de la app móvil, se hizo uso del *framework* IONIC, además se hizo uso de Servicios Web para establecer la comunicación entre la app y la base de datos, en la Figura 8 se muestra de forma gráfica la arquitectura utilizada.

Se logró con éxito la creación de la aplicación móvil, que posteriormente fue puesta a prueba con turistas nacionales y dueños de restaurantes, obteniendo gran acogida.

A continuación, se muestran las pantallas que conforman la aplicación.



Figura 9: Splash al abrir la aplicación



Figura 10: Pantalla principal



Figura 11: Pantalla de restaurantes

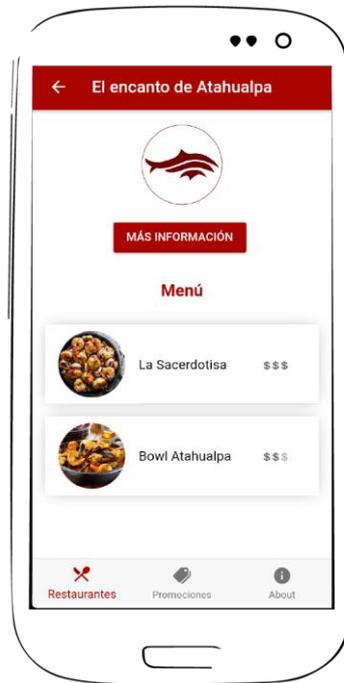


Figura 12: Pantalla de un restaurante, se muestran los platos que se ofrecen



Figura 13: Pantalla con información del restaurante



Figura 14: Pantalla con información del plato



Figura 15: Pantalla con las promociones existentes



Figura 16: Pantalla con información sobre las promociones

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se desarrolló una aplicación interactiva para el sistema operativo Android, al cual se logró evaluar con turistas nacionales y dueños de restaurantes de Puerto López.

El 75% de los dueños de restaurantes calificó de excelente el concepto comunicacional. Además, supieron manifestar que las imágenes utilizadas son bastante llamativas, como se puede evidenciar en el anexo A1.

El 80% de los turistas que realizaron la prueba de la aplicación móvil indicó que le agrada el diseño de la aplicación, además que les gusta la idea de mezclar turismo gastronómico con identidad cultural. Ver anexo A2.

Recomendaciones

Para siguientes versiones se puede incluir otras áreas de interés, tales como: hoteles, sitios turísticos de la zona, etc.

Considerando la riqueza cultural del Ecuador, la aplicación puede expandirse a otros sectores del país.

Finalmente, sería recomendable realizar una estrategia de marketing de la plataforma y un estudio de la adaptación de la idea por parte de los propietarios de los restaurantes, con la finalidad de construir una experiencia más agradable del turista y mejorar los indicadores de ventas de los locales gastronómicos de Puerto López.

BIBLIOGRAFÍA

Avilés, E. (s.f.) Cultura Machalilla. Recuperado de:

<http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/cultura-machalilla/>

Bernardo, C. & Priede, T. (2007). Marketing Móvil: Una nueva herramienta de comunicación. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?id=4nz1NoSYiaUC&printsec=frontcover&dq=marketing+movil&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjX5cPn9MDbAhWFtlkKHbcDAC0Q6AEIJJAA#v=onepage&q=marketing%20movil&f=false>

Chantre, A. (2010). La tecnología NFC como nuevo soporte para el marketing móvil: Estado del arte para la aplicación al marketing turístico. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?id=-4tzAgAAQBAJ&pg=PA19&dq=marketing+movil&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjX5cPn9MDbAhWFtlkKHbcDAC0Q6AEILDAB#v=onepage&q=marketing%20movil&f=false>

Diario El Tiempo (2018). La concha Spondylus y su valor histórico. Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/intercultural/1/la-concha-spondylus-y-su-valor-historico>

Deza, M. (2007). Consumidores Nómadas: El siglo del mobile marketing. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?id=h0NjPicUpTwC&pg=PA36&dq=marketing+movil+vs+mobile+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVxMLI-MDbAhWwxVkkHa3yBPQQ6AEIQjAE#v=onepage&q=marketing%20movil%20vs%20mobile%20marketing&f=false>

El Costanero. (2011). Ruta del Spondylus. Recuperado de:

<https://turismoguayaquil.wordpress.com/ruta-del-spondylus-ecuador/>

El Telégrafo. (2018). App promueve el turismo en la Ruta del Spondylus. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/app-turismo-ruta-del-spondylus>

Gobierno Provincial de Manabí. (2016) Puerto López. Recuperado de: <http://www.manabi.gob.ec/cantones/puerto-lopez>

Ionic. (2018). About Us. Recuperado de: <https://ionicframework.com/about>

INEC. (2016). Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

INEC (2018) Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2017. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2017/Presentacion_Entradas_y_Salidas_Internacionales_2017.pdf

León, A. (2017) Una ruta gastronómica para rescatar platos tradicionales. Recuperado de: <https://noticias.utpl.edu.ec/una-ruta-gastronomica-para-rescatar-platos-tradicionales>

Ministerio del Ambiente. (2017) Cerca de 65 mil personas visitaron las áreas protegidas en el feriado del 24 de mayo. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec/cerca-de-65-mil-personas-visitaron-las-areas-protegidas-en-el-feriado-del-24-de-mayo/>

Ministerio de Turismo. (2016) Rendición de cuentas 2016. Recuperado de: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016_final.pdf

Olmos, L. & García, R. (2016). Estructura del mercado turístico. Recuperado de:
https://books.google.com.ec/books?id=mfj_CwAAQBAJ&pg=PA27&dq=millennials+costumbres+viajar&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjt48H0g-TbAhUHx1kKHd2AA6EQ6AEIJjAA#v=onepage&q=millennials%20costumbres%20viajar&f=false

Pérez, J. (2015). Qué es y cómo empezar con Ionic Framework. Recuperado de:
<http://www.phonegapSpain.com/que-es-y-como-empezar-con-ionic-framework/>

Pop, C. (2017) Por qué los millennials prefieren viajar en vez de tener una casa.
Recuperado de: <https://www.codigounuevo.com/mileniales/millennials-prefieren-viajar-casa>

Rodríguez, I. (2014). Marketing digital y Comercio electrónico. Madrid, España:
Ediciones Pirámide.

SENPLADES. (2014) Ficha del cantón Puerto López. Recuperado de:
http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1319_PUERTO%20LOPEZ_MANABI.pdf

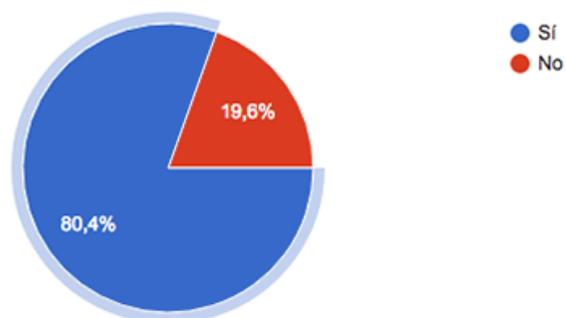
ANEXOS

ANEXO A



Anexo A1: Encuesta realizada a dueños de restaurantes en la ciudad de Puerto López

¿Está de acuerdo con el diseño planteado?



Anexo A2: Encuesta realizada a turistas nacionales en la ciudad de Puerto López

