



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO
MODALIDAD: PRESENCIAL

TEMA:

“LAS APLICACIONES MÓVILES Y LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LOS MUSEOS DE ARTE/HISTORIA UBICADOS EN LA PARROQUIA ATOCHA- FICOA DEL CANTÓN AMBATO”

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

AUTOR: Sarmiento Rojas Henry Rolando

TUTORA: Ing. Angélica González, Mg.

AMBATO-ECUADOR

2022

APROBACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICA

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “LAS APLICACIONES MÓVILES Y LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LOS MUSEOS DE ARTE/HISTORIA UBICADOS EN LA PARROQUIA ATOCHA – FICOA DEL CANTÓN AMBATO” del alumno Sarmiento Rojas Henry Rolando, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero-2022

Ing. Angélica María González Sánchez, Mg.

C.C. 1713482352

TUTORA

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “Las aplicaciones móviles y la información turística en los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, febrero 2022



Sarmiento Rojas Henry Rolando

C.C 1850410513

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “Las aplicaciones móviles y la información turística en los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato” del alumno Sarmiento Rojas Henry Rolando, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, septiembre-2021

Para constancia firman

Ing. Sonia Paola Armas Arias, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803202827

Ing. Jorge Armando Almeida Domínguez Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803935012

AGRADECIMIENTO

A Dios, por acompañarme día a día y tener a mi familia a mi lado,
mismos que son un pilar fundamental en mi vida.

A la Universidad Técnica de Ambato, a la facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
por guiarme e instruirme a lo largo de mi carrera universitaria.

A mis docentes, por brindar su sabiduría y experiencia,
en especial a mi Tutora la Ing. Angélica González, Mg.
por su paciencia, enfoque y sabiduría a la hora de guiarme en mi investigación.

A mis padres, Rolando Sarmiento y María Rojas por su apoyo, a mi hermana y mi abuelita.

Henry Sarmiento

DEDICATORIA

A mi hermana Isabel Sarmiento por ser mi amiga, consejera y ejemplo durante toda mi vida e igualmente a mi abuelita, por ser incondicional para mí, por ser mi madre y padre, y darme la fuerza de seguir su ejemplo para intentar ser mejor día tras día.

A mis padres por su apoyo y paciencia.

Henry Sarmiento

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

PORTADA.....	1
A. PÁGINAS PRELIMINARES	2
APROBACIÓN DEL TUTOR	2
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	3
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
ÍNDICE GENERAL	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS	11
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	12
RESUMEN EJECUTIVO.....	15
EXECUTIVE SUMMARY	16
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO I	18
MARCO TEÓRICO.....	18
1.1 Antecedentes.....	18
1.2 Planteamiento del problema.....	27
1.3 Análisis crítico	29
1.4 Justificación del problema	30
1.5 Objetivos.....	32
Objetivo General:.....	32
Objetivos Específicos:	32
CAPÍTULO II.....	34
METODOLOGÍA.....	34
2.4 Tipo de investigación.....	34
2.7 Planteamiento de Hipótesis.....	36
2.8 Tipo de Muestreo	36
2.9 Muestra	36

2.4 Recolección de Información	37
2.5 Instrumento de recolección de datos.....	37
CAPITULO III.....	43
RESULTADOS Y DISCUCIÓN	43
3.1 Exposición de los resultados de la encuesta	43
3.2 Exposición de los resultados de la encuesta	58
3.4 Diseño aplicación móvil	65
3.3 Verificación de Hipótesis.....	69
3.4 Discusión.....	72
CAPITULO IV.....	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
4.1 Conclusiones	75
4.2 Recomendaciones	76
Bibliografía	77
ANEXOS	80
Anexo 1: Propuesta.....	80
Anexo 2: Encuesta	92
Anexo 3: Entrevista.....	94
Anexos 4: Entrevistas	96
Manual de uso.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis Muestro	36
Tabla 2 Género de los turistas.....	43
Tabla 3 Edad de los turistas	44
Tabla 4 Procedencia de los turistas.....	45
Tabla 5 Descargas de aplicaciones móviles.....	47
Tabla 6 Aplicaciones móviles para visitar el museo.....	48
Tabla 7 Medios de recibir información.....	49
Tabla 8 Uso de aplicaciones móviles.....	50
Tabla 9 Uso de aplicaciones móviles.....	50
Tabla 10 Uso de aplicaciones móviles	50
Tabla 11 Uso de aplicaciones móviles	51
Tabla 12 Pagar por usa una aplicación móvil	52
Tabla 13 Leer comentarios.....	53
Tabla 14 Propósito de descarga de aplicaciones.....	54
Tabla 15 Satisfacción de uso de aplicaciones	55
Tabla 16 Mejoras de aplicaciones móviles	56
Tabla 17 Descargar aplicaciones móviles.....	57
Tabla 18 Análisis de Encuesta	59
Tabla 19 Verificación de Hipótesis	70
Tabla 20 Pruebas de Chi-Cuadrado	71
Tabla 21 Discusión	73
Tabla 22 Costos directos.....	84
Tabla 23 Costos indirectos	84
Tabla 24 Total costos.....	85
Tabla 25 Análisis de recursos	85

Tabla 26 Matriz Involucrados..... 85

Tabla 27 Descarga 1..... 108

Tabla 28 Descarga 2 109

Tabla 29 Manual de uso..... 112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas.....	29
Gráfico 2 Género de los Turistas	43
Gráfico 3 Edad de los Turistas.....	44
Gráfico 4 Procedencia de los Turistas	45
Gráfico 5 Descargas de aplicaciones móviles.....	47
Gráfico 6 Uso de aplicaciones móviles.....	48
Gráfico 7 Medio de información recibida.....	49
Gráfico 8 Pagarías por usar una app	52
Gráfico 9 Leer comentarios antes de descargar aplicaciones	53
Gráfico 10 Propósito de descarga de aplicaciones.....	54
Gráfico 11 Satisfacción de usar aplicaciones móviles	55
Gráfico 12 Mejoras de aplicaciones móviles	56
Gráfico 13 Descargar aplicaciones móviles.....	57

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Logo sistema Android.....	65
Ilustración 2 Virtual Museum	65
Ilustración 3 National Museum of Korea.....	66
Ilustración 4 Carpetas de desarrollo.....	66
Ilustración 5 Logo Aplicación móvil	67
Ilustración 6 Diseño de interfaz	68
Ilustración 7 Diseño de Pantallas	68
Ilustración 8 Contador de estadísticas.....	82
Ilustración 9 Logo propuesta	87
Ilustración 10 Portada App	88
Ilustración 11 Menú App	89
Ilustración 12 Lista menú.....	89
Ilustración 13 Menú Museos.....	89
Ilustración 14 Afiche Publicitario 1	90
Ilustración 15 Afiche Publicitario 2.....	91
Ilustración 16 Logo Play Store	108
Ilustración 17 Pantalla Blogspot	109
Ilustración 18 Permiso descarga	109
Ilustración 19 Instalación App.....	110
Ilustración 20 Espera instalación	110
Ilustración 21 Abrir App.....	111
Ilustración 22 Permiso App	111

Ilustración 23 Fondo App	112
Ilustración 24 Pantalla Principal	112
Ilustración 25 Acerca de nosotros.....	113
Ilustración 26 Museo JLM	113
Ilustración 27 Ir contactos.....	114
Ilustración 28 Contactos JLM.....	114
Ilustración 29 Ir localización	115
Ilustración 30 Localización.....	115
Ilustración 31 Ir quienes somos	116
Ilustración 32 Quienes somos	116
Ilustración 33 Ir datos de interés	117
Ilustración 34 Datos de interés.....	118
Ilustración 35 Ir galería de fotos	119
Ilustración 36 Galería de fotos	119
Ilustración 37 Características de fotos	120
Ilustración 38 Ir redes sociales.....	120
Ilustración 39 Redes Sociales	121
Ilustración 40 Ir barra de pestañas	121
Ilustración 41 Barra de pestañas	122
Ilustración 42 Ir lector QR	122
Ilustración 43 Diseño afiches publicitarios.....	123
Ilustración 44 Lector QR	123
Ilustración 45 Ir información	124

Ilustración 46 Información.....	124
Ilustración 47 Ir créditos	125
Ilustración 48 Créditos.....	125

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como tema principal “LAS APLICACIONES MÓVILES Y LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LOS MUSEOS DE ARTE/HISTORIA UBICADOS EN LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA DEL CANTÓN AMBATO”, contando como actores principales a los encargados de cada establecimiento y a los diferentes turistas que generan afluencia en las instalaciones. **Introducción:** En la actualidad, las aplicaciones móviles son consideradas como herramientas de promoción y posicionamiento de instituciones y sitios que ofrecen un servicio en particular, y el sector turístico no está exento de esta lista, muchos sitios y destinos poseen una app con el propósito de promocionarse y brindar sus servicios a una gama más extensa de público, adentrándose en el sector tecnológico e innovador del mercado actual. **Objetivo:** Analizar la relación entre la información turística y el uso de aplicaciones móviles por parte de los turistas, para visitar los museos de arte e historia de la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato. **Metodología:** La investigación posee un enfoque mixto, con un corte transversal no experimental, puesto que, presenta datos cualitativos y cuantitativos en su desarrollo, se usaron encuestas dirigidas a los visitantes y entrevistas encaminadas a los respectivos encargados de establecimiento. **Resultados:** La difusión social, es decir, la recomendación por parte amigos o familiares, es la principal fuente de promoción en los museos, mientras que, la difusión a partir del uso de aplicaciones móviles posee un índice de uso bajo, en comparación con otros medios de propagación, los usuarios no utilizan las tendencias tecnológicas actuales para visitar los sitios turísticos. **Conclusión:** Se analiza que no existe una relación entre la información turística y el uso de aplicaciones móviles, para la creación de afluencia en los museos de arte e historia de la parroquia Atocha-Ficoa, esto se debe al escaso fomento que los atractivos brindan a los sitios webs y a las aplicaciones móviles.

PALABRAS CLAVE: aplicaciones móviles, difusión, información turística, innovación, tendencias.

EXECUTIVE SUMMARY

The main theme of this research work is "MOBILE APPLICATIONS AND TOURIST INFORMATION IN THE ART/HISTORY MUSEUMS LOCATED IN THE ATOCHA-FICOA PARISH OF AMBATO CANTON", counting as main actors those in charge of each establishment and the different tourists that generates influx in the facilities. **Introduction:** Currently, applications are considered as tools for the promotion and positioning of institutions and sites that offer a particular service, and the tourism sector is not exempt from this list, many sites and destinations have an application for the purpose of promoting themselves. and offer its services to a wider range of public, entering the technological and innovative sector of the current market. **Objective:** To analyze the relationship between tourist information and the use of mobile applications by tourists, to visit the art and history museums of the Atocha - Ficoa parish of the Ambato canton. **Methodology:** The research has a mixed approach, with a non-experimental cross-section, since it presents qualitative and quantitative data in its development, surveys aimed at visitors and interviews aimed at those in charge of the establishment were used. **Results:** Social dissemination, that is, recommendation by friends or relatives, is the main source of promotion in museums, while dissemination through the use of mobile applications has a low rate of use, compared to other means of propagation, users do not use current technological trends to visit tourist sites. **Conclusion:** It is analyzed that there is no relationship between tourist information and the use of mobile applications, for the creation of influx in the art and history museums of the Atocha-Ficoa parish, this is due to the scarce promotion that the attractions offered to websites and mobile applications.

KEY WORDS: dissemination, innovation, mobile applications, tourist information, trends.

INTRODUCCIÓN

Se busca analizar la relación entre las aplicaciones móviles y la información turística en los museos de arte/historia de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato, a través de la utilización de entrevistas y encuestas enfocadas en los encargados de los establecimientos y en los turistas que lo visitan, para concluir con la elaboración y desarrollo de una aplicación móvil que cumpla con las expectativas de los usuarios y les permita informarse de los museos de una manera más rápida y eficiente.

El presente trabajo de investigación está dividido en 4 capítulos distribuidos de la siguiente manera:

CAPÍTULO I. - Marco Teórico. – Contiene información relevante, características, historia, desarrollo y orientación de las aplicaciones móviles en el sector turístico, contiene el análisis de la investigación, la contextualización, el árbol de problemas con el análisis crítico, la justificación y el planteamiento de los objetivos con su respectiva explicación.

CAPÍTULO II. – Metodología. – Este capítulo está enfocado en la delimitación del problema, los equipos empleados a lo largo de la investigación, el tipo de investigación que se empleó, se plantean las hipótesis, tanto la alternativa como la nula, se calcula el muestro probabilístico, se analiza la recolección de información y las herramientas utilizadas.

CAPÍTULO III. – Resultados y Discusión. – Expone los resultados de las encuestas dirigidas a los visitantes y turistas que visitan las instalaciones, de igual manera exhibe los resultados de las entrevistas enfocadas a los encargados de cada museo, se muestra el procedimiento llevado a cabo para la creación de la aplicación móvil, se verifican las hipótesis y finalmente se realiza la discusión de los resultados.

CAPÍTULO IV. – Conclusiones y Recomendaciones. – Se analizan las conclusiones de la investigación, se verifican las hipótesis, se desarrollan recomendaciones en pro del correcto desarrollo de los objetivos planteados con anterioridad, y por ultimo se crea y diseña la aplicación móvil con los datos arrojados.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES

La tecnología surge a partir de una limitante en la antigua sociedad, en una época en la que aquellos que tenían acceso a los escasos centros de conexión, eran denominados como privilegiados, mientras que, el resto de personas tenían que organizarse de manera irregular para tener la oportunidad de acceder a este servicio (Halaweh, 2013). Sin embargo, en la actualidad el uso de la tecnología es algo habitual y la mayoría de las personas alrededor del mundo tienen acceso a esta. Según (Álvarez, 2021), el desarrollo y uso de la tecnología es denominado como algo positivo e innovador, puesto que, consigo trae muchos beneficios, siendo el aumento de la pro actividad en todo tipo de procesos una de las características más sobresalientes, debido a que se puede obtener y manejar información de manera libre y gratuita, agregando valor a una perspectiva global y reduciendo riesgos de manera completa y precisa, permitiendo que el transito evolutivo de la sociedad y el conocimiento aumente de manera significativa.

Por otro lado, (Barquero, 2018), afirma que, la aparición de las nuevas tecnologías tiene altas repercusiones en la actualidad y un impacto mucho más negativo en los adolescentes, puesto que en su contexto socio cultural esto es sinónimo de estancamiento, porque las diversas plataformas como el internet, las redes sociales y los múltiples sistemas operativos han posicionado y obligado a los usuarios a enfocarse y refugiarse en los diferentes sitios webs, dejando a la imaginación los múltiples usos que estos les pueden dar, esto ocasiona que los usuarios dejen atrás su cotidianidad, haciendo que se generen diversas formas de violencia y agresión, tal como es el cyberbullying, el cual perjudica directamente a los jóvenes y los incita a refugiarse en las redes sociales, mientras sus padres tienden a pasar por ignorados y desapercibidos, generando un alto riesgo social en los tiempos modernos.

Según (Zambrano, 2019), durante la última década, Ecuador ha presentado diferentes cambios y transformaciones en su Sistema Nacional de Educación Superior, debido a la introducción de las innovaciones tecnológicas en el país, mismas que fueron usadas en la educación, siendo esta su base principal, dando como resultados sistemas parcializados, burocratizados y sin lineamientos, que fomentaron la transformación social, descubriendo la inconformidad de sus actores, ahondando la brecha entre la sociedad y el conocimiento.

Según (Skobelev, 2020), el avance de la tecnología puede ser mostrado y explicado a través del movimiento de las olas del mar, donde se explica los altos y bajos progresos que la

tecnología ha tenido a lo largo de los años, a la par muestra la semejanza que existe, entre el impacto que tienen las olas cuando chocan con la orilla y el impacto que la tecnología tuvo en los diferentes sectores socio-educativos de la actualidad, tal como en la educación, la comunicación, el trabajo y demás, a esta similitud se la conoce como “Technological Waves”.

Desarrollo de nuevas tecnologías

El desarrollo de nuevos avances tecnológicos, motivó a que las personas estén más comunicadas y mejor informadas entre sí, siendo la creación de los celulares uno de los inventos más innovadoras en la actualidad, debido al beneficio que estos generan en la sociedad, porque su uso es amplio, y los usuarios pueden facilitar sus tareas diarias en una sola aplicación (Ruiz, 2016).

Por la gran utilidad y beneficios que conlleva tener un teléfono celular, se desarrollaron diversas aplicaciones móviles; el desarrollo de las apps involucra una serie de procesos y procedimientos que involucran la escritura en software, teniendo un amplio uso en dispositivos informáticos ya sean pequeños o inalámbricos, muchas de estas aplicaciones móviles tienden a aprovechar las características propias y únicas de cada tipo de dispositivo móvil, puesto que cada una tiene componentes internos diferentes y estos benefician o entorpecen la resolución de cada aplicación (Proaño, 2018).

Según (Benítez, 2021), el desarrollo de las aplicaciones móviles en el año 2021 han ocasionado transformaciones en varios ámbitos, tanto a nivel social, económico, laboral y en el ámbito del aprendizaje, las aplicaciones son cada vez más cambiantes, esto con el objetivo de satisfacer las necesidades de los usuarios, debido a que en el entorno actual la modernización es algo prioritario, y las aplicaciones tienen la prioridad de perfeccionarse junto a estas, consiguiendo de manera efectiva su aumento de descargas y su popularidad, las innovaciones hacen que la realidad aumentada y virtual estén al alcance de todas las personas, de igual manera la inteligencia artificial es más accesible para las compañías, mismas que generan aplicaciones innovadoras para mejorar la experiencia de los usuarios.

Para la presente investigación se opta por utilizar dos teorías, la primera denominada como Teoría del desarrollo local territorial, que tiene como concepto desarrollar económicamente a un sitio determinado, partiendo de un proceso evolutivo, el cual incluye rasgos y características específicas como evolución y cambio, mismas que generan y benefician a las personas que pertenecen al espacio determinado, ofreciéndoles un mayor bienestar, a la par mejora su calidad de vida, en este sentido las condiciones con las cuenta un territorio, es la base o el punto de partida que toma esta teoría para alcanzar un grado mayor de desarrollo y

bienestar, por otra parte, de manera independiente a su dimensión e importancia, existen diferentes variables que tienen como objetivo definir las condiciones de competitividad de cada territorio, la primera variable se enfoca en la dinámica interna del atractivo, en el carácter endógeno o interior, y otras variables que están enfocadas en el estudio y comprensión del carácter exógeno o del exterior, ambas analizadas de manera estricta para brindar cambios positivos a la comunidad, por otra parte existen otras variables que tiene como propósito identificar la tasas de crecimiento y productividad, así también de la acumulación interna de capital, la planificación del territorio, los usos de suelo, las políticas tributarias, los centros de conocimiento y demás, mismas que se identifican y se usan con el propósito primordial de beneficiar y propiciar el desarrollo socioeconómico para todos los individuos que de manera directa forman parte del territorio.

La segunda teoría usada en esta investigación es la teoría posmodernidad y turismo, esta se enfoca en dar notoriedad a las transformaciones que han surgido o que la sociedad ha experimentado en los últimos años, pese a que las innovaciones tecnológicas no van de la mano con el turismo de manera directa, este sufre efectos y consecuencias debido al rápido crecimiento, consecuencias que tienden a ser positivas o negativas acorde al uso o a la manera de manejar estas nuevas tecnologías, dando paso al diseño, la calidad de servicio y lo más importante el surgimiento de la alta competitividad que surge, a esta teoría también se le da el nombre de posturismo, por ende, las empresas turísticas, las grandes industrias, consorcios y el sector público inclinado en el turismo, están constituidas y trabajan de manera colectiva, pese a que por mucho tiempo el turismo fue considerado como un campo aún no específico y desarrollado, en la actualidad es evidente la importancia del turismo moderno, posturismo, delimitando el estudio a dos grandes ámbitos específicos, en los cuales se encuentra la sociología del ocio y el tiempo libre, esta delimitación resulta de gran importancia y fundamental para orientar las políticas de desarrollo del turismo, recalcando que no solo se trata de una fase extra o solo implementada de manera casual, sino que se considera como una ruptura y un punto de partida del turismo tradicional y las formas de difusión, a pasar a un carácter más innovador y tecnológico, dando acceso a más afluencia de personas, mismas que usan la tecnología de la cual el turismo se beneficia actualmente.

Estas teorías se complementan para reactivar o incrementar el turismo local, pero a través de las nuevas tecnologías, de igual manera el modelo utilizado sigue un correcto y ordenado procedimiento, mismo que genera un beneficio local mayor, con el cual se trabaja a la par con los atractivos turísticos y con la forma de difusión turística por parte de los visitantes.

Tecnología en la educación

Las aplicaciones móviles y la tecnología digital se encuentran en auge y en crecimiento en la actualidad, debido al desarrollo y promoción que las diferentes compañías y empresas les dan, haciendo que millones de usuarios alrededor del mundo puedan acceder a estos servicios, generando así ganancias millonarias, haciendo que la tendencia actual de la tecnología aumente de manera significativa, sin embargo estas aplicaciones e innovaciones tienden a ser más atractivas para los adolescentes, por esta razón muchas de estas aplicaciones están enfocadas en la juventud y en la educación digital, siendo la comunidad juvenil latinoamericana parte de esta tendencia, pese a que esta región es considerada como imprescindible porque los usuarios les dan diferentes usos, ya sea para ocio, recreación, entretenimiento, estudio y demás, sin embargo, todos los años, en Latinoamérica y Ecuador se generan aplicaciones digitales enfocadas en la exploración de culturas y sitios turísticos, alrededor del 70 por ciento de personas cuentan con un acceso ilimitado a cualquier aplicación móvil y al alrededor del 30 por ciento usan estas aplicaciones móviles para enfocarse en su aprendizaje (Quijano, 2018).

El uso de la tecnología, del internet y de las aplicaciones móviles es algo habitual en la sociedad, incluso es denominado como algo primordial en el día a día de las personas, y más allá de los múltiples beneficios que estas brindan, ofrecen la posibilidad de acortar barreras y solventar todas las necesidades en un solo lugar, en la actualidad se le denomina a este siglo como la sociedad del conocimiento, donde la tecnología de la información es primordial en la vida de las personas, haciendo que el futuro de la economía, la innovación cultural, las interacciones humanas y evidentemente los procesos educativos sean mejor llevados, tengan un mejor entendimiento y aprovechamiento (Ponce, 2015)

Según (Camacho, 2020), por la pandemia denominada COVID-19, el uso de la tecnología e innovación fue una constante durante los años 2019, 2020 y 2021, esto se debe al aislamiento obligatorio que todas las personas se vieron forzadas a realizar, por esta razón surgieron nuevos métodos de comunicación e interacción entre usuarios, nuevas aplicaciones surgieron y se posicionaron en la cima en muy corto tiempo, la pandemia COVID-19 trajo desolación y tristeza, pero también cerró las fronteras y generó desigualdades tecnológicas en los países latinoamericanos.

Ecuador acató las mismas medidas de bioseguridad que el resto del mundo, al someterse al aislamiento obligatorio las instituciones educativas cerraron las puertas a los estudiantes para la asistencia física a los salones de clases, y surgió una nueva modalidad educativa, la educación virtual, teniendo como método de primera instancia a la tecnología, puesto que esta juega un papel fundamental en el desarrollo educativo en cada hogar (Palacios, 2020).

Según (Cruz, 2018), las denominadas como tecnologías de la Información y de la Comunicación son muy importantes en la actualidad, puesto que desempeñan tareas importantes dentro de diferentes campos, como en el estudio, la creatividad, el desarrollo de la sociedad y la innovación a partir del uso de la tecnología, sin embargo esta ha tenido una alta y positiva repercusión dentro del campo del aprendizaje, esto se debe a que varias instituciones han optado por utilizarlas en sus métodos de enseñanza, facilitando ampliamente a los docentes con su objetivo de expandir y brindar sus conocimientos, esto se debe a que las TICs estimulan la interactividad entre los usuarios, al mismo tiempo que transmiten diferente información a través de diapositivas o por diversos medios visuales, y por la ventaja de la mayoría de instituciones educativas cuentan con acceso a internet, las TICs son de gran ayuda para el estudio, sin embargo lo que es su mayor particularidad también genera varias desventajas, puesto que la tecnología y el internet en sí, contienen información útil para el estudiante pero también contiene información no relevante y de baja calidad, haciendo que el usuario no tenga una percepción clara de la realidad, además el internet es una puerta a diversos sitios, en los cuales los internautas pueden distraerse y adoptar temas y percepciones erróneas, sin embargo sus ventajas superan a sus desventajas, misma que la convierte en la actualidad como la herramienta más usada en el estudio.

Aplicaciones móviles y el turismo

En el sector turístico se usan aplicaciones móviles de manera habitual, esto se debe a los cambios que han surgido en la actualidad, haciendo que diferentes personas usen la tecnología de manera frecuente, los usuarios utilizan estas aplicaciones para obtener información de sus viajes, antes, durante y después del mismo, de igual manera la utilizan para conocer lugares nuevos, promociones y precios accesibles, siendo de gran valor y beneficio para aquellos sectores, destinos, y puntos específicos turísticos que usan la tecnología para obtener mayor demanda (Saura, 2017).

En la actualidad, las tecnologías de la información y Comunicación mejor conocidas como TICs, han dado pasos agigantados en el acceso rápido a todo tipo de información, favoreciendo de sobremanera al sector turístico. Según (Alves, 2016), el uso de las tecnologías muestra un relevante y amplio crecimiento en el mercado turístico, gracias a la facilidad que todos tienen al buscar o informarse acerca de un servicio, o una necesidad en algún punto en específico, dando hincapié a que varios atractivos desconocidos puedan surgir y conseguir afluencia, debido a que su información está a solo un “click” de distancia.

Según (Hernández, 2021), el desarrollo tecnológico trajo consigo múltiples beneficios

en el diario vivir de la mayoría de la población, debido a estas innovaciones, durante el año 2020 y 2021, las personas sufrieron un cambio gradual en su comportamiento, mismo que les obligó a adaptarse en el auge de las nuevas tecnologías, siendo el turismo una de las ramas que más progresó, puesto que sus características propias de pensar y actuar al momento de planificar una actividad o un viaje tuvo una gran repercusión, sin embargo las aplicaciones móviles tuvieron una alta mejora en su usabilidad, esto se debe a sus diversas características como el recolectar datos, compartir fotografías y proporcionar información relevante y de utilidad para los diferentes turistas que desean visitar un lugar determinado.

Las aplicaciones móviles en la actualidad son utilizadas como herramientas de comercialización para los diversos sitios turísticos que existen alrededor del mundo, la denominada tecnología 2.0, en la que se encuentran los sitios webs, estos tienen como objetivo facilitar la transmisión de información y la posibilidad de que los usuarios puedan acceder a toda la información e incluso tienen la facultad de editarla y colaborar entre sí, esto mejora de manera progresiva la afluencia de turistas, y los sitios turísticos tienden a ser más competitivos (Rogel, 2021).

Por otro lado, según (Navarrete, 2020), las aplicaciones móviles que están enfocadas y ligadas a los diversos servicios y sitios turísticos tienen la capacidad de convertirse en medios de comunicación y promoción para todos aquellos lugares mencionados con anterioridad, esto sucede debido a que en la actualidad los turistas optan por utilizar y manejar la tecnología para satisfacer sus diversas necesidades, por ende también solventan su premura en el ámbito turístico, en Ecuador el turismo se promociona a través de varios medios, entre las que destacan las aplicaciones móviles, esto se debe a que los diferentes negocios dedicados al sector turístico utilizan diversas apps al alcance de la mayoría de usuarios, dándoles categorías para cada usuario, utilizando temáticas para llamar la atención de los cibernautas, y ofreciéndoles productos llamativos y con una alta gama de actividades al momento de realizar una visita a cualquier sitio turístico.

Según (Silva, 2020), cada país y sitio en particular posee una riqueza patrimonial y cultural única, misma que ha sido abordada desde diferentes perspectivas a través del tiempo, sin embargo debido al uso cotidiano de la tecnología en el diario vivir de las personas, muchos sitios han optado por aprovechar estas ciencias aplicadas a su favor, es el caso de las aplicaciones móviles, que han sido utilizadas por diferentes museos alrededor del mundo, con el objetivo de transmitir y difundir su riqueza, su arte y sus diferentes expresiones a todas las personas, sin la necesidad de que los turistas visiten de manera presencial los diferentes recintos, por lo general estas apps móviles cuentan con fotografías, videos, datos importantes

acerca de cada obra en particular, es decir que todas las personas que cuenten con tabletas o teléfonos inteligentes pueden acceder a todos estos museos sin tener que visitarlos.

Según (Hernández, 2021), el cambio actual en el comportamiento de las personas es totalmente justificado, puesto que, debido a la introducción de la tecnología y a su desmesurado desarrollo, todos los internautas se vieron en la necesidad de adecuarse a las tendencias actuales, las actividades cotidianas tales como la planificación y la investigación cambiaron abruptamente, de igual manera, varias ramas como la medicina, la arquitectura empezaron a usar estas innovaciones, sin embargo el turismo es la rama que más se benefició de la denominada era digital, puesto que al momento de planificar, reservar y vivenciar un viaje los usuarios se acoplan a las nuevas modalidades, las aplicaciones móviles son consideradas como las herramientas más innovadoras en la industria turística, debido al estrecho lazo que se crea entre el turistas, el prestador del servicio turístico y el destino turístico en particular, siendo una tendencia innovadora al momento de viajar o de indagar acerca de un destino en particular, sin embargo durante el año 2020 el mundo se encontraría con una pandemia mundial que azotaría de manera abrupta el estilo de vida de todas las personas, al prohibirse la afluencia y concentración de personas los viajes se estancaron y muchos sitios turísticos decayeron, sin embargo al tener aplicaciones móviles las personas podían buscar en línea algún sitio o atractivo en particular, los restaurantes utilizaron estas apps para acercarse de manera más innovadora a sus clientes, dando servicios en casa y haciendo pedidos en sus respectivas aplicaciones, por otra parte los hoteles usaron sus aplicaciones para reservas y vender habitaciones, sin embargo durante la pandemia COVID-19 los museos fueron los sitios que más usaron las aplicaciones móviles e incluso brindaban servicios de guianza virtual, dando explicaciones de obras y monumentos, varios de estos museos se reinventaron y generaron afluencia en sus salas online, porque ya no tenían la necesidad de escoger solo un grupo de personas, sino que todos con acceso a sus aplicaciones podían visitar los museos a cualquier hora y a cualquier día.

Aplicaciones móviles y GADs Municipales

De igual manera, en Ecuador se han implementado diversas estrategias para reactivar el Turismo, el 08 de Mayo del 2020 se celebró una conferencia enfocada en la reactivación del Turismo, denominada Campaña de Promoción Turística en tiempos de Covid-19, en la cual la formaron 5 mesas estratégicas para debatir entre 3 métodos de reactivación turística, el primer método está enfocado en establecer mecanismos para llegar al mercado y para promocionar los productos y paquetes turísticos, mientras que el segundo método está orientado a crear lazos y

relaciones con institutos nacionales e internacionales, finalmente el tercer método analiza estrategias de comunicación para los diferentes mercados encaminados a cada sitio en crisis, también se crearon slogans para que los turistas puedan acceder a esta información de manera más fácil y sencilla, slogans como “Descubre a Ecuador Desde Casa”, o “Te extraño Ecuador” actualmente están en el mercado turístico, siendo el uso de las aplicaciones móviles y diferentes sitios webs los instrumentos de comunicación más utilizados para esta estrategia (Ministerio de Turismo, 2020).

La información turística, se puede desarrollar de manera más efectiva y completa a través de las tecnologías de la información, puesto que son un medio de apoyo para todos aquellos con acceso a celulares inteligentes, según porcentajes la mayoría de viajeros posee consigo, tanto los turistas nacionales y extranjeros que descargan o usan las aplicaciones móviles se benefician de la información incorporada en sus apps, a través de estas innovaciones se pueden identificar las ofertas, la demanda y las diversas estrategias turísticas, el gobierno nacional del Ecuador implementó la matriz de impulso productiva, que acoge las aplicaciones móviles para la promoción y diversificación de los atractivos turísticos a través del Plan Nacional del Buen Vivir, teniendo como base el marketing, beneficiando a diversos sitios turísticos a nivel nacional (Caicedo, 2016).

Las aplicaciones móviles son de gran ventaja en la actualidad, y su apoyo al Turismo ha sido trascendental en la denominada “era digital”, puesto que, promociones como afiches, anuncios físicos en periódicos o revistas suelen ser evitados y tomados por desapercibidos en su mayoría, por ende las apps móviles son de gran utilidad para toda la rama de Turismo, incluyendo la información turística, esto se debe a las características propias que tienen las aplicaciones móviles tales como la adecuación de filtros de búsqueda, y la parametrización de toda la información relevante recolectada de cada sitio turístico beneficia enormemente este recurso, misma que, generalmente es recolectada a través de encuestas, formularios, geo localización y diversos materiales multimedia, las aplicaciones móviles tienen la particularidad de ser rápidos e innovadores, es decir que son afines a su entorno y aprovechan esta ventaja para captar una mayor atención de los usuarios, la información turística es fundamental, porque los clientes generalmente suelen informarse acerca de un sitio antes de visitarlo (Pérez, 2018).

Aplicaciones móviles en Ecuador

Pese a la crisis económica que el mundo está viviendo actualmente, los usuarios buscaron nuevas maneras para poder despejarse y olvidarse un poco de la monotonía que la pandemia había ocasionado, en Europa se estima que se compraron alrededor de 32 millones

de teléfonos inteligentes, y alrededor de 3 millones de tabletas, puesto que estos accesorios tecnológicos poseen la capacidad de interactuar de mejor manera con el usuario, brindándoles una experiencia más completa; las aplicaciones móviles poseen la característica de extender la visión de los internautas en línea, y las instalaciones que poseen servicios de demostración tales como los museos, las explotaron de manera asertiva y positiva, el diseño de las aplicaciones fue fundamental para la atención y atracción de los usuarios, se generaron museos interconectados, museos interactivos, museos con información y comunicación digital que permiten una mayor interactividad e interconexión, las cuales junto con las redes sociales permitieron a los turistas visitar todas sus museos preferidos de manera online, este fue el caso en la ciudad de Cuenca Ecuador, donde el Museo de Arte Moderno de la ciudad, implementó estas estrategias para que las personas puedan disfrutar de sus instalaciones desde sus hogares (García, 2020).

Por otro lado, las ciudades más importantes del Ecuador cuentan con una aplicación móvil orientada para los diferentes destinos y sitios turísticos, como es el caso de la capital, la ciudad de Quito cuenta con diversas aplicaciones móviles, que son usadas por los diferentes turísticos para acceder a los establecimientos que brindan un servicios, como por ejemplo, los restaurantes, los hoteles y mucho más, estas aplicaciones ayudan a la afluencia de turistas en el Centro Histórico de la ciudad de Quito, anualmente esta ciudad recibe alrededor de 600.000 turistas; por otra parte los museos no tenían la necesidad de utilizar las aplicaciones móviles, sin embargo por el azotamiento de la pandemia COVID-19, estos sitios optaron por utilizar esta innovación tecnológica, porque su acceso es más rápido y seguro, haciendo que los visitantes puedan visitar sus instalaciones de manera virtual, conservando y transfiriendo su riqueza cultural y tradicional a todos los que deseen visitar los museos, por ejemplo el emblemático museo de la Capital y el Museo Oswaldo Guayasamín optaron por utilizar las plataformas digitales para que las personas puedan visitar sus instalaciones (Montalván, 2021).

Sin embargo, este estudio se centra en los diversos atractivos que posee la ciudad de Ambato, siendo esta el auge de investigación; Según (Viteri, 2020), la ciudad cuenta con diversos atractivos con gran valor turístico, sin embargo menciona que estos no se aprovechan de manera adecuada, pero el correcto manejo de las nuevas tecnologías permite una interacción dinámica entre la relación del cliente y del sitio en específico, estas herramientas son de gran apoyo y brindan soporte tanto a los turistas, como a los encargados de los sitios turísticos en sus procesos y tareas rutinarias.

Por otro lado, de acuerdo a las pertinentes investigaciones en la ciudad de Ambato existen 30 museos, entre los cuales 5 museos son de carácter histórico, y ninguno de estos sitios

posee aplicaciones móviles para su promoción y afluencia, por ende, se realiza la siguiente investigación, para medir el impacto que las aplicaciones móviles pueden generar en los turistas, y como estos crean afluencia a los museos, generando de esta manera beneficios tanto a nivel económico, social y colectivo.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las aplicaciones móviles poseen amplias y ventajosas características en la actualidad, son innovaciones tecnológicas que están presentes en el día a día de las personas, ya sea por su rapidez, facilidad de uso y descarga, algunas no dependen del internet y están al alcance de cualquier persona con un celular inteligente o una tablet, sin embargo, su mayor beneficio es su función en particular, muchos sitios, lugares y establecimientos, tanto públicos como privados pueden brindar un servicio o promocionarse a través del correcto uso y manejo de una aplicación móvil.

Las aplicaciones móviles tienen la particularidad de ser autónomas y poseer un diseño único acorde al uso que se les otorgue, como ya se mencionó, poseen la característica de brindar un servicio en línea, dando una facilidad notoria a los usuarios que opten por descargarla, esta peculiaridad es utilizada por diversos sitios con el objetivo de promocionarse y adentrarse en el mercado social y turístico, en la actualidad es una de las principales herramientas de promoción y posicionamiento.

Las tendencias actuales, han provocado que varios sitios y espacios turísticos utilicen las aplicaciones móviles y sitios webs como principal fuente de promoción, ofreciendo al turista la posibilidad de informarse y recibir información relevante, incluso se pueden recorrer los sitios de manera virtual, por otro lado, la actual pandemia COVID-19, impulsó a que varios sitios turísticos opten por utilizar una aplicación móvil para que los turistas puedan seguir aprovechando sus servicios, entre estos sitios se destacan los museos, puesto que, al ser instalaciones que cuentan con una amplia afluencia turística, ahora no pueden causar aglomeraciones, sin embargo, al usar una aplicación, estas no tienen límite de afluencia, porque los usuarios no están presente físicamente en los museos, esto generó que muchos sitios se posicionen en el mercado turístico y que tengan una mayor acogida, por la facilidad que esto les resulta a los turistas.

Sin embargo, pese a que Ecuador cuenta con una alta gama de historia y cultura, reflejada en sus museos, sin embargo solo los principales museos de Quito y Cuenca con aplicaciones utilizadas para su promoción, Ambato posee 3 de los museos más importante del

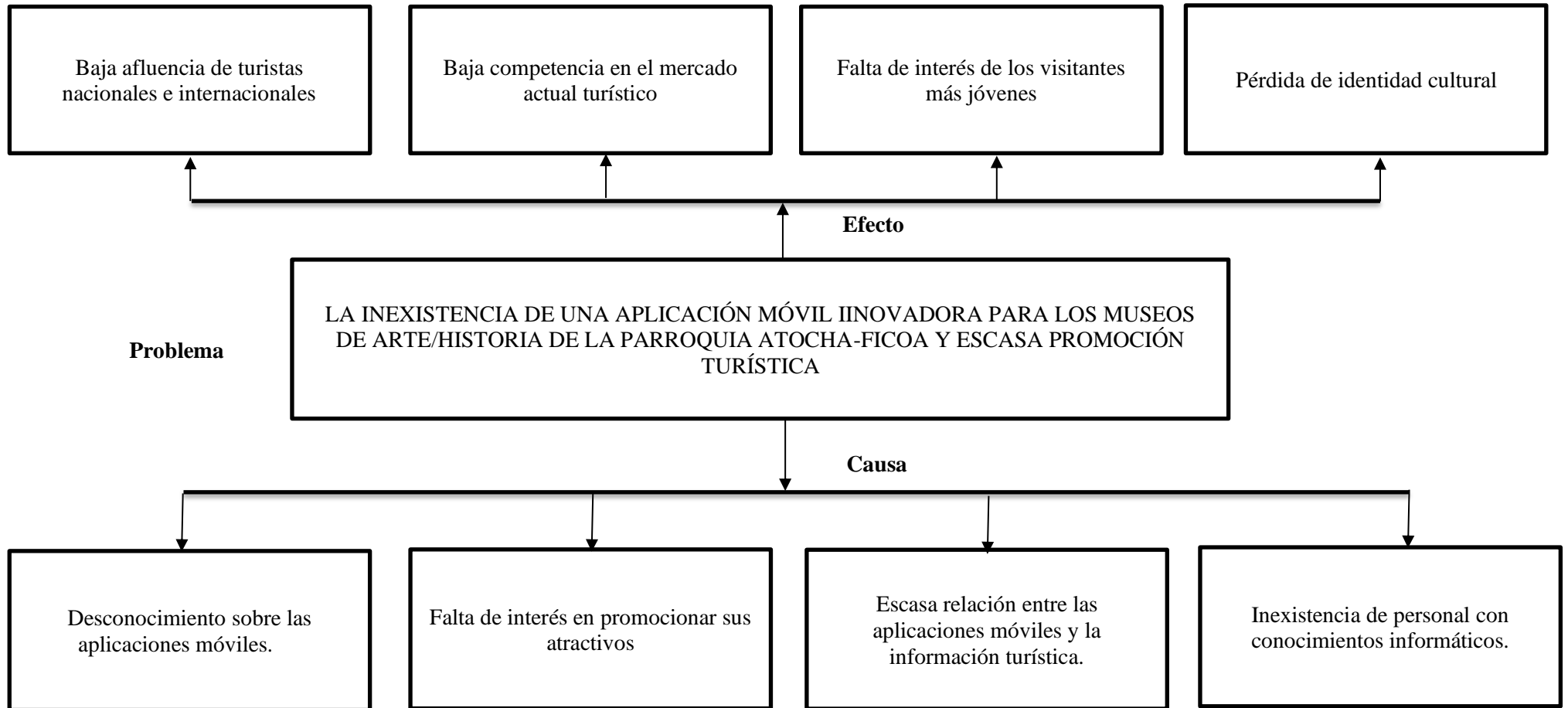
Ecuador, el museo de Juan Montalvo, Juan Benigno Vela y Juan León Mera, dos de estos museos ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa, mismos que son de gran importancia en la ciudad, estos museos poseen una aplicación móvil QR y sitios webs en la cual los usuarios pueden visitar sus instalaciones, sin embargo, estos enlaces no cuentan con una correcta promoción y los turistas las tienden a pasar por desapercibidas o por innecesarios.

Por esta razón, esta investigación tiene como objetivo analizar la relación entre las aplicaciones móviles y la información turística de los museos de arte/historia de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato, analizar la disposición de los usuarios al descargar o no una aplicación que brinde y enlace servicios y características de cada museo, de igual manera se debe priorizar la promoción para que varios usuarios opten por utilizarla.

1.3 ANÁLISIS CRÍTICO

Gráfico N°1:

Árbol de problemas acerca de las aplicaciones móviles y los museos de arte e historia de Ambato



Nota: En el gráfico N°1 podemos observar el problema existente entre los museos de arte e historia de la ciudad de Ambato y las aplicaciones móviles, de igual manera se analizan las causas y los efectos para su posterior resolución. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

El GAD Cantonal de Ambato esta encargado de las casas museos Juan León Mera, Martínez Holguín y Juan Montalvo, ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa, a través de gestiones implementaron un código QR, que permite al usuario redirigirse a las redes sociales de cada museo, de igual manera implementaron una página web con un circuito 360, para los museos del Jardín Botánico Atocha La Liria, sin embargo estos enlaces no tienen una correcta promoción, es por esto que muchos turistas tienen desconocimiento de estos sitios; actualmente vivimos en la denominada era digital, donde el uso de aplicaciones y sitios webs es primordial para la correcta difusión de un sitio en particular, la falta de interés por parte de las autoridades es alarmante, ocasionando que muchos turistas opten por visitar destinos en otros cantones de la provincia.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La investigación enfocada en las aplicaciones móviles y su utilidad para difundir los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad de Ambato, surge debido a la escasa promoción que existe en la localidad, misma que obliga a los usuarios a trasladarse fuera de su ciudad o de su provincia, con el afán de pasar un momento de ocio y entretenimiento con su familia y amigos, sin tomar en cuenta que el cantón cuenta con varios atractivos que podrían cumplir con las expectativas de todos los turistas.

El resultado de la investigación planteada beneficia principalmente a los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato, e indirectamente a los sitios aledaños a los museos, mismos que brindan servicios como gastronomía, exposición, venta de artesanía, recreación y diversión; puesto que, la difusión permite que varias personas visiten estos lugares, incrementando de manera efectiva la economía local, teniendo un impacto social positivo, logrando que los atractivos opten por ser sostenibles y sustentables, de igual manera, la investigación trae consigo mucho más conocimiento en cuanto a las diferentes formas de utilizar la tecnología, que actualmente genera un gran impacto positivo para el desarrollo del turismo.

El resultado de esta investigación tiene como finalidad la elaboración de una aplicación móvil funcional, que cuenta con datos relevantes e importantes acerca de los museos, con un sitio para la galería de fotos, enlaces a sitios webs, redes sociales, y una sección de contactos de los respectivos encargados de cada establecimiento, esta app se promociona y difunde mediante diferentes redes sociales y afiches publicitarios, la presente indagación no muestra un riesgo mayor, puesto que, al ser una estrategia nueva se acopla con las tendencias actuales.

Según (Saura, 2017), el actual uso de las aplicaciones móviles ligadas al turismo,

tuvieron un significativo cambio en el siglo XXI, debido a que son usadas al momento de viajar y aportan un valor benéfico a los usuarios, por ende, estas deben ser desarrolladas en pro del consumidor y en la personalización apropiada.

La promoción es un elemento ambicioso a la hora de difundir o dar a conocer algo en particular, y en los últimos tiempos la creatividad junto a la tecnología ha dado pasos agigantados, con el objetivo de atraer a los turistas con innovaciones y graficas visuales para su mejor atención y demanda. (Palacio, 2014)

Según (Ortiz, 2016), en la actualidad las tecnologías de la información y comunicación, han influenciado en el sector turístico, se considera a la misma como algo relevante y que sigue en auge en el mercado, es decir a la actualidad sigue creciendo y su estudio es continuo, y frecuentemente se usa para promocionar o dar a conocer lugares, costumbres y tradiciones específicas

La correcta promoción y diversificación de los atractivos turísticos, crean una relación adecuada entre el turista y el sitio elegido, además del crecimiento económico que esta trae consigo, y finalmente el desarrollo local aumenta significativamente (Solari, 2015).

Las aplicaciones móviles son de gran utilidad en el estudio y entretenimiento de las personas, por lo cual estas se encuentran segmentadas, por ejemplo, en imágenes, textos, valoraciones, características y temas específicos, aumentan el acceso y entendimiento de las personas, son aplicaciones que pueden modificarse e innovarse, siendo más atractivas para quienes la usan (Rodríguez, 2017).

Actualmente, por la pandemia Covid-19, se generó un limitante al traslado y movilización de las personas, este suceso perjudicó en gran medida al sector turístico, puesto que la afluencia de turistas, es uno de los principales ejes en cuanto a difusión y reactivación del mismo, sin embargo, se generaron nuevas formas de difusión y concientización cultural y natural, dando paso a experiencias virtuales y nuevas formas de realizar turismo, en cuanto a las aplicaciones móviles, su uso se incrementa de manera positiva, puesto que nuevos atractivos se difunden en línea, dando una nueva experiencia al turista y cumpliendo con las expectativas de una alta y diferente gama de visitantes con gustos y aficiones diferentes.

Antes de la pandemia, lo habitual era visitar una agencia de viajes o puntos de información para tener datos concretos acerca de un destino de interés en específico, pero tras la pandemia los usuarios optan por utilizar aplicaciones móviles para informarse acerca de un sitio determinado, por ende, la investigación del uso de las aplicaciones móviles es de utilidad.

1.5 OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la relación entre las aplicaciones móviles utilizadas por los visitantes y la información turística en las Casas Museos Juan León Mera, Martínez Holguín y Juan Montalvo, ubicadas en la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato.

Objetivos Específicos:

- **Investigar las características de las aplicaciones móviles y su impacto en la información Turística.**

Para analizar las características, beneficios, desventajas, el desarrollo de las aplicaciones móviles y su relación con el sector turístico, se realizó una investigación documental y bibliográfica a través del estudio de artículos científicos e investigaciones previas, de igual manera, se empleó el método de observación y de campo, visitando continuamente los museos y recolectando información a través de encuestas dirigidas a los visitantes y entrevistas enfocadas hacia los respectivos encargados de las instalaciones.

Para el cumplimiento de este objetivo se llevó a cabo una investigación previa, misma que esta detallada en el marco teórico del primer capítulo, en el cual se muestran los antecedentes, características, los beneficios de las aplicaciones móviles y su relación con la información y el sector turístico en general.

- **Identificar información relevante de los museos de Arte/Historia de la parroquia Atocha-Ficoa de la ciudad de Ambato.**

Para la recolección de información se indagó en artículos, periódicos y revistas relacionadas con los establecimientos turísticos, a la par, para conocer acerca de la importancia y la relación de los turistas con los museos, se realizaron entrevistas, las cuales estaban dirigidas a los principales encargados de cada sitio, se recolectaron datos relevantes, características, sitios de interés, horarios de atención, servicios y demás.

Se determinó que los museos cuentan con un gran potencial turístico y son sitios difusión y conservación cultural e histórica de gran importancia en la ciudad de Ambato.

Los detalles del objetivo se encuentran en la metodología del segundo capítulo, de igual manera se pueden observar los instrumentos utilizados para la recolección de información, también, en el capítulo 3 están plasmados los resultados y la conclusión, donde se analiza las refutaciones de las entrevistas y la discusión final de los encargados

de cada establecimiento, finalmente en los anexos se puede encontrar las entrevistas de cada encargado en forma de texto.

- **Diseñar una aplicación móvil con la información recolectada y promocionarla a través de diferentes redes sociales y afiches publicitarios.**

Para el desarrollo de la aplicación móvil se optó por utilizar el sistema Andromo; Andromo es un sitio web diseñado para que la creación de apps orientadas a celulares Android. Primero, se elaboró una interfaz basada en los datos tomados con anterioridad, y se correlacionaron entre sí, además, se instauraron enlaces para orientar las características de cada establecimiento, pero en un mismo sistema, es decir, esta app cuenta con características propias de cada museo e incluso posee enlaces a páginas webs y redes sociales, en la cual los usuarios pueden acceder a información más concisa y precisa, todo esto en cuestión de minutos a través de sus dispositivos móviles.

Su posterior promoción se llevó a cabo, a través de afiches publicitarios, los cuales fueron ubicados en los museos y lugares de afluencia en la ciudad de Ambato, con el objetivo de generar mayor interés en las personas y, por ende, una mayor visita hacia los atractivos turísticos.

Los detalles del objetivo se encuentran plasmados en los resultados y la conclusión del tercer capítulo, en la cual podemos observar el desarrollo de la aplicación móvil “Ambato Arte e Historia”, por otra parte, en la sección de Anexos, se encuentra la propuesta utilizada en el proyecto de investigación, en donde se analizan sus características, alcance y su posterior promoción, finalmente, en la parte final del proyecto se encuentra el manual de uso de la aplicación móvil.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Ubicación

La actual investigación se desarrolló en el cantón Ambato, ubicada en la provincia de Tungurahua, específicamente en los museos de arte e historia en la parroquia Atocha-Ficoa.

Coordenadas Geográficas

Latitud: -1.24167, Longitud: -78.6197 1° 14' 30" Sur, 78° 37' 11" Oeste

2.2 Equipo y materiales

- Computadora
- Encuestas
- Entrevistas
- Smartphone
- Transporte

Para el levantamiento de información se utilizó un cuestionario de aplicación móviles para la promoción del turismo diseñada por Masaquiza (2015), además se empleó una entrevista dirigida hacia los respectivos responsables turísticos empleado por Nogar y Baldoni.

2.3 Metodología

Para la investigación se optó por utilizar un diseño de investigación mixto, puesto que, al emplear encuestas y entrevistas, estas dan como resultados datos cuantitativos y cualitativos.

Según (Pereira, 2011), la utilización de diseños mixtos en una investigación es una opción fiable, debido a que en la actualidad constituye una increíble alternativa al abordar campos temáticos ligados a la investigación, este diseño tiene como objetivo mezclar enfoques cualitativos y cuantitativos, en diferentes áreas de estudio, donde destacan los datos numéricos y de mayor manera los datos característicos

2.4 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se empleó en la investigación fue de corte transversal no experimental, posee un enfoque cualitativo exploratorio, debido a los datos arrojados en las encuestas, y descriptivo cuantitativo por los resultados de las entrevistas, de igual manera, se analizó investigaciones históricas bibliográficas extraídas de libros, artículos científicos y por medio del contacto directo con los turistas y encargados de los establecimientos.

El alcance descriptivo-relacional fue el modelo que se utilizó en el proyecto de investigación, según (Ramos, 2020), el alcance de la investigación tiene como objetivo exponer y describir fenomenologías o narrativas constructivas de un determinado grupo humano, en donde, se aplican análisis de datos de tendencia central y de dispersión, también describe a la investigación correlacional como la necesidad de plantear una hipótesis con el objetivo de crear o buscar una relación entre dos o más variables, esta se puede llevar a cabo a través de dos niveles, el cuantitativo, que abarca los procesos estadísticos inferenciales que se utilizan en la investigación, y usa el nivel cualitativo para proponer las relaciones que generan las categorías de los diversos participantes. El estudio descriptivo tiene como objetivo describir y especificar las características o rasgos del fenómeno que se decida analizar, además de medir, evaluar o recolectar datos sobre las características del mismo, finalmente los estudios correlacionales buscan evaluar la relación entre dos o más conceptos, categorías o en contextos particulares, además de evaluar el grado de relación entre estos (Rusu, 2017).

Por ende, el alcance descriptivo – correlacional, se alineó de manera correcta al proyecto, puesto que, sustenta la investigación a través de la descripción del fenómeno a investigar y se analiza la relación entre las variables, las aplicaciones móviles y la información turística específicamente.

2.5 Entrevistas

Las entrevistas están dirigidas a los encargados de las Casas Museos Juan Montalvo, Juan León Mera y Martínez Holguín, dicho instrumento se usó con anterioridad por el trabajo de investigación empleado por Nogar y Baldoni, que tienen como objetivo recopilar información relevante de los establecimientos, como características, datos de interés y su perspectiva de inclusión y manejo de tendencias actuales para la promoción y posicionamiento de establecimientos turísticos.

2.6 Encuestas

Las encuestas están dirigidas a los turistas que visitan o visitaron con anterioridad los museos de arte e historia, misma encuesta fue usada con antelación por Masaquiza (2015), en su investigación “Aplicaciones móviles para la promoción turística de la parroquia Salazaka, cantón San Pedro de Pelileo, provincia de Tungurahua”, es una herramienta validada y su uso tiene como propósito analizar los medios de difusión por los cuales los turistas generan afluencia en los establecimientos, y la disposición de estos por utilizar una aplicación móvil como principal medio de publicidad turística.

2.7 Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis alternativa: Las aplicaciones móviles influyen en la información turística en los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa de la ciudad de Ambato.

Hipótesis nula: Las aplicaciones móviles no influyen en la información turística en los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa de la ciudad de Ambato.

Variable dependiente: Información Turística

Variable Independiente: Aplicaciones Móviles

2.8 Tipo de Muestreo

En la investigación se utilizará el muestro Probabilístico, según (Materola, 2017), este método es empleado en el análisis de poblaciones o grupos pequeños, con la característica de que todos los usuarios tengan la oportunidad de ser seleccionados, este muestreo utiliza la teoría estadística, con el propósito de seleccionar al azar un grupo determinado de personas, para finalmente determinar una muestra y predecir una respuesta general de un grupo menor.

Se puede deducir a través del análisis, la complejidad que tiene una investigación al querer estudiar a una ciudad entera, sin embargo, con el método probabilístico se puede obtener datos relevantes y repetitivos en muchos de los casos, para al final predecir una respuesta general a través de un grupo más pequeño.

2.9 Muestra

Para el cálculo de la muestra de la población, se realiza un muestreo probabilístico para una población determinada de 135 usuarios, con un error del 5% y una confianza del 90%, se resuelve a través de la fórmula “ $n = \frac{k^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q}$ ”, finalmente se puede concluir que la muestra es de 120

Tabla N°1:

Análisis de Muestra entre turistas y encargados de cada casa museo.

POBLACIÓN	MUESTRA
Turistas	132
Encargados	3
Población Total	135

Nota: En el tabla N°1 se observa a la población utilizada en la investigación, tanto el número de turistas entrevistados y a los encargados de cada establecimiento. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Muestreo Probabilístico

$$N=135$$

$$e= 5\% = 0,05$$

$$p= 40\% = 0,40$$

$$q= 60\% = 0,60$$

$$k= 90\% = 1,65$$

$$n= ?$$

$$n= \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

$$n= \frac{1,65^2 * 0,40 * 0,60 * 135}{(0,05^2 * (135-1)) + 1,65^2 * 0,40 * 0,60}$$

$$n= \frac{88,21}{0,73}$$

$$n= 120,83$$

$$n= 120$$

2.4 Recolección de Información

La información se recolectó a través de encuestas, mismas que estaban dirigidas específicamente a los turistas de las 3 Casas Museos, 2 ubicadas en el Jardín Botánico Atocha La Liria, siendo la Casa Museo Juan León Mera y Martínez Holguín, y la tercera Casa Museo Juan Montalvo, ubicada en la parroquia Ficoa, estas encuestas se realizaron de manera presencial, visitando los museos y teniendo un contacto directo con los turistas, de igual manera, estas herramientas circularon a través de enlaces en redes sociales.

Para contar con las respuestas necesarias, se repitió este proceso durante 3 semanas, en el mes de noviembre y a mediados de diciembre; también se utilizaron entrevistas, enfocadas en los respectivos encargados de cada Casa Museo, cada entrevistado tuvo un tiempo aproximado de 15 minutos, por esta razón, en un solo día se recolectó la información requerida, estas investigaciones tenían como objetivo analizar si los museos cuentan con una aplicación móvil para su promoción y posicionamiento.

2.5 Instrumento de recolección de datos

Se utilizaron dos instrumentos de recolección de datos, la primera una encuesta,

orientada a los turistas que visitan o visitaron con antelación los establecimientos, con el propósito de identificar sus experiencias, indagar su principal fuente de información, investigar la facilidad que tienen los usuarios al usar las apps móviles y su disposición para usar una aplicación en el futuro.

Finalmente, se generó una entrevista enfocada a los encargados de cada establecimiento, con el propósito de recopilar información importante y de indagar el apego de los establecimientos a las tendencias tecnológicas actuales.

APLICACIONES MOVILES Y LA INFORMACIÓN TURÍSTICA

Variable Dependiente: Información Turística

ENCUESTA

Escriba su correo electronico				
Escoga su genero				
Masculino				
Femenino				
Escoga su rango de edad				
Entre 13 y 18 años				
Entre 19 y 25 años				
Entre 26 y 39 años				
De 40 años en adelante				
¿Cuál es su procedencia?				
¿Ha utilizado o descargado aplicaciones móviles con anterioridad?				
Si				
No				
¿Usted usó una aplicación móvil para visitar el museo?				
Si				
No				
¿A través de que medio recibió información acerca del museo?				
Apps Móviles				
Redes Sociales				
Periódicos/Afiches publicitarios				
Recomendación de un amigo o familiar				
De acuerdo a las siguientes opciones, ¿Cuál es el nivel de importancia que usted le da al uso de las aplicaciones móviles?				
Porqué son dinámicas, rápidas y seguras				
1	2	3	4	5
Tienen la información que necesito				
1	2	3	4	5
Puedo hacer reservas en restaurantes, hoteles o vuelos aéreos				
1	2	3	4	5
Puedo leer y hacer comentarios relacionados al servicio				
1	2	3	4	5

¿Ha pagado o pagaría por utilizar o descargar alguna aplicación móvil turística?				
Si				
No				
Antes de descargar una aplicación ¿Suele leer los comentarios de personas que ya la hayan descargado con anterioridad?				
Si				
A veces				
No				
¿Qué tipo de aplicaciones móviles relacionadas con sus viajes ha descargado o descargarías?				
Aplicaciones móviles relacionadas con sitios turísticos (Museos, teatros, zoo, etc)				
Aplicaciones móviles relacionadas con la conectividad turística (Google Maps, Wikiloc, Wase, etc)				
Aplicaciones móviles relacionadas con servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, guianza, etc)				
Aplicaciones móviles relacionadas con tecnología turística (Códigos QR, TICs, etc)				
¿Qué tan satisfecho esta sobre las aplicaciones móviles que has utilizado?				
Nada satisfecho	Poco satisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy Satisfecho
Cuando sale de viaje ¿Con qué frecuencia utiliza las aplicaciones móviles previamente descargadas?				
Una vez al día				
Dos veces al día				
Más de tres veces al día				
Solo cuando inicio el viaje				
Solo la descargo por si en algún momento la llego a necesitar				
¿Qué cambios y/o mejoras le harías a las aplicaciones móviles turísticas que has utilizado?				
Diseño más innovador				
Tiene que ser más dinámica				
Permite subir y guardar fotos y videos				
Que contenga juegos recreativos				
Otros				
.....				

Esta dispuesto a descargar una aplicación móvil con información relevante, características y novedades acerca del museo?				
Si				
No				

VARIABLE INDEPENDIENTE: APLICACIONES MÓVILES

Entrevista utilizada para recolectar información relevante acerca de los respectivos museos de Arte/Historia de la parroquia Atocha-Ficoa del Cantón Ambato, orientada hacia los encargados de los sitios turísticos.

ENTREVISTA

Fecha							
Lugar							
Entrevistado							
Datos personales							
Edad							
Sexo							
Cargo							
Profesión							
Correo							
1. ¿Cómo llegó al cargo que ocupa?							
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS							
2. ¿Cuál es la principal actividad productiva del Museo							
3. ¿Cuáles son los beneficiarios de esta actividad?							
4. ¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad productiva en los últimos años?							
5. ¿ Que séctores de la población se benefician con esta actividad?							
TURISMO							
6. ¿Qué importancia tiene el turismo para el museo?							
7. ¿El museo cuenta con una aplicación móvil o existen planes de introducir aplicaciones para el futuro?							

8. ¿ Hay circuitos integrados en el Museo?						
9. Desde su lugar de trabajo ¿Qué opina de la actitud de la población local con respecto al desarrollo de las actividades turísticas?						
10. ¿ Que se debería hacer desde su punto de vista para mejorar el turismo en el museo?						
11. ¿Qué tipo de turistas recibe el museo?						
12. ¿El museo cuenta con medidas de bioseguridad?						
13. ¿Qué consecuencias trajo consigo la pandemia COVID-19?						
14. Mencione aspectos positivos y negativos de la afluencia de turistas en el museo						

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Exposición de los resultados de la encuesta

PREGUNTA N°1

Escoja su género.

La pregunta N°1 tiene como propósito analizar el género de los turistas que visitan los establecimientos turísticos.

Tabla N°2:

Género de los turistas que visitan los museos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
"Masculino"	56	42.4	42.4	42.4
"Femenino"	76	57.6	57.6	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: En la tabla N°2 podemos observar de manera más detallada al género de turistas que generan mayor afluencia en los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°2:

Género de los turistas que visitan los museos



Nota: En el gráfico N°2 podemos observar el género de turistas que generan mayor afluencia en los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°2 y el gráfico N°2, se identifica el género de los turistas que visitan los museos de arte e historia, concluyendo que el género femenino genera mayor afluencia, misma que están representadas por el 57,6%, mientras que, el género masculino representa el 42,4% de un total de 132 entrevistados.

PREGUNTA N°2

Escoja su rango de edad

La pregunta N°2 tiene como propósito analizar el rango de edad de los turistas que visitan los establecimientos turísticos.

Tabla N°3:

Edad de los turistas que visitan el museo

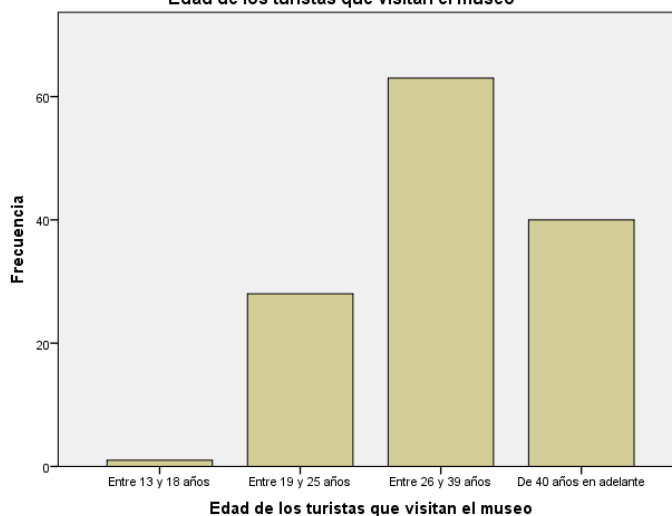
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 13 y 18 años	1	.8	.8	.8
Entre 19 y 25 años	28	21.2	21.2	22.0
Entre 26 y 39 años	63	47.7	47.7	69.7
De 40 años en adelante	40	30.3	30.3	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: En la tabla N°3 se identifica de manera más detallada el índice de edad que genera mayor afluencia en los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°3:

Edad de los turistas que visitan el museo.

Edad de los turistas que visitan el museo



Nota: En el gráfico N°3 se identifica el índice de edad que genera mayor afluencia en los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°3 y el gráfico N°3, se identifica el rango de edades de los turistas que visitan los museos, siendo los turistas de entre 26 a 39 años los encargados de generar mayor afluencia, representados por el 47.7%, seguidos de los turistas con una edad de 40 años en adelante, representados por el 30,3%, luego los visitantes cuya edad se encuentran en un rango de entre 19 y 25 años son representados por el 21.2%, finalmente los turistas que menos visitan los museos, son los jóvenes de entre 13 y 18 años representados por el 0,8%, de un total de 132 encuestados.

PREGUNTA N°3

¿Cuál es su procedencia?

La pregunta N°3 tiene como propósito analizar la procedencia de los visitantes.

Tabla N°4:

Procedencia de los turistas que visitan los museos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ECUADOR	3	2.3	2.3	2.3
AMBATO	54	40.9	40.9	43.2
QUITO	27	20.5	20.5	63.6
PATATE	1	.8	.8	64.4
LATACUNGA	13	9.8	9.8	74.2
BAÑOS	4	3.0	3.0	77.3
MANTA	4	3.0	3.0	80.3
GUAYAQUIL	8	6.1	6.1	86.4
RIOBAMBA	7	5.3	5.3	91.7
SALCEDO	4	3.0	3.0	94.7
ESMERALDAS	2	1.5	1.5	96.2
CUENCA	3	2.3	2.3	98.5
PUYO	1	.8	.8	99.2
TENA	1	.8	.8	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: En la tabla N°3 podemos observar de manera detallada la procedencia de los turistas que generan afluencia en los museos **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°4:

Procedencia de los turistas que visitan el museo



Nota: En el gráfico N°4 podemos observar la procedencia de los turistas que generan afluencia en los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°4 y el gráfico N°4, se identifica la procedencia de los turistas que visitan los establecimientos turísticos, se concluye que los museos reciben turistas de todas las regiones continentales ecuatorianas, por parte de la Amazonía se observa que el 0,8 % proviene de Puyo y Tena, en cuanto a la Costa Ecuatoriana, se observa que, los turistas de Guayaquil generan una afluencia del 6,1%, de Esmeraldas 1,5%, y de Manta 3,0%, finalmente los museos reciben mayor afluencia de turistas por parte de la Sierra Ecuatoriana, observamos que Patate posee un índice del 0,8%, Latacunga 9,8%, Baños y Salcedo 3.0%, Cuenca 2,3%, Quito con 20,5% y Ambato con el 40,9%, enfatizando que los museos reciben mayormente turistas locales.

PREGUNTA N°4

¿Ha utilizado o descargado aplicaciones móviles con anterioridad?

La pregunta N°4 tiene como propósito analizar si los usuarios han descargado una aplicación móvil ligada al sector turístico.

Tabla N°5:

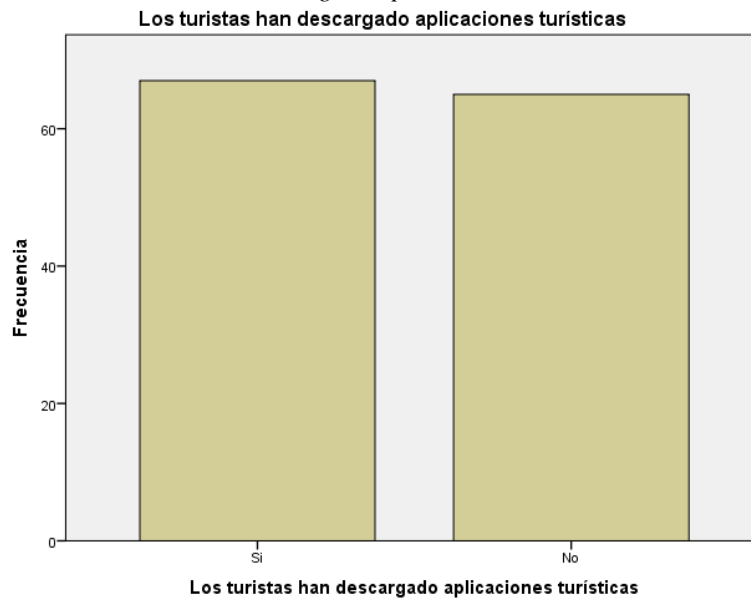
Los turistas han descargado aplicaciones turísticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	67	50.8	50.8	50.8
No	65	49.2	49.2	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La tabla N°5 muestra de manera detallada si los turistas han descargado o no una aplicación móvil ligada al turismo. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°5:

Los turistas han descargado aplicaciones turísticas.



Nota: El gráfico N°5 muestra si los turistas han descargado o no una aplicación móvil ligada al turismo **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°5 y el gráfico N°5, se identifica el índice de visitantes que han descargado aplicaciones móviles, se analiza que el 50.8% de turistas han descargado una aplicación móvil turística, y el 49,2% de turistas no han utilizado ni descargado una aplicación móvil ligada al turismo.

PREGUNTA N°5

¿Usted usó una aplicación móvil para visitar el museo?

La pregunta N°5 tiene como propósito analizar si los turistas visitaron los museos a través de una aplicación móvil.

Tabla N°6:

Para visitar el museo el turista uso aplicaciones móviles.

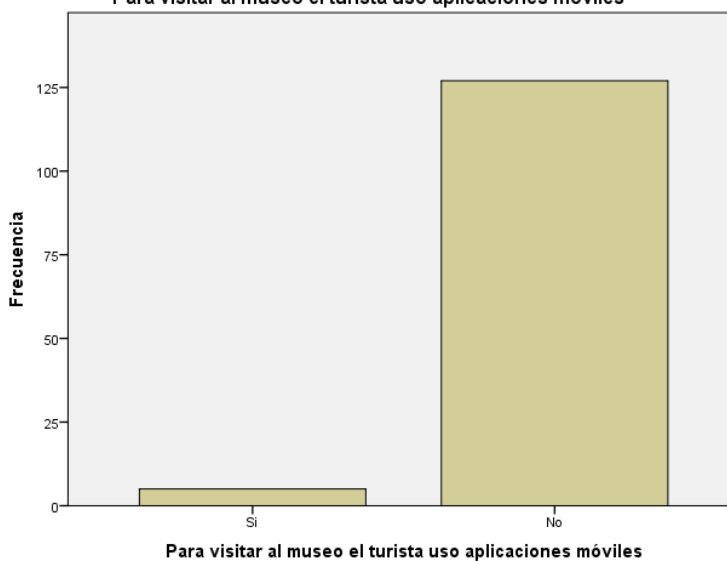
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	3.8	3.8	3.8
No	127	96.2	96.2	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La Tabla N°6 muestra de manera detallada si los turistas usaron una aplicación móvil para visitar los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°6:

Uso de aplicaciones para visitar el museo

Para visitar al museo el turista uso aplicaciones móviles



Nota: El gráfico N°6 muestra si los turistas usaron una aplicación móvil para visitar los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°6 y el gráfico N°6, se identifica si los turistas utilizaron una aplicación móvil para visitar los museos, se analiza que tan solo el 3.8% de turistas visitan las casas museos a través del uso de aplicaciones móviles, mientras que el 96,2% lo hacen a través de diferentes medios de difusión turística, de un total de 132 encuestados.

PREGUNTA N°6

¿A través de que medio recibió información acerca del museo?

La pregunta N°6 tiene como propósito analizar el medio de información más usado por los turistas para visitar las instalaciones.

Tabla N°7:

A través de que medio el turista recibió información acerca del museo.

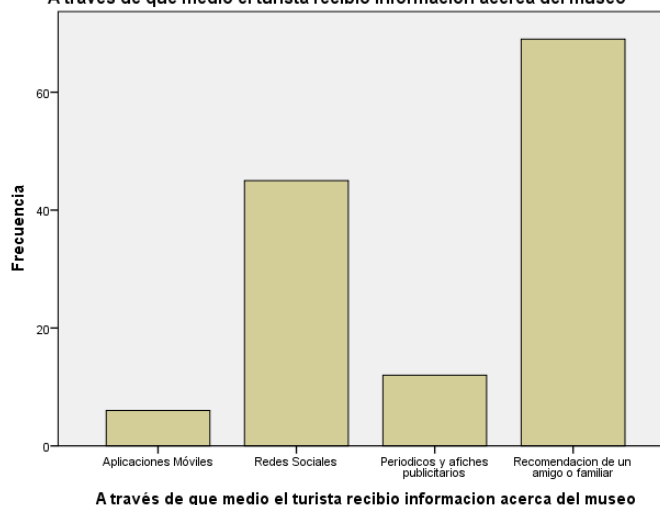
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Aplicaciones Móviles	6	4.5	4.5	4.5
Redes Sociales	45	34.1	34.1	38.6
Periodicos y afiches publicitarios	12	9.1	9.1	47.7
Recomendacion de un amigo o familiar	69	52.3	52.3	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La tabla N°7 muestra de manera detallada el medio de difusión más utilizado por los turistas para visitar los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°7:

Uso de aplicaciones para visitar el museo.

A través de que medio el turista recibió información acerca del museo



Nota: El gráfico N°7 muestra el medio de difusión más utilizado por los turistas que visitan los museos **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°7 y el gráfico N°7, se identifica el medio de difusión por el cual los turistas reciben información para visitar los museos, se analiza que las redes sociales brindan el 34.1% de información turística a los turistas, las aplicaciones móviles representan el 4,5%, los periódicos y afiches publicitarios el 9,1%, mientras que el mal llamada “boca a boca” es decir las recomendaciones de amigos o familiares representan el 52.3%, siendo esta la principal fuente de información y difusión turística.

PREGUNTA N°7

De acuerdo a las siguientes opciones, (1=Muy poco importante, 2=Poco importante, 3=Más o menos importantes, 4= Importante, 5= Muy importante) ¿Cuál es el nivel de importancia que usted le da al uso de las aplicaciones móviles?

La pregunta N°7 tiene como propósito analizar la principal característica por la cual los usuarios usan una aplicación móvil.

Tabla N°8:

Uso de aplicaciones porque son dinámicas, rápidas y seguras

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más o menos importante	16	12.1	12.1	12.1
Importante	85	64.4	64.4	76.5
Muy importante	31	23.5	23.5	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La Tabla N°8 muestra de manera detallada el por qué los usuarios utilizan aplicaciones móviles
Elaborado por: IBM SPSS (2022).

Tabla N°9:

Uso de aplicaciones por la información que brinda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más o menos importante	36	27.3	27.3	27.3
Importante	48	36.4	36.4	63.6
Muy importante	48	36.4	36.4	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La Tabla N°9 muestra de manera detallada el por qué los usuarios utilizan aplicaciones móviles
Elaborado por: IBM SPSS (2022).

Tabla N°10:

Uso de aplicaciones móviles por los servicios de reserva que estos ofrecen

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más o menos importante	30	22.7	22.7	22.7
Importante	57	43.2	43.2	65.9
Muy importante	45	34.1	34.1	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La Tabla N°10 muestra de manera detallada el por qué los usuarios utilizan aplicaciones móviles
Elaborado por: IBM SPSS (2022).

Tabla N°11:

Uso de aplicaciones para leer y hacer comentarios relacionados a un servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco importante	5	3.8	3.8	3.8
Más o menos importante	40	30.3	30.3	34.1
Importante	58	43.9	43.9	78.0
Muy importante	29	22.0	22.0	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La Tabla N°11 muestra de manera detallada el por qué los usuarios utilizan aplicaciones móviles **Elaborado por:** IBM SPSS (2022)

Análisis: Las tablas N°8, N°9, N°10 y N°11, identifican las características que poseen las aplicaciones móviles, y su importancia para la toma de decisiones de los turistas para utilizarlas, se analiza que la eficacia, seguridad, dinamismo y rapidez, cuenta con el 64.4% de importancia, la información que brindan representa el 36,4%, los servicios el 43.2% y su utilidad para recibir información representa el 43.9%, de un total de 132 encuestados.

PREGUNTA N°8

¿Ha pagado o pagaría por utilizar o descargar alguna aplicación móvil turística?

La pregunta N°8 tiene como propósito analizar si los usuarios estarían dispuestos a pagar por descargar y usar una aplicación móvil.

Tabla N°12:

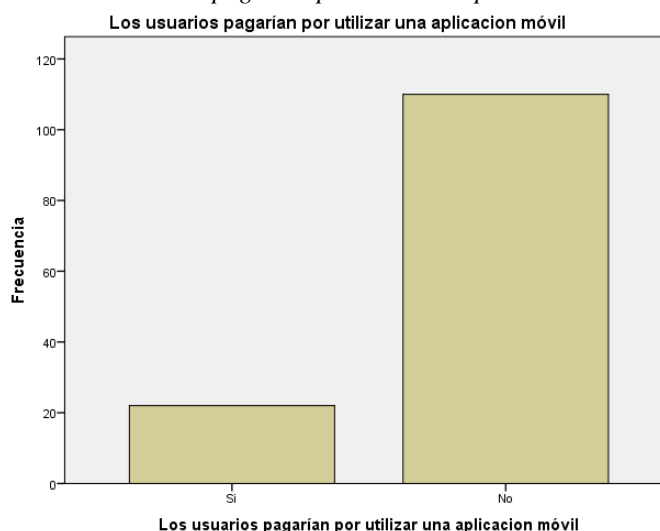
Los usuarios pagarían por utilizar una aplicación móvil.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	22	16.7	16.7	16.7
No	110	83.3	83.3	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La tabla N°12 muestra de manera detallada si los turistas pagarían por utilizar una aplicación móvil. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°8:

Los usuarios pagarían por usar una aplicación móvil.



Nota: El gráfico N°8 muestra si los turistas pagarían por utilizar una aplicación móvil. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°12 y el gráfico N°8, se identifica si los usuarios estarían dispuestos a pagar por utilizar una aplicación móvil, se analiza que el 83.3% de los usuarios no pagarían por utilizar aplicaciones móviles turísticas, mientras que el 16.7% si pagarían por utilizarla.

PREGUNTA N°9

Antes de descargar una aplicación ¿Suele leer los comentarios de personas que ya la hayan descargado con anterioridad?

La pregunta N°9 tiene como propósito analizar si los usuarios leen los comentarios o referencias acerca de una aplicación antes de descargarla.

Tabla N°13:

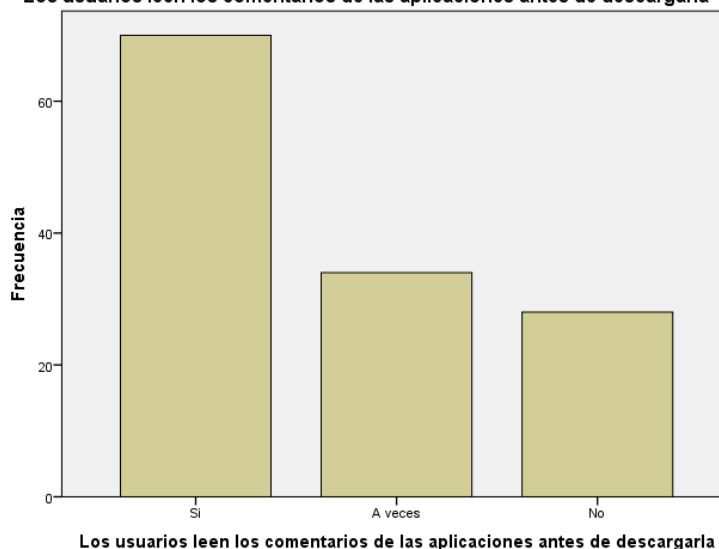
Los usuarios leen los comentarios de las aplicaciones antes de descargarla.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	70	53.0	53.0	53.0
A veces	34	25.8	25.8	78.8
No	28	21.2	21.2	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La tabla N°13 muestra de manera detallada si los usuarios leen los comentarios antes de descargar una aplicación. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022)

Gráfico N°9:

Los usuarios leen los comentarios antes de descargar apps móviles
Los usuarios leen los comentarios de las aplicaciones antes de descargarla



Nota: El gráfico N°9 muestra si los usuarios leen los comentarios antes de descargar una aplicación. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°13 y el gráfico N°9, se identifica si los usuarios leen los comentarios de personas que han utilizado o descargado una aplicación móvil, antes de descargarla por ellos mismos, se analiza que el 53% de los usuarios leen los comentarios antes de descargar una app, el 25.8% a veces leen los comentarios y el 21.2% de las personas no leen los comentarios antes de descargar una aplicación móvil.

PREGUNTA N°10

¿Qué tipo de aplicaciones móviles relacionadas con sus viajes ha descargado o descargarías?

La pregunta N°10 tiene como propósito analizar el principal motivo por el cual los usuarios usan una aplicación móvil.

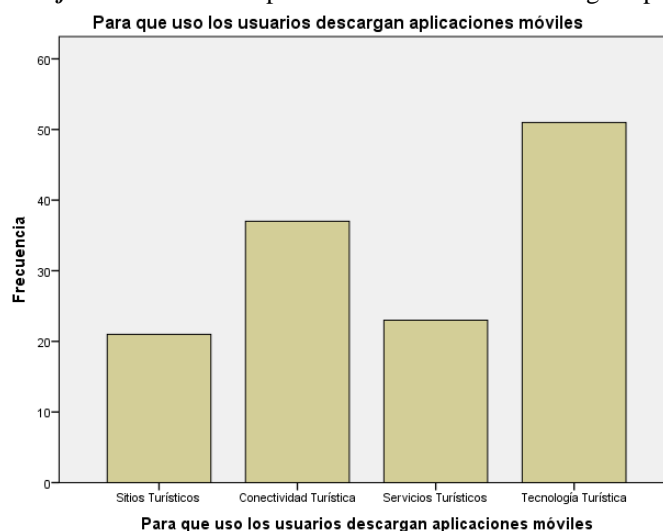
Tabla N°14:

Motivo por el cual los usuarios descargan aplicaciones móviles.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sitios Turísticos	21	15.9	15.9	15.9
Conectividad Turística	37	28.0	28.0	43.9
Servicios Turísticos	23	17.4	17.4	61.4
Tecnología Turística	51	38.6	38.6	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La tabla N°14 muestra de manera detallada el motivo por el cual los usuarios utilizan una aplicación móvil. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022)

Gráfico N°10: Motivo por el cual los usuarios descargan aplicaciones



Nota: El gráfico N°10 muestra el motivo por el cual los usuarios utilizan una aplicación móvil. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022)

Análisis: En la tabla N°14 y el gráfico N°10, se identifica el principal uso que los usuarios le dan a las aplicaciones móviles, se analiza que el uso por la información recolectada de diversos sitios turísticos está representada con el 15.9%, la conectividad turística por el 28.0%, los servicios turísticos por el 17.4%, y la tecnología turística está representada por el 38.6%, es decir que los turistas descargan y utilizan aplicaciones móviles con el objetivo principal de solventar dudas o necesidades ligadas a la rama tecnológica del turismo.

PREGUNTA N°11

¿Qué tan satisfecho está sobre las aplicaciones móviles que has utilizado?

La pregunta N°11 tiene como propósito analizar la satisfacción de los usuarios al usar una aplicación móvil.

Tabla N°15:

Satisfacción de los usuarios al usar aplicaciones móviles.

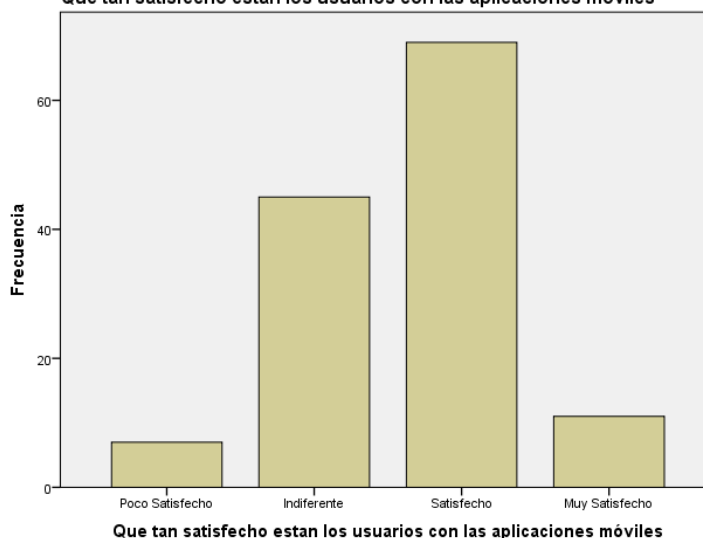
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco Satisfecho	7	5.3	5.3	5.3
Indiferente	45	34.1	34.1	39.4
Satisfecho	69	52.3	52.3	91.7
Muy Satisfecho	11	8.3	8.3	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La Tabla N°15 muestra de manera detallada el índice de satisfacción que los usuarios tienen con respecto al uso de las aplicaciones móviles. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°11:

Satisfacción de los usuarios al usar aplicaciones móviles

Que tan satisfecho estan los usuarios con las aplicaciones móviles



Nota: El gráfico N°11 muestra el índice de satisfacción que los usuarios tienen con respecto al uso de las aplicaciones móviles. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022)

Análisis: En la tabla N°15 y el gráfico N°11, se identifica la satisfacción de los turistas con respecto a las aplicaciones móviles, se analiza que el 5.3% de usuarios que han utilizado aplicaciones móviles están poco satisfechos con los resultados, el 34.1% son usuarios indiferentes frente a su uso, el 8.3% es representado por visitantes que consideran su experiencia muy satisfesa y el 52.3% está representada por usuarios que se sienten satisfechos por su uso de aplicaciones móviles.

PREGUNTA N°12

¿Qué cambios y/o mejoras le harías a las aplicaciones móviles turísticas que has utilizado?

La pregunta N°12 tiene como propósito analizar los cambios que los usuarios harían a las aplicaciones móviles desde sus respectivas perspectivas.

Tabla N°16:

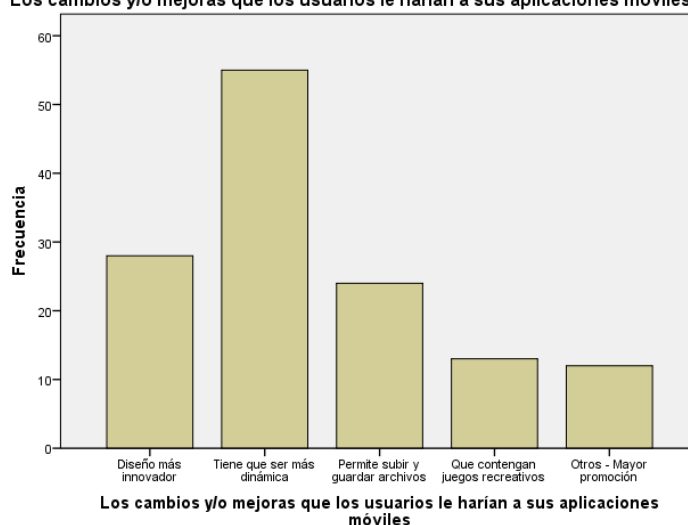
Los cambios y/o mejoras que los usuarios le harían a sus aplicaciones móviles.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diseño más innovador	28	21.2	21.2	21.2
Tiene que ser más dinámica	55	41.7	41.7	62.9
Permite subir y guardar archivos	24	18.2	18.2	81.1
Que contengan juegos recreativos	13	9.8	9.8	90.9
Otros – “Mayor promoción”	12	9.1	9.1	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La tabla N°16 muestra de manera detallada los cambios y/o mejoras que los usuarios le brindarían a las aplicaciones móviles. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°12:

Los cambios y/o mejoras que los usuarios le harían a sus aplicaciones móviles.
Los cambios y/o mejoras que los usuarios le harían a sus aplicaciones móviles



Nota: El gráfico N°12 muestra los cambios y/o mejoras que los usuarios le brindarían a las aplicaciones móviles. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: En la tabla N°16 y el gráfico N°12, se analizan los cambios y/o mejoras que los usuarios harían a las aplicaciones móviles, el diseño más innovador está representado por el 21.2%, permitir subir y guardar archivos el 18.7%, que contenga juegos recreativos 9,8%, el que se promociones de mejor manera el 9,1% y que las aplicaciones tengan un diseño más innovador está representado por el 42.7%, siendo este el principal cambio que los usuarios desearían al momento de usar aplicaciones móviles.

PREGUNTA N°13

¿Los usuarios descargarían aplicaciones móviles para visitar los museos?

La pregunta N°13 tiene como propósito analizar si los turistas estarían dispuestos a descargar una aplicación móvil enfocada en los museos de arte e historia de la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato.

Tabla N°17:

Los turistas descargarían aplicaciones móviles para visitar los museos de arte e historia.

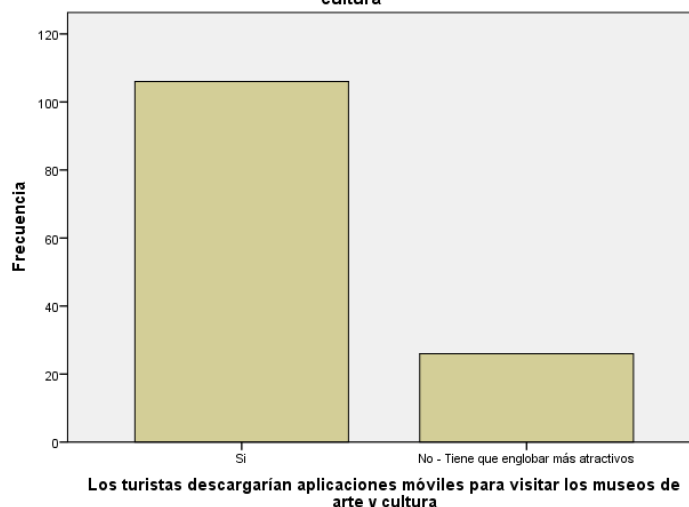
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	106	80.3	80.3	80.3
No - Tiene que englobar más atractivos	26	19.7	19.7	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Nota: La tabla N°17 muestra de manera detallada si los usuarios descargarían o no una aplicación móvil para visitar los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Gráfico N°13:

Los usuarios descargarían apps al futuro

Los turistas descargarían aplicaciones móviles para visitar los museos de arte y cultura



Nota: La tabla N°13 muestra si los usuarios descargarían o no una aplicación móvil para visitar los museos. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Análisis: Según la tabla N°17 y el gráfico N°13, se analiza si los turistas descargarían una aplicación móvil para visitar los establecimientos turísticos, el 80.3% está representado por los usuarios que si descargarían una aplicación móvil para visitar y buscar información turística, mientras que el 19,7% está representada por los usuarios que no desean usar aplicaciones móviles, puesto que afirman que, descargarse una aplicación solo para los museos de arte/historia no compensa, opinan que una aplicación de toda la ciudad con todos sus atractivos es algo más llamativo.

3.2 Exposición de los resultados de la encuesta

La tabla N°18 analiza los resultados arrojados de las entrevistas dirigidas a los encargados de cada establecimiento, al ser museos de arte e historia poseen características propias y cualidades similares entre sí, de igual manera, se examina que poseen un sitio web, denominado “RECORRIDO 360”, en el cual los usuarios pueden transitar por las instalaciones de los museos de manera virtual, a la par, cuentan con redes sociales para su mayor promoción, sin embargo, las tendencias tecnológicas no son su principal fuente de publicidad, esto se debe a que muy pocas personas saben de la existencia de estos enlaces, por ende generan afluencia a partir de la difusión social, es decir, a través de la recomendación de amigos y familiares que visitaron con antelación los establecimientos, finalmente se considera que los museos necesitan un mayor enfoque y promoción en sus enlaces webs y es necesario adentrarse en el mercado tecnológico actual para crear una mayor afluencia y generar alianzas a nivel nacional e internacional.

Tabla N°18:
Análisis encuesta

Análisis				
Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Análisis
	Lic. Juan Pablo Toasa “Casa museo Juan León Mera Martínez”	Lic. Gabriela Vásconez “Casa museo Martínez Holguín”	Lic. Mónica Jerez “Quinta Juan Montalvo”	
¿Cuál es la principal actividad productiva del museo?	“Reconocimiento del ilustre personaje Juan León Mera y su trascendente vida, para que las personas la conozcan y los valores”	“La guianza turística y también tenemos la generación y creación de eventos culturales”	“La guianza y hacerle conocer a las personas acerca de todos los sitios y datos patrimoniales con los que cuenta este sector”	La principal actividad productiva de los museos, sin duda es la guianza por las diferentes habitaciones y senderos que estos ofrecen, sin embargo, la diversificación es posiblemente su principal actividad, puesto que tiene como objetivo dar a conocer la trascendente vida de los llamados Juanes de Ambato, para que su legado continúe.
¿Cuáles son los beneficios de esta actividad?	“El conocimiento especialmente que nosotros le brindamos al turista acerca de nuestro personaje y el legado que nos dejó”	“Por la guianza turística nosotros podemos promover nuestro patrimonio histórico y cultural a diversos turistas tanto nacionales como extranjeros”	“Hacerles conocer más acerca de la vida de Juan Montalvo”	Sin lugar a dudas el principal beneficio de esta actividad turística es la transmisión de información relevante acerca de los personajes representativos de cada

				museo y legado que ellos dejaron.
¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad productiva en los últimos años?	“Lo bueno de este sitio, es que durante todo el año hemos tenido visitas de turistas, y mucho más durante las fechas de febrero y noviembre que son fiestas de nuestra ciudad”	“Ha venido cambiando, por ejemplo, nosotros contamos con meses donde hay una gran afluencia de turistas, esta afluencia tiene un incremento de alrededor de 4000 y 3000 turistas al mes”	“En estos 2 últimos años, el turismo ha sufrido varias consecuencias, a partir de la pandemia Covid-19, pero la gente está más entusiasmada, porque tiene el valor de conocer y conservar este lugar “	La evolución más notoria de los museos, evidentemente es la participación y apego a las fiestas tradicionales, en la cual los museos desempeñan un papel importante.
¿Qué sectores de la población se beneficia con esta actividad?	“El sector de atocha es conocida por su elaboración de la colada morada con las empanadas, ellos se han visto beneficiados y el público en general claro”	“Primeramente sería el público en general, porque es un lugar de aprendizaje para cualquier persona e incluso aquí los grupos que también se benefician son los estudiantes”	“Los sectores que pertenecen a la provincia y afuera de ella, al igual que las escuelas cuando los estudiantes visitan las instalaciones”	Sin lugar a duda, los principales beneficiarios de la actividad turística son los mismos turistas que visitan el lugar, puesto que en su visita se nutren del legado de estos icónicos personajes, pero también los beneficiarios son principalmente los puestos de gastronomía aledaños a los museos
¿Qué importancia tiene el turismo para el museo?	“Es muy importante, por la afluencia que genera, además, y normalmente se dice que si viene a Ambato y no vistan la quinta Atocha-La liria, en realidad nunca visitó	“Si, porque nosotros tenemos la cultura, una cultura que es importante difundir, y la gente se acerca a este lugar normalmente no solo interesada en el jardín	“Es importante, sin embargo, el turismo tiene que ser conservado y más valorizado dentro de la sociedad, y hacerle conocer a los turistas las casas patrimoniales y	La afluencia turística en la ciudad de Ambato, claramente es de beneficio para los museos, puesto que siempre que los turistas visitan la ciudad, tienen como principales

	Ambato, es decir que somos un espacio turístico importante para la ciudad”	botánico, que nosotros tenemos las 2 cosas, la cultura de la casa museo y también tenemos la flora y también nuestro orquideario”	darles más promoción”	sitios a visitar los museos de los Juanes de Ambato.
¿El museo cuenta con una aplicación móvil o existen planes de introducir aplicaciones móviles en el futuro?	“Bueno si, justamente la pandemia avalando para que haya llegada al museo se buscaron múltiples alternativas, el sitio web 360 se incorporó en la plataforma de la Municipalidad de Ambato, y tenemos otra aplicación mediante un código QR donde usted va a poder visitar y disfrutar de la historia y cultura de nuestra ciudad”	“El museo en sí, no cuenta con una aplicación móvil, pero ahora nosotros como jardín botánico estamos contemplados en la dirección de cultura y turismo, y disponemos de una página web”	“Si, cuenta con aplicaciones móviles como las QR, y con sitios web”	Los museos cuentan con aplicaciones QR, en la cual el usuario luego de escanearla puede visitar los atractivos de los museos de manera virtual, sin embargo, esta no es muy conocida por los turistas.
¿Hay circuitos integrados en el museo?	“Entre los museos, no existe un circuito, sin embargo, entre los museos del Jardín Botánico Atocha la Liria si existen”	“Está en proceso, es un proyecto que culmina para alrededor del mes de mayo del próximo año, y allí ya vamos a tener circuitos integrados de carácter histórico, botánico y uno también para recorridos de recreación”	Si, solo dentro del museo, el recorrido que normalmente se realiza	Los circuitos turísticos, se refieren a visitas guiadas a lo largo de la ciudad, con una temática en común, en este caso un circuito a través de todos los museos de Ambato, sin embargo, estos circuitos están en proceso de culminación.

<p>Desde su lugar de trabajo, ¿Qué opina de la actitud de la población local con respecto al desarrollo de actividades turísticas?</p>	<p>“Tienen una buena actitud, sin embargo, por la pandemia no hemos recibido turistas internacionales, ni muchos de otras provincias, lo que beneficia en un parte, porque hoy se ha fortalecido un poco más para que los locales conozcan más la historia local”</p>	<p>“Tienen una buena actitud, sin embargo, siempre tenemos que hacer, establecer contacto y alianzas con otras personas fuera del museo”</p>	<p>“Han tomada para bien la visita, además tenemos un sitio web con unas encuestas, y eso nos ha ayudado para mejorar el turismo local”</p>	<p>Al ser un museo ubicado entre espacios verdes, las personas han tomado una actitud positiva, puesto que, al conocer sobre los personajes icónicos de la ciudad, los turistas también pueden tener un lugar de ocio y esparcimiento al mismo tiempo.</p>
<p>Desde su punto de vista, ¿Qué se debería hacer para mejorar el turismo en el museo?</p>	<p>“A través del uso de las nuevas tecnologías, dando una mayor promoción, más allá del boca en boca”</p>	<p>“Pienso que nosotros estamos en una generación nueva, estamos muy atrasados a lo que corresponde a otros museos internacionales, que tenemos que añadirnos a las nuevas tecnologías”</p>	<p>“Tenemos que realizar más promociones turísticas”</p>	<p>El mal llamado “boca en boca” ha generado más promoción, que las campañas publicitarias ubicadas en las redes sociales, e incluso más que los afiches colocados en la ciudad, ingresar a la nueva generación y usar las innovaciones actuales sería la mejor estrategia para mejorar el turismo en los museos.</p>
<p>¿Qué tipo de turistas recibe el museo y de donde provienen en su mayoría?</p>	<p>“Por la pandemia actual, ahora tenemos afluencia de personas locales y de otras provincias aledañas”</p>	<p>“los turistas nacionales te puedo decir que están contemplados en un 70 % y el 30 % varia en turistas internacionales, por lo general nos visitan de</p>	<p>“Recibimos más turistas nacionales y recibimos turistas internacionales de Estados Unidos, España y Alemania, y dentro de nacionales recibimos más</p>	<p>Por la pandemia actual Covid-19 no se puede analizar que los museos no han tenido visitas por parte de turistas internacionales, y su</p>

		Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido y Colombia. El grupo de edad que más nos visita están entre los 20 y los sesenta años”	turistas de 25 a 30 años de edad”	afluencia a nivel nacional también se redujo considerablemente, sin embargo, los turistas locales aumentaron de manera significativa.
Impactos de la pandemia Covid-19	“La emergencia sanitaria nos llevó a ciertas restricciones, se está retomando de a poco la actividad turística, pero estamos haciéndolo de nuevo, pero como sabemos las visitas internacionales todavía no nos visitan, sin embargo, ahora tenemos solo afluencia nacional y esperamos que poco a poco ya podamos reactivarnos al cien por ciento”	“Al inicio de la pandemia, la gente estaba un poco asustada por el virus, entonces prácticamente casi no visitaba estos lugares, pero una vez que se dan cuenta que hay las medidas preventivas, puesto que nosotros hacemos el uso obligatorio de mascarillas, entonces la gente también ya se acostumbra y coge confianza con este lugar”	“La quinta se está manejando con medidas de bioseguridad, como el uso del gel, el distanciamiento y el uso de las mascarillas durante el recorrido, que esto es obligatorio, en cuanto al aforo, cuando viene un grupo de más de 20 personas se las divide en 10 personas”	La pandemia actual trajo consigo grandes repercusiones en el ámbito turístico, sin embargo, los museos al contar con grandes espacios y áreas verdes las personas poco a poco empiezan a confiar en el lugar
Mencione aspectos negativos de los museos	“Fue justamente en la pandemia cuando tuvimos restricciones y no pudimos dar acceso a las personas a las casas museos de la Quinta Atocha”	“Necesitamos educarnos, por ejemplo, hay gente que visita el lugar y colocan la basura donde ellos quieren, y no lo hacen en los botes de basura si no en los jardines”	“Muchas personas que nos visitan no ayudan a preservar la naturaleza”	El principal aspecto negativo, más allá de la pandemia es el comportamiento de las personas con respecto al cuidado y protección de los jardines y las obras pictóricas

Mencione aspectos positivos de los museos	“En lo positivo podemos demostrar que aquí podemos respirar aire puro y podemos disfrutar de la vegetación, nos ayuda a desintoxicar la ciudad y la información cultural que brindamos”	“El efecto positivo que nos trae una gran afluencia de turistas y el segundo que también nos trae promoción turística tanto nacional como internacional”	“Los aspectos positivos es darles buena atención a los turistas que nos visitan”	Los aspectos positivos de los museos son varios, principalmente el de promover la cultura y tradición local, a través de la guianza, y son espacios de diversificación para los turistas
---	---	--	--	--

Nota: La tabla muestra las respuestas de las entrevistas a los encargados de cada museo **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

3.4 Diseño aplicación móvil

Sistema utilizado para la creación de la aplicación móvil enfocada en los museos de arte e historia ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa del catón Ambato.

Ilustración N°1:
Logo sistema Andromo



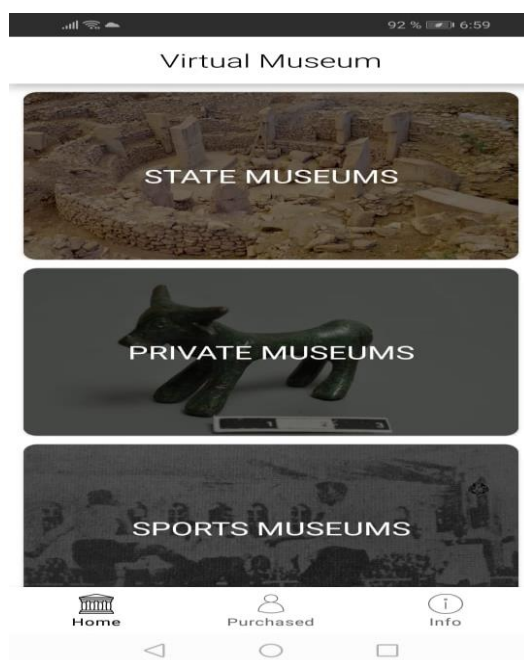
Nota: La ilustración muestra el logo del sistema Andromo utilizado para crear la app. **Fuente:** Google (2022).

ANDROMO es un sistema diseñado específicamente para que los usuarios puedan generar y crear aplicaciones móviles, ya sea para una investigación, proyecto, aprendizaje o comercialización, es altamente utilizada en la actualidad por su función de personalización sin la necesidad de utilizar un lenguaje de programación.

Para el diseño y desarrollo de la aplicación móvil, se optó por seguir el modelo de 2 aplicaciones ya existentes en el mercado turístico.

La aplicación móvil denominada “Virtual Museum” que contiene una guía y características de los principales museos de Turquía.

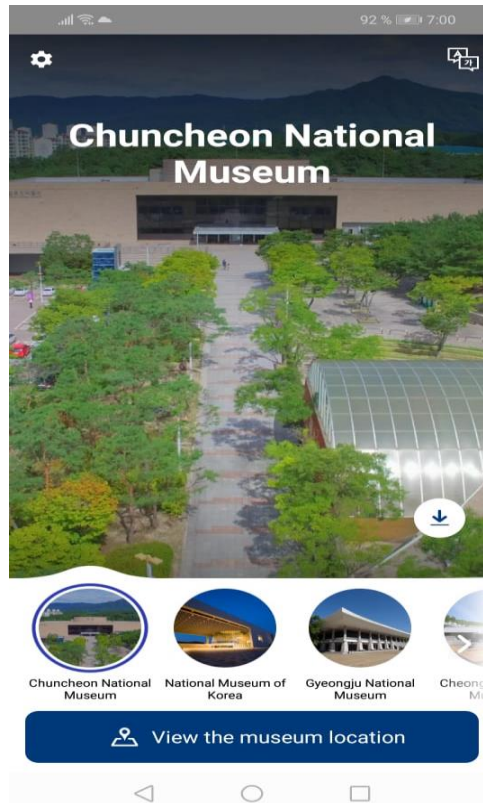
Ilustración N°2:
App Virtual Museum



Nota: La ilustración muestra la App guía utilizada para diseñar la aplicación móvil. **Capturado por:** Sarmiento, H. (2022).

También, la aplicación móvil “National Museum of Korea” que cuenta con fotografías, datos curiosos, ubicación, enlaces a páginas webs y contactos, además de brindar una guía más amplia y completa acerca de los principales museos de Korea.

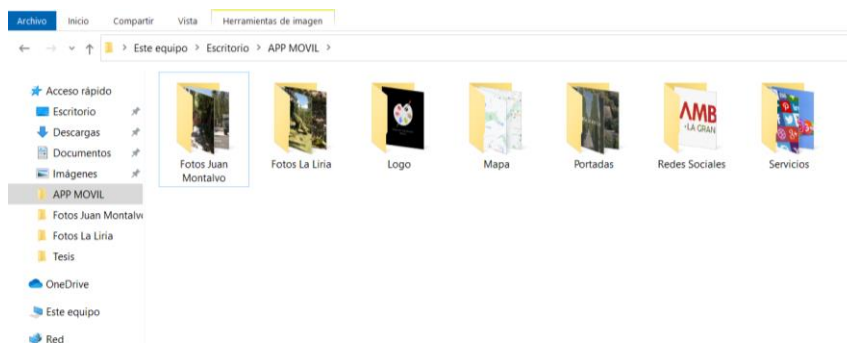
Ilustración N°3:
App National Museum of Korea



Nota: La ilustración muestra la App guía utilizada para diseñar la aplicación móvil **Capturado por:** Sarmiento, H. (2022).

Para el pertinente perfeccionamiento se optó por crear carpetas con las diferentes fotografías, portadas, y el logo escogido.

Ilustración N°4:
Carpetas de desarrollo



Nota: La ilustración muestra las Carpetas utilizadas para el desarrollo de la app móvil **Capturado por:** Sarmiento, H. (2022)

Logo

El logo de la aplicación cuenta con un fondo de la catedral de la ciudad de Ambato, de igual manera, se optó por utilizar el diseño de un lápiz con su punta adornada de hojas, esto se debe a que los museos de arte e historia, narran la vida de personajes que tuvieron mucha repercusión en la literatura y escritura a nivel nacional, por otra parte, los museos se encuentran ubicados en zonas con una exuberante vegetación a su alrededor, siendo el arte y la naturaleza sus características más sobresalientes.

Ilustración N°5:
Logo aplicación móvil



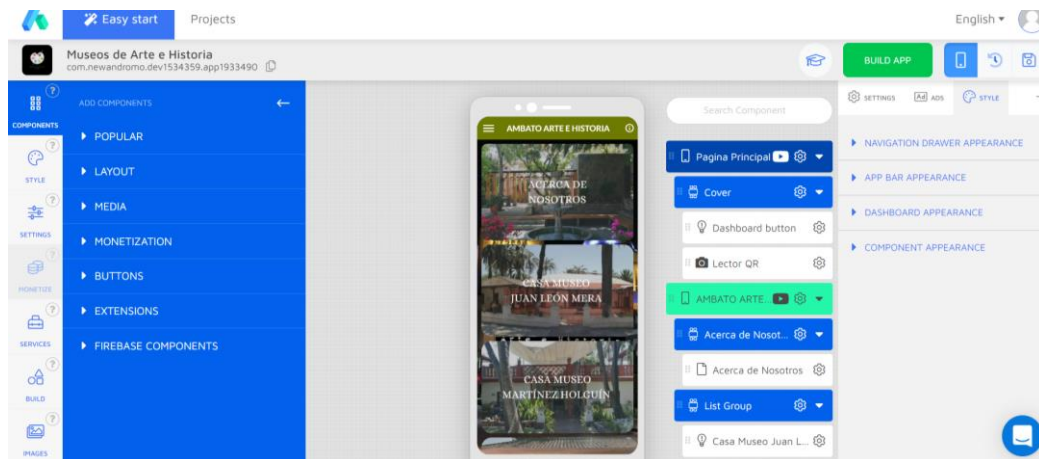
Nota: La ilustración muestra el logo utilizado para la creación de la app. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Desarrollo de aplicación

La pantalla principal cuenta con varias secciones, primero, podemos encontrar una pestaña con datos relevantes de los museos de arte e historia y del por qué de la creación de una aplicación móvil.

Luego podemos encontrar pestañas con los nombres de los 3 museos utilizados para la investigación, los museos de Juan León Mera, Martínez Holguín y Juan Montalvo, en la parte final podemos encontrar enlaces a sitios webs, redes sociales, como Facebook e Instagram y un enlace a un recorrido 360 diseñado por el GAD Municipal de Ambato.

Ilustración N°6: Diseño de Interfaz



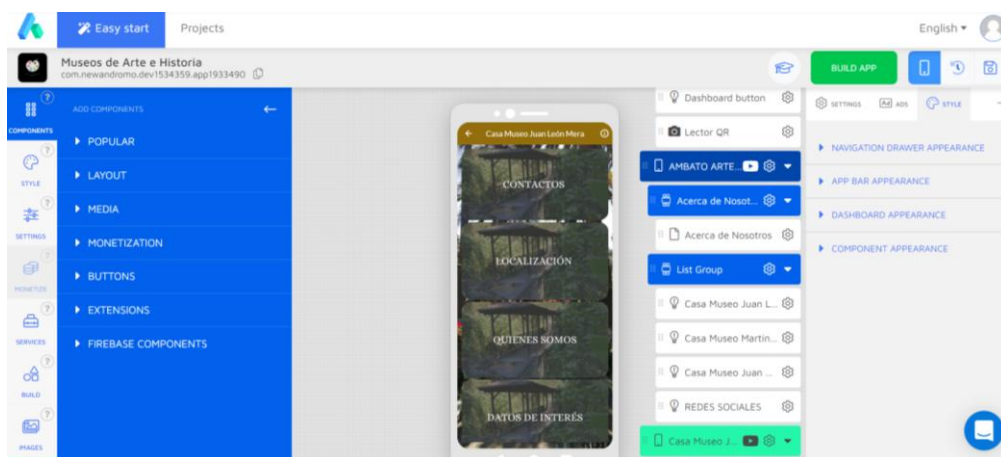
Nota: La ilustración muestra el diseño de interfaz en el proceso de desarrollo de la app. Capturado por: Sarmiento, H. (2022).

Pantallas específicas de cada museo.

Las pestañas de cada museo, cuenta con una sección de contactos, localización, características propias, datos de interés al público y una pestaña de galería de fotos, en donde los usuarios pueden observar las imágenes más representativas de cada servicio o paisaje con los que cuenta cada establecimiento.

La aplicación móvil no contará con un servicio de paga, es decir que no se usarán anuncios ni propagandas, ni un estándar de descargas para monetizar o lucrarse de alguna forma, este sistema está dedicado a los turistas que pretenden visitar y conocer más acerca de los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato.

Ilustración N°7: Diseño de pantallas



Nota: La ilustración muestra el diseño de pantallas durante el desarrollo de la app Capturado por: Sarmiento, H. (2022)

3.3 Verificación de Hipótesis

Hipótesis alternativa: Las aplicaciones móviles influyen en la información turística en los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa de la ciudad de Ambato.

Hipótesis nula: Las aplicaciones móviles no influyen en la información turística en los museos de arte/historia ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa de la ciudad de Ambato.

Los resultados de las entrevistas dirigidas a los encargados de cada museo afirman que, los establecimientos cuentan con una aplicación QR, en la cual los usuarios pueden acceder a datos de interés, fotos, páginas webs y a características propias cada lugar, de igual manera los museos del Jardín Botánico Atocha La Liria, cuentan con un sitio web, denominado “Museos 360”, en la cual los usuarios pueden visitar el sitio y realizar un recorrido virtual a través de cada una de sus salas, sin embargo, los turistas poseen muy poca información acerca de esos sitios web, muchos tienen desconocimiento de la existencia de estas páginas digitales, por lo tanto estos pasan por desapercibidos, concluyendo que, esto se debe a la escasa promoción que las autoridades locales y encargados de los museos brindan a estos enlaces.

La investigación no cumple con la hipótesis alternativa, mientras que si lo hace su hipótesis nula, es decir, se determina que los turistas no usan aplicaciones móviles para mantenerse informados acerca de los museos de arte e historia ubicados en la parroquia Atocha-Ficoa de la ciudad de Ambato, los turistas quienes han visitado los museos antes mencionados lo han hecho en su mayoría por recomendación de un amigo o familiar, o por el llamado “boca en boca” entre las personas de la ciudad, esto sucede por la falta de interacción de los usuarios a las diferentes redes sociales, tales como Facebook e Instagram y a las páginas webs con las que cuentan las instalaciones. Según (Herrera, 2016), se define como participación social, a la divulgación y promoción generada por varias personas a su comunidad, entre ellos, a sus allegados o vecinos, esto sucede de manera directa o indirecta, puesto que, los usuarios en su intención de generar lucro u otras ambiciones generan métodos y prácticas que están ligadas a un territorio en desarrollo, haciendo que los usuarios compartan conocimientos, saberes y demás, pero no solo se desempeña en el ámbito turístico.

Tabla de verificación y comprobación de Hipótesis, denominada Chi Cuadrado.

Los turistas han descargado aplicaciones turísticas y a través de que medio el turista recibió información acerca del museo

Tabla N°19

Verificación de Hipótesis

		A través de que medio el turista recibio informacion acerca del museo				Total
		Aplicaciones Móviles	Redes Sociales	Periodicos y afiches publicitarios	Recomendacion de un amigo o familiar	
Los turistas han descargado aplicaciones turísticas	Si	Recuento 5 83.3%	29 64.4%	7 58.3%	26 37.7%	67 50.8%
	No	Recuento 1 16.7%	16 35.6%	5 41.7%	43 62.3%	65 49.2%
Total		Recuento 6 100.0%	45 100.0%	12 100.0%	69 100.0%	132 100.0%

Nota: La tabla muestra la verificación del Chi Cuadrado. **Elaborado por:** IBM SPSS (2022).

Tabla N°20*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10.916 ^a	3	.002
Razón de verosimilitudes	11.257	3	.001
Asociación lineal por lineal	10.570	1	.001
N de casos válidos	132		

Nota: La tabla muestra las pruebas del Chi Cuadrado para la verificación de la hipótesis.

Elaborado por: IBM SPSS (2022).

La prueba estadística del Chi Cuadrado permite reconocer la asociación entre 2 variables, a través de la significancia asintótica bilateral, la cual determina la magnitud del error que podemos cometer al rechazar o aceptar una variable, es decir, comprobamos si 2 variables son dependientes o independientes una de otra; al asociarla con la investigación, podemos enlazar el índice de turistas que han descargado aplicaciones móviles con los medios de información que utilizaron los turistas para visitar los museos de arte e historia, entre las cuales constan las aplicaciones móviles, acorde a las encuestas realizadas a 132 turistas, se determinó que el principal medio de difusión de los usuarios, es a través de la recomendación de amigos o familiares, representada por el 52.3% (*Tabla N°7*), mientras que, la información a través del uso de aplicaciones móviles es de tan solo el 4.5% (*Tabla N°7*), finalmente para comprobar esta hipótesis podemos observar que la prueba de Chi Cuadrado (*Tabla N°20*), determina que los usuarios no utilizan aplicaciones móviles para visitar los establecimientos, por otro lado, se afirma que el principal medio de información es a través de la difusión social o por la recomendaciones de amigos o familiares, puesto que esta nos arroja una significancia del 0,02%, la cual estipula que la hipótesis nula es la que se cumple en la investigación por el poco margen de error que esta posee.

3.4 Discusión

Para la presente discusión, se optó por utilizar las respuestas obtenidas a través de las entrevistas dirigidas a los respectivos encargados de cada casa museo de arte historia de la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato, de igual manera, se utilizó los resultados de trabajos orientados a las aplicaciones móviles y al sector turístico de 2 diferentes ponentes

Según (Jiménez, 2015), en la actualidad es cotidiano observar que las personas tenga acceso libre a dispositivos móviles, ya sean celulares inteligentes o tablets, debido al desarrollo agigantado que tiene la tecnología, por ende se generan espacios para que estas innovaciones tengan mayor repercusión y posicionamiento, se generan los sitios webs, mensajería en línea y plataformas con tienen el objetivo de brindar una imagen más seria y generan más promoción a los sitios o lugares que tienden a utilizarlas.

Según (Masaquiza, 2015), las aplicaciones móviles ayudan al proceso y desarrollo correcto del turismo, puesto que tiene la facultad de promocionar y generar afluencia en un destino o sitio específico, una app contiene información relevante del sitio, datos de interés, lista de servicio, precios, horarios de atención, contactos, galería de fotos y manuales para que los usuarios puedan desenvolverse adecuadamente.

Tabla N°21:*Discusión*

Categorías	Entrevistados (Encargados de las casas museos)	Ponente 1	Ponente 2	Discusión
Tendencia de las nuevas tecnologías	Los museos deben brindar una mayor importancia al uso y posicionamiento de las nuevas tecnologías.	En la actualidad las nuevas tendencias tecnológicas aportan de gran manera al sector turístico.	La mayoría de personas, tanto jóvenes, adultos y personas de la tercera edad están ligadas al uso de las nuevas tecnologías.	En la actualidad las nuevas tecnologías son el auge en el día a día de las personas, puesto que la mayoría hacen uso de estas, ya sea para informarse de algo en particular o para realizar algún servicio en línea.
Implementación de aplicaciones móviles en sitios turísticos	Es necesario optar por utilizar aplicaciones móviles para mejorar la afluencia de turistas.	Las aplicaciones móviles son de gran beneficio para cualquier sector turístico y su uso no es beneficioso es necesario.	En la actualidad los turistas se sienten más atraídos por sitios que cuenten aplicaciones móviles.	Todos los sitios turísticos que deseen posicionarse en el mercado actual, deben innovar su estrategia comercial, y el implemento de aplicaciones móviles y sitios webs son la mejor manera de hacerlo.
Promoción a través de aplicaciones móviles	Los museos necesitan una aplicación móvil para promocionarse y conseguir una mayor afluencia.	Las tendencias actuales obligan a los establecimientos turísticos promocionarse a través de aplicaciones móviles o sitios webs.	Las aplicaciones móviles son la principal fuente de promoción en la actualidad, no solo en el sector turístico, sino en cualquier industria o sitio que quiera tener un realce en comparación a los demás.	Actualmente vivimos en un siglo tecnológico, es normal que instituciones y sitios opten por utilizar aplicaciones móviles para promocionar de mejor manera sus productos y servicios, puesto que la mayoría de usuarios estén más al pendiente de su celular que de una revista o periódico.

Accesibilidad tecnológica	La mayoría de turistas tienen acceso a la tecnología y los museos tienen que usar esta accesibilidad a su favor.	En la actualidad la mayoría de usuarios cuenta con accesibilidad a dispositivos tecnológicos.	Alrededor del 90% de usuarios tienen acceso a dispositivos inteligentes y pueden hacer uso de estos para conocer datos relevantes acerca de un sitio turístico.	La mayoría de usuarios tienen acceso a dispositivos inteligentes, y hacen uso de estos dispositivos día tras día, por las grandes características que estos otorgan, y pueden hacer uso de estas innovaciones para generar afluencia en un sitio turístico.
---------------------------	--	---	---	---

Nota: La tabla muestra la discusión entre 2 autores previos y los encargados de cada museo **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Análisis: La tabla 21 muestra la discusión entre los autores que investigaron acerca de las innovaciones tecnológicas y la relación que estas tienen con el turismo, además se destaca la importancia que las aplicaciones tienen en el medio turístico, ya sea para crear socios o para generar una mayor afluencia en los establecimientos turísticos.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- El cantón Ambato cuenta con un gran potencial turístico, puesto que, alberga atractivos de importancia social, cultural e histórica, estos establecimientos se promocionan a través de diferentes medios de difusión, siendo la participación social, la mayor fuente de información turística, es decir, sus propios habitantes son los encargados de difundir datos característicos y generar afluencia, mientras que, los sitios webs y apps tienen un bajo impacto interactivo por parte de los usuarios, dando como conclusión que la información turística no posee una relación real con las aplicaciones móviles.
- Las aplicaciones móviles son innovaciones, que poseen características adaptables a las tendencias actuales y tienen una alta participación en el mercado social, debido a la facilidad de promoción y diversificación que estas ofrecen, poseen servicios de localización, de compra y venta, de interacción y de publicidad, ya sea de para un lugar, marca, diseño o para algún establecimiento en particular, por ende se concluye que las aplicaciones móviles poseen un alto vínculo en la rama turística, debido a su facilidad de promoción y posicionamiento frente a otros atractivos que usan publicidad común, esto es de gran importancia al momento de promocionar y difundir un atractivo o sitio turístico.
- La ciudad de Ambato, es la urbe más grande de la provincia de Tungurahua y es mejor conocida como la cuna de los 3 Juanes, Juan Montalvo, Juan Benigno Vela y Juan León Mera, todos personajes ilustres que trascendieron en la historia, y que en la actualidad todavía generan un impacto social dentro la comunidad, su legado permanece debido a los museos de arte e historia que cada personaje posee en su honor, se concluye que la información turística de relevancia es aquella que los museos transmiten a sus visitantes, a través de guías y explicaciones de importancia de su huella histórica, esta información realza el grado de valor cultural con el que cuenta todo el cantón.
- Las aplicaciones móviles tienen un fuerte lazo con el sector turístico, debido a su particular característica de promoción y posicionamiento, por ende, se generó una app que cuenta con datos de importancia, características propias y enlaces de conexión a sitios webs y redes sociales, sirviendo como herramienta de publicidad y como intermediaria para el uso de otros sitios webs, esta app se promocionó a través del uso de afiches colocados en sitios de afluencia y difundidos a través de redes sociales.

4.2 Recomendaciones

1. Adaptarse a las tendencias tecnológicas actuales, dar más énfasis e importancia a las redes sociales, sitios webs y aplicaciones móviles, puesto que día a día los usuarios optan por utilizar sus redes sociales o sus teléfonos inteligentes antes de informarse de manera convencional, es decir a través de periódicos o televisión.
2. Las aplicaciones móviles tienen una alta repercusión en la promoción turística, es recomendable aprovechar las tendencias actuales para atraer a más visitantes y generar una mayor afluencia de visitantes en cada casa museo, de igual manera es necesario darles mayor realce, importancia y promoción, para que los usuarios puedan tener una mejor interacción con estas aplicaciones y sitios webs.
3. Implementar un plan correcto de promoción y difusión turística, que garantice la correcta diversificación de los sitios turísticos y de interés del cantón Ambato, enfatizando las Casas Museos de Juan León Mera, Juan Montalvo y Martínez Holguín, que son denominados como los lugares más conocidos de la ciudad por sus mismos habitantes.
4. Brindar mayor cuidado y difusión a todos los atractivos, generando una conciencia social, para generar lazos y asociaciones tanto a nivel nacional como internacional, haciendo que Ambato sea sede de eventos culturales y de acogida a turistas nacionales e internacionales.
5. La aplicación móvil “Ambato Arte e Historia” esta al alcance de todos los usuarios que poseen un dispositivo móvil con acceso a la Play Store, puesto que, esta app no tiene costo de instalación y los usuarios pueden descargarla sin ningún inconveniente.

Bibliografía

- Alvarez, J. (2021). Las Tecnologías Emergentes en la Sociedad del Aprendizaje. *PUCESE*, 101-110.
- Alves, F. (2016). Tecnologías de la información y Comunicación en el Turismo . *Estudios y Perspectivas en Turismo* , 304-318.
- Alvino, C. (2021). Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021. *BRANCH*.
- Banco Mundial del Ecuador. (2021). Ecuador: Panorámica General. *Banco Mundial del Ecuador*.
- Barquero, A. (2018). INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL DESARROLLO ADOLESCENTE Y POSIBLES DESAJUSTES. *Cúpula*, 11-25.
- Benítez, J. (2021). Usabilidad de una app móvil para el aprendizaje y elaboración de estados financieros en México. *Ride*.
- Caicedo, C. (2016). APLICATIVO MÓVIL COMO ESTRATEGIA DE MARKETING PARA EL IMPULSO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA EN EL AREA TURISTICA. *tecnología*, 1-13.
- Camacho, M. (2020). Innovación y tecnología educativa en el contexto actual latinoamericano. *Revista de Ciencias Sociales*, 1-13.
- Cruz, M. (2018). Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil . *e-Ciencias de la Información*, 1-15.
- García, X. (2020). Los Museos y las Tecnologías de la Comunicación en Cuenca. *Revista Killkana Sociales*, 171-178.
- Halaweh, M. (2013). Emerging Technology: What is it? *J. Technol. Manag. Innov*, 223-256.
- Hernández, S. (2021). El Turismo en la Era Digital: Las aplicaciones móviles como herramienta de innovación . *Economía y Negocios* .
- Hernández, S. (2021). Las aplicaciones móviles como herramienta de innovación. *Escuela de economía y negocios*.
- Herrera, F. (2016). Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales. *Convergencia*, 405-435.
- Jiménez, M. (2015). APLICACION MOVIL CELULAR PARA INCENTIVAR EL TURISMO URBANO EN GUAYAQUIL. *UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA SEDE GUAYAQUIL*.
- Lasarte, M. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: Caso de España. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía* .
- Masaquiza, J. (2015). APLICACIONES MOVILES PARA LA PROMOCION TURISTICA

DE LA PARROQUIA SALASAKA, CANTON SAN PEDRO DE PELILEO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA. *UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO.*

- Materola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*.
- Mendoza, F. (2016). Análisis de las políticas para el turismo en Ecuador con énfasis en el Turismo Rural Comunitario. *San Gregorio* , 122-127.
- Ministerio de Turismo. (2020). Campañas de promoción, mecanismo clave para reactivar el turismo. *Gobierno del Encuentro*.
- Montalván, O. (2021). Diseño de un modelo de aplicación móvil de las rutas turísticas del cantón Pasaje, Ecuador. *Digital Publisher*.
- Navarrete, M. (2020). El uso de las apps como herramienta de promoción en las empresas turísticas. *UANL*.
- Palacios, E. (2020). Incidencia de la tecnología en el entorno educativo del Ecuador frente a la pandemia del covid-19. *Polo del Conocimiento*, 754-773.
- Pérez, T. (2018). Desarrollo de una aplicación turística, basado en app, como soporte a la formación en los programas de la regional San Andrés. *LOGINN Investigación Científica y Tecnológica* , 93-101.
- Ponce, B. (2015). Dispositivos móviles y apps: Características y uso actual en educación médica. *Revista de la Asociación de Técnicos en Informática*, 86-91.
- Proaño, M. (2018). Los sistemas de información y su importancia en la transformación digital de la empresa actual. *ESPACIOS*, 3-9.
- Quijano, P. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 137-156.
- Rogel, J. (2021). Aplicativos móviles como herramienta tecnológica en la idoneidad de los servicios turísticos en el Cantón Santa Cruz-Galápagos. *FIPCAEC*, 58-74.
- Ruiz, P. (2016). Utilización de Internet y dependencia a teléfonos móviles en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 1357-1369.
- Saura, J. (2017). Marketing a través de aplicaciones móviles de Turismo (m-tourism): un estudio explorativo . *IDUS*, 45-46.
- Silva, A. (2020). Educar en el patrimonio a través de las aplicaciones móviles de museos. *Más Museos*, 1-17.
- Skobelev, R. A. (2020). Evolution of Technology and Technology Governance. *Journal of Open Innovation; Technology, Market and Complexity* , 390-402.
- Viteri, J. (2020). Usos y beneficios de las aplicaciones móviles en las empresas de la ciudad de Riobamba. *Conciencia Digital*, 6-19.

Zambrano, D. (2019). CIENCIA Y TECNOLOGÍA EN EL ECUADOR. UNA MIRADA RETROSPECTIVA HACIA EL FUTURO. *Economía y Negocios UTE*, 3-14.

ANEXOS

Anexo 1: Propuesta

El desarrollo de la aplicación móvil “Ambato arte e Historia” se produce por la problemática existente en los museos de la parroquia Atocha - Ficoa, según los análisis arrojados en la previa investigación, los establecimientos no cuentan con un medio innovador para su promoción y posicionamiento, pese a que los museos cuentan con una alta riqueza cultural, al no estar familiarizados con el sector tecnológico, se privan de generar más afluencia nacional e internacional, de igual manera, la posibilidad de generar alianzas se reduce drásticamente al no generar un impacto sobresaliente en el mercado turístico, esta propuesta tiene como objetivo realizar una correcta promoción y difusión de los respectivos establecimientos a través de la implementación de una aplicación móvil.

Para generar la aplicación se tomó datos de interés, características y servicios con los que cuenta cada museo, de igual manera, se utilizaron enlaces a sitios webs y redes sociales para una mejor interacción del turista, por otro lado, esta app tiene un alcance para todos los usuarios que cuenten con un sistema operativo Android en sus celulares, esta app está enlazada en la Play Store, sin ningún costo adicional.

1. Título de la Propuesta

Aplicación móvil para la correcta promoción de los museos de arte/historia ubicados la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato.

2. Objetivo General

Desarrollar una aplicación móvil enfocada en los museos de arte e historia del cantón Ambato, que sirva como medio de difusión, para generar mayor afluencia en los respectivos establecimientos.

3. Misión

Salvaguardar la identidad cultural del Cantón Ambato, a través de la implementación de la aplicación móvil “Ambato arte e historia”

4. Visión

La aplicación móvil “Ambato arte e historia” busca promover la identidad cultural e histórica a través de la afluencia y visita de turistas en los museos de la parroquia Atocha – Ficoa del

cantón Ambato.

5. Problema

Los museos de arte/historia del cantón Ambato son de gran valor para la ciudad, y tienen mucho más realce por ser museos que albergan la historia de ilustres personajes que tuvieron un gran impacto y repercusión en el arte, la cultura, la escritura y la política de todo el país, por ende, la promoción de estos museos es prioritario, su difusión beneficia no solo a su conservación sino que, también favorece a estudiantes, jóvenes o personas adultas que buscan una identidad cultural y social, sin embargo, su promoción no es la adecuada, según los resultados de las encuestas dirigidas hacia los turistas, afirman que el principal medio de difusión fue a través de recomendaciones de amigos o familiares que visitaron con antelación las instalaciones, generando una afluencia netamente por divulgación, no se genera afluencia por el uso de redes sociales o aplicaciones móviles, teniendo demanda en su mayoría local, pese a esto, los encargadas de cada casa museo, tienen en mente posicionarse en el mercado internacional, para ello necesitan una publicidad innovadora y al alcance de un extensa gama de usuarios, con el objetivo de acoger turistas internacionales y finalmente, para que los museos de arte e historia de la parroquia Atocha Ficoa, tengan una mayor repercusión en el mercado turístico.

6. Justificación

Los museos de arte e historia de la parroquia Atocha - Ficoa tienen una alta demanda en la ciudad de Ambato, esto se debe a que poseen una gran importancia social e histórica, puesto que, son sitios de homenaje y remembranza hacia los ilustres Juanes de Ambato, esta propuesta busca innovar a los museos, ofreciéndoles la oportunidad de acceder al mercado de la tecnología actual del turismo, dejando atrás promociones pretéritas.

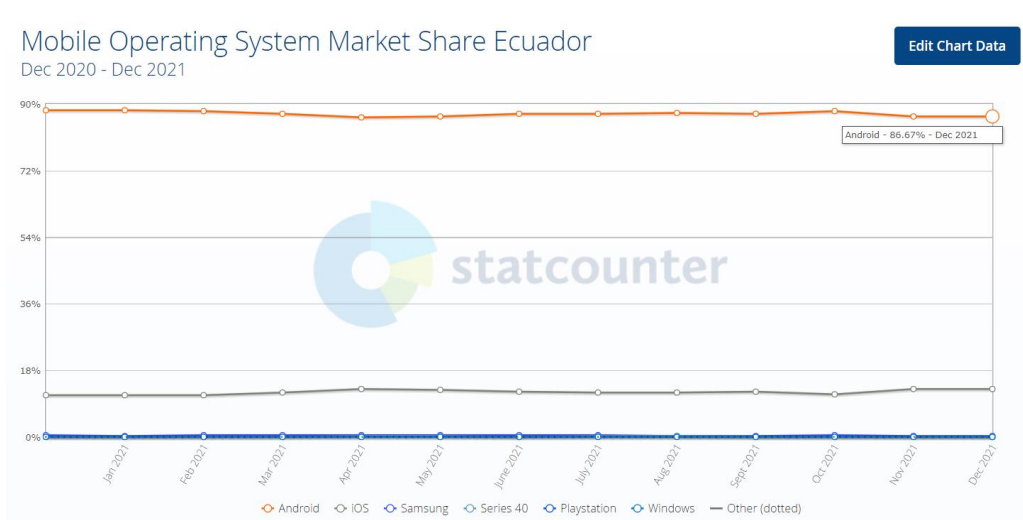
Actualmente, la tecnología es el medio habitual de promoción y posicionamiento, la mayoría de usuarios tienden a descargar aplicaciones móviles para cubrir sus necesidades, debido a que desde su hogar pueden acceder una extensa gama de información y servicios de una manera rápida y segura.

En el industria de la tecnología en celulares, destacan 2 sistemas operativos, Android e IOS; IOS es el sistema operativo móvil de la multinacional Industria Apple, mientras que, Android es el sistema operativo basado en el núcleo Linux, siendo este el preferido por la mayoría de usuarios, se analiza que en Latinoamérica el 74.3% de usuarios usan celulares inteligentes con el sistema Android incorporado, según (Alvino, 2021), en los últimos años, Ecuador ha incrementado considerablemente el índice de uso de celulares inteligentes, siendo el 78,8% de

la población que tiene acceso libre a esta tecnología, esto se debe al auge de las tendencias actuales, de igual manera, se generaron nuevos hábitos de consumo debido al impacto de la pandemia COVID-19, esto incitó a que muchas personas adquieran equipos inteligentes, con el propósito de trabajar, estudiar o recrearse desde sus hogares.

En la ilustración N°8, podemos observar el índice de uso de celulares Android en Ecuador durante el año 2021, se analiza que el 86.67% de usuarios que usan celulares, prefieren los Android por encima de su competencia.

Ilustración N°8:
Contador de estadísticas



Nota: La ilustración muestra el índice de ecuatorianos que usan celulares Samsung, mismo que cuenta con el sistema operativo Android, para acceder a la Play Store y a la aplicación móvil. **Elaborado por:** Statcounter GlobalStats. (2021)

7. Antecedentes

Para el correcto desarrollo y sostenibilidad de un destino turístico, la planificación desempeña un papel importante, siendo la promoción turística uno de los pilares fundamentales y de mayor importancia, en la actualidad promocionar un atractivo va más allá de un afiche publicitario, cada día la innovación y la tecnología tienen una mayor presencia e impacto en el día a día de las personas, los usuarios tienden a usar aplicaciones móviles con el fin de solventar una necesidad o adquirir algún servicio en específico, todas las instituciones que cuentan con una aplicación móvil tienden a llamar la atención de más usuarios, puesto que, promocionan y brindan servicios a una gama más extensa de clientes, de manera más fácil y rápida.

Según (Lasarte, 2018), la promoción turística desempeña un papel importante en el desarrollo de un sitio o sector turístico, puesto que, al generar técnicas de publicidad llamativas, captan la atención de usuarios de manera más innovadora, los posters, afiches y recortes, en la actualidad tienden a ser poco llamativos para los visitantes, incluso por la demanda de sostenibilidad, usar

papel para promocionar atractivos es visto como algo negativo, mientras que, el uso de sitios webs, enlaces móviles, redes sociales y aplicaciones móviles captan la atención de los usuarios de manera rápida, debido a los altos beneficios que estas ofrecen.

8. Descripción del Proyecto

A) ¿Qué se va a hacer?

Desarrollar una aplicación móvil que mejore la promoción y afluencia turística en los museos de arte/historia de la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato.

B) ¿Quién lo va a hacer?

El diseño y desarrollo de la interfaz de la aplicación móvil se desarrolló, por el estudiante a cargo de la presente investigación, de igual manera, se contará con la ayuda del GAD Municipal de Ambato, para promocionar la aplicación móvil en sus diferentes enlaces, sitios webs y redes sociales, finalmente, se desarrollaron afiches publicitarios, mismos que están colocados en sectores estratégicos de la ciudad, para que los usuarios tengan una mayor interacción.

C) ¿Cómo se lo va a hacer?

La aplicación móvil se diseñó en la plataforma “ANDROMO”, que es un sistema para desarrollar aplicaciones móviles de trabajo, para estudiantes, de estudio y de posicionamiento, los afiches publicitarios se los realizó en la plataforma “CANVA”.

D) ¿Dónde se lo va a hacer?

La aplicación móvil “Ambato arte e historia” está diseñada específicamente para las casas museos de Juan León Mera, Martínez Holguín y Juan Montalvo, ubicadas en la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato.

E) ¿Cuándo se lo va a hacer?

La aplicación móvil se llevará a cabo durante el periodo 2022, y podrá ser utilizada años posteriores.

9. Alcance

La aplicación móvil “Ambato arte e historia” está al alcance de todas las personas que cuenten con un celular con un sistema operativo Android.

10. Beneficiarios

- Museos de arte/historia de la parroquia Atocha - Ficoa del cantón Ambato.
- Comunidad local

- Visitantes nacionales e internacionales.

11. Análisis financiero

La aplicación móvil no cuenta con servicios de lucrativos, está al alcance de cualquier usuario de forma gratuita.

Si embargo para el desarrollo de la aplicación constan:

- Costos directos

Tabla N°22:

Costos directos

COSTOS DIRECTOS	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Computador	100
Internet	70
Análisis	20
Desarrollo del Programa	30
Total	220

Nota: La tabla muestra los costos directos del proyecto de investigación. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

- Costos indirectos

Tabla N°23:

Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Materiales de oficina	40
Teléfono	10
Pasajes	20
Entradas	5
Total	75

Nota: La tabla muestra los costos indirectos del proyecto de investigación. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

- Costos totales

Tabla N°24:

Costos totales

COSTOS TOTALES	
Costos directos	COSTOS
Costos indirectos	220
Imprevistos	75
Total	295

Nota: La tabla muestra los costos totales del proyecto de investigación **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

12. Análisis Técnico (Humano, tecnológico, suministros/materiales e infraestructura)

Tabla N°25:

Análisis de recursos

RECURSOS	
Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Visitantes con acceso a celulares inteligentes • Guías de casas museos de arte/historia de la parroquia Atocha - Ficoa
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Computadoras • Cámaras fotografías
Suministros/Materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas de apuntes
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Museos de arte/historia de la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato

Nota: La tabla muestra los recursos utilizados en el proyecto de investigación. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

13. Descripción de involucrados

En la siguiente se indica los actores principales para el desarrollo de la app móvil.

Tabla N°26:

Matriz Involucrados

NOMBRE	CARGO	
Ing. Juan Pablo Toasa	Encargado/Guía	Casa Museo Juan León Mera
Ing. Gabriela Vásconez	Encargado/Guía	Casa Museo Martínez Holguín
Ing. Mónica Jerez	Encargado/Guía	Casa Museo Juan Montalvo

Nota: La tabla muestra la descripción de los encargados de cada museo. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

14. Requerimiento de Software y Hardware

Se necesitan los siguientes implementos para el desarrollo de la aplicación móvil

- Procesador: Intel CORE i5
- Memoria RAM: 3GB o superior
- Memoria interna: 180 MB
- Pantalla: 4,5” a 7”
- Sistema operativo: Android 4.1 y versiones superiores

15. Fundamentación

Para el desarrollo de la propuesta se utilizó el sistema “Andromo”

ANDROMO es un sistema diseñado específicamente para que los usuarios puedan generar y crear aplicaciones móviles, ya sea para una investigación, proyecto, aprendizaje o comercialización, es altamente utilizada en la actualidad por su función de personalización sin la necesidad de utilizar un lenguaje de programación.

Para el diseño y desarrollo de la aplicación móvil, se optó por seguir el modelo de 2 aplicaciones ya existentes en el mercado turístico.

La aplicación móvil denominada “Virtual Museum” que contiene una guía y características de los principales museos de Turquía, también, la aplicación móvil “National Museum of Korea” que cuenta con fotografías, datos curiosos, ubicación, enlaces a páginas webs y contactos, además de brindar una guía más amplia y completa acerca de los principales museos de Korea.

Logo

El logo de la aplicación cuenta con un fondo de la catedral de la ciudad de Ambato, de igual manera, se optó por utilizar el diseño de un lápiz con su punta adornada de hojas, esto se debe a que los museos de arte e historia, narran la vida de personajes que tuvieron mucha repercusión en la literatura y escritura a nivel nacional, por otra parte, los museos se encuentran ubicados en zonas con una exuberante vegetación a su alrededor, siendo el arte y la naturaleza sus características más sobresalientes.

Ilustración N°9:

Logo de propuesta



Nota: La tabla muestra el Logo creado para el proyecto de investigación. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Desarrollo de la interfaz

La pantalla principal cuenta con varias secciones, primero, podemos encontrar una pestaña con datos relevantes de los museos de arte e historia y del por qué de la creación de una aplicación móvil.

Luego podemos encontrar pestañas con los nombres de los 3 museos utilizados para la investigación, los museos de Juan León Mera, Martínez Holguín y Juan Montalvo, en la parte final podemos encontrar a enlaces de sitios webs, redes sociales, como Facebook e Instagram y un enlace a un recorrido 360 diseñado por el GAD Municipal de Ambato.

Características

- **Soporte:** Aplicación enfocada para celulares Android.
- **Compatibilidad:** Para versiones recientes de Android, puede causar problemas de incompatibilidad al usar versiones anteriores.
- **Optimización:** Aplicación móvil con formato de archivo .apk.
- **Editor:** Temas resaltantes para la interfaz.
- **Interfaz:** Diseño específico para cada museo, sin embargo, todos siguen el mismo formato.
- **Desarrollo:** Información extraída de las encuestas y entrevistas realizadas.
- **Ejecución:** Manejo sencillo
- **Anuncio:** Sin anuncios publicitarios ni SPAM.

Ventajas

- Facilidad de uso en su navegación
- Descarga sencilla y gratuita.
- Sitio de conexión a diferentes enlaces y redes sociales

- Información relevante e importante

Desventajas

- Para usuarios con celulares Android específicamente.

Pantallas específicas de cada museo.

Las pestañas de cada museo, cuentan con un diseño propio para cada establecimiento, en donde podremos encontrar pestañas de contactos, localización, características, datos de interés, galería de fotos y enlaces a diferentes sitios webs y redes sociales, esto con el propósito de que los usuarios tengan un manejo más sencillo e interactivo a la par.

La aplicación móvil no contará con un servicio de paga, ni un estándar de descargas para monetizar o lucrarse de alguna forma, es dedicada a los turistas que pretender visitar y conocer más acerca de los museos de arte/historia de la parroquia Atocha – Ficoa del cantón Ambato

16. Descripción de Interfaces de la aplicación móvil

Al iniciar sesión podemos observar la portada de la aplicación.

Ilustración N°10:
Portada app



Nota: ilustración muestra utilizada en el proyecto de investigación
Elaborado por: Sarmiento, H. (2022)

En la pantalla principal podemos observar el menú de la app, en la cual podemos elegir entre varias opciones.

Ilustración N°11:

Menú app

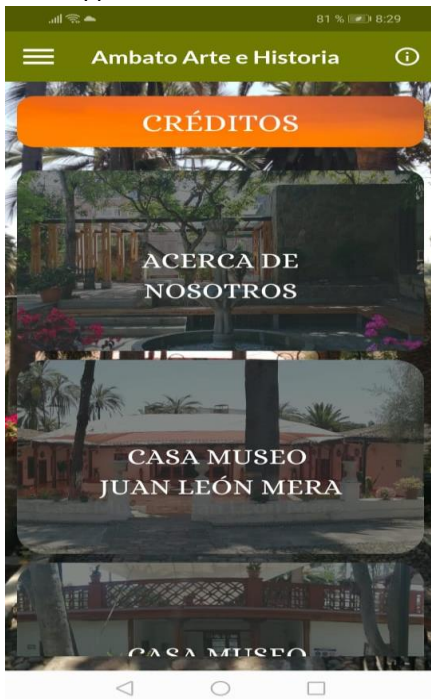
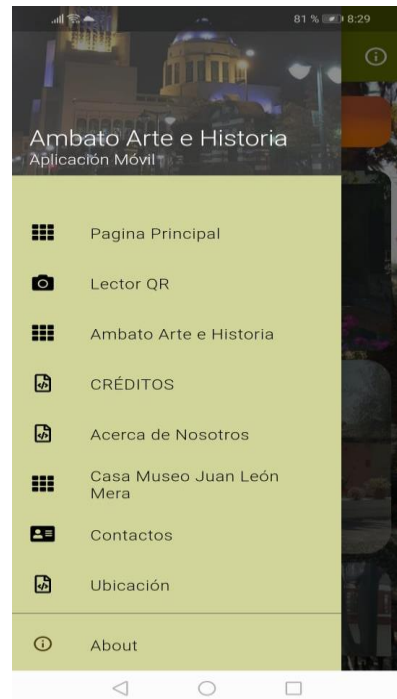


Ilustración N°12:

Lista de menú



Nota: La ilustración muestra los costos indirectos del proyecto de investigación **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

La ilustración muestra la lista de menú de la aplicación. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Cuando accedemos a cualquier pestaña referente a los establecimientos, encontramos otra lista de opciones, diseñada con información específica de cada museo

Ilustración N°13:

Menú museos



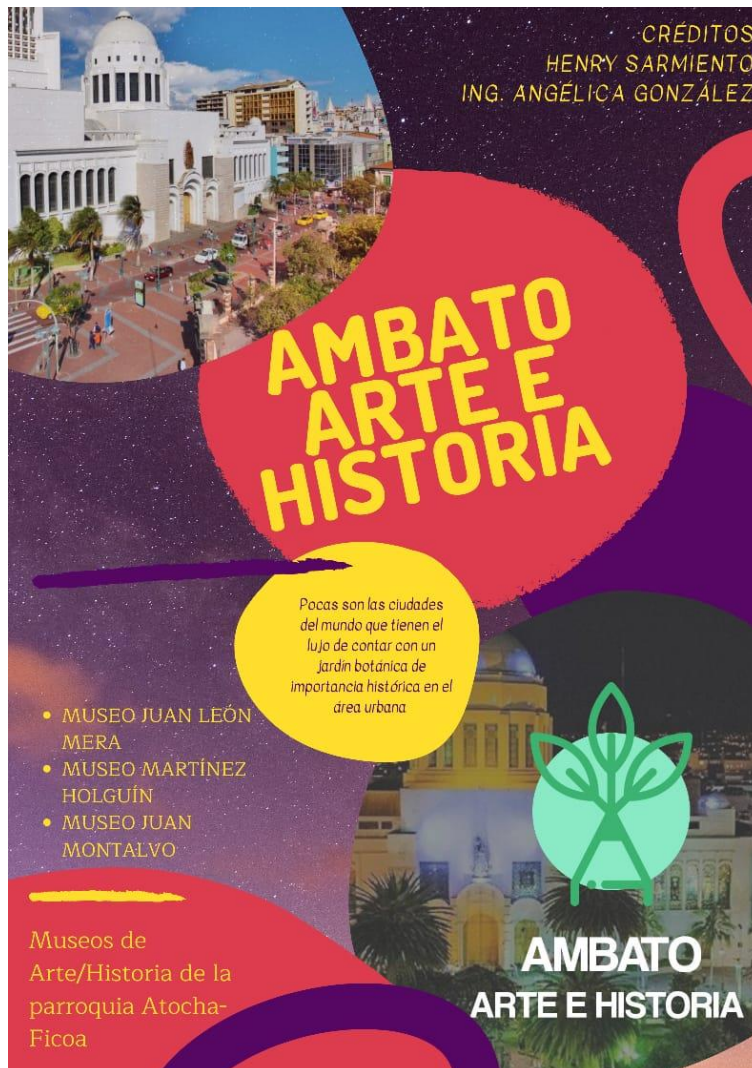
La ilustración muestra el menú de la aplicación móvil.

Elaborado por: Sarmiento, H. (2022)

17. Afiches utilizados en la promoción de la aplicación móvil

Para la difusión de la aplicación móvil se contó con la ayuda del GAD Cantonal de Ambato, del área de turismo en específico, colgando afiches en sus respectivas redes sociales, de igual manera se optó por realizar los siguientes afiches publicitarios para colocarlos en los museos y en espacios de mayor afluencia en la ciudad.

Ilustración N° 14:
Afiche publicitario 1



La ilustración muestra los afiches publicitarios. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Ilustración N°15:
Afiche publicitario 2



Nota: La ilustración muestra los afiches publicitarios. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

ENCUESTA UTILIZADA PARA LOS VISITANTES DE LOS MUSEOS

Escriba su correo electronico				
Escoga su genero				
Masculino				
Femenino				
Escoga su rango de edad				
Entre 13 y 18 años				
Entre 19 y 25 años				
Entre 26 y 39 años				
De 40 años en adelante				
¿Cuál es su procedencia?				
¿Ha utilizado o descargado aplicaciones móviles con anterioridad?				
Si				
No				
¿Usted usó una aplicación móvil para visitar el museo?				
Si				
No				
¿A través de que medio recibió información acerca del museo?				
Apps Móviles				
Redes Sociales				
Periódicos/Afiches publicitarios				
Recomendación de un amigo o familiar				
De acuerdo a las siguientes opciones, ¿Cuál es el nivel de importancia que usted le da al uso de las aplicaciones móviles?				
Porqué son dinámicas, rápidas y seguras				
1	2	3	4	5
Tienen la información que necesito				
1	2	3	4	5
Puedo hacer reservas en restaurantes, hoteles o vuelos aéreos				
1	2	3	4	5
Puedo leer y hacer comentarios relacionados al servicio				
1	2	3	4	5
¿Ha pagado o pagaría por utilizar o descargar alguna aplicación móvil turística?				
Si				
No				
Antes de descargar una aplicación ¿Suele leer los comentarios de personas que ya la hayan descargado con anterioridad?				
Si				
A veces				
No				

¿Qué tipo de aplicaciones móviles relacionadas con sus viajes ha descargado o descargarías?				
Aplicaciones móviles relacionadas con sitios turísticos (Museos, teatros, zoo, etc)				
Aplicaciones móviles relacionadas con la conectividad turística (Google Maps, Wikiloc, Wase, etc)				
Aplicaciones móviles relacionadas con servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, guianza, etc)				
Aplicaciones móviles relacionadas con tecnología turística (Códigos QR, TICs, etc)				
¿Qué tan satisfecho esta sobre las aplicaciones móviles que has utilizado?				
Nada satisfecho	Poco satisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy Satisfecho
Cuando sale de viaje ¿Con qué frecuencia utiliza las aplicaciones móviles previamente descargadas?				
Una vez al día				
Dos veces al día				
Más de tres veces al día				
Solo cuando inicio el viaje				
Solo la descargo por si en algún momento la llego a necesitar				
¿Qué cambios y/o mejoras le harías a las aplicaciones móviles turísticas que has utilizado?				
Diseño más innovador				
Tiene que ser más dinámica				
Permite subir y guardar fotos y videos				
Que contenga juegos recreativos				
Otros				
.....				
Esta dispuesto a descargar una aplicación móvil con información relevante, características y novedades acerca del museo?				
Si				
No				

Anexo 3: Entrevista

ENCUESTA UTILIZADA PARA LOS ENCARGADOS DE LAS CASAS MUSEOS

Fecha						
Lugar						
Entrevistado						
Datos personales						
Edad						
Sexo						
Cargo						
Profesión						
Correo						
1. ¿Cómo llegó al cargo que ocupa?						
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS						
2. ¿Cuál es la principal actividad productiva del Museo						
3. ¿Cuáles son los beneficiarios de esta actividad?						
4. ¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad productiva en los últimos años?						
5. ¿ Que séctores de la población se benefician con esta actividad?						
TURISMO						
6. ¿Qué importancia tiene el turismo para el museo?						
7. ¿El museo cuenta con una aplicación móvil o existen planes de introducir aplicaciones para el futuro?						

8. ¿ Hay circuitos integrados en el Museo?							
9. Desde su lugar de trabajo ¿Qué opina de la actitud de la población local con respecto al desarrollo de las actividades turísticas?							
10. ¿ Que se debería hacer desde su punto de vista para mejorar el turismo en el museo?							
11. ¿Qué tipo de turistas recibe el museo?							
12. ¿El museo cuenta con medidas de bioseguridad?							
13. ¿Qué consecuencias trajo consigo la pandemia COVID-19?							
14. Mencione aspectos positivos y negativos de la afluencia de turistas en el museo							

Anexos 4: Entrevistas

Entrevistado N°1

Entrevistador: Henry Sarmiento

Fecha: 23 de diciembre del 2021

Lugar: Casa Museo Juan León Mera Martínez

Entrevistado: Juan Pablo Toasa

Edad: 42 años

Sexo: Masculino

Cargo: Encargado y guía de la Casa Museo Juan León Mera

Profesión: Licenciado en educación básica

Correo electrónico: qmera@ambato.gob.ec

P1. ¿Cómo llegó al cargo que ocupa actualmente?

R1. Bueno, al espacio donde estamos actualmente ha tenido un descuido de varios años, sin embargo, yo trabajo aquí por mucho tiempo, actualmente estoy al cargo del museo, y siempre fue un gusto poder transmitir a las personas la cultura y tradición de esta casa museo y de la vida de este gran personaje que es de gran relevancia en la actualidad.

P2. ¿Cuál es la principal actividad productiva del Museo?

R2. Bueno, esta Casa Museo, más allá de la historia que no muestra, la principal actividad de este espacio es el conocimiento de nuestro personaje, el ilustre Juan León Mera Martínez, que es de nuestro conocimiento el escritor del himno nacional del Ecuador, entonces esta información nosotros proporcionamos para que las personas conozcan y valoren.

P3. ¿Cuál diría que son los beneficios de esta actividad?

R3. Bueno, son muchos, como le mencione el del conocimiento especialmente que nosotros le brindamos al turista acerca del conocimiento que tuvo nuestro personaje, en entregarnos el legado tanto en la parte pictórica, literaria y humanística.

P4. ¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad productiva en los últimos años?

R4. Lo bueno de este espacio, y en sí de todo el jardín botánico Atocha – La Liria, es que durante todo el año hemos tenido visitas de turistas, anteriormente incluso podríamos decir que las instituciones educativas nos visitaban con mayor frecuencia, lamentablemente esta emergencia sanitaria ha ocasionado que se hayan frenado múltiples actividades, sin embargo ahora poco a poco vamos recuperándonos de esta situación, pero lo bueno es que durante todo

el año siempre recibimos visitas, y tenemos dos temporadas fuertes la primera en Febrero que se celebra las fiesta de las frutas de flores y en noviembre por la celebración de los finados.

P5. ¿El museo cuenta con medidas de bioseguridad?

R5. Por supuesto, se ha retomado poco a poco el trabajo luego de la pandemia, y como es conocimiento de todos, azoto a todos los establecimientos y el plano turístico quizás sea el más afectado, se ha retomado la actividad desde hace poco con todas las medidas de bioseguridad, y el COE Nacional y cantonal, nos han regulado con estas normativas, y ahora siempre el señor guardia esta siempre listo para tomar la temperatura y hacer rotar el gel, además siempre recalcamos el uso de la mascarilla, que es lo más esencial en este espacio.

P6. Desde su punto de vista, ¿el turismo en que etapa se encuentra? ¿Piensa usted que ya está reactivándose?

R6. Si, así es justamente como le comento la emergencia sanitaria nos llevó a ciertas restricciones, se está retomando de a poco la actividad turística, pero estamos haciéndolo de nuevo, pero como sabemos las visitas internacionales todavía no nos visitan, sin embargo, ahora tenemos solo afluencia nacional y esperamos que poco a poco ya podamos reactivarnos al cien por ciento.

P7. ¿Qué sectores de la población se benefician con esta actividad?

R7. Justamente, el sector de atocha es conocida por su elaboración de la colada morada con las empanadas, ellos se han visto beneficiados, pero también perjudicados, varios turistas preguntan también por la gastronomía local y nosotros les mandamos y les recomendamos, pero que también esta afluencia se ha visto mermada por la emergencia sanitaria.

P8. ¿Usted piensa que el turismo tiene importancia para el museo?

R8. Es importante, Ambato más allá de ser comercial, la actividad turística se desarrolla en nuestros espacios, y un punto de los más altos siempre fue la quinta Juan León Mera, ya que muchos nos dicen que si viene a Ambato y no vistan la quinta Atocha-La liria, en realidad nunca visitó Ambato, tenemos un punto muy importante para la actividad turística, pienso que nos hemos dedicado y antes de la pandemia éramos un icono en la sociedad, el turista se engloba más en la cultura y en la historia, durante todos los recorridos, es una idea que enriquece al Turismo, el turismo siempre se va satisfecho.

P9. ¿El museo cuenta con una aplicación móvil o existen planes de introducir aplicaciones

móviles en el futuro?

R9. Bueno si, justamente la pandemia avalando para que haya llegada al museo se buscaron múltiples alternativas, el sitio web 360 se incorporó en la plataforma de la Municipalidad de Ambato, buscando el jardín botánico, usted ya puede visitar sus 2 casas museos e incluso hacer un recorrido de manera virtual, está dispuesto de esta manera, y tenemos otra aplicación mediante un código QR donde usted va a poder visitar y disfrutar de la historia y cultura de nuestra ciudad.

P10. ¿Hay circuitos integrados al museo?

R10. Bueno, un circuito como tal que tenemos es el jardín botánico junto a las 2 casas museo, pero siempre recomendamos a los turistas visitar los diferentes espacios con los que cuenta nuestra ciudad. Por ejemplo, tenemos la quinta de Montalvo que está en Ficoa, también la casa de Montalvo que está en el centro de la ciudad y así manifestamos las otras casas museos como la casa de Juan Benigno Vela que está ubicada en el centro de la ciudad, sin embargo, no contamos con un circuito integrado como tal, pero si recomendamos a los turistas que visiten estos lugares.

P11. Desde su lugar de trabajo, ¿Qué opina de la actitud de la población local con respecto al desarrollo de las actividades turística?

R11. Bueno si, últimamente hemos tenidos visitas de los turistas locales, porque por la actual pandemia no podemos visitar con normalidad diferentes destinos, sin embargo, anteriormente teníamos más turistas de afuera, hoy se ha fortalecido un poco más para que los locales conozcan más la historia local.

P12. ¿Cómo se promociona al Quinta Juan León Mera?

R12. Los turistas extranjeros, siempre por las redes sociales, que ahora está en moda y por la información que esta colgada en la red, aunque siempre los turistas visitan este lugar por el llamado “boca en boca”, algunos visitan estos espacios y van a contarles a sus familiares, y por lo general es de sugerencia por lo que vengán acá y siempre se van maravillados, tenemos 14 hectáreas de vegetación donde el turista puede llevarse una experiencia mágica.

P13. ¿Qué tipo de turistas visitan la Casa Museo Juan León Mera?

R13. Como mencione por la emergencia sanitaria, no hemos tenido afluencia de turistas internacionales, sin embargo, ahora tenemos afluencia de personas locales y de otras provincias

aledañas.

P14. Mencione 3 aspectos positivos y 3 aspectos negativos de la actividad turística en el Museo

R14. Hablemos de las actividades negativas, que fue justamente en la pandemia cuando tuvimos restricciones y no pudimos dar acceso a las personas a las casas museos de la Quinta Atocha, la economía familiar se afectó, no solo a nivel personal sino social, y también tenemos un poco de restricciones por la pandemia y el temor de la población, puesto que no pueden salir. En lo positivo podemos demostrar que aquí podemos respirar aire puro y podemos disfrutar de la vegetación, nos ayuda a desintoxicar la ciudad y la información cultural que brindamos, que justamente nos permite arraigarnos con la cultura de la sociedad, y eso nos permite llegar con una importante riqueza cultural al visitar estos espacios.

Entrevistado N°2

Entrevistador: Henry Sarmiento

Fecha: 18 de diciembre del 2021

Lugar: Casa Museo Martínez Holguín

Entrevistado: Gabriela Vásquez

Edad: 32 años

Sexo: Femenino

Cargo: Encargado y guía de la Casa Museo Martínez Holguín

Correo electrónico: cutecnico19@ambato.gob.ec

P1. ¿Cómo llegó al cargo que ocupa actualmente?

R1. El cargo que yo desempeño, aquí en la casa Museo Martínez Holguín es de gestora cultural, también administradora y guía de la casa museo y del jardín botánico Atocha La Liria.

P2. ¿Cuál es principal actividad productiva del Museo?

R2. La principal actividad productiva que nosotros tenemos en primera, es la guianza turística y también tenemos la generación o la creación de eventos.

P3. ¿Cuáles son los beneficios de esta actividad?

R3. Principalmente por el beneficio de la guianza turística nosotros podemos promover nuestro patrimonio histórico y cultural a diversos turistas, por ejemplo, en este caso podemos darle una proyección a todos los que viene tanto nacional como internacional, entonces siempre estamos nosotros en la interpretación y también brindando el conocimiento de historia que tienen estas casas a los turistas de diversas edades.

P4. ¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad productiva en los últimos años?

R4. En los últimos años, bueno, comentándole que yo ingrese a esta institución desde el mes de abril, entonces hablando desde este mes de abril del 2021 hasta la actualidad si ha venido cambiando por ejemplo nosotros contamos con meses donde hay una gran afluencia de turistas, entonces desde el mes de abril se han venido incrementando a excepción del mes de mayo en el cual no trabajamos, pero a partir de julio, esta afluencia incremento de alrededor de 4000 y 3000 turistas al mes.

P5. ¿La pandemia actual tuvo repercusiones en la casa museo?

R5. Si al inicio de la pandemia, la gente estaba un poco asustada por el virus, entonces

prácticamente casi no visitaba estos lugares, pero una vez que se dan cuenta que hay las medidas preventivas, puesto que nosotros hacemos el uso obligatorio de mascarillas, entonces la gente también ya se acostumbra y coge confianza con este lugar, y como tú puedes observar este sitio se encuentra al aire libre y solo en los museos son los únicos lugares que están encerrados, y en este caso nosotros tomamos mayores precauciones con los turistas.

P6. ¿Cuáles son las medidas de bioseguridad con las que cuenta el museo?

R6. Si, nosotros también tenemos la implementación o el uso de gel, eso es obligatorio, especialmente nosotros tenemos 3 puntos donde aplicamos esto, comenzamos con el ingreso , que allí se encargan los guardias de seguridad de aplicar el gel y de igual manera ellos captan también la temperatura, y después cuando pasan estos controles aquí dentro de la casa museo es obligatorio el uso de la mascarilla, incluso en los espacios abiertos, sin embargo hay ocasiones en que los turistas no hacen caso, pero en tal caso como estamos en un espacio abierto no existiría mucho problema, cuando al acceder a los puntos de la casa museo, ahí comenzamos nosotros a dejar máximo a 10 turistas por sala, nosotros controlamos eso y aplicamos lo que son los 2 metros de distancia y es un poco más difícil de nosotros poder controlar, pero si podemos controlar de mejor manera el aforo, reducimos el aforo y también al inicio a comenzar el recorrido ponemos lo que es el gel, y también aquí nosotros no tomamos la temperatura, puesto que como le mencione los guardias toman la temperatura al ingresar al museo.

P7. Actualmente, ¿usted piensa que el turismo se está renovando o cuál es su punto de vista?

R7. Si, el turismo prácticamente se ha recuperado, y pienso yo que en un cien por ciento incluso, en todo caso nosotros podríamos decir que tal vez debería haber menos de 1000 turistas, pero no es así, más bien se ha aumentado la afluencia principalmente en los meses que se denominan festivos, tal como en el mes de noviembre, y también durante el mes de julio, donde hay muchos eventos y la gente visita este lugar.

P8. ¿Qué sectores de la población se benefician con esta actividad?

R8. Bueno, primeramente sería el público en general, si queremos hablar por sectores, en tal caso nosotros tenemos las edades que comprenden, te podría decir que los grupos van desde los menores a 15 años, después el grupo de 30 a 64 años, y sobre los 65, y todos ellos son los que se benefician, todo el público en general de todas las edades, porque este también es un lugar de aprendizaje para cualquier persona e incluso aquí los grupos que también se benefician

son los estudiantes, porque por lo general viene un grupo de escuela y también grupos de turistas que viene por parte de las agencias de viajes, pero también te digo son comprendidas dentro de las edades que ya te especifique.

P9. ¿Qué importancia tiene el turismo para el museo?

R9. Es muy importante, primero porque nosotros tenemos la cultura, una cultura que es importante difundir, y la gente se acerca a este lugar normalmente no solo interesada en el jardín botánico, que nosotros tenemos las 2 cosas, la cultura de la casa museo y también tenemos la flora y también nuestro orquideario, y por eso las personas se acercan al jardín, entonces por eso, entonces esos dos aspectos el botánico como el cultural, es que la gente viene a estos lugares y aquí se interesan sobre la historia, puesto que incluso hay árboles que tienen más de 100 años de historia, entonces por esos 2 aspectos la gente visita este lugar.

P10. ¿El museo cuenta con una aplicación móvil o existen planes de introducir aplicaciones en el futuro?

R10. El museo en sí, no cuenta con una aplicación móvil, pero ahora nosotros como jardín botánico estamos contemplados en la dirección de cultura y turismo, tenemos una página que se creó recién, que se llama www.visitambato.gob.ec al mismo tiempo tendrás tu una lista de atractivos que tú puedes visitar en Ambato, pero en lo que concreta el museo, no tiene una aplicación móvil como tal, pero para futuro si tenemos planes de incorporar una aplicación móvil, puesto que es esencial estratégico hacerlo para el uso de la generación moderna, de echo hacen uso de estas en el internet.

P11. ¿Hay circuitos integrados a este museo?

R11. No, en tal caso, ¿te refieres a un circuito de recorridos?

Si es así, está en proceso, es un proyecto que culmina para alrededor del mes de mayo del próximo año, y allí ya vamos a tener circuitos integrados de carácter histórico, botánico y uno también para recorridos de recreación.

P12. Desde su lugar de trabajo ¿Qué opina de la actitud de la población local con respecto al desarrollo de las actividades turísticas?

R12. Por parte de la población local, nosotros siempre tenemos que hacer, establecer contacto y alianzas con otras personas fuera del museo porque hay que invitarlas, y como te comenté nosotros no siempre tenemos solo turistas locales sino también por las alianzas que tenemos

nos vienen a visitar, especialmente que vienen por las agencias de viaje.

P13. ¿Qué se debe hacer desde su punto de vista para mejorar el turismo en el museo?

R13. Primero, yo pienso que nosotros estamos en una generación nueva, estamos muy atrasados a lo que corresponde a otros museos internacionales, algo que tengo que acotar es que tenemos que añadirnos a las nuevas tecnologías, nosotros necesitamos que las personas se vayan conectando, que vayan creando un nuevo panorama dentro de este museo, porque nosotros también nos enfocamos en el aspecto ecológico, entonces no solo es ahora el tema de reciclar, eso ya tenemos que dejarlo de lado, ahora podemos reducir el uso del papel a través del uso de las nuevas tecnologías y capacitarles porque no, entonces también lo que yo creo que ayudaría al turismo sería generar el marketing, también nosotros tenemos que crear nuevos spots publicitarios y buscar donde podemos o que mercados estratégicos nosotros podamos trabajar y eso ya requiere de otras modalidades que se debe realizar, y personalmente creo que nosotros también podemos proyectarnos internacionalmente y nosotros necesitamos ubicar a nuestros socios internacionales a que nosotros podemos aplicar.

P14. ¿Qué tipo de turistas recibe la Casa Museo?

R14. Prácticamente nosotros tenemos la mayor parte del mercado que nosotros tenemos aquí en el museo, es de turistas nacionales, los turistas nacionales te puedo decir que están contemplados en un 70 por ciento y el 30 por ciento varía en turistas internacionales, por lo general nos visitan de Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido y Colombia, de ellos tenemos los mercados actualmente y uno que otro italiano, un belga, pero ellos en menor cantidad.

El grupo de edad que más nos visita están entre los 20 y los sesenta años, ese es el mercado que más visita este lugar.

P15. Menciona 3 aspectos positivos y negativos acerca de la actividad turística en esta Casa Museo

R15. El efecto positivo que nos trae una gran afluencia de turistas y el segundo que también nos trae promoción turística tanto nacional como internacional, de igual manera nosotros ofrecemos guía en inglés y eso es algo, positivo y la gente lo sabe y nos recomiendan porque saben que nosotros le podemos ayudar y tercero yo diría los valores, la amabilidad a los turistas es uno de los recursos que nosotros tenemos es el personal que laboran aquí, y nosotros hacemos énfasis en nuestros guías y las personas que son atendidas y tiene una atención de

calidad se sienten cómodas y siempre dicen que van a regresar.

Mientras que los aspectos negativos del turismo podría decir que primero nosotros como ecuatorianos tenemos una cultura que no es mala, pero necesitamos educarnos, por ejemplo hay gente que visita el lugar y colocan la basura donde ellos quieren, y no lo hacen en los botes de basura si no en los jardines, otro efecto negativo te podría decir que aquí se realizan programas culturales y el tema del aforo es importante, puesto que para nosotros es imprescindible cumplir con esta medida, pero a veces hay personas que por esta gran afluencia no cumplen con las normas y es complicado para nosotros, y muchas veces la gente se molesta por que piensa que estas normas son para incomodarles, otro aspecto negativo son las críticas que a veces podemos escuchar, muchas veces nos ayudan para mejorar y estamos en el camino de hacerlo, pero muchas veces son críticas que nos construyen ni ayudan.

Eso sería todo, muchas gracias.

Entrevistado N°3

Entrevistador: Henry Sarmiento

Fecha: 18 de diciembre del 2021

Lugar: Quinta Juan Montalvo

Entrevistado: Mónica Jerez

Edad: 38 años

Sexo: Femenino

Cargo: Encargado y guía de la Quinta Juan Montalvo

Correo electrónico: monicajerez1@hotmail.com

P1. ¿Cómo llegó al cargo que ocupa actualmente?

R1. Cuando yo llegué al municipio, me demoré 2 años para ingresar aquí, porque yo tenía la profesión de Ecoturismo, entonces eso me dio la facilidad de ingresar aquí.

P2. ¿Cuál es la principal actividad productiva del Museo?

R2. La guianza y hacerle conocer a las personas acerca de todos los sitios y datos patrimoniales con los que cuenta este sector

P3. ¿Cuáles son los beneficios de esta actividad?

R3. Hacerle conocer más acerca de la vida de Juan Montalvo

P4. ¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad productiva en los últimos años?

R4. En estos 2 últimos años, el turismo ha sufrido varias consecuencias, a partir de la pandemia Covid-19, pero la gente está más entusiasmada, porque tiene el valor de conocer y conservar este lugar

P5. ¿Esta quinta cuenta con medidas de bioseguridad?

R5. Si, la quinta se está manejando con medidas de bioseguridad, como el uso del gel, el distanciamiento y el uso de las mascarillas durante el recorrido, que esto es obligatorio, en cuanto al aforo, cuando viene un grupo de más de 20 personas se las divide en 10 personas.

P6. ¿Qué sectores de la población se benefician con esta actividad?

R6. Los sectores que pertenecen a la provincia y afuera de ella también son los sectores que se benefician con esta actividad, al igual que las escuelas cuando los estudiantes visitan las instalaciones, y cuando el turismo se recupere se trabajara con institucionales provinciales y

nacionales.

P7. ¿Qué importancia tiene el turismo para la Quinta Montalvo?

R7. Más que todo, nosotros el turismo tiene que ser conservado y más valorizado dentro de la sociedad, y hacerle conocer a los turistas las casas patrimoniales y darles más promoción.

P8. ¿El museo cuenta con una aplicación móvil o existen planes de introducir aplicaciones en el futuro?

R8. Si, cuenta con aplicaciones móviles como las QR, y también pueden visitar el sitio web www.visitaambato.gob.ec

P9. ¿Hay circuitos integrados en el Museo?

R9. Si

P10. Desde su lugar de trabajo ¿qué opina de la actitud de la población con respecto al desarrollo de las actividades turísticas?

R10. Han tomada para bien la visita, además tenemos un sitio web con unas encuestas, y eso nos ha ayudado para mejorar el turismo local

P11. Desde su punto de vista, ¿qué se debería hacer para mejorar el turismo en el museo?

R11. Tenemos que realizar más promociones turísticas.

P12. ¿Qué clase de turistas recibe más a menudo el museo?

R12. Recibimos más turistas nacionales y recibimos turistas internacionales de Estados Unidos, España y Alemania, y dentro de nacionales recibimos más turistas de 25 a 30 años de edad.

P13. Mencione aspectos positivos y negativos de la actividad turística en el museo

R13. Los aspectos positivos es darles buena atención a los turistas que nos visitan, y en el aspecto negativo es que muchas personas que nos visitan no ayudan a preservar la naturaleza aquí, esperamos que las personas sean más cultas, y que eviten botar basura y que no toquen las plantas que hay aquí.

MANUAL APLICACIÓN MÓVIL

APLICACIÓN MÓVIL DISEÑADA PARA
PROMOCIONAR LOS MUSEOS DE
ARTE/HISTORIA DE LA PARROQUIA ATOCHA -
FICOA DEL CANTÓN AMBATO

INTRODUCCIÓN

La aplicación móvil “Ambato Arte e Historia”, es una herramienta de diversificación y promoción turística, diseñada para que los usuarios puedan descargarla y usarla sin ningún costo adicional.

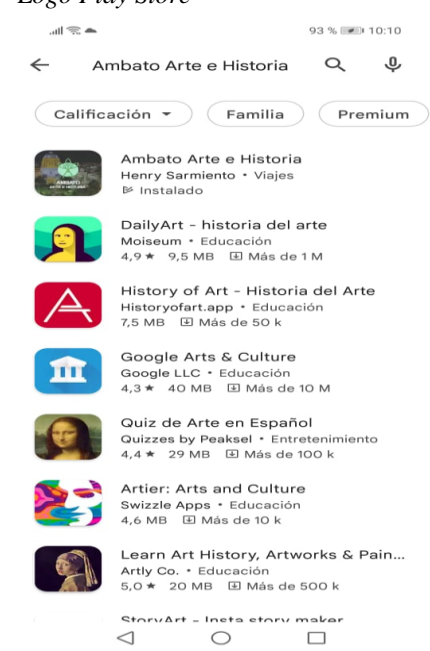
Este manual tiene como objetivo describir la funcionalidad y los pasos a seguir que los usuarios deben realizar para darle el uso correo a la aplicación, y para que su experiencia sea completa.

PRIMERO:

Tienes 2 opciones

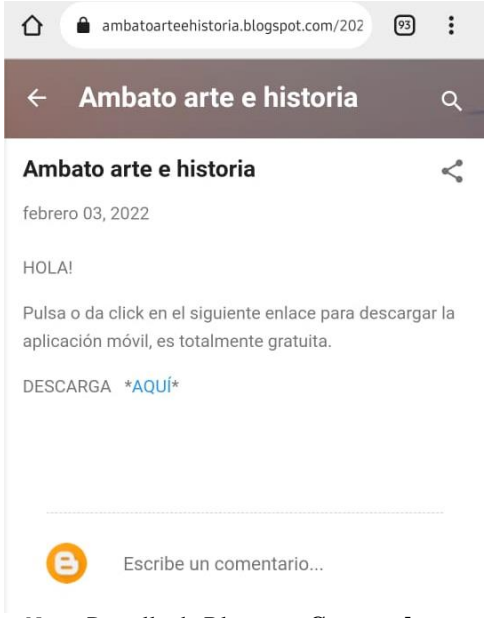

Tabla N°27:

Descarga 1

OPCIÓN 1	
<p>Descargar la aplicación en la Play Store de tu celular Android.</p> <p>Buscas en tu Play store la app con el nombre “Ambato arte e historia”, misma que tiene el icono que puedes observar y procedes a descargarla</p>	<p>Ilustración N°16: <i>Logo Play Store</i></p>  <p>The screenshot shows the Google Play Store interface. At the top, there's a search bar with 'Ambato Arte e Historia' entered. Below the search bar, there are filters for 'Calificación', 'Familia', and 'Premium'. A list of search results is displayed, with 'Ambato Arte e Historia' by Henry Sarmiento being the first result and marked as 'Instalado'. Other results include 'DailyArt - historia del arte', 'History of Art - Historia del Arte', 'Google Arts & Culture', 'Quiz de Arte en Español', 'Artier: Arts and Culture', and 'Learn Art History, Artworks & Pain...'. The bottom of the screenshot shows the Android navigation bar.</p> <p><i>Nota:</i> Logo en la play store. Capturado por: Sarmiento, H. (2022)</p>

Nota: La tabla muestra la primera opción de descarga de la aplicación. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Tabla N°28:
Descarga 2

OPCIÓN 2	
<p>Dirigirte al siguiente enlace</p>	<p>https://ambatoartehistoria.blogspot.com/2022/02/ambato-arte-e-historia.html</p>
<p>Te saldrá la siguiente pantalla en BLOGSPOT Dar click en “AQUÍ”</p>	<p>Ilustración N°17: <i>Pantalla Blogspot</i></p>  <p><i>Nota: Pantalla de Blogspot. Capturado por: Sarmiento, H. (2022)</i></p>
<p>Al ser un archivo pesado, tu sistema lo tomará como un posible riesgo. Descarga el enlace de todas formas, no existe ningún inconveniente.</p>	<p>Ilustración N°18: <i>Permiso descarga</i></p>  <p><i>Nota: Pantalla de permiso de descargaElaborado por: Sarmiento, H. (2022)</i></p>

Dar click en “INSTALAR”

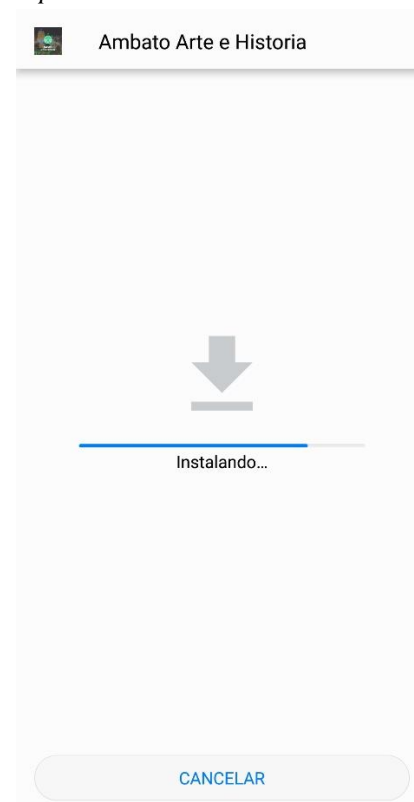
Ilustración N°19:
Instalación App




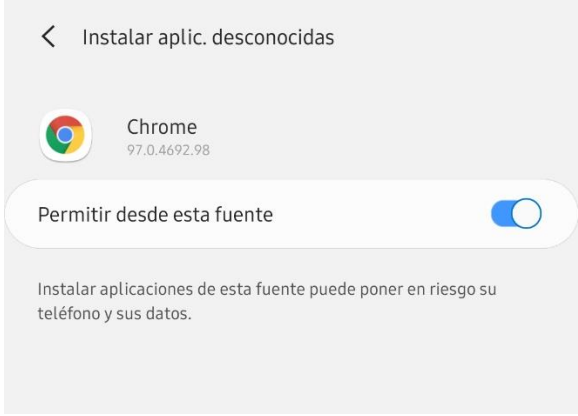
Nota: Pantalla de instalación de App. **Capturado por:** Sarmiento, H. (2022)

Continuar con la descarga

Ilustración N°20:
Espera Instalación



Nota: Pantalla de espera de instalación. **Capturado por:** Sarmiento, H. (2022)

<p>Dar click en “Abrir”</p>	<p>Ilustración N°21: <i>Abrir App</i></p>  <p><i>Nota:</i> Pantalla para abrir app. Capturado por: Sarmiento, H. (2022)</p>
<p>Finalmente, dar acceso a tu dispositivo para abrir la aplicación.</p> <p>Esto en la sección de configuraciones</p> <p>Puedes usar la aplicación</p>	<p>Ilustración N°22: <i>Permiso App</i></p>  <p><i>Nota:</i> Pantalla de permiso de App. Capturado por: Sarmiento, H. (2022).</p>

Nota: La tabla muestra la segunda opción de descarga de la App. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

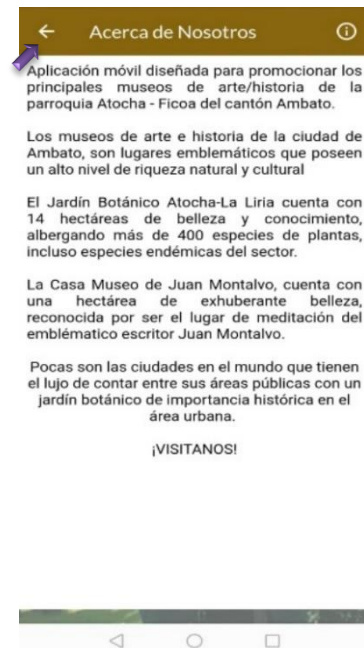
Tabla N°29:
Manual de uso

PASO 1	EXPLICACIÓN
<p>Al ingresar a la aplicación, aparecerá portada, necesitas tocar cualquier parte de tu pantalla para continuar.</p>	<p>Ilustración N°23: <i>Fondo app</i></p>  <p><i>Nota:</i> Pantalla de Fondo de App. Elaborado por: Sarmiento, H. (2022).</p>
<p>En la pantalla principal, puedes observar una lista de opciones a tomar. Primero, empezamos con la pestaña “ACERCA DE NOSOTROS”</p>	<p>Ilustración N°24: <i>Pantalla principal</i></p>  <p><i>Nota:</i> Pantalla principal Elaborado por: Sarmiento, H. (2022)</p>

En esta pestaña, podemos encontrar información relevante de los museos de arte/historia, de igual manera, se habla de la importancia de contar con un jardín botánico en medio de un área urbana.

Podemos regresar a la página principal al tocar la flecha de regreso en la parte superior izquierda

Ilustración N°25:
Acerca de nosotros



Nota: Pantalla “Acerca de Nosotros” **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Podemos ingresar a las pestañas de los respectivos museos.
Usaremos de ejemplo la pestaña de la “CASA MUSEO JUAN LEÓN MERA”

Ilustración N°26:
Museo Juan León Mera



Nota: Pantalla “Museo Juan León Mera” **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Cuando accedemos a esta pestaña, podemos observar una lista de recursos a usar
Primero accedemos a la pestaña “CONTACTOS”

Ilustración N°27:
Ir contactos JLM



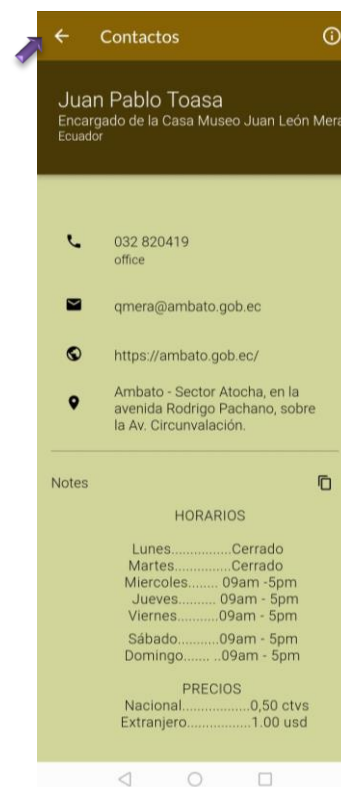
Nota: Pantalla “Ir Contactos Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Cuando abrimos esta pestaña, nos dirige a esta pantalla, en la cual podemos saber los datos de las personas encargadas de cada casa museo, en este caso, de la Casa Museo Juan León Mera.

Consta el nombre, número de teléfono, correo electrónico, página web, dirección, y finalmente notas adicionales que cuenta con los horarios de atención y el precio.

En todas las pestañas podemos regresar a la página anterior a través de la flecha ubicada en la parte superior izquierda.

Ilustración N°28:
Contactos JLM



Nota: Pantalla “Contactos Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Luego accedemos a la pestaña
“LOCALIZACIÓN”

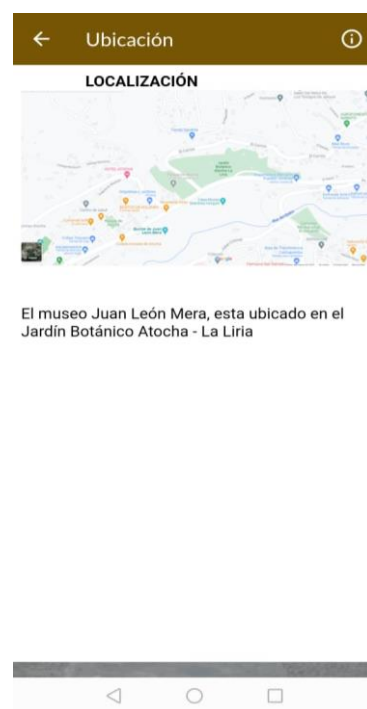
Ilustración N°29:
Ir localización JLM



Nota: Pantalla “Ir Localización Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Podemos encontrar un mapa con la
ubicación de las respectivas casas museos.

Ilustración N°30:
Localización JLM



Nota: Pantalla “Localización Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Luego, accedemos a la pestaña “QUIENES SOMOS”

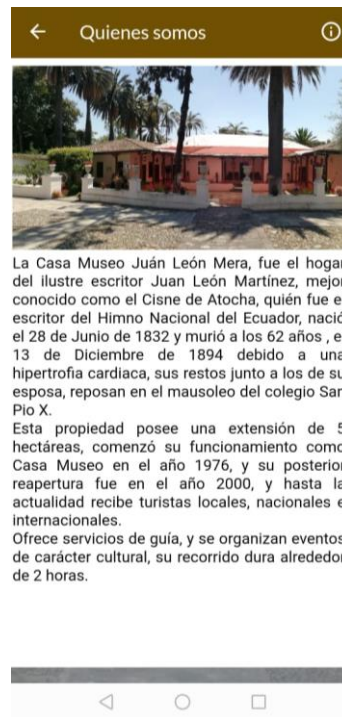
Ilustración N°31:
Ir quienes somos JLM



Nota: Pantalla “Ir Quienes somos Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Aquí podemos encontrar información relevante y características acerca de cada uno de los establecimientos.

Ilustración N°32:
Quienes somos



Nota: Pantalla “Quienes somos Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Luego accedemos a la pestaña “DATOS DE INTERES”

Ilustración N°33:

Ir datos de interés



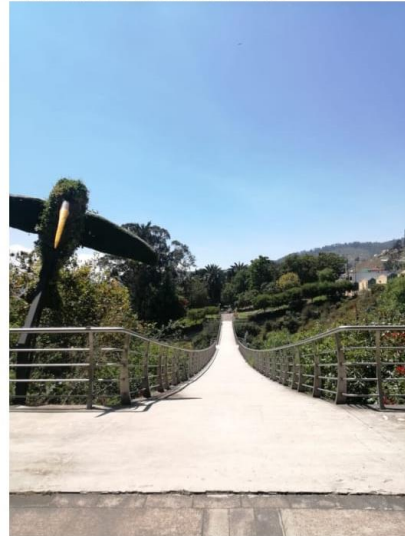
Nota: Pantalla “Ir Datos de Interés Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H.

En esta pantalla podemos encontrar datos de interés de cada museo.

Ilustración N°34:
Datos de interés



QUEBRADA DE LOS GALLINAZOS



Hace mucho tiempo, en este espacio se llevó a cabo una gesta libertaria, una batalla en donde muchas personas fallecieron a causa de sus heridas, y sus cuerpos quedaron dispersos en ambos costados de la quebrada, debido a la densa vegetación que poseía, el trabajo de recuperar los cuerpos era extenuante, sin embargo, en días posteriores, por el sobrevuelo de los gallinazos, y por ser una especie carroñera, estas aves "picoteaban" a los difuntos, facilitando la búsqueda y extracción de los diversos cuerpos, por esta razón este sector es conocido como la "Quebrada de los Gallinazos".

SECTOR LA PLAYA



Juan León Mera Martínez, es el autor de la novela Cumandá, mejor conocido como un drama entre salvajes, que narra una historia de amor y odio llevada a cabo en el Oriente Ecuatoriano, sin embargo, Juan León Mera jamás conoció esta región, pero el se inspiró en la exuberante vegetación que presenta la parte inferior de la hacienda para escribirla, siendo este, uno de los lugares más reconfortables y de paz con los que contaba este ilustre personaje.



Nota: Pantalla "Datos de interés Museo Juan León Mera". **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Finalmente, nos dirigimos a la pestaña “GALERIA DE FOTOS”

Ilustración N°35:
Ir galería de fotos



Nota: Pantalla “Ir Galería de fotos Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Podemos encontrar una gran variedad de fotografías, mismas que son propias de cada Casa Museo.

Ilustración N°36:
Galería de fotos



Nota: Pantalla “Galería de Fotos Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Al elegir alguna fotografía podemos realizar varias acciones, como:

- Visualizar las imágenes en pantalla completa
- Compartir las imágenes en redes sociales, sin ninguna restricción
- Realizar Wallpapers o fondos de pantalla con las imágenes que nosotros elijamos

Ilustración N°37:
Características fotos



Nota: Pantalla “Características de las fotografías Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Al regresar a la página principal, podemos observar al final de la misma, la pestaña de “REDES SOCIALES”

Ilustración N°38:
Ir redes sociales



Nota: Pantalla “Ir redes sociales Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Al ingresar a esta pestaña, podemos encontrar enlaces a páginas webs y redes sociales de los museos y del GAD Cantonal de Ambato.

Si elegimos alguna, esta nos redireccionará a dichas páginas.

Es importante estar conectado a internet para acceder a estos sitios.

Ilustración N°39:
Redes Sociales



Nota: Pantalla “Redes Sociales Museo Juan León Mera”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Al regresar, en la página principal, al tocar las barras en la parte superior izquierda, podremos acceder a una lista de pestañas organizada de forma más clara, y los usuarios pueden optar por elegir esta opción si no desean entrar por cada pestaña respectivamente.

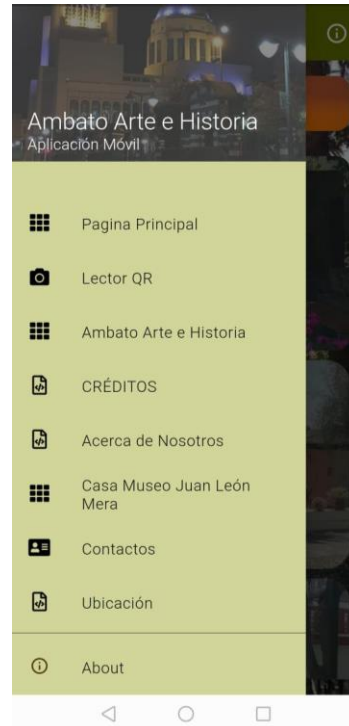
Ilustración N°40:
Ir barra de pestañas



Nota: Pantalla “Ir barra de Pestañas”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Podemos encontrar una lista más clara acerca de las pestañas a la que los usuarios tienen acceso.

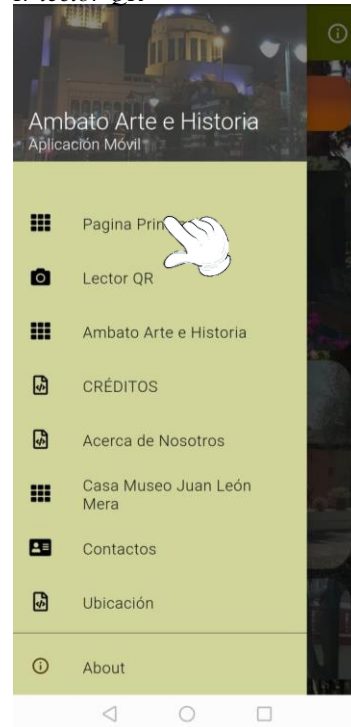
Ilustración N°41:
Barra de pestañas



Nota: Pantalla “Barra de Pestañas”.
Elaborado por: Sarmiento, H. (2022)

Podemos encontrar un enlace denominado “Lector QR”
Si accedemos podemos escanear cualquier código QR.

Ilustración N°42:
Ir lector QR



Nota: Pantalla “Ir Lector QR”.
Elaborado por: Sarmiento, H. (2022).

A lo largo de los museos, podremos encontrar afiches publicitarios con códigos QR repartidos en sitios de afluencia. Podremos acceder a estos enlaces usando esta aplicación móvil

Ilustración N°43:
Diseño de afiches publicitarios



Nota: Afiches publicitarios. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Al usar este enlace podremos escanear los códigos QR e incluso códigos de barras.

Ilustración N°44:
Lector QR



Nota: Pantalla "Lector QR". **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Podemos acceder a la pestaña de “información” en la parte superior derecha

Ilustración N°45:
Ir información



Nota: Pantalla “Ir información”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Aquí podemos encontrar información básica acerca del creador de la aplicación, la versión y un enlace a el sitio web donde fue creada la app

Ilustración N°46:
Información



Nota: Pantalla “Información”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Finalmente podemos acceder a la pestaña “CREDITOS”

Ilustración N°47:

Ir créditos

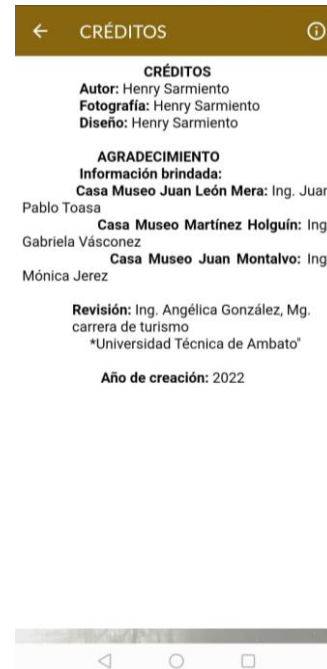


Nota: Pantalla “Ir Créditos”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Podemos observar información más precisa de los autores que intervinieron en el diseño de esta aplicación

Ilustración N°48:

Créditos



Nota: Pantalla “Créditos”. **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022).

Nota: La Tabla N°29 muestra el manual de uso de la aplicación móvil “Ambato Arte e Historia” **Elaborado por:** Sarmiento, H. (2022)

Para concluir, es necesario que la aplicación cuente con conexión a internet para utilizar los enlaces a sitios webs y redes sociales, por otra parte, el dispositivo puede operar sin internet luego de su respectiva descarga.