

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.806>

## Las redes sociales como medio de difusión de atractivos turísticos de la Parroquia de LLoa

Social networks as a means of disseminating tourist attractions in LLoa Parish

**Fabricio Israel Uquillas Jaramillo**

ncujaramillo@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-9022-7626>

Quito – Ecuador

**Nancy Cristina Uquillas Jaramillo**

ncuquillas@espe.edu.ec

nuquillas@ups.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-7653-2316>

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / Universidad Politécnica Salesiana

Quito – Ecuador

**José Alejandro Velasco Jaramillo**

ncujaramillo@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0001-5982-4360>

Policía Nacional del Ecuador

Quito – Ecuador

**Milton Patricio Altamirano Paredes**

mpaltamirano1@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9526-3369>

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Quito – Ecuador

Artículo recibido: 23 de junio de 2023. Aceptado para publicación: 08 de julio de 2023.  
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### Resumen

El turismo es una actividad que va más allá de visitar lugares en tiempo libre; es un proceso que beneficia no sólo a quien realiza la actividad turística, sino también a un sinnúmero de actividades comerciales dentro del lugar. Esta actividad tiene influencia psicológica y física y es recomendada para mantener una vida saludable, así también sectores como el hospedaje, alimentación, medios de transporte, pequeños comerciantes y otros sienten el impacto que produce un lugar considerado turístico, inclusive, hay ciudades completas que viven únicamente de la actividad turística. Por lo tanto, una adecuada difusión de atractivos en redes sociales es de vital importancia para promover esta actividad tanto a escala nacional como internacional. El objetivo de la presente investigación es conocer el impacto del uso de redes sociales en la difusión de los atractivos turísticos en LLoa para determinar si esta herramienta tecnológica puede influir en captar mayores visitantes mejorando así la economía de la Parroquia. El alcance de esta investigación para los investigadores dedicados al estudio del turismo, así como para la comunidad del sector y sus pequeños comerciantes. La metodología utilizada es de tipo documental y revisión bibliográfica de textos académicos tanto del sector turístico como de uso de redes sociales. Una vez realizado este proceso se llega a las conclusiones; las redes sociales por su popularidad y alcance permiten la difusión de atractivos turísticos y de opiniones tipo vivencias a todo nivel, además que, en la actualidad las personas dedicadas al desarrollo de los

llamados “contenidos” para redes sociales influyen en decisiones de ciertos grupos que consideran a éstos personas conocidas y confiables.

*Palabras clave:* redes sociales, turismo, difusión

## Abstract

Tourism is an activity that goes beyond visiting places in free time; it is a process that benefits not only those who carry out the tourist activity but also countless commercial activities within the place. This activity has a psychological and physical influence and is recommended to maintain a healthy life, as well as sectors such as lodging, food, means of transportation, small businesses, and others that feel the impact produced by a place considered a tourist. There are even entire cities that live solely from tourism. Therefore, adequate dissemination of attractions in social networks is vital to promoting this activity both nationally and internationally. The objective of the present investigation is to know the impact of the use of social networks in the diffusion of tourist attractions in Lloa to determine if this technological tool can influence attracting more visitors, thus improving the economy of the Parish. The scope of this research is for researchers dedicated to the study of tourism, as well as for the community of the sector and its small merchants. The methodology used is a documentary type and bibliographic review of academic texts both from the tourism sector and from the use of social networks. Once this process is carried out, the conclusions are reached; Social networks, due to their popularity and reach, allow the dissemination of tourist attractions and experiences-type opinions at all levels, in addition to the fact that, currently, the people dedicated to the development of the so-called "content" for social networks influence the decisions of certain groups that they consider these people known and trustworthy.

*Keywords:* social networks, tourism, disseminating

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Como citar: Uquillas Jaramillo, F. I., Uquillas Jaramillo, N. C., Velasco Jaramillo, J. A., & Altamirano Paredes, M. P. (2023). Las redes sociales como medio de difusión de atractivos turísticos de la Parroquia de Lloa. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(2), 2937–2943. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.806>

## **INTRODUCCIÓN**

Ecuador es un país eminentemente turístico por sus parajes y la geografía en la cual se encuentra ubicado, además de contar con uno de los llamados “paraísos” que son las islas Galápagos. La importancia del sector turístico radica en sus contribuciones a la economía nacional, como en la dinámica social que la economía ecuatoriana descubre en esta actividad. El turismo como actividad económica en el Ecuador es cada vez más importante a tal punto de convertirse en el tercer producto que genera ingresos económicos al país luego del petróleo y del banano como productos de exportación.

Lloa, es una parroquia ubicada en la Provincia de Pichincha, tiene varios atractivos turísticos y brinda la oportunidad de realizar diferentes actividades en una planicie pacífica, rica en vegetación y parajes incomparables. Sin embargo, dentro del país, no ha logrado situarse dentro de los principales atractivos turísticos.

Para analizar esta situación un análisis de información publicada por el Gobierno Autónomo Descentralizado “GAD”, sobre atractivos turísticos Anexo 1, además se revisó bibliografía como tesis y tesinas sobre el tema. De la mano de esto se realizó una búsqueda de páginas o redes sociales que realicen la difusión de los atractivos de la parroquia corroborando que no se encuentra ninguno específico para la promoción del turismo.

Es comprensible que en la actualidad con el uso del internet y de las redes sociales como fuentes de consulta, si no se toma ventaja de su poder de difusión a largo alcance, no se cuente con un incremento en los visitantes y que la parroquia pueda ser considerada uno de los principales atractivos por visitar.

Siguiendo el objetivo de la investigación se tratará de resolver las siguientes preguntas:

- ¿Qué formas de difusión turística existen sobre los atractivos turísticos de la parroquia Lloa en la Provincia de Pichincha?
- ¿Cuáles son las principales razones de la limitada difusión turística existente sobre los atractivos turísticos de la parroquia Lloa en la Provincia de Pichincha?
- ¿Beneficiaría la promoción turística utilizando redes sociales de la parroquia Lloa para la difusión de sus atractivos?

## **DESARROLLO**

### **El turismo como fuente de ingresos en Ecuador**

En el Ecuador, el turismo es una de las principales actividades que genera ingresos de gran importancia tanto en el turismo interno como externo, y es a futuro, la actividad en la cual el Ecuador generará ingresos dentro del Producto Interno Bruto “PIB” colocándose en primer lugar, inclusive sobre el petróleo que es un mineral no renovable y cuyas reservas pueden terminar.

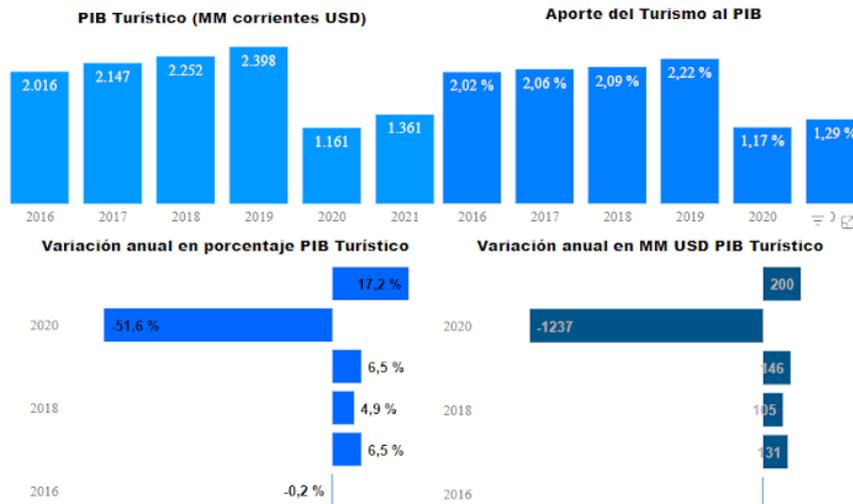
Por ello, el turismo como en otros países de la región debe llegar a ser una fuente de ingresos permanente y tener como plataforma de impulso a la tecnología, ya que no puede desprenderse el desarrollo social y de los requisitos de la vida cotidiana, así Gambarota & Lorda (2017) indican que este proceso constituye una oportunidad de crecimiento y desarrollo para territorios que desarrollan nuevos destinos o actividades turísticas, atrayendo, de esta manera, nuevas dinámicas a su territorio que le permiten mayor diversificación de la economía y mejor calidad de vida para la población residente” (p. 348). Incluso la actividad turística puede ser concebida como una actividad familiar en Lloa, así esta se beneficiará directa e indirectamente del turismo, y estos ingresos deben llegar a cada uno de los rincones del país, y especialmente en las zonas rurales ya que por sus condiciones geográficas se prestan todas las facilidades debido a su incomparable paisaje, la calidez de la gente que cuenta con uno de los mejores paisajes naturales

del país en cuanto se refiere al arte en cuero, y sobre todo la riqueza cultural con la que cuenta, además de una exquisita biodiversidad.

El Ministerio de turismo señala que, a pesar de estar saliendo de un confinamiento de casi un año, el sector turístico ha tenido resultados positivos en cuanto a ingresos país.

**Figura 1**

*Producto Interno Bruto Turístico en Ecuador*



**Fuente:** MINTUR, Cuenta satélite turismo. Banco Central del Ecuador.

**Nota:** Esta tabla indica el porcentaje de ingresos PIB desde el año 2016 al 2021 en el turismo, además el aporte del turismo al PIB, se refleja también que en el año 2020 debido a la pandemia tuvo una baja en los ingresos, pero se exhibe una recuperación positiva en el 2021.

### Situación actual de la difusión turística en la Parroquia de Lloa

La provincia de Pichincha es un referente religioso y cultural por tener diversos puntos de este tipo, siendo nombrados como ejemplo el Santuario del Quinche, Centro Histórico de Quito con sus iglesias, es atrayente también por su gran potencial en cuanto a la gastronomía, incluso fuera de las fronteras patrias, y ni hablar de su gran desempeño en cuanto al cuidado de fauna y flora, gran ejemplo de ello es la responsable administración en el "Zoológico de Guayllabamba", lo cual da un terreno suficiente para que dentro de las visitas que tiene la provincia sea desviada o también tomada en cuenta por su paisaje y gastronomía la Parroquia Lloa que con la suficiente propaganda y difusión de atractivos, llegue también a ser paso obligado por sus visitantes.

En la página web del Gobierno Parroquial de LLoa (2023) se indica que, la Parroquia Lloa recibe su nombre debido al municipio español de la provincia de Tarragona, en la comarca catalana del Priorato, según el lingüista Jacinto Jijón y Caamaño, Lloa significa "planicie en lo alto". Es una mezcla de vocablos cara y colorado. Está ubicada al sur occidente de la Provincia de Pichincha y al centro norte de la República del Ecuador, la parroquia cuenta con 1.400 habitantes aproximadamente y fue fundada el 29 de Mayo de 1861; tiene varios atractivos turísticos y un clima templado frío que lo vuelven uno de los lugares más bellos del país, en cuanto a la actividad económica, esta zona se dedica a la producción y comercialización de ganado vacuno, ganado ovino, venta de leche, quesos, truchas y otros productos agrícolas.

Lloa, al no ser un lugar preferente clave para el turismo al momento de recorrer el Ecuador, se pierde la identidad histórico cultural que la población puede rescatar de la parroquia que guarda recelosamente secretos ancestrales tras sus atractivos naturales y culturales, y al momento de conocerlos propios y extraños podrían llegar a ser testigos fieles de la majestuosidad de la que son dueños los ecuatorianos y específicamente los miembros de la comunidad. Moreno (2011) al respecto señala que “Dado que el tiempo libre debe ocuparse de alguna forma, siendo una de las más enriquecedoras el viaje o el desplazamiento, se deduce que el derecho a trabajar contempla el derecho al descanso y, por tanto, al ocio y al turismo” (p.144). Una parroquia rural como Lloa puede atender esta premisa de manera positiva.

### **Difusión de los atractivos turísticos de Lloa por medio de redes sociales**

Ortega y Martínez (2005) señalan que “la información sobre los destinos turísticos juega un papel relevante en los numerosos trabajos realizados sobre las tecnologías de la información aplicadas al sector turístico” (p.172) Esta afirmación corresponde a la vida con la que se desenvuelven los ciudadanos teniendo como principal fuente de información el internet. Además de ser una fuente ilimitada de información, las redes sociales son recursos inmediatos con infinidad de propuestas en todos los ámbitos.

Existen paginas como la del Gobierno Parroquial de LLoa, Quitoinforma, ViajandoX, GoRaymi, Quito-Turismo, entre otras que brindan información sobre la parroquia de Lloa, también se puede encontrar una página de la red social Facebook y Twitter con información general sobre la parroquia, sin embargo, no están actualizadas y no promocionan al detalle los atractivos turísticos para que los visitantes conozcan sobre lugares, precios, rutas, etc.

Esto corresponde a lo descrito por Di Pietro, Di Virgilio y Pantano (2012) citados por Domínguez y Araujo (2014) “Los avances en las tecnologías web, así como el incremento en el interés de redes sociales, hacen que la industria se vea obligada a reconsiderar formas de planificación y comercialización de productos y servicios turísticos” (p.59) sin esta difusión correcta es imposible determinar los atractivos turísticos a menos que la persona interesada lo busque. Recordemos que las redes sociales esparcen contenido a todo tipo de audiencia quienes reciben información aún sin que la hayan buscado, lo que hace que el contenido social sea una fuente de información de lugares que no se conocían de su existencia.

Puede parecer que la difusión turística es una innovación, sin embargo, el auge de la tecnología y de las redes sociales surge hace ya una década, por lo que se podría considerar que el no uso de redes sociales refleja un retraso en innovación y en aprovechamiento de las tecnologías, Pinto, Costa y Costa (2017) señalan que el hablar de sociedades digitales no es hablar de acontecimientos futuros, por el contrario, es hablar de un pasado que ha construido el presente.

### **METODOLOGÍA**

La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación es de tipo documental bibliográfico bajo el paradigma Crítico – Propositivo, de carácter cualitativo. Cualitativa porque los datos recopilados fueron sometidos a análisis e interpretaciones.

Con el fin de recopilar documentos académicos con soporte científico se realizó una búsqueda bibliográfica – documental porque se recurrió a fuentes de información de carácter secundario obtenido a través de libros, revistas, publicaciones, periódicos, tesis, artículos académicos y otros utilizando la herramienta Perish para la validación de cada fuente.

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Una vez revisada y contrastada la información obtenida, se determina que la difusión de atractivos turísticos por medio de redes sociales en casos similares ha tenido resultados positivos incrementado el número de visitas. Así podemos nombrar trabajos como:

“Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos” de Gutiérrez, Sánchez y Galeano. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504554927009>

Los autores concluyen que, se ha podido comprobar el crecimiento del uso de redes sociales como medio de difusión de los atractivos turísticos en países iberoamericanos siendo el contenido mayor difundido imágenes.

En el caso de estudio, se constata que la falta de difusión de los atractivos turísticos de la parroquia Lloa tiene directa influencia con el número de visitas y el incremento económico como resultado de la actividad turística.

### **CONCLUSIÓN**

Las conclusiones que ha otorgado la investigación son:

El turismo es una actividad que contribuye tanto a quien lo realiza como a quien recibe a los visitantes, al primero otorga mejora física y psicológica y al segundo un medio de vida y mejora económica.

Las redes sociales contribuyen a la difusión turística de un destino debido a su alcance y difusión incluso a personas que desconocían la existencia del lugar.

A pesar de que la parroquia de Lloa cuenta con algunas páginas que describen su historia, ubicación, etc. No cuenta con redes sociales que se dediquen exclusivamente a la difusión detallada de eventos, rutas y actividades que se pueden realizar por mes para atraer la visita permanente de turistas.

La parroquia tiene una ubicación geográfica, fauna, flora y diferentes atractivos que en caso de ser difundidos de manera adecuada contribuirán a la mejora de la calidad de vida de sus habitantes y el crecimiento económico.

## REFERENCIAS

Domínguez Vila, T., & Araújo Vila, N. (2014). Gestión de las redes sociales turísticas en la WEB 2.0. *Vivat Academia*, (129), 57-78.

Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.

Gobierno Parroquial de Lloa (2023) Lloa Historia, <https://www.gadlloa.gob.ec/historia/>

Mendes Thomaz, G., Augusto Biz, A., & G. Gândara, J. M. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(1), 103-119.

MINTUR, Cuenta satélite turismo. Banco Central del Ecuador. (2023) Producto Interno Bruto Turístico en Ecuador. <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>

Morillo Moreno, M. C., (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158.

Ortega Martínez, E., & Rodríguez Herráez, B. (2005). Importancia de la comunicación en los destinos turísticos internacionales: la percepción de los turistas extranjeros en los destinos españoles. *Cuadernos de Turismo*, (15), 169-188.

Pinto de Farias, T. R., Henrique Costa, J., & Costa Perinotto, A. R. (2017). EMPRESAS TURÍSTICAS, REDES SOCIALES Y NEGOCIOS ELECTRÓNICOS. Reflexiones a partir de la obra de Manuel Castells. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 626-643.

Ramalho Feitosa, W., Tolentino, D., Pedrosa, M., & Gianocário, G. (2019). El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día. *Turismo - Visão e Ação*, 21(3), 398-422. <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n3.p398-422>.

Rodríguez Brindis, M. A., (2014). La contribución del Turismo al crecimiento económico de México: Un análisis por ramas características del sector. *Nova Scientia*, 7(13), 337-351.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .