

27

Fecha de presentación: Septiembre, 2021

Fecha de aceptación: Noviembre, 2021

Fecha de publicación: Diciembre, 2021

CÓDIGOS QR

PARA LA PROMOCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN QUEVEDO

QR CODES FOR THE PROMOTION OF TOURIST ESTABLISHMENTS IN THE CANTON OF QUEVEDO

Aída Margarita Izquierdo Morán¹

E-mail: uq.aidaizquierdo@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2692-2762>

Lisenia Karina Baque Villanueva¹

E-mail: uq.liseniabaque@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7886-8094>

Lyzbeth Kruscsthalia Álvarez Gómez¹

E-mail: uq.lyzbethalvarez@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5312-3560>

¹ Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Izquierdo Morán, A. M., Baque Villanueva, L. K., & Álvarez Gómez, L. K. (2021). Códigos QR para la promoción de establecimientos turísticos del cantón Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S3), 212-219.

RESUMEN

Actualmente las empresas y el turismo necesitan darse a conocer por distintos medios y entre ellos el más utilizado es el marketing porque se desarrollan competitivamente en el mercado. Quevedo es ciudad turística de Ecuador, constituida como uno de los puertos fluviales más importantes del país y por ello busca generar el turismo en la avenida Ruta del Río a través de emprendimiento, que por la crisis económica mundial COVID-19 algunos establecimientos tuvieron que cerrar, otros quebraron y la economía se desestabilizó generando desempleo y es ahí donde nace la pregunta ¿Cómo proporcionar el acceso a la información turística para los visitantes que llegan al Cantón Quevedo? planteando el objetivo Diseñar estrategias para la utilización del marketing digital a través de los códigos "QR" como elementos que faciliten el acceso a la información turística para los visitantes a la ciudad de Quevedo. En la investigación se empleó la metodología cualitativa y cuantitativa, permitiendo a través de los métodos el análisis teórico inductivo, deductivo, descriptivo, estadísticos matemáticos que permitió obtener de las encuestas información necesaria para la promoción de los sitios turísticos, estableciendo recursos necesarios y estrategias, logrando en el transcurso explicar la tecnología con información de los códigos "QR" para la implementación en los diferentes emprendimientos permitiendo ver las funcionalidades, recursos tecnología necesaria para dar a conocer la implantación del marketing online en el cantón Quevedo a través de programas tecnológicos fáciles de obtener desde cualquier dispositivo.

Palabras clave: Código "QR", Tecnología, Marketing Online, Estrategias, Turismo.

ABSTRACT

Nowadays companies and tourism need to make themselves known by different means and among them the most used is marketing because they develop competitively in the market. Quevedo is a tourist city in Ecuador, constituted as one of the most important river ports of the country and therefore seeks to generate tourism in the River Route Avenue through entrepreneurship, that by the global economic crisis COVID-19 some establishments had to close, others went bankrupt and the economy was destabilized generating unemployment and that is where the question is born How to provide access to tourist information for visitors arriving in the Canton Quevedo? The objective was to design strategies for the use of digital marketing through "QR" codes as elements that facilitate access to tourist information for visitors to the city of Quevedo. In the investigation the qualitative and quantitative methodology was used, allowing through the methods the theoretical analysis inductive, deductive, descriptive, descriptive, mathematical statistics that allowed to obtain from the surveys necessary information for the promotion of tourist sites, establishing necessary resources and strategies, achieving in the course explain the technology with information of the "QR" codes for the implementation in the different ventures allowing to see the functionalities, resources necessary technology to publicize the implementation of online marketing in the canton Quevedo through technological programs easy to obtain from any device.

Keywords: "QR" Code, Technology, Online Marketing, Strategies, Tourism.

INTRODUCCIÓN

En el mundo actual la innovación de empresas es constante, empresas ante la situación por la que el mundo atraviesa han puesto a disposición una manera más segura de mantenerse en contacto con el consumidor, como la implementación del código QR el cual contiene información que la marca quiere proporcionar a los usuarios para que puedan acceder a ella cuando la necesiten, otro elemento es el marketing digital es buscar la interacción entre marcas y consumidores, permitiendo ser competitivo con los procesos económicos, diferenciadores por la creatividad y las diversas estrategias empleadas al momento de ejecutarlas. (Chica et al. 2019; Ramos et al. 2018)

El turismo en la región se ha detenido en gran parte como resultado de la pandemia de COVID-19. Esta parálisis del sector de turismo no solo ha afectado fuertemente a las economías y el empleo del mundo, sino también a muchas comunidades locales en América Latina. Presentando varios recursos sobre las medidas tomadas por diferentes gobiernos y el sector privado para mitigar el impacto de la crisis en las empresas turísticas, en su mayoría pequeñas, y trabajadores, así como prepararlos para la recuperación posterior a COVID-19. (Organización Mundial de la Salud, 2020)

Frente a este tipo de situaciones las localidades de la ciudad de Quevedo se tornaron inminentes frente a la situación atravesada por la pandemia, la cual obligo a cientos y miles de trabajadores de las pequeñas y medianas empresas en verse obligadas a cerrar, algunas de estas quebraron, la economía se desestabilizó y hubo una fuerte caída del desempleo.

El uso de la tecnología ayudó a para que varias empresas no llegaran al colapso de sus negocios y lograran sobrevivir frente a este tipo de desastres, la mayoría de estas adoptaron el uso del marketing online para poder seguir laborando desde sus hogares implementando las Tics como medidas tecnológicas y herramienta fundamental para darse a conocer y expandir nuevos mercados.

La inexistencia de un código de barras como medida de bioseguridad fue otro de los grandes problemas, ya que las empresas debieron adoptarlas para manejarse mediante estas el uso del servicio que prestaban. (Graván & Gutiérrez, 2014;

Debido al problema ¿Cómo proporcionar el acceso a la información turística para los visitantes que llegan a la Ciudad de Quevedo?, ha impedido el crecimiento de los negocios o emprendimientos, es por eso por lo que para reivindicar aquello, se elaboró como objetivo Diseñar

estrategias para la utilización del marketing digital a través de los códigos "QR" como elementos que faciliten el acceso a la información turística para los visitantes a la ciudad de Quevedo, permitiendo por medio de esto dar a conocer más los sitios turísticos de la ciudad e incrementar las ganancias deseadas por los dueños del negocio.

Inicialmente los códigos QR fueron utilizados por los fabricantes de automóviles para la administración y el control de inventarios. Actualmente son muchos los sectores que utilizan para compartir información de una manera visual: empresas IT, desarrolladores de software, agencias de publicidad, prensas, entre otros.

En la actualidad existen múltiples aplicaciones de los códigos QR en el ámbito educativo. Un proyecto muy interesante y con buen fin es SPRW (Special QR) fruto de la colaboración entre la fundación Orange y la empresa BJ Adaptaciones. SPQR consiste en un sistema simplificado de acceso a la información que utilizan los códigos QR, para ayudar en la interacción con el entorno a través de contenidos digitales, aumentando así la autonomía de las personas con diversidad funcional. (Jaramillo & García, 2011; Fernandez, 2015)

Los códigos QR han tenido una demanda debido a las medidas de bioseguridad que se han venido implementando, ya que es un poco más seguro y cómodo para los clientes. Son códigos de barras bidimensionales que pueden ser leídos por smartphones, son pequeños cuadros con modelos blancos y negros. Un código QR se utiliza para codificar algún tipo de información, como texto o un URL. Se muestra un pequeño resumen de la presencia que tiene las empresas del sector turístico:



Figura 1: Resumen de las empresas.

Así mismo hay que resaltar el potencial que ofrecen las tecnologías multimedia a las empresas turísticas, al ofrecer un mayor atractivo para la creación y gestión del producto turístico. En especial, la combinación de la tecnología multimedia con otras tecnologías como internet añade valor al producto que se va a distribuir para la red y aporta información y conocimiento en el desarrollo de la competitividad en las PYMES previo al cliente sobre el producto antes de su adquisición. (García, Suárez & Acosta, 2020).

Los códigos QR son una herramienta que permite el uso adecuado de la información que esta quiera proyectar ya sea una empresa hotelera, restaurantes, bares, etc. En conjunto con la tecnología bien utilizada puede mejorar

la calidad de vida de las personas (como, por ejemplo, el desarrollo de métodos de producción más limpios). No obstante, mal utilizada, puede causar grandes daños a las personas y a la sociedad.

La tecnología se refiere al conjunto de dispositivos, servicios y actividades apoyadas por equipo de cómputo, y que se basan en la transformación de información numérica, también llamada digital. En este sentido, ni la radio ni la televisión tradicionales son parte de las tecnologías de la información, ya que su funcionamiento se basa en “moldear” una señal electromagnética de modo que sea similar al sonido o imagen capturados por el micrófono o la cámara.

La seguridad informática se encarga de la seguridad del medio informático, según varios autores (Tech Forum, 2018) y (Rosas, 2011) la informática es la ciencia encargada de los procesos, técnicas y métodos que buscan procesar, almacenar y transmitir la información, mientras tanto la seguridad de la información no se preocupa solo por el medio informático, se preocupa por todo aquello que pueda contener información, en resumen, esto quiere decir que se preocupa por casi todo.

(Castro, y otros, 2018) Las nuevas tecnologías de la información y comunicación de las sociedades giran en torno a tres medios básicos: la información, la microelectrónica y las telecomunicaciones, también guardan una vinculación de manera interactiva e interconexión, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas. También son una herramienta didáctica empleada con frecuencia en los procesos de formación. De igual manera, contribuyen al diseño, desarrollo y aplicación de recursos en procesos educativos, no únicamente en los procesos instructivos, sino también en aspectos relacionados con la educación social y otros campos educativos. (Aguilar, y otros, 2020)

Dentro del ámbito del marketing como lo menciona (Ullauri & Hallo, 2018) las marcas se han tenido que transformar y adaptar. Los enormes cambios en el mercado y en los hábitos de consumo han obligado a los anunciantes a evolucionar y a convertirse en entes nuevos, adaptables y atractivos para los nuevos consumidores. Las viejas fórmulas ya no funcionan y las marcas que no sepan adaptarse al nuevo entorno tienen pocas posibilidades de éxito.

En la actualidad este tipo de marketing nos ha brindado un apoyo para seguir surgiendo en este mundo tan cambiante, ya que permite promocionar los productos o servicios de los anunciantes en línea de manera estratégica y coherente con la estrategia general de marketing de la empresa a través de plataformas y herramientas.

La estrategia de marketing según los autores (Perdigón et al. 2018) es un “sistema total de actividades de negocios proyectado para planear, asignar precios, promover y distribuir productos satisfactorios de necesidades a mercado meta con el fin de lograr los objetivos de la organización”.

El marketing estratégico es una metodología de análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma óptima y eficiente, que el resto de los competidores. (Chica et al. 2019). Siendo este uno de los más usados, ya que no es otro más que permite diseñar estrategias para la competitividad de nuestro negocio ayudando a alcanzar nuestros objetivos y metas propuestas.

Determinar funciones empresariales, estructura de procesos, y responsabilidades tanto en el marketing estratégico como el marketing digital así lo menciona (Arellano et al. 2018), sin embargo (Münch, 2017) indica que “es la forma debida de comenzar una empresa donde se identifica los diferentes niveles jerárquicos y las relaciones departamentales existentes entre ellas”.

Autores como (Acevedo Gutiérrez, Alcántara Muñoz, & Huerta Albarrán, 2018.) (Rivas & Londono Correa, 2017) asemeja a las estrategias como distintos niveles organizacionales entre ellas como por Estrategias Corporativas, Estrategia de Unidad de Negocio y Estrategias Operativas.

El turismo es un fenómeno complejo como consecuencia del carácter multiforme y de la extraordinaria heterogeneidad de sus contenidos. Hay que considerar que la cuestión turística puede ser interpretada desde disciplinas tan diversas como: la economía, la sociología, la geografía, la historia y muchas otras que pueden manifestar interés por este fenómeno de carácter transversal.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento como lo especifica (Chica et al. 2019) acerca de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas-residentes o no residentes) el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

El Modelo de distribución B2C Business to Consumer es el modelo de comercio electrónico más extendido en el sector turístico hasta el momento (Bricio Samaniego, Calle Mejía, & Zambrano Paladines, 2018). La venta de servicios y productos turísticos de empresas a consumidores es la vía más común para la distribución online. Aunque el horizonte de su evolución en relación con las

TIC e internet apunta hacia un creciente protagonismo del P2P en el contexto de la económica colaborativa.

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas y culturales más importantes para los países y regiones, especialmente aquellos en proceso de desarrollo, y constituye uno de los sectores más dinámicos, que ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. (Gonzalez-Argote & Garcia-Rivero, 2016) menciona que una de las empresas que más utilizan los códigos QR es el área de la salud. A continuación, se describen algunas razones por las cuales es importante este sector:

- Instrumento para el desarrollo social y económico.
- Fuente de riqueza intergeneracional para el país.
- Eje dinamizador de la riqueza en territorio.
- instrumento que promueve el ingreso de divisas al país.
- Promotor de la atracción de inversiones.
- Generador de identidad nacional.

MÉTODOS.

La investigación se realizó en el cantón Quevedo aplicando la modalidad cualitativa-cuantitativa, obteniendo información necesaria por medio de las encuestas a los emprendedores de la ruta del río permitiendo estudiar, conocer sus propósitos con la implementación de códigos QR en sus negocios.

Permitió determinar la población con información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, indicando que hay 275.375 habitantes, enfocando la encuesta en obtener valor relevante y si los residentes tienen un dispositivo móvil inteligente y con cámara. Se aplicó la muestra a la población económicamente activa donde se encuestó a 381 personas y así conocer el grado de satisfacción.

Tabla 1. Segmento de mercado

1) ¿Cuenta usted con un teléfono inteligente con cámara y conexión a internet?



Figura 2. Diagnóstico.

Con el desarrollo de la pregunta se comprueba que existe el mercado potencial para la implementación de los códigos QR, la cual la mayoría cuentan con la tecnología necesaria para la disponibilidad y su aplicación.

2). ¿Qué uso cree que le dan los códigos QR a un negocio?

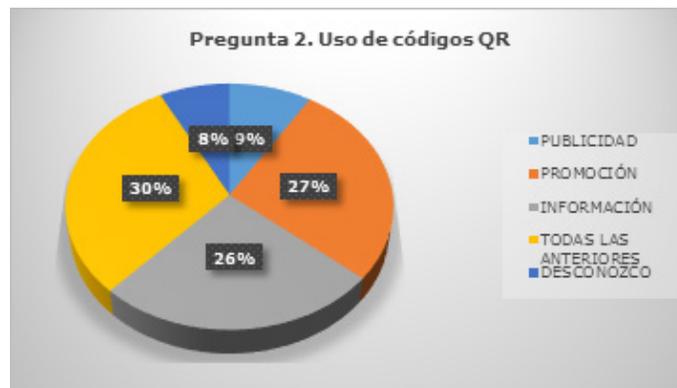


Figura 3. Usos de los códigos QR.

Con un alto porcentaje de 92 % los encuestados conocen el uso y la popularidad que da los códigos QR, y en su mayoría lo relacionan con sus promociones debido a que las empresas ecuatorianas ya lo usan. Y un bajo porcentaje del 8 % todavía no conocen la usabilidad de esta tecnología, como es el código QR

3). ¿Qué le motiva realizar el escaneo del código QR?

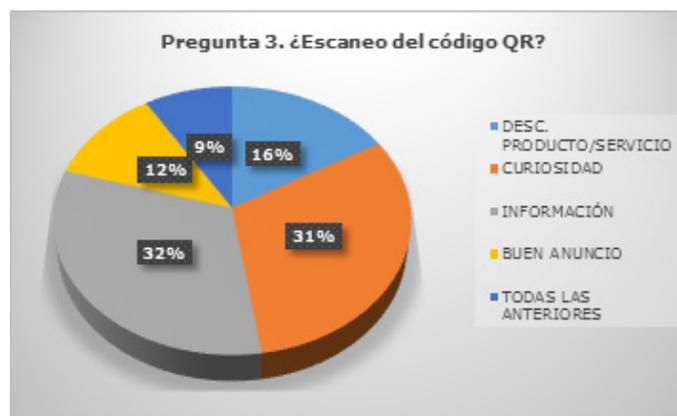


Figura 4. Escaneos Códigos QR.

Los resultados de esta pregunta, nos llevó a que los encuestados les motiva el escaneo para obtener información y el simplemente de enterarse un poco más del producto/servicio que se ofrece, esta razón genera expectativas en los encuestados.

4). ¿Dónde le gustaría ver con frecuencia estos códigos QR?

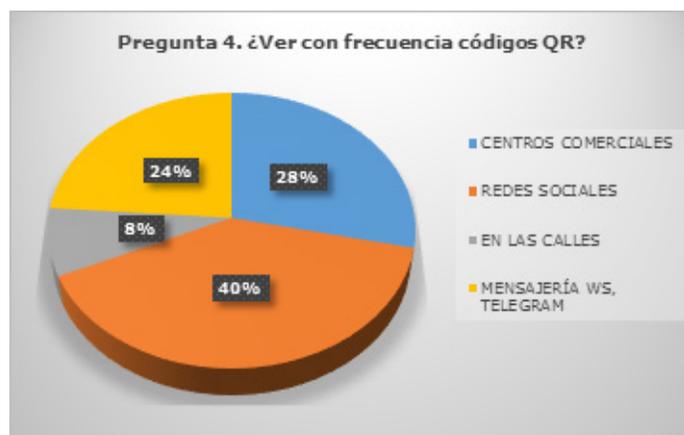


Figura 5. Posicionamiento de mercado.

La mayoría desea ver estos códigos QR en sus redes sociales, seguido de los centros comerciales, para conocer información del producto/servicio.

5). ¿Qué le gustaría que le brinden como consumidor?



Figura 6. Consumidor.

Se muestra una mínima diferencia en cuanto de gustos que se le podría ofrecer cuando desean que su producto o servicio cuenta con este tipo de tecnología, ya sea para ver promociones, descuentos, información o enterarse más del mismo.

RESULTADOS

La investigación pretende resolver el problema de la poca difusión digital turística en el cantón Quevedo. El turismo en nuestro país ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años, llegando a constituirse en uno de los pilares más importantes dentro de nuestra economía, sin embargo y a pesar de la aparición de nuevas tecnologías como los teléfonos smartphone y tables, aún no se cuenta

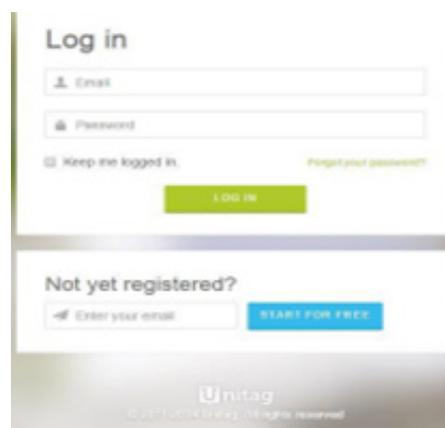
con herramientas interactivas que faciliten la información a los visitantes de los sitios turísticos más representativos de nuestra ciudad, provocando que la búsqueda de información acerca de los mismos no sea de fácil acceso. Con el objetivo de impulsar el turismo en la ciudad de Quevedo, se desarrolla esta propuesta de la creación de los códigos "QR" en la información turística interactiva, utilizando los siguientes elementos: códigos "QR", de esta manera permite a los turistas interactuar de forma rápida, fácil y accesible, a través de sus dispositivos móviles.

Lo primero que hay que realizar en cualquier negocio, emprendimiento o empresa:

- **Isotipo:** Es la imagen que representa a la empresa o negocio
- **Logotipo:** es la combinación entre el diseño gráfico y la tipografía esta última incluye tipos tamaño de letras y dibujos.
- **Isologo:** es un conjunto entre el logotipo y el isotipo, conocido también como isologotipo.

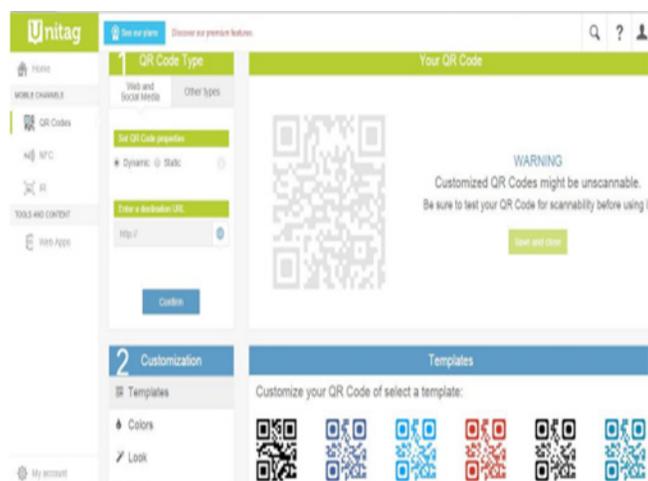
Para la Implementación de los códigos "QR" se utilizó el generador llamado Unitang, esta es una plataforma gratuita por lo tanto también es básica, lo cual permite que el desarrollo del código sea más simple y rápido.

Paso 1. Ingresar a la página <https://www.unitag.io/login>.



Aquí se crea una cuenta con clave de acceso siguiendo los pasos que indican para registrarte como usuario, como se observa en el gráfico.

Paso 2. Elección del tipo de código "QR".



Una vez registrado, se escoge el tipo de código “QR” que se desea utilizar, su tamaño, color, diseño especial y sobre todo el cómo llegaría la información al usuario, esto puede ser mediante mensaje, por página web, una red social, etc.

Se debe introducir toda la información que pide la página, y una vez terminado, pulsar “Generate”. En caso de que aparezca un mensaje puede que se haya introducido mal alguno de los datos, por ejemplo, no añadir http:// antes de la dirección.

Una vez creado el código “QR” de las rutas turísticas, la imagen que se verá a continuación se descarga automáticamente en el computador, el mismo que podrá ser imprimido, guardado o pegado en algún archivo como imagen para darle su respectiva utilización en la información turística de la ciudad.



Funciones de los Códigos QR

Ofrecer ofertas, descuentos, información ampliada sobre los productos y servicios, agregar contactos, enviar email, formulario, ampliar campaña física con acciones digitales (videos, audios, etc.)

Lo más habitual es que el código QR contenga un enlace web que sirve para enriquecer la información del texto o publicidad en el que está incrustado.

El código se redirige a un archivo listo para ser descargado como un pdf o un vídeo.

Recursos necesarios para la implementación de los códigos “QR”

Durante estos tiempos de distanciamiento social, empresas como restaurantes y minoristas utilizan códigos QR para brindar a los clientes acceso sin contacto a información importante como menús, opciones de servicio, información sobre productos, acceso a ofertas especiales o pago electrónico.

Aplicar una tecnología de escaneo QR bastante simple con dispositivos portátiles industriales y muy necesarios en la actualidad, como una medida de bioseguridad, por lo que el cliente tendrá solo que usar su dispositivo móvil y escanear un código para saber el menú, precios, productos o brindar servicio y así tener menos contacto que en esta época es de vital importancia debido a la pandemia que atraviesa todo el mundo.

Tecnología necesaria para la implementación de códigos “QR”

Los QRcodes son tolerantes a fallos, es decir, aunque la imagen esté distorsionada o parcialmente borrada sería posible recuperar la mayor parte de información que contiene. Como su propio nombre lo indica: QR (Quick Response) la lectura de los códigos es muy rápida. La capacidad de almacenamiento es muy superior al que brindan otros elementos de codificación.

La información es un recurso protegido y bien suministrado, garantizando la continuidad de los sistemas de información, minimizando los riesgos de daño y contribuyendo a una mejor gestión perseverando las siguientes características: Confidencialidad, Integridad, Disponibilidad, Autenticidad, Auditabilidad, Protección a la duplicación, No repudio, Legalidad, Confiabilidad de la Información.

DISCUSIÓN

Se identificó que las condiciones actuales de los negocios dependen mucho del turismo en el mercado el uso de dispositivos móviles les permite la movilización a distintos lugares, productos o servicios que los turistas necesitan siendo los Códigos QR una herramienta muy fundamental ya que muestran diversas opciones siendo algunas de ellas favorables para este tipo información o servicio que desean y ya sin mayor requiriendo porque la aplicación muestra todo lo que tiene Quevedo.

Conceder la apertura y patrocinio de la promoción y la implementación de los códigos "QR", y así mejorar la difusión de los distintos sitios turísticos de la ruta del río del cantón Quevedo.

El implementar zonas Wifi en los atractivos emprendimientos que se encuentran en la Ruta del Río para el fácil y rápido acceso de la información que el visitante requiera conocer y medir los niveles de aceptación y satisfacción a visitantes, turistas y la ciudadanía en general; para el mejoramiento continuo de este canal de difusión.

CONCLUSIONES

Los trabajos teóricos fueron referentes muy importantes en la investigación siendo un aporte fundamental porque en la actualidad todas las empresas necesitan marketing porque es el timón de esta y las que no cuentan con uno de ellos están destinadas a derrapar y cerrar sus negocios. Desde una perspectiva empresarial, el marketing online es responsable de generar beneficios para la empresa., también de generar tiempos de compras positivos y recetas de productos, servicios, marcas o entre otros. Por esta razón, muchas han perdido la miopía del marketing, incluida la necesidad de vender ellos mismos productos o servicios.

Las operaciones metodológicas permitieron realizar el análisis del estado en el que se encuentran algunos negocios sobre como brindar información precisa a través de la tecnológica, teniendo un enfoque claro de las necesidades, deseos, demanda que tiene el usuario al que se desea brindar un excelente servicio empresarial.

El diseñar estrategias de marketing digital a través de los códigos "QR" permitió mejorar los procesos de la información turística a muchos establecimientos dar a conocer los elementos que faciliten el acceso a la información y la optimización de los recursos turísticos para los visitantes a la ciudad de Quevedo.

Los códigos QR son una nueva tendencia en el turismo y varias ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato ya están poniendo en práctica la utilización de estos códigos como un nuevo atractivo de promoción y difusión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acevedo Gutiérrez, M. Y., Alcántara Muñoz, C., & Huerta Albarrán, L. C. (2018.). Planeación y desarrollo de estrategias corporativas en la industria de sensores del simulador de negocios. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Aguilar Nery, J., Alcántara Santuario, A., Álvarez González, F., Amador Bautista, R., Barrón Tirado, M. C., Bravo Mercado, M. T., ... & Zabalgoitia Herrera, M. (2020). Educación y pandemia: una visión académica. *Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, Universidad Nacional Autónoma de México*.

Arellano, J. M. V., Rubio, S. A. R., & Lares, G. G. (2018). Marketing digital y las finanzas de las pymes. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 6(12), 100-106.

Bricio Samaniego, K., Calle Mejía, J., & Zambrano Paladines, M. (2018). El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso de los egresados de la Universidad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(4), 103-109.

Castro, M. I. R., Morán, G. L. F., Navarrete, D. S. V., Cruzatty, J. E. Á., Anzúles, G. R. P., Mero, C. J. Á., ... & Merino, M. A. C. (2018). *Introducción a la seguridad informática y el análisis de vulnerabilidades* (Vol. 46). 3Ciencias.

Chica, C. A. P., Álvarez, J. C. E., Zurita, I. N., & Clerque, S. E. M. (2019). El Marketing como estrategia de posicionamiento en empresas de servicios. *Dominio de las Ciencias*, 5(3), 784-802.

Fernández, M. (2015). Formación y desarrollo de profesionales de la educación. Un enfoque profundo. Blue Mounds, Wisconsin: Deep University Press. *Entramados: educación y sociedad*, (3), 161-162.

García, M. A. L., Suárez, A. N. R., & Acosta, J. M. Z. (2020). Estrategia para el desarrollo de la competitividad en las PYMES del sector gastronómico, Portoviejo-Ecuador. *Revista San Gregorio*, 1(40). 1-15

Gonzalez-Argote, J., & Garcia-Rivero, A. A. (2016). Códigos QR y sus aplicaciones en las ciencias de la salud. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 27(2), 239-248.

Graván, P. R., & Gutiérrez, Á. M. (2014). Las redes sociales como herramientas para la adquisición de competencias en la universidad: los códigos QR a través de Facebook. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 11(2), 27-42

Jaramillo, S. G., & García, M. O. (2011). Las competencias profesionales en la Educación Superior. *Revista Cubana de Educación Médica Superior*, 25(3), 334-343.

Münch, L. (2017). Planeación Estratégica: guía para elaborar planes estratégico planes de negocios exitosos. Trillas.

Organización Mundial de la Salud-OMS (2020). Gestión de la COVID-19 en hoteles y otras entidades del del alojamiento. Organización Mundial de la Salud: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/334128/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-spa.pdf>

Perdigón Llanes, R., Viltres Sala, H., & Madrigal Leiva, I. R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3), 192-208.

Ramos, J. P., Villacrés, A. E., Ocampo, W. L. & Pazmiño, D. A. (2018). Calidad: La consciencia de la mejora continua en la empresa. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores. 6(53), 1-15.

Rivas, L. M., & Londono-Correa, D. (2017). Revisión del tema de sinergias corporativas: origen, resultados y beneficiarios. *Estudios Gerenciales*, 33(143), 153-162.

Rosas, J. V. (2011). Los códigos QR aplicados a la educación. *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, (253), 27-29.

Tech Forum, M. (2018). Aprende cómo usar los códigos QR y aplicarlos en tu estrategia. MARTECH NEWS: <https://www.martechforum.com/articulo/codigos-qr/>

Ullauri, W. R. C., & Hallo, M. K. T. (2018). Aplicación de Social Media Marketing para la comercialización de artículos del bazar online de novedades en la ciudad de Cuenca. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (248), 1-22.