



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL APLICADA AL POSICIONAMIENTO DE DESTINOS

TURÍSTICOS MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL “CONOCE PANAMÁ

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE MAESTRÍA EN PUBLICIDAD Y MERCADEO CON ÉNFASIS EN MEDIOS DIGITALES EN
LA UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ.

INTEGRANTES:

RAQUEL DENNIS

3-736-1988

DELIA BRAVO ÁVILA

6-706-1743

PROFESOR(A) ASESOR:

INÉS DE LEÓN

PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ 2025

Dedicatoria

Este proyecto está dedicado a todos los viajeros y aventureros que buscan salir de su rutina y quieren descubrir las maravillas escondidas que ofrece Panamá. Para aquellos que, con su curiosidad, entusiasmo y su espíritu explorador, inspiran para la creación de herramientas que sean útiles y que puedan facilitar y enriquecer sus experiencias turísticas. También, a las comunidades locales que, con su hospitalidad, tradiciones y su cultura hacen de cada destino un lugar único y memorable. A nuestra familia y amigos, por su apoyo incondicional y por ser nuestra fuente constante de motivación e inspiración Y, por último, a todos los colaboradores y profesionales que han contribuido con su conocimiento y esfuerzo para hacer realidad este proyecto.

Agradecimiento

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos los viajeros y aventureros que, gracias a su curiosidad y su espíritu explorador, inspiran la creación de herramientas que faciliten y enriquezcan sus experiencias turísticas gracias a ustedes son que se piensa en evolucionar y llevar más allá el turismo de Panamá. Aquellas comunidades locales, cuya hospitalidad, cariño, cultura y tradiciones hacen de cada destino en Panamá un lugar único e inolvidable. Gracias a la familia por su aliento y comprensión ya que han sido fundamentales para la realización de este proyecto.

Raquel Dennis

Delia Bravo



UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **Raquel Dennis** con cédula de identidad personal No. 3-736-1988, estudiante de la carrera de Maestría de Marketing y Publicidad con Énfasis en Medios Digitales, declaro bajo la gravedad del juramento que el material que aparece en este trabajo de graduación, en la opción de proyecto final de grado, es mi producción intelectual, en razón de lo cual exoneró a la Universidad Latina de Panamá de cualquier responsabilidad relacionada con este aspecto.

Como constancia firmo la presente declaración el día 22 del mes de julio del año 2025.

Firma del estudiante: *Raquel Dennis*

Cédula: 3-736-1988



UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **Delia Bravo** con cédula de identidad personal No. 6-706-1743, estudiante de la carrera de Maestría de Marketing y Publicidad con Énfasis en Medios Digitales, declaro bajo la gravedad del juramento que el material que aparece en este trabajo de graduación, en la opción de proyecto final de grado, es mi producción intelectual, en razón de lo cual exoneró a la Universidad Latina de Panamá de cualquier responsabilidad relacionada con este aspecto.

Como constancia firmo la presente declaración el día 22 del mes de julio del año 2025.

Firma del estudiante:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Delia Bravo', is written over a horizontal line.

Cédula: 6-706-1743

Índice General

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Declaración Jurada (Raquel Dennis).....	IV
Declaración Jurada (Delia Bravo).....	V
Índice general	VI
Índice de tablas e ilustraciones	VIII
Índice de cuadros y gráficos.....	VIII
Introducción.....	1
Resumen ejecutivo.....	3
CAPÍTULO 1. FUNDAMENTACIÓN	4
1. Antecedentes y descripción del proyecto.....	4
2. Planteamiento del problema	5
3. Justificación de la investigación	6
1.3.1 Formulación del problema	6
4. Objetivos de la investigación.....	7
4.1. Objetivo general	7
4.2. Objetivos específicos.....	7
5. Alcance y delimitación de la investigación	7
6. Impacto o beneficios esperados	8
7. Línea de investigación	9
CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO	10
1. Bases teóricas	10
2. Variables	14
2.1. Definición conceptual	15
2.2. Definición operacional	16

CAPITULO 3: METODOLOGÍA	21
1. Tipo y diseño de la investigación	21
2. Técnicas de recolección de datos.....	22
3. Análisis de los resultados.....	23
CAPITULO 4. PROPUESTA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	33
3. Introducción de la propuesta.....	33
4. Justificación de la propuesta.....	34
5. Objetivos de la propuesta	35
6. Impacto, beneficios o aportes esperado	36
7. Cronograma de actividades	40
8. Presupuesto.....	43
9. Plan de acción	44
10.Recomendaciones de la propuesta.....	44
Conclusiones	58
Recomendaciones	59
Bibliografía	60
Anexos	61

Índice de Tablas

Tabla 1.....	41
Tabla 2.....	47
Tabla 3.....	48

Índice de Gráficos

Gráfico 1.....	24
Gráfico 2.....	25
Gráfico 3.....	25
Gráfico 4.....	25
Gráfico 5.....	27
Gráfico 6.....	28
Gráfico 7.....	29
Gráfico 8.....	30
Gráfico 9.....	31
Gráfico 10.....	32

Introducción

En una era cada vez más digitalizada, las herramientas tecnológicas representan una oportunidad estratégica para el posicionamiento de destinos y productos turísticos mediante el uso de estrategias de mercadeo digital. Panamá, a pesar de su enorme potencial turístico, carece de plataformas modernas que no solo informen, sino que también comuniquen y promocionen experiencias turísticas de manera eficiente y dirigida.

Este proyecto surge como una propuesta innovadora: el desarrollo de la aplicación móvil "Conoce Panamá" como parte de una estrategia de marketing digital para fomentar el turismo interno, apoyada en contenido segmentado, funcionalidades tecnológicas, y campañas en medios digitales. La propuesta se centra en crear una experiencia interactiva para el usuario y establecer una conexión emocional con los destinos nacionales mediante técnicas de marketing de contenidos, storytelling digital y uso de redes sociales.

En el Capítulo 1, se explica el punto de partida del proyecto: se cuenta qué motivó esta idea, qué problema se busca resolver y cuáles son los objetivos que guían todo el trabajo. También se aclara hasta dónde llega esta propuesta y qué se espera lograr con ella.

El Capítulo 2, da el respaldo teórico de diferentes autores y conceptos relevantes del proyecto, También se explican las variables que ayudarán a medir si la aplicación realmente cumple su propósito.

En el Capítulo 3, se detalla la metodología que se usó para investigar, incluyendo cómo se escogió a las personas encuestadas, qué preguntas se les hizo y qué instrumentos se utilizaron para recoger la información necesaria.

El Capítulo 4, presenta los resultados de esas encuestas, analizando qué piensan los panameños sobre el turismo interno, qué les impide viajar más dentro del país, qué lugares prefieren visitar y qué tipo de aplicación les gustaría usar.

Y finalmente, en el Capítulo 5 se expone la propuesta completa: cómo sería la aplicación “Conoce Panamá”, qué funciones tendría, cómo se desarrollaría, cuánto costaría implementarla y qué beneficios traería tanto para los usuarios como para las comunidades del país.

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo el desarrollo de una aplicación móvil denominada "Conoce Panamá", como una herramienta de marketing digital orientada a fomentar el turismo interno en el país. Esta iniciativa responde a la necesidad de consolidar la oferta turística nacional en una plataforma tecnológica accesible, atractiva e informativa, que permita a los usuarios descubrir, planificar y disfrutar experiencias turísticas de manera eficiente y personalizada

Se aplicó una metodología mixta, con enfoque descriptivo y exploratorio, recopilando datos a través de encuestas aplicadas a una muestra de turistas nacionales y operadores turísticos. Los resultados revelaron que el 96.7 % de los encuestados considera muy útil una aplicación móvil turística, mientras que el 71 % percibe una falta de información como una de las principales barreras para realizar turismo interno. La propuesta tecnológica incluye funcionalidades como mapas interactivos, segmentación por provincias, calendario de festividades, recomendaciones personalizadas y contenido multimedia. Se espera que la aplicación contribuya a descentralizar el turismo, fortalecer la identidad cultural panameña, generar empleo local y facilitar el acceso a experiencias turísticas variadas y sostenibles. Finalmente, se concluye que "Conoce Panamá" representa una oportunidad estratégica para impulsar el turismo nacional mediante el uso efectivo de herramientas digitales.

CAPÍTULO 1. FUNDAMENTACIÓN

1.1. Antecedentes y descripción del proyecto

Panamá es un país conocido internacionalmente por el Canal de Panamá y su posición geográfica estratégica. Sin embargo, más allá de su importancia económica, Panamá cuenta con una riqueza natural, cultural e histórica que lo convierte en un destino turístico único. A pesar de esto, el turismo interno no ha sido suficientemente desarrollado, lo que limita el conocimiento que tienen tanto nacionales como extranjeros sobre la diversidad de atractivos turísticos en las diferentes provincias del país. En la era digital, donde las aplicaciones móviles son herramientas clave para la planificación de viajes, existe una falta de plataformas que integren información completa y accesible sobre los lugares turísticos de Panamá, organizados de manera geográfica, como por ejemplo segmentados por provincias y con detalles prácticos como cómo llegar, tiempo estimado de traslado y recomendaciones e incluso que actualice en cuanto a las condiciones climáticas. Actualmente la alcaldía de Panamá y la autoridad de turismo realizan un esfuerzo enorme por hacer de Panamá un atractivo turístico para los extranjeros e incluso nacionales. Por otro lado, existen muchas páginas en redes sociales que buscan incentivar el turismo y mostrar la mejor versión del país hay una en particular llamada Descubre Panamá que muestra y explora lugares hermosos de Panamá, hacen anuncios de festividades relevantes de temporada, sin embargo, no muestra todo y no esta segmentado por provincias o por experiencias. Por otro lado, Existe una aplicación para descargar en móvil llamada Ciudad de Panamá sin embargo es una aplicación solo haciendo turismo de la ciudad capital mas no de las provincias centrales, ni playas ni montañas, dicha aplicación se

centra en hoteles, restaurantes y en lo relevante de la ciudad como el casco antiguo, Canal de Panamá, Panamá la vieja, ente otros. No existe como tal una guía turística digital más que en papel y estamos en una era digital, las recomendaciones para viajeros nacionales y extranjeros es utilizar aplicaciones como Google Maps y waze. Todo esto podría estar integrado en una sola aplicación para que sea funcional y atractiva para la persona que desee utilizarlo.

1.2. Planteamiento del problema

En los últimos años, Panamá ha experimentado un crecimiento sostenido en el acceso a la tecnología y el uso de medios digitales. Según la Autoridad Nacional para la Innovación Gubernamental (AIG, 2023), más del 75% de la población tiene acceso a internet, y el uso de dispositivos móviles continúa en aumento, especialmente entre jóvenes adultos. Sin embargo, a pesar de este panorama favorable para la implementación de estrategias digitales, el turismo interno en el país no ha sido aprovechado desde una perspectiva moderna de marketing digital. Muchos panameños aún desconocen la riqueza turística que ofrece su propio territorio, y aunque existen iniciativas gubernamentales y privadas para promover destinos locales, estas campañas suelen estar centradas en medios tradicionales o no logran conectar de forma emocional y directa con el público.

Esto se traduce en una baja participación del ciudadano común en la exploración de su propio país, así como en una falta de visibilidad para pequeños negocios y emprendimientos turísticos ubicados fuera del circuito más comercial.

El problema no se limita a la falta de información, sino a la ausencia de estrategias digitales efectivas que logren posicionar, cautivar y motivar a los panameños a explorar su país. En un mundo donde la experiencia del usuario y la personalización del contenido son claves, se vuelve evidente la necesidad de aplicar herramientas de marketing digital como una aplicación móvil que permita ofrecer una experiencia interactiva, educativa y atractiva sobre los destinos nacionales.

Así, surge la necesidad de desarrollar una estrategia de marketing digital que no solo informe, sino que también emocione y conecte, utilizando medios digitales como puente entre el público nacional y las joyas turísticas del país. Este enfoque no solo responde a una oportunidad de mercado, sino también a una responsabilidad como comunicadores y mercadólogos de promover un consumo cultural y turístico consciente, inclusivo y sostenible.

1.3. Justificación de la investigación

El presente proyecto se justifica por la carencia de una estrategia integral de comunicación y marketing digital orientada a promover el turismo interno. "Conoce Panamá" representa una oportunidad para integrar tecnología, contenido interactivo y medios digitales en una sola plataforma que sirva no solo como herramienta informativa, sino como canal de promoción y fidelización. Al usar estrategias digitales como el marketing de contenidos, el posicionamiento SEO/ASO y la segmentación de audiencias, se espera generar mayor interés y participación de los usuarios.

1.3.1 Formulación del problema

¿Cómo puede una estrategia de marketing digital, a través de una aplicación móvil, contribuir a promover el turismo interno y aumentar el conocimiento de los destinos turísticos nacionales entre los panameños?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Desarrollar una estrategia de marketing digital basada en una aplicación móvil denominada "Conoce Panamá", para promover el turismo interno mediante contenido segmentado, herramientas interactivas y campañas digitales orientadas al posicionamiento de destinos turísticos nacionales.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar los destinos turísticos más relevantes y con potencial para ser promocionados mediante medios digitales.
- Diseñar una aplicación móvil amigable y funcional, con segmentación por provincias y tipos de turismo.
- Realizar un plan de medios digitales que incluya redes sociales, marketing de contenidos y pauta digital.
- Medir la efectividad de la app como herramienta de marketing digital mediante analítica de uso y encuestas.

1.5. Alcance y delimitación de la investigación

El alcance del proyecto se centra en el diseño y desarrollo de una aplicación móvil que incluya información sobre los lugares turísticos de todas las provincias de Panamá. La aplicación estará dirigida tanto a nacionales como a extranjeros interesados en explorar el país. Inicialmente, la información incluirá descripciones detalladas, rutas y tiempos estimados de llegada, pero se buscará expandir las funcionalidades para incluir herramientas interactivas como guías virtuales y opciones de personalización de itinerarios. La delimitación radica en que el proyecto no incluirá actividades comerciales directas, como la venta de boletos o paquetes turísticos, ni abarcará zonas en conflicto o de acceso restringido.

1.6. Impacto o beneficios esperados

El desarrollo de la aplicación móvil “Conoce Panamá” surge como una propuesta innovadora con gran potencial para generar un impacto positivo en distintas áreas del país: desde lo social y cultural, hasta lo educativo y económico. Uno de sus aportes más importantes será el impulso al turismo interno, especialmente en aquellas regiones que hoy en día no reciben tanta atención. Al visibilizar destinos poco conocidos y descentralizar el enfoque turístico, se abrirán oportunidades reales para dinamizar las economías locales, beneficiando a pequeños negocios, emprendimientos comunitarios, guías turísticos y prestadores de servicios que forman parte fundamental del tejido social de estas zonas.

Además, esta aplicación busca fortalecer la identidad cultural panameña, ayudando a que más ciudadanos redescubran la riqueza de su país y se sientan orgullosos de su

historia, sus tradiciones y su diversidad natural. A través de un diseño pensado para el usuario, la app ofrecerá contenido educativo claro, atractivo y confiable, apoyado en recursos multimedia como videos, imágenes y relatos, que permitirán aprender y explorar de una forma diferente. También se proyecta como una fuente de empleo en áreas clave como el desarrollo de software, el marketing digital y los servicios turísticos.

Por otro lado, el proyecto contribuirá al fortalecimiento de la infraestructura digital del país, al promover el uso de nuevas tecnologías como una herramienta para el desarrollo cultural y turístico. Esto no solo beneficiará a los usuarios, sino que sentará las bases para que en el futuro se desarrollen otras iniciativas similares. En conjunto, “Conoce Panamá” representa mucho más que una aplicación: es una oportunidad para crecer como país, revalorizar lo nuestro y crear un puente entre la tecnología, la cultura y las comunidades panameñas.

1.7 Línea de investigación a la que pertenece el proyecto

Ciencia de la comunicación

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Bases Teóricas

El proyecto “Conoce Panamá” se fundamenta en principios clave del marketing digital y la comunicación interactiva, con el objetivo de promover experiencias turísticas apoyadas en herramientas tecnológicas. Según Kotler et al. (2017) y Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), el marketing digital ha evolucionado para permitir una comunicación más cercana, personalizada y medible, utilizando recursos como redes sociales, SEO, ASO y email marketing. Estas herramientas facilitan la segmentación de audiencias, la optimización de campañas y el análisis del comportamiento de los usuarios.

Además, se incorporan estrategias como el branded content, el storytelling y el inbound marketing, que permiten conectar emocionalmente con los usuarios a través de contenidos auténticos. La app también sigue el modelo del customer journey, guiando al usuario desde la exploración hasta la toma de decisiones, y se apoya en un diseño centrado en la experiencia del usuario (UX) y en una interfaz intuitiva (UI).

Finalmente, se destaca el uso del App Store Optimization (ASO) para posicionar mejor la aplicación en las tiendas móviles, aumentando su visibilidad. En conjunto, este marco teórico respalda una propuesta funcional y estratégica, orientada a posicionar los destinos turísticos panameños y fomentar el turismo interno.

2.1.1. Marketing digital: definición, evolución, herramientas y métricas

El marketing digital ha transformado la forma en que las marcas interactúan con sus audiencias. Según Kotler et al. (2017), este tipo de marketing utiliza canales digitales para promover productos y servicios mediante plataformas como redes sociales,

motores de búsqueda, correos electrónicos y sitios web. A diferencia del marketing tradicional, el marketing digital permite una comunicación más directa, medible y personalizada.

Chaffey y Ellis-Chadwick (2019) explican que la evolución del marketing digital se ha dado en tres etapas: primero, el uso de sitios web estáticos; luego, la incorporación de interactividad con redes sociales y contenido dinámico; y actualmente, una era centrada en el usuario y su experiencia omnicanal. En este contexto, las herramientas digitales —como Google Ads, Facebook Ads, email marketing, posicionamiento SEO/ASO, CRM y analítica web— permiten segmentar audiencias y medir resultados con precisión.

Ryan (2016) destaca que las métricas digitales como el tráfico web, tiempo de permanencia, tasa de rebote, CTR (click-through rate) y tasa de conversión permiten evaluar la efectividad de las campañas digitales. En el caso de una aplicación turística como “Conoce Panamá”, estas métricas son clave para entender cómo interactúan los usuarios y cómo ajustar las estrategias de promoción.

2.1.2. Estrategias de comunicación digital: branded content, storytelling e inbound marketing

Dentro del marketing digital, existen enfoques comunicativos que buscan conectar emocionalmente con el usuario. Una de estas estrategias es el branded content, que consiste en generar contenido atractivo vinculado a los valores de la marca, sin ser explícitamente publicitario. En el ámbito turístico, esto puede traducirse en reportajes,

videos o relatos que muestran experiencias auténticas en los destinos, reforzando la identidad cultural del país.

2.1.2.1. El storytelling

Digital es otra estrategia fundamental. Consiste en contar historias que involucren al usuario de forma emocional. Escobar (2020) señala que el turismo es especialmente apto para esta técnica, ya que cada destino ofrece una narrativa única. A través de historias reales, anécdotas o tradiciones locales, se logra una conexión más profunda con el público.

Por su parte, el inbound marketing se basa en atraer usuarios mediante contenido útil y relevante en lugar de interrumpirlos con publicidad directa. Esta técnica busca acompañar al usuario en su proceso de decisión, desde la primera búsqueda hasta la conversión. Aplicado al turismo, el inbound marketing puede manifestarse en blogs, videos y recomendaciones personalizadas que orientan al viajero a descubrir nuevas experiencias.

2.1.2.2. Customer journey y embudo de conversión en turismo

Este viaje está estrechamente relacionado con el embudo de conversión, que es un modelo visual del proceso de decisión del usuario. Según HubSpot (2021), las etapas típicas son: atracción, interacción, consideración, acción y fidelización. En una aplicación como “Conoce Panamá”, el contenido segmentado y las funciones interactivas deben estar alineadas con estas fases para guiar al usuario desde la curiosidad hasta la visita real al destino.

2.1.3. Experiencia de usuario (UX) y diseño de interfaz (UI) en apps

El éxito de una aplicación móvil depende en gran medida de la calidad de la experiencia del usuario (UX). Este concepto se refiere a cómo se siente una persona al interactuar con una app: si le resulta fácil de usar, si le agrada visualmente y si logra sus objetivos de forma intuitiva. Nielsen y Loranger (2006) destacan que una buena UX aumenta la satisfacción, el tiempo de uso y la probabilidad de recomendación.

Por otro lado, el diseño de interfaz (UI) se refiere a la parte visual y estructural de la app: botones, colores, íconos, tipografía, navegación. Ambos elementos —UX y UI— deben trabajar en conjunto para lograr una aplicación funcional, estética y amigable. En turismo, una interfaz clara con mapas interactivos, filtros por intereses y recomendaciones personalizadas puede marcar la diferencia en la experiencia digital del viajero.

App Store Optimization (ASO) y posicionamiento en tiendas de apps

Así como el SEO se encarga de mejorar la visibilidad de un sitio web en Google, el ASO (App Store Optimization) tiene como objetivo posicionar una aplicación en los primeros resultados dentro de las tiendas como Google Play o App Store. Según Chaffey (2019), este posicionamiento depende de factores como el título de la app, palabras clave, descripciones, capturas de pantalla, calificaciones y número de descargas.

Para una app como “Conoce Panamá”, aplicar estrategias ASO es fundamental para atraer a nuevos usuarios que buscan explorar el país. Una buena visibilidad puede

aumentar el número de descargas y, con ello, el alcance del proyecto a nivel nacional e internacional.

2.2. Variables de estudio

En el caso del proyecto "Conoce Panamá", las variables están orientadas a entender cómo una app móvil puede impactar en la promoción del turismo interno en Panamá. Según Arias (2020), "la variable es aquella frase o palabra que se encuentra en el título o el tema de investigación, también se encuentra en el objetivo general, problema general y la hipótesis general" (p. 33); para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), las variables deben ser medidas, observadas e inferidas de acuerdo con un análisis teórico; es decir, mediante las variables se obtienen datos de la realidad investigada; al respecto, Tamayo (2003) menciona que las variables son características observables de una realidad evaluada, la cual, desde el enfoque cuantitativo, asume valores o unidades de medida, ésta se realiza mediante la operacionalización o definición operacional de variables.

2.2.1. Definición conceptual

2.2.2. Variable independiente: Aplicación móvil "Conoce Panamá"

La variable independiente en este proyecto es la implementación de la app "**Conoce Panamá**", diseñada para proporcionar información centralizada y accesible sobre destinos turísticos internos en Panamá.

Indicadores:

- Disponibilidad de información turística (descripciones, servicios, historia, mapas).
- Funcionalidades tecnológicas de la app (mapas interactivos, reservas, promociones).
- Interacción y diseño de la app (navegación sencilla, atractivo visual, accesibilidad).
- Promoción y alcance de la app (campañas publicitarias y difusión).
- La app es el factor que influirá en las actitudes, percepciones y comportamientos de los usuarios con respecto al turismo interno.

2.2.3. Variable dependiente: Estrategia de marketing digital aplicada al posicionamiento de destinos turísticos

La variable dependiente es **el nivel de interés y participación en el turismo interno en Panamá**, a través de cambios en las actividades turísticas de los usuarios, la percepción de accesibilidad y el aumento en la interacción con destinos

Indicadores:

- Frecuencia de visitas a destinos turísticos internos.
- Preferencias de los usuarios hacia destinos específicos en Panamá.
- Niveles de satisfacción con la experiencia turística.
- Incremento en las reservas y servicios contratados a través de la app.
- Opiniones y calificaciones de los usuarios sobre la app.

2.2.4. Relación entre las variables

El objetivo del estudio es determinar cómo la implementación y el diseño de la app **"Conoce Panamá"** (variable independiente) influye en el nivel de interés, participación y satisfacción de los usuarios con respecto al turismo interno en Panamá (variable dependiente). Variables independientes: características de la aplicación (interfaz, contenido, funcionalidades).

2.2.2. Definición operacional de las variables

2.2.2.1. Variable independiente: Implementación de la app "Conoce Panamá"

La implementación de la app **"Conoce Panamá"** se operativiza mediante el desarrollo y lanzamiento de la plataforma móvil, así como la evaluación de sus funcionalidades, alcance y uso por parte de los usuarios.

Indicadores y cómo se medirán:

1. Información turística centralizada:

- **Indicador:** Cantidad de destinos turísticos nacionales registrados en la app.
- **Medición:** Conteo de la cantidad de destinos (en categorías: playas, montañas, sitios históricos, etc.) disponibles en la plataforma.

2. Funcionalidades tecnológicas:

- **Indicador 1:** Número de herramientas disponibles (mapas interactivos, sistema de reservas, promociones).
- **Medición:** Análisis funcional de la app para determinar la cantidad de herramientas activas.

- **Indicador 2:** Frecuencia de uso de cada herramienta por los usuarios.
- **Medición:** Análisis de registros y métricas internas de la app (como clics y tiempo promedio de uso).

3. Interacción y diseño de la app:

- **Indicador:** Nivel de satisfacción con la navegación y diseño.
- **Medición:** Encuestas de satisfacción a los usuarios con una escala de Likert

4. Promoción y alcance de la app:

- **Indicador 1:** Número de descargas de la app.
- **Medición:** Datos del sistema operativo (Google Play y App Store)
- **Indicador 2:** Cantidad de usuarios activos por mes.
- **Medición:** Registros internos de la app sobre usuarios únicos activos en un período de tiempo determinado.

2.2.3. Variable dependiente: Nivel de interés y participación en el turismo interno

El nivel de interés y participación en el turismo interno se medirá mediante la frecuencia de viajes realizados por los usuarios, el uso de servicios turísticos registrados en la app y la satisfacción general con los destinos y la experiencia turística.

Indicadores y cómo se medirán:

1. Frecuencia de viajes:

- **Indicador:** Número de viajes realizados por los usuarios hacia destinos registrados en la app.
- **Medición:** Encuestas realizadas a los usuarios para registrar la cantidad de

viajes realizados antes y después de la implementación de la app.

2. **Preferencias de los usuarios:**

- **Indicador:** Tipos de destinos turísticos más visitados.
- **Medición:** Análisis de los datos generados por los usuarios en la app (destinos buscados, rutas consultadas).

3. **Satisfacción de los usuarios:**

- **Indicador:** Nivel de satisfacción general con el turismo interno tras el uso de la app.
- **Medición:** Encuestas post-viaje con escalas de Likert y preguntas abiertas sobre la experiencia turística.

4. **Uso de servicios turísticos:**

- **Indicador:** Reservas realizadas a través de la app para transporte, hospedaje actividades.
- **Medición:** Análisis del historial de transacciones en la plataforma.

5. **Recomendación de la app:**

- **Indicador:** Porcentaje de usuarios que recomiendan la app a otros.
- **Medición:** Encuestas a usuarios con una pregunta directa: "¿Recomendaría la app a sus familiares o amigos?" con opciones de respuesta (Sí/No).
- **Tabla resumen de las definiciones operacionales**

2.2.2.2. Sistema de variables

Variable	Indicadores	Instrumentos de medición	Técnicas de análisis
Variable independiente: Implementación de la app "Conoce Panamá"			
Información turística	Cantidad de destinos registrados.	Conteo en la base de datos de la app.	Análisis descriptivo (frecuencias).
Funcionalidades tecnológicas	Uso de herramientas como mapas y reservas.	Métricas internas de la app.	Estadísticas de uso (frecuencia y promedios).
Interacción y diseño	Nivel de satisfacción con la interfaz.	Encuestas de satisfacción (escala Likert).	Análisis de frecuencias y medidas centrales.
Promoción y alcance	Descargas y usuarios activos.	Datos de Google Play/App Store y registros internos.	Análisis de tendencias.

Variable dependiente: Nivel de interés y participación en el turismo interno

- ✓ Frecuencia de viajes. Número de viajes realizados.
- ✓ Encuestas a usuarios. Análisis comparativo (antes/después).
- ✓ Preferencias. Destinos más visitados. Datos de búsqueda en la app. Análisis descriptivo.
- ✓ Satisfacción de usuarios. Opiniones sobre la experiencia turística.
- ✓ Encuestas post-viaje (escalas Likert). Análisis cualitativo y descriptivo.

- ✓ Uso de servicios turísticos. Reservas realizadas a través de la app. Historial de transacciones. Estadísticas descriptivas.
- ✓ Recomendación de la app Porcentaje de usuarios que recomiendan.
- ✓ Encuestas de opinión. Análisis de porcentaje.

CAPÍTULO 3: METODOLGÍA

3.1 Tipo y diseño de la Investigación

El presente estudio se enmarca en una investigación mixta, ya que combina tanto enfoques cuantitativos como cualitativos para obtener una visión integral sobre las necesidades, intereses y preferencias de los turistas y ciudadanos panameños. El diseño es descriptivo y exploratorio. El enfoque descriptivo permite identificar las características del turismo interno en Panamá, mientras que el exploratorio busca analizar las oportunidades y desafíos que enfrenta el sector, así como la viabilidad de la app "Conoce Panamá" como una herramienta para promoverlo.

3.2. Técnicas de recolección de datos

3.2.1 Encuestas

Para conocer de cerca las opiniones y hábitos de los usuarios sobre el turismo interno y el uso de la tecnología, se aplicó una encuesta como herramienta principal de recolección de datos. Se elaboró un cuestionario estructurado, compuesto por preguntas cerradas y otras con escala de Likert, que permitió explorar de manera clara y ordenada los intereses, obstáculos y preferencias de los participantes. Esta metodología fue seleccionada por su practicidad y efectividad, ya que permitió obtener información precisa en poco tiempo, directamente de quienes podrían ser los futuros usuarios de la aplicación. Los resultados obtenidos fueron esenciales para entender mejor al público objetivo y dar forma a una propuesta más ajustada a sus necesidades: la app "Conoce Panamá"

3.4 Procedimiento para la realización

El procedimiento de recolección de datos se llevó a cabo en varias etapas. En primer lugar, se diseñó un cuestionario con preguntas claras, puntuales y alineadas con los objetivos del estudio, enfocado en conocer las prácticas, barreras y expectativas de los usuarios en relación con el turismo interno y el uso de aplicaciones móviles. Posteriormente, se eligió una muestra de 30 personas para una primera aplicación piloto, distribuyendo el cuestionario de forma digital a través de la herramienta Google Forms, lo cual facilitó la recopilación eficiente de los datos.

Antes de aplicar la encuesta de forma definitiva, se brindaron instrucciones claras a los participantes sobre cómo responder y cuál era el propósito de la investigación, asegurando así una mejor comprensión y disposición para colaborar. La información obtenida fue almacenada automáticamente en la plataforma digital, lo que permitió su análisis posterior de manera organizada y segura. Este proceso garantizó la calidad de los datos y permitió detectar hallazgos clave que sustentan la propuesta de la aplicación “Conoce Panamá

3.2 Población y/o muestra

La investigación estuvo dirigida a dos grupos clave: por un lado, turistas internos — tanto panameños como extranjeros— que viajan dentro del país, y por otro, operadores turísticos y emprendedores locales que trabajan directamente en la promoción de destinos en Panamá. Para seleccionar a los participantes se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, eligiendo personas que estuvieran disponibles y con la disposición de colaborar en el estudio. La muestra final incluyó a 200 turistas, con

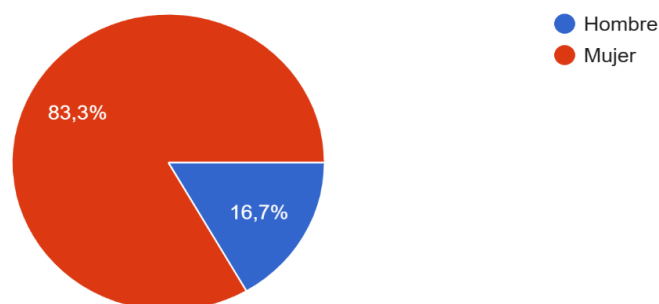
edades entre 18 y 65 años, y a 10 representantes de empresas turísticas locales. Esta combinación permitió obtener una visión amplia y valiosa sobre lo que buscan, necesitan y experimentan tanto los usuarios potenciales de la aplicación como quienes ofrecen servicios turísticos, aportando así insumos clave para el desarrollo de la propuesta “Conoce Panamá”

2.3. Análisis de los resultados

Se presentará y serán analizados los resultados obtenidos de la encuesta realizada para conocer los intereses, preferencias y hábitos relacionados con el turismo interno en Panamá, así como la utilización de la tecnología para planificar y disfrutar de las experiencias turísticas. La encuesta fue diseñada con el objetivo de recopilar información valiosa que permita impulsar el desarrollo del turismo local y mejorar las herramientas tecnológicas disponibles para los viajeros. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en cada una de las preguntas del sondeo, seguidos de un análisis que será de utilidad para la creación de la aplicación móvil enfocado en destinos turísticos en Panamá.

Gráfico 1.*Género de los participantes*

Género
30 respuestas

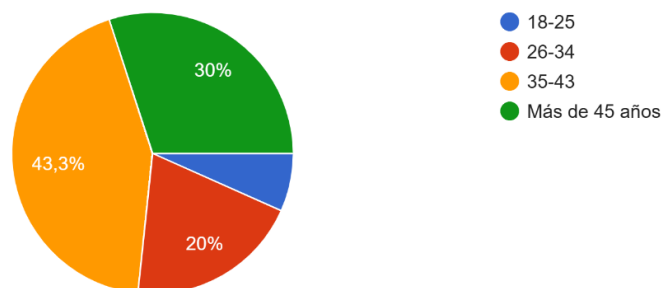


Fuente: elaboración propia

Con un resultado del 83.3% este resultado sugiere que las mujeres tienen un interés particular en el turismo de Panamá y en la creación de la aplicación móvil, esto puede indicar que las mujeres son un grupo demográfico clave para considerar en el desarrollo de la aplicación móvil.

Gráfico 2.*La segunda pregunta consistía en cuál era el rango de edad*

Rango de edad
30 respuestas

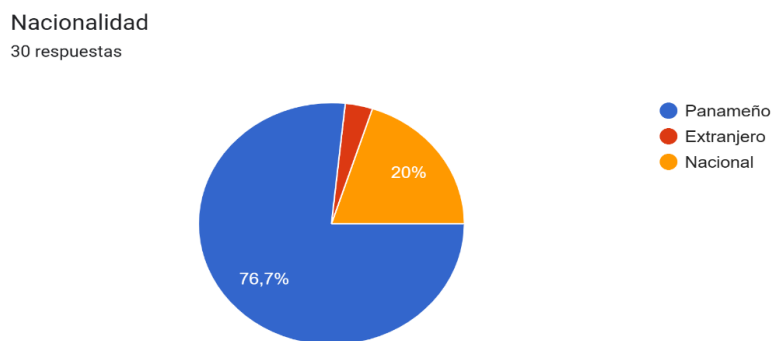


Fuente: elaboración propia

El resultado muestra que un 43.3% de los encuestados están en un rango de edad de un 35 a 43 años, este resultado importante para considerar en el desarrollo de la aplicación ya que podrían ser un factor determinante a la hora de utilizar la aplicación además de poder contar con un poder adquisitivo mayor ya pueden estar dispuestos a invertir en sus experiencias turísticas

Gráfico 3.

La nacionalidad de los participantes entre nuestras 30 muestras



Fuente: elaboración propia

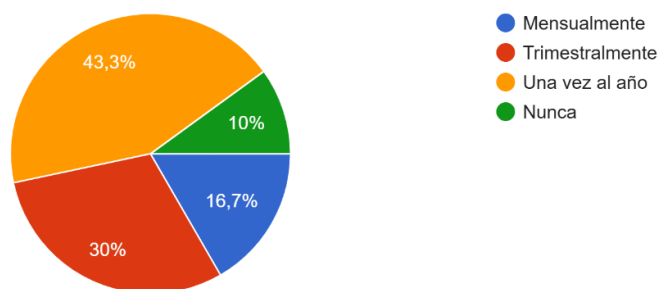
El 76.7% correspondió a panameños, este resultado sugiere que los mismos nacionales están interesados en buscar alternativas y novedades en cuanto al uso de herramienta tecnológicas para poder descubrir aquellos destinos turísticos en Panamá. En la actualidad es bien sabido que el mismo panameño no realiza este tipo de turismo muchas veces por desconocimiento y prefieren viajar fuera del país.

Gráfico 4.

La frecuencia en que realizan turismo interno en Panamá

¿Con qué frecuencia realizas turismo interno en Panamá?

30 respuestas



Fuente: elaboración propia

Arrojó un resultado del 43.3% en que realizan una vez al año turismo interno, Eso puede deberse a varios factores:

- Debido al alto costo que tienen muchos lugares turísticos en Panamá
- Desconocimiento de lugares y por ende solo visitan los mismos sitios como playas que son un punto importante en el país.
- También puede deberse a la falta de tiempo

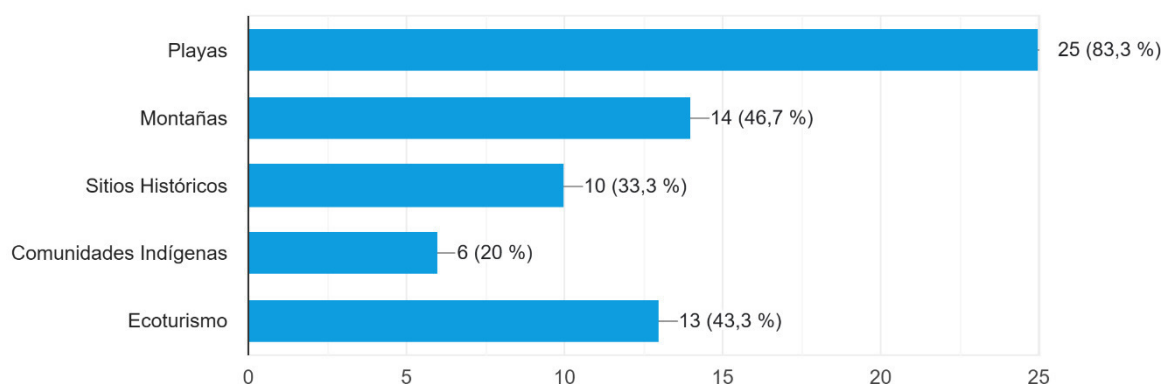
Esto indica que hay una oportunidad clave y significativa para promover el turismo y así elevar la frecuencia de los viajes turísticos del país

Gráfico 5.

¿Qué tipos de destinos turísticos prefiere visitar?

¿Qué tipos de destinos turísticos prefiere? (Puede elegir más de uno)

30 respuestas



Fuente: elaboración propia

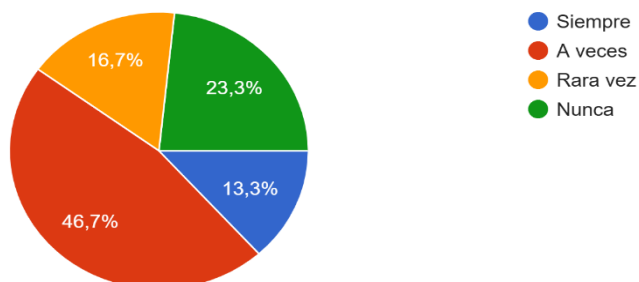
Un **83.3%** que sería 25 de los 30 encuestados prefieren las playas, como se mencionó en el resultado anterior, es más fácil para un nacional o extranjero visitar una playa ya que son accesibles a todo público, no son costosas y la mayoría se encuentran cerca de la ciudad, además por falta de tiempo se vuelven los puntos más visitados del país. Otro resultado valioso es ese 46.7% que prefiere visitar montañas, esto incluye el senderismo, paisajes y estar en contacto con la naturaleza, es un público que puede ser explotado ya que Panamá por su posición geográfica cuenta con espectaculares vistas de montañas, senderos y demás. Otro factor no menos importante es ese **43.3%** que prefieren el ecoturismo. Es un turismo que está en crecimiento y desarrollo, todo lo relacionado con la protección del medio ambiente, cuidar la biodiversidad y especies en peligro de extinción, además del cuidado de las playas es el auge de los últimos tiempos.

Gráfico 6.

¿Utilizan aplicaciones móviles para planificar sus viajes?

¿Utilizas aplicaciones móviles para planificar tus viajes?

30 respuestas



Fuente: elaboración propia

EL 46.7% indicó que a veces utiliza aplicación móvil para planificar sus viajes, esto sugiere que casi la mitad de los encuestados estarían dispuestos a utilizar herramientas tecnológicas para planificar sus viajes, aunque no lo hagan de manera recurrente, esto podría ser una oportunidad de crecimiento para la adopción de una aplicación móvil como su primer factor.

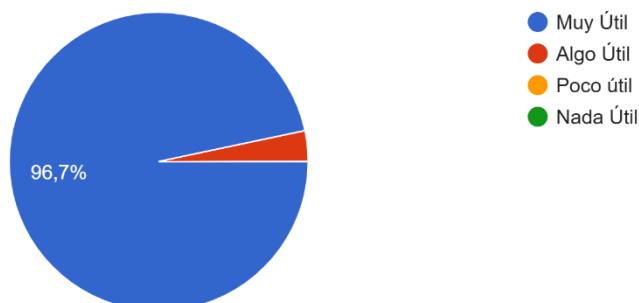
Este resultado puede deberse a varios factores como la falta de funciones fáciles y entendibles para el usuario y; preferencia y apego a los métodos tradicionales

Gráfico 7.

¿Qué tan útil considera una aplicación móvil enfocada en información sobre destinos turísticos en Panamá?

¿Qué tan útil considera una aplicación móvil enfocada en información sobre destinos turísticos en Panamá?

30 respuestas



Fuente: elaboración propia

Que el 96.7% de los encuestados considera que una aplicación móvil sobre destinos turísticos de Panamá creada es muy útil y es un indicador clave en la demanda para la creación de la herramienta. Hay una alta demanda en el mercado, además de que existe oportunidad de mercado y de crecimiento en el turismo.

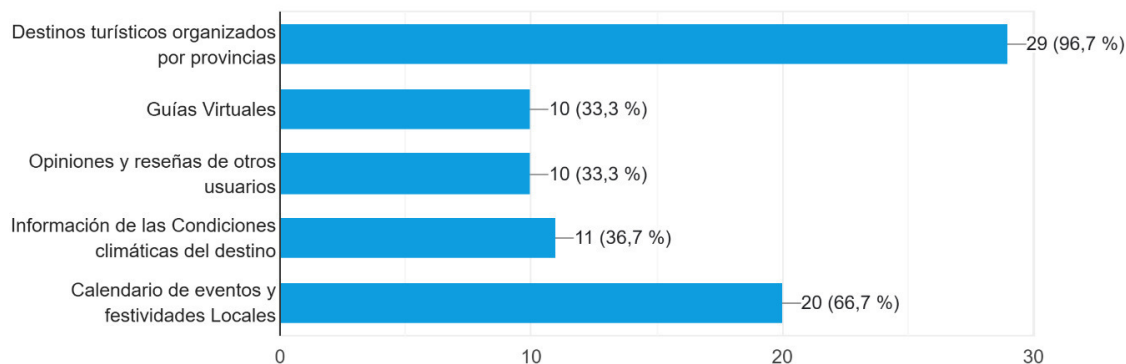
Al desarrollar esta aplicación con este resultado podría atraer a un gran número de usuarios interesados en explorar Panamá de manera más eficiente y organizada.

Gráfico 8.

¿Qué funcionalidades debería tener la aplicación para ser efectiva?

¿Qué funcionalidades debería tener la aplicación para ser efectiva? (Puede elegir más de uno)

30 respuestas



Fuente: elaboración propia

El 96.7% prefiere la aplicación segmentada por provincias, hay varios factores positivos al tomar en cuenta con este resultado:

- Se potenciaría el turismo en lugares remotos y desconocidos
- Cada provincia velaría por mostrar su mejor cara y de esta manera se pudiera trabajar con las comunidades por hacer de sus lugares un hábitat inolvidable
- Se fomentaría el desarrollo y la concientización en cuanto a los cuidados de la naturaleza
- fomentaría la promoción de emprendimientos culturales como la gastronomía, vestidos tradicionales y costumbres.

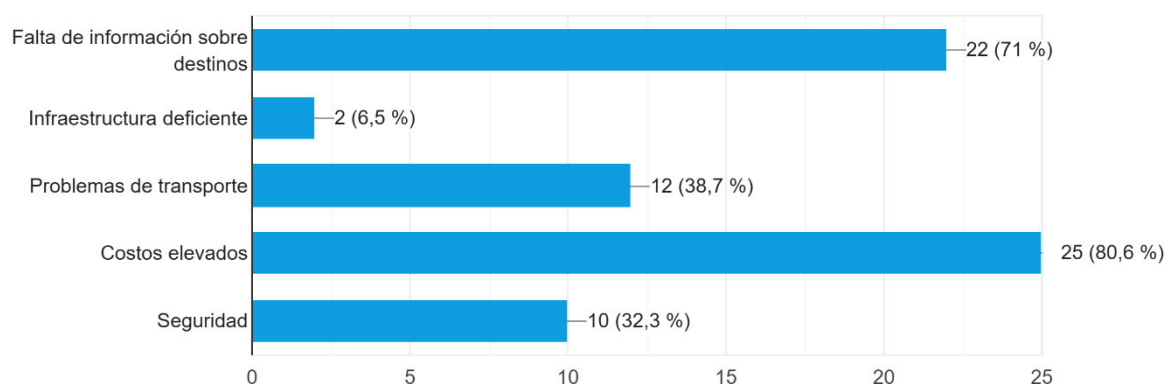
El 66.7% indicó que les gustaría ver en la aplicación móvil un calendario de festividades y eventos nacionales, esta opción potenciaría aún más la cultura, tradiciones nacionales ya que muchas veces hay eventos en pueblitos pintorescos del país y los panameños no se enteran, solo los residentes de las áreas aledañas a dichos lugares son los que fomentan el movimiento económico en dichas festividades. Al incluir un calendario los panameños tendrían acceso a conocer mucho más de todo que ocurre en Panamá en fechas puntuales.

Gráfico 9.

¿Qué dificultades encuentra al realizar turismo interno en Panamá?

¿Qué dificultades encuentra al realizar turismo interno en Panamá? (Puede elegir más de uno)

31 respuestas



Fuente: elaboración propia

El 71% de los encuestados indicó que una de las dificultades al realizar turismo interno en Panamá es por la falta de información, este resultado sugiere que los nacionales y turistas requieren de información precisa y actualizada para poder planificar sus viajes la creación de esta aplicación podría abordar esta necesidad y facilitar la exploración de los destinos turísticos. El 80.6% que fue la mayoría indicó que los costos elevados son una barrera para realizar turismo interno, muchos prefieren sitios como playas o parque ya que sus costos no son elevados, sin embargo, si es cierto que muchos destinos los costos se elevan por varios factores:

- Su ubicación: para llegar a un lugar remoto se requiere de transporte especial e incluso trasbordo esto hace elevar el costo.
- El hospedaje según el lugar, si es frente al mar en una zona montañas eleva el costo
- La temporada, si es verano los costos suele subir aún más debido a la alta demanda

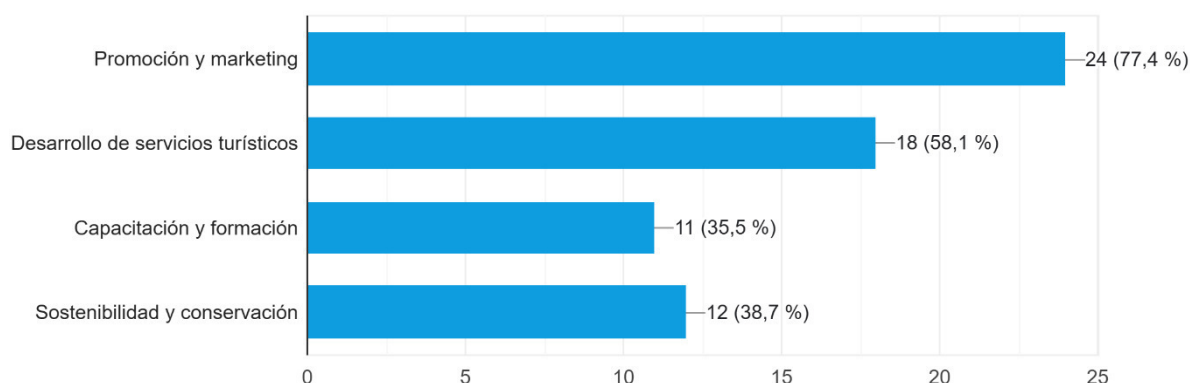
Falta de competencia: al no haber competidores hay especulación de precios y cada persona coloca el precio que mejor que parezca.

Gráfico 10.

¿Qué mejoras crees que se podrían hacer para fomentar el turismo interno en Panamá?

¿Qué mejoras crees que se podrían hacer para fomentar el turismo interno en Panamá? (Puede elegir más de una)

31 respuestas



Fuente: elaboración propia

Como resultado el 77.4% de la muestra indicó que se debe mejorar el tema de promoción y marketing. Hoy día en Panamá se realiza un esfuerzo por mejorar la imagen del país para los turistas y nacionales, se trata de promover los destinos, sin embargo, falta mucho más para lograr un mejor resultado. se deben diseñar campañas que destaque las bellezas y destinos turísticos, este resultado indica que, si hay un público con tecnología en la mano a la espera de encontrar una herramienta que supla su necesidad de diversión y de escape a la rutina, es un mercado en crecimiento y que debe ser tomado en cuenta.

CAPITULO 4. PROPUESTA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1. Introducción de la propuesta

Título del proyecto: Estrategia de marketing digital aplicada al posicionamiento de destinos turísticos mediante una aplicación móvil “Conoce Panamá”.

La presente propuesta tiene como eje central el diseño y desarrollo de una aplicación móvil denominada “Conoce Panamá”, concebida como una herramienta digital innovadora destinada a mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos dentro del territorio nacional. Esta estrategia responde a la necesidad de consolidar y difundir la oferta turística panameña mediante el aprovechamiento de recursos tecnológicos y de marketing digital.

“Conoce Panamá” tiene como propósito principal facilitar el acceso a información organizada, actualizada y confiable sobre los principales atractivos turísticos del país, dirigida especialmente a turistas nacionales. La aplicación reunirá de forma estructurada los sitios de interés de cada provincia, permitiendo al usuario explorar con facilidad una amplia gama de destinos clasificados en categorías como: naturaleza, cultura, historia, gastronomía y recreación.

A diferencia de otras fuentes de información dispersas o poco actualizadas, esta aplicación se distinguirá por su diseño intuitivo, accesibilidad y capacidad para ofrecer una experiencia de usuario eficiente. Entre sus funcionalidades se incluirán:

- Mapas interactivos georreferenciados por provincia.
- Recomendaciones personalizadas, basadas en los intereses y comportamientos del usuario.

- Contenido multimedia, incluyendo fotografías, videos y microhistorias locales que enriquezcan el conocimiento sobre los destinos.
- Listados de restaurantes, actividades culturales y lugares de interés, con valoraciones y comentarios de otros usuarios.
- Accesibilidad multiplataforma, con compatibilidad en los principales sistemas operativos móviles (iOS y Android).

Además de promover los destinos más conocidos, “Conoce Panamá” dará especial relevancia a aquellos lugares menos explorados o de bajo perfil turístico. Con ello, se busca descentralizar el turismo, generar nuevas oportunidades para las economías locales y contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural y geográfica del país. Esta estrategia también persigue incentivar el turismo interno, fomentando el sentido de pertenencia y orgullo nacional.

En resumen, la aplicación “Conoce Panamá” será una pieza clave dentro de una estrategia integral de marketing digital, cuyo objetivo es posicionar de manera más efectiva los destinos turísticos panameños, optimizar la experiencia del viajero y contribuir al desarrollo sostenible del sector turístico en Panamá.

4.2. Justificación de la propuesta

El proyecto "Conoce Panamá" responde a la creciente necesidad de promover el turismo interno dentro del país, un sector clave para el desarrollo económico y cultural de Panamá. Aunque Panamá es conocido por su rica historia, biodiversidad y su patrimonio cultural, gran parte de la población nacional desconoce la variedad de

destinos turísticos que ofrece el país más allá de las áreas más visitadas, como la Ciudad de Panamá y las playas más populares.

La aplicación "Conoce Panamá" nace como una herramienta accesible y práctica para acercar a los panameños a su propio patrimonio, incentivando el turismo dentro de las provincias menos exploradas. Al proporcionar información detallada y organizada sobre cada destino turístico, la aplicación permite a los usuarios descubrir tanto los puntos turísticos más conocidos como los más ocultos, brindando detalles sobre atracciones naturales, eventos culturales, gastronomía, y actividades locales.

Además, este proyecto tiene un impacto positivo en la economía local, al impulsar el turismo en diversas áreas del país, lo que fomenta el desarrollo económico de las comunidades mediante el fortalecimiento de pequeñas empresas, guías turísticos, hospedaje, y restauración. De esta manera, "Conoce Panamá" no solo promueve el descubrimiento de nuevas regiones, sino que también contribuye a la revalorización de la identidad cultural y el fortalecimiento del sentido de pertenencia entre los panameños.

4.3. Objetivo general de la propuesta

Diseñar e implementar una estrategia de marketing digital mediante el desarrollo de una aplicación móvil interactiva, denominada "*Conoce Panamá*", con el fin de mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos panameños, promoviendo su riqueza cultural, natural e histórica tanto a nivel nacional como internacional.

4.3.1. Objetivos específicos:

- Facilitar el acceso a información turística actualizada, organizada y segmentada por provincias mediante una aplicación móvil intuitiva.
- Promover el turismo interno y descentralizado, destacando destinos menos conocidos para diversificar la oferta turística del país.
- Mejorar la experiencia del usuario a través de tecnologías digitales accesibles, interactivas y personalizadas.
- Contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural panameña mediante la visibilización del patrimonio nacional en plataformas digitales.

4.4. Impacto, beneficios o aportes esperado

4.4.1. Beneficios Cualitativos del Proyecto

A pesar de los costos iniciales, la aplicación "**Conoce Panamá**" generará una serie de beneficios cualitativos tanto para los usuarios como para el país en general. Estos beneficios no son fáciles de medir en términos financieros, pero su impacto será profundo y duradero.

4.4.1.1. Impulso al Turismo Interno

- Beneficio: Promoción de los destinos turísticos menos conocidos en Panamá, lo que ayudará a descentralizar el turismo y a fomentar el crecimiento económico de las regiones más alejadas de la capital.
- Impacto: Contribuirá al crecimiento de pequeñas empresas locales, guías turísticos, hospedaje y restaurantes fuera de las zonas tradicionales.

4.4.1.2. Fomento de la Identidad Cultural

- Beneficio: Ayuda a que los panameños conozcan y aprecien su propio patrimonio cultural, histórico y natural, lo que fortalece el sentido de pertenencia y orgullo nacional.
- Impacto: Impulsa el aprecio por la diversidad del país, incentivando el turismo cultural y educacional, especialmente entre las nuevas generaciones.

4.4.1.3. Educación y Accesibilidad

- Beneficio: Facilita el acceso a la educación sobre Panamá mediante recursos interactivos, imágenes, videos y contenido educativo sobre los destinos turísticos.
- Impacto: Los usuarios tendrán acceso a información precisa y de calidad, lo que fomenta un aprendizaje más profundo sobre la geografía, cultura e historia del país.

4.4.1.4. Generación de Empleo Local

- Beneficio: El proyecto impulsará la creación de empleos para diseñadores, desarrolladores, especialistas en marketing, guías turísticos y otras áreas relacionadas.
- Impacto: La app generará nuevos puestos de trabajo en el sector tecnológico y turístico, ayudando a la economía nacional.

4.4.1.5. Mejora en la Infraestructura Digital

- Beneficio: El proyecto mejorará la infraestructura digital del país, contribuyendo al crecimiento del ecosistema tecnológico local.

- Impacto: Al implementar una plataforma digital innovadora, se fortalecerá el uso de la tecnología para otras iniciativas turísticas y educativas en Panamá.

4.4.2. Análisis de Costo-Beneficio Cualitativo

El análisis de costo-beneficio cualitativo se basa en la evaluación de los beneficios intangibles y sociales que el proyecto genera frente a la inversión inicial.

- Beneficios a largo plazo: El retorno sobre la inversión (ROI) no solo será económico, sino también social, educativo y cultural. A través del fomento del turismo interno, la creación de empleo, la mejora en la educación sobre la historia y cultura panameña, y el fortalecimiento de la identidad nacional, "Conoce Panamá" se convierte en una herramienta estratégica para el desarrollo del país.
- Impacto multiplicador: El turismo interno impulsado por la app tendrá un efecto multiplicador, beneficiando a otras áreas relacionadas con la industria turística y, en consecuencia, a la economía nacional.

Beneficios a largo plazo: El retorno sobre la inversión (ROI) no solo será económico, sino también social, educativo y cultural. A través del fomento del turismo interno, la creación de empleo, la mejora en la educación sobre la historia y cultura panameña, y el fortalecimiento de la identidad nacional, "**Conoce Panamá**" se convierte en una herramienta estratégica para el desarrollo del país.

Impacto multiplicador: El turismo interno impulsado por la app tendrá un efecto multiplicador, beneficiando a otras áreas relacionadas con la industria turística y, en consecuencia, a la economía nacional.

4.4.3. Análisis de los beneficios

4.3.1. Beneficios Cualitativos del Proyecto

4.3.1.1. Impulso al Turismo Interno

- ✓ **Beneficio:** Promoción de los destinos turísticos menos conocidos en Panamá, lo que ayudará a descentralizar el turismo y a fomentar el crecimiento económico de las regiones más alejadas de la capital.
- ✓ **Impacto:** Contribuirá al crecimiento de pequeñas empresas locales, guías turísticos, hospedaje y restaurantes fuera de las zonas tradicionales.

4.3.1.2. Fomento de la Identidad Cultural

- ✓ **Beneficio:** Ayuda a que los panameños conozcan y aprecien su propio patrimonio cultural, histórico y natural, lo que fortalece el sentido de pertenencia y orgullo nacional.
- ✓ **Impacto:** Impulsa el aprecio por la diversidad del país, incentivando el turismo cultural y educacional, especialmente entre las nuevas generaciones.

4.3.1.3. Educación y Accesibilidad

- ✓ **Beneficio:** Facilita el acceso a la educación sobre Panamá mediante recursos interactivos, imágenes, videos y contenido educativo sobre los destinos turísticos.
- ✓ **Impacto:** Los usuarios tendrán acceso a información precisa y de calidad, lo que fomenta un aprendizaje más profundo sobre la geografía, cultura e historia del país.

4.3.1.4. Generación de Empleo Local

- ✓ **Beneficio:** El proyecto impulsará la creación de empleos para diseñadores, desarrolladores, especialistas en marketing, guías turísticos y otras áreas relacionadas.
- ✓ **Impacto:** La app generará nuevos puestos de trabajo en el sector tecnológico y turístico, ayudando a la economía nacional.

4.3.1.5. Mejora en la Infraestructura Digital

- ✓ **Beneficio:** El proyecto mejorará la infraestructura digital del país, contribuyendo al crecimiento del ecosistema tecnológico local.
- ✓ **Impacto:** Al implementar una plataforma digital innovadora, se fortalecerá el uso de la tecnología para otras iniciativas turísticas y educativas en Panamá.

4.7. Cronograma de actividades

A continuación, se muestra como se implementará la plataforma tecnológica antes de lanzarla al público, según actividades propuestas

Tabla 1.

Cronograma de Actividades para la Implantación de "Conoce Panamá"

FASE	ACTIVIDAD	DURACIÓN ESTIMADA	RESPONSABLE
Fase 1: Planeación y Diseño	Definición de objetivos y alcance del proyecto	1 semana	Gerente de proyecto, equipo de planificación

	1.2 Investigación y recolección de contenido turístico	2 semanas	Equipo de investigación, expertos en turismo
	1.3 Diseño de (bocetos de la app)	2 semanas	Equipo de investigación, expertos en turismo
	1.4 Revisión del diseño y aprobación de prototipos iniciales	1 semana	Gerente de proyecto, diseñadores
Fase 2: Desarrollo Inicial	2.1 Desarrollo de la estructura básica de la app (front-end y back-end)	4 semanas	Desarrolladores
	2.2 Integración de funcionalidades principales (mapas, geolocalización, filtros de búsqueda)	4 semanas	Desarrolladores, equipo técnico
	2.3 Diseño de base de datos y almacenamiento de contenido	2 semanas	Desarrolladores de base de datos
	3.1 Pruebas internas de funcionalidad	2 semanas	Equipo de pruebas internas

Fase 3: Pruebas y Ajustes	3.2 Revisión de la interfaz de usuario (usabilidad)	1 semana	Diseñadores UX/UI, testers
	3.3 Pruebas de usabilidad con usuarios seleccionados (fase beta)	2 semanas	Equipo de pruebas, usuarios de prueba
	3.4 Análisis de retroalimentación y ajustes en la app	2 semanas	Desarrolladores, diseñadores
Fase 4: Marketing y Promoción	4.1 Desarrollo de materiales promocionales (videos, banners, anuncios)	3 semanas	Equipo de marketing, diseñadores
	4.2 Creación de campaña en redes sociales y estrategia de influencers	2 semanas	Equipo de marketing, influencers
	4.3 Prensa y alianzas con empresas turísticas locales	2 semanas	Equipo de marketing, relaciones públicas
Fase 5: Implementación y Lanzamiento	5.1 Despliegue final en tiendas de aplicaciones (App Store, Google Play)	1 semana	Desarrolladores, equipo técnico

	5.2 Monitoreo post-lanzamiento y ajustes iniciales	2 semanas	Equipo de soporte, desarrolladores
	5.3 Promoción en el día de lanzamiento (eventos, promociones)	1 semana	Equipo de marketing
Fase 6: Mantenimiento Continuo	6.1 Actualización periódica de contenido (nuevos destinos, eventos)	1 semana mensual	Equipo de contenido, desarrolladores
	6.2 Monitoreo de la experiencia de usuario (feedback y mejoras)	Continuo	Equipo de soporte, gerentes de producto
	6.3 Mantenimiento técnico y corrección de errores	Continuo	Equipo de desarrollo

4.8. Presupuesto

Análisis de los costos de implantación (costo beneficio cualitativo va a ser funcional)

1. Costos de Implantación

Los costos de la aplicación "Conoce Panamá" pueden dividirse en diferentes categorías, tanto de desarrollo como de operaciones.

1.1. Costos de Desarrollo

Diseño y prototipado de la aplicación:

- Costo estimado: \$5,000 - \$8,000
- Esto incluye la contratación de diseñadores gráficos y UX/UI (experiencia de usuario/interfaz de usuario) para desarrollar la estética y la usabilidad de la app.

Desarrollo de la aplicación (programación):

- Costo estimado: \$10,000 - \$20,000
- La contratación de un equipo de desarrolladores para crear la aplicación en plataformas como iOS y Android. Este costo también incluye la implementación de funcionalidades clave, como mapas interactivos, geolocalización, y bases de datos.

Pruebas y correcciones:

- Costo estimado: \$2,000 - \$4,000
- Pruebas internas y con usuarios reales para identificar errores, mejorar la usabilidad y asegurar la calidad del producto.

1.2. Costos Operativos

- Mantenimiento anual:
 - Costo estimado: \$2,000 - \$5,000

- Esto incluye actualizaciones periódicas, corrección de errores, incorporación de nuevos contenidos y la actualización de las bases de datos de destinos turísticos.
- Infraestructura (servidores y almacenamiento de datos):
 - Costo estimado: \$1,500 - \$3,000 anuales
 - Se necesitará un servicio de hosting y almacenamiento en la nube (como AWS o Google Cloud) para soportar la carga de usuarios y los datos interactivos, como imágenes, videos, mapas, etc.

1.3. Costos de Marketing y Promoción

- Campaña de lanzamiento y publicidad:
 - Costo estimado: \$5,000 - \$10,000
 - Esto incluirá publicidad en redes sociales, colaboraciones con influencers locales, campañas de promoción en medios digitales, y la creación de material promocional (videos, anuncios, etc.).
- Material promocional (folletos, merchandising, eventos):
 - Costo estimado: \$1,000 - \$2,000
 - Folletos, banners para eventos presenciales, y otros recursos para atraer la atención de los usuarios durante el lanzamiento.

2. Costos de Implementación Total Estimados

- Costo Total Estimado: \$25,000 - \$45,000

- Este es el costo total de implantación de la aplicación "Conoce Panamá", sumando el desarrollo, pruebas, promoción y mantenimiento anual.

Tabla 2.

Análisis de los Costos de Implantación con el enfoque Costo-Beneficio Cualitativo del proyecto "Conoce Panamá"

Categoría	Descripción	Costo Estimado
1. Costos de Desarrollo		
Diseño y prototipado de la app	Incluye la contratación de diseñadores gráficos y UX/UI.	\$5,000 - \$8,000
Desarrollo de la aplicación	Contratación de desarrolladores para plataformas iOS y Android.	\$10,000 - \$20,000
Pruebas y correcciones	Evaluación interna y con usuarios reales para asegurar calidad.	\$2,000 - \$4,000
2. Costos Operativos		
Mantenimiento anual	Actualizaciones, corrección de errores y mejoras continuas.	\$2,000 - \$5,000
Infraestructura (servidores)	Costos de hosting y almacenamiento en la nube.	\$1,500 - \$3,000 anuales
3. Costos de Marketing		
Campaña de lanzamiento y publicidad	Promoción en redes sociales y medios digitales	\$5,000 - \$10,000
Material promocional	Creación de folletos, banners, y recursos promocionales.	\$1,000 - \$2,000
Costo Total de estimado de Implantación, desarrollo, marketing y operaciones		\$26,500 - \$52,000

Tabla 3.*Beneficio Cualitativo*

Beneficio Cualitativo	Descripción del Impacto
Impulso al Turismo Interno	Promoción de destinos menos conocidos, impulsando el turismo en áreas menos visitadas y fomentando el crecimiento económico local.
Fomento de la Identidad Cultural	Fortalecimiento del sentido de pertenencia y orgullo nacional entre los panameños.
Educación y Accesibilidad	Acceso a recursos educativos interactivos sobre la geografía, historia y cultura de Panamá.
Generación de Empleo Local	Creación de nuevos puestos de trabajo en áreas como el desarrollo de tecnología, guías turísticos, marketing, etc.
Mejora en la Infraestructura Digital	Impulso del ecosistema tecnológico local, lo que fortalece el uso de la tecnología para otros proyectos turísticos y educativos.

4.9. Plan de acción

La implantación de la aplicación “*Conoce Panamá*” seguirá un proceso metodológico estructurado, orientado a garantizar su funcionalidad, accesibilidad y alcance. Este proceso se divide en seis fases clave:

1. Diseño de la Aplicación

a. Investigación y recopilación de información. Se realizará un levantamiento exhaustivo de información sobre los destinos turísticos de Panamá, especialmente aquellos menos promocionados. Este contenido se clasificará según ubicación, tipo de atractivo y características culturales.

b. Prototipado (wireframes y bocetos). Se desarrollarán bocetos preliminares de la interfaz para establecer la arquitectura visual y funcional de la aplicación, incluyendo menús, secciones principales (naturaleza, cultura, gastronomía, historia, etc.), íconos y sistema de navegación.

c. Diseño visual e identidad gráfica. La aplicación contará con una estética visual que refleje la diversidad cultural de Panamá, incorporando colores, símbolos y tipografías representativas del país. La interfaz será sencilla, limpia y adaptada a públicos diversos.

d. Funcionalidades clave. Mapas interactivos por provincia.

- Filtros inteligentes por tipo de destino (playas, áreas protegidas, sitios históricos, etc.).
- Recomendaciones personalizadas.
- Galerías multimedia (fotos, videos, microhistorias).
- Guías prácticas: transporte, hospedaje, restaurantes y actividades locales.

2. Desarrollo de la aplicación

a. Plataforma de desarrollo. Se empleará un framework multiplataforma (como React Native o Flutter) para garantizar compatibilidad con sistemas operativos iOS y Android.

b. Programación de funcionalidades. Los desarrolladores integrarán herramientas como geolocalización (Google Maps, Mapbox), bases de datos dinámicas, y sistemas de recomendaciones basadas en IA.

c. Gestión de contenido. Se implementará un panel de administración para permitir la actualización dinámica de contenido: nuevos destinos, eventos, fotografías y reseñas.

3. Pruebas de usuario

a. Pruebas internas. Se realizarán pruebas técnicas (testeo funcional) para identificar errores en mapas, navegación, carga de multimedia, etc.

b. Pruebas piloto con usuarios reales. Un grupo de prueba compuesto por residentes panameños y turistas locales evaluará la funcionalidad, usabilidad, contenido y diseño general de la aplicación.

4. Optimización y corrección

Basándose en los resultados de las pruebas piloto, se implementarán mejoras en aspectos como:

- Velocidad de carga y rendimiento en zonas con conexión limitada.
- Corrección de errores técnicos.
- Ajustes de accesibilidad (tamaño de botones, contraste, legibilidad de textos).
- Mejoras en la navegación y experiencia del usuario.

5. Estrategia de Marketing y Lanzamiento

a. Campaña digital de posicionamiento. Difusión a través de redes sociales, contenido audiovisual, y colaboración con creadores de contenido (influencers, bloggers de viajes, etc.).

b. Alianzas estratégicas. Se establecerán convenios con operadores turísticos, hoteles y restaurantes para ofrecer beneficios a usuarios registrados de la app.

c. Activaciones y eventos de lanzamiento. Presentaciones en universidades, ferias turísticas, centros culturales y comunidades locales, con demostraciones prácticas de la aplicación.

6. Seguimiento y actualización continua

a. Actualización de contenidos. Carga constante de nuevos destinos, eventos, rutas turísticas y actividades.

b. Retroalimentación de usuarios. Se habilitarán canales para recibir sugerencias, opiniones y reportes de errores.

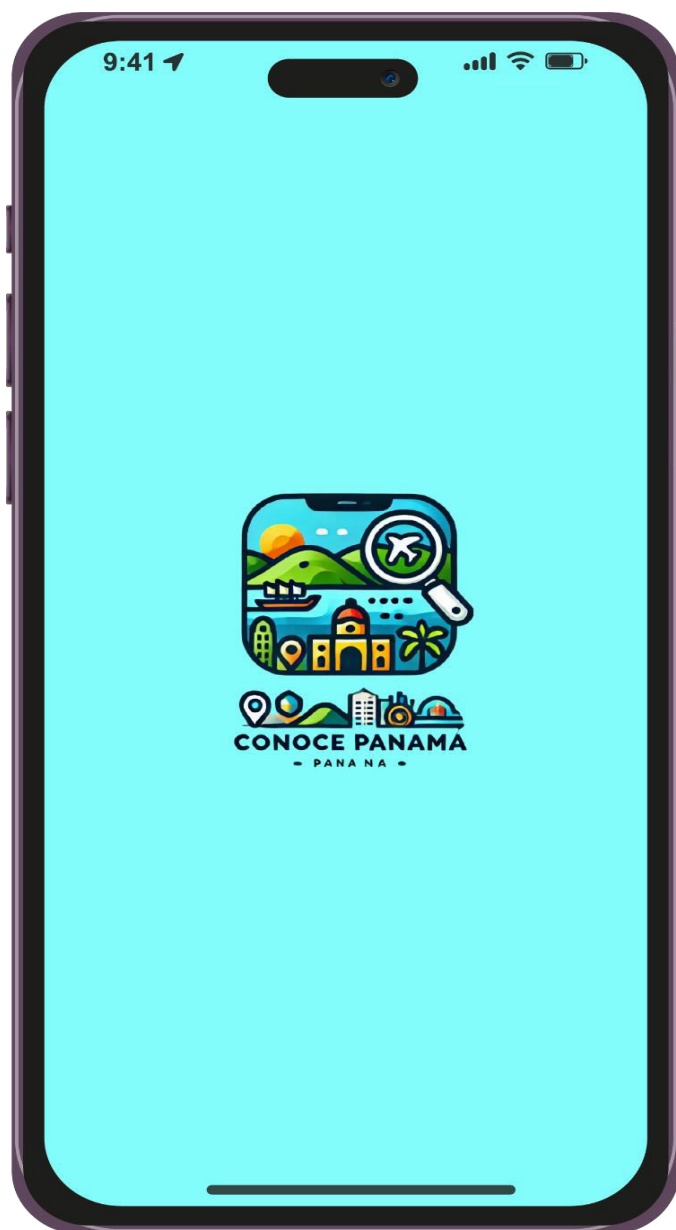
c. Análisis de datos. Implementación de herramientas analíticas (Google Analytics, Firebase) para monitorear el comportamiento del usuario, tasas de descarga, tiempo de uso, secciones más visitadas y patrones de navegación.

7. Estrategia de Marketing y Lanzamiento de la Aplicación “Conoce Panamá”

Acción	Objetivo	Herramientas/Medios	Resultados Esperados
Creación de identidad visual y branding	Posicionar visualmente la app con una imagen atractiva y representativa de Panamá.	Logo, paleta de colores, slogans, íconos, identidad gráfica.	Reconocimiento de marca y coherencia visual en todos los canales.
Campaña teaser (prelanzamiento)	Generar expectativa y curiosidad antes del lanzamiento.	Publicaciones en redes sociales, videos cortos, cuenta regresiva, anuncios gráficos.	Crear interés inicial y captar suscriptores anticipados.
Lanzamiento oficial	Dar a conocer la aplicación al público objetivo.	Evento de lanzamiento (presencial y/o virtual), medios de comunicación, prensa local, plataformas de streaming.	Alcance amplio y visibilidad nacional.
Campaña en redes sociales	Atraer usuarios y fomentar descargas de la app.	Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, reels, historias, hashtags.	Incremento en descargas, interacciones y compartidos.
Colaboración con influencers y blogueros de viajes	Ampliar el alcance del mensaje de forma auténtica.	Influencers locales y regionales, reseñas en blogs de viajes, videos de experiencia.	Mayor credibilidad y confianza entre los usuarios potenciales.

Promociones y alianzas estratégicas	Incentivar el uso de la app con beneficios atractivos.	Descuentos en restaurantes, hospedajes y tours para usuarios registrados.	Fidelización de usuarios y estímulo al turismo interno.
Activaciones en puntos turísticos y universidades	Promover la app en lugares clave con alta afluencia.	Stands informativos, demostraciones, QR para descarga inmediata.	Contacto directo con el público objetivo y aumento de descargas.
Publicidad pagada (ads digitales)	Aumentar la visibilidad de la app en segmentos específicos.	Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads con segmentación geográfica y demográfica.	Generar tráfico cualificado y conversiones (descargas).
Seguimiento post-lanzamiento y optimización	Evaluar el rendimiento de la estrategia y hacer ajustes.	Análisis con Google Analytics, encuestas a usuarios, App Store feedback.	Mejoras continuas y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

4.9.2. Diseño de la propuesta de la Aplicación Móvil



Pantalla de inicio

Se muestra Logo con diferentes elementos:

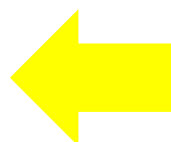
Lupa que significa que todo lo que busca lo encontrarás en la aplicación

Ya sea montañas, ríos, playas y más

Adicional muestra todo lo que tiene Panamá en un solo diseño.

Mezcla de colores cálidos y fríos que representa el clima del país según el lugar donde estés.

Menú Principal



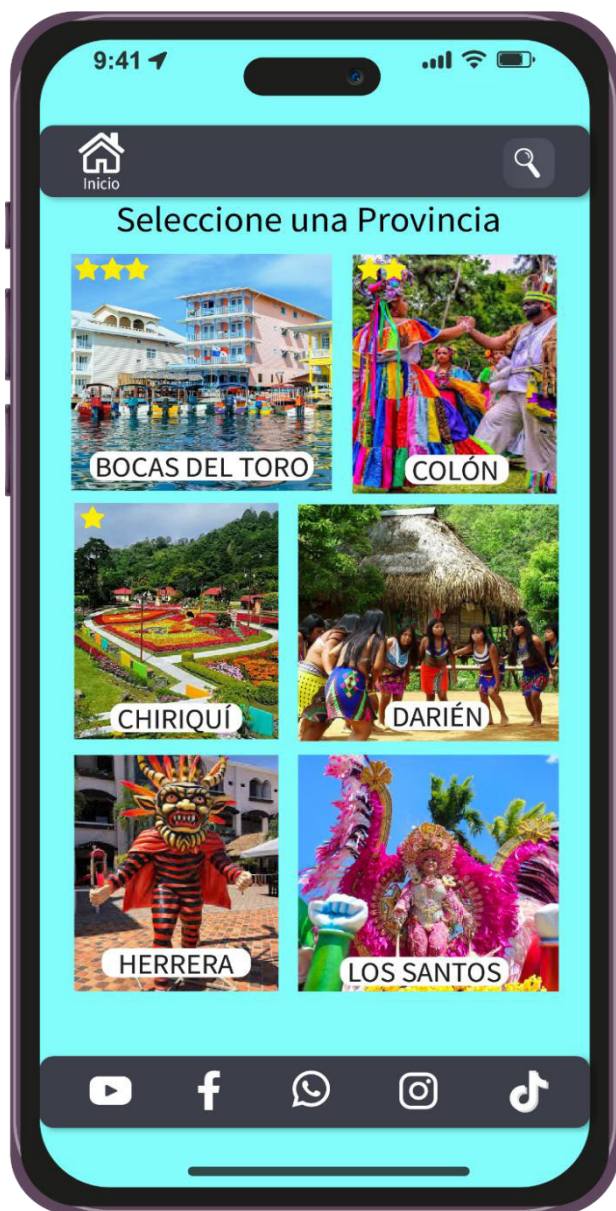
Menú Principal

En este menú de inicio habrá un mosaico que será actualizado conforme los usuarios vayan calificando.

Será un mosaico con los sitios más visitados durante la semana o durante el mes. Dará un pantallazo de cuáles son esos sitios populares y al presionar con un clic se desplegará información del lugar, cómo llegar y qué encontrar.

También contará una barra de menú con diferentes opciones donde podrá ver recomendaciones, crear un perfil, un botón de favoritos que sería lo que el usuario guardaría y preguntas frecuentes

Seleccione su provincia

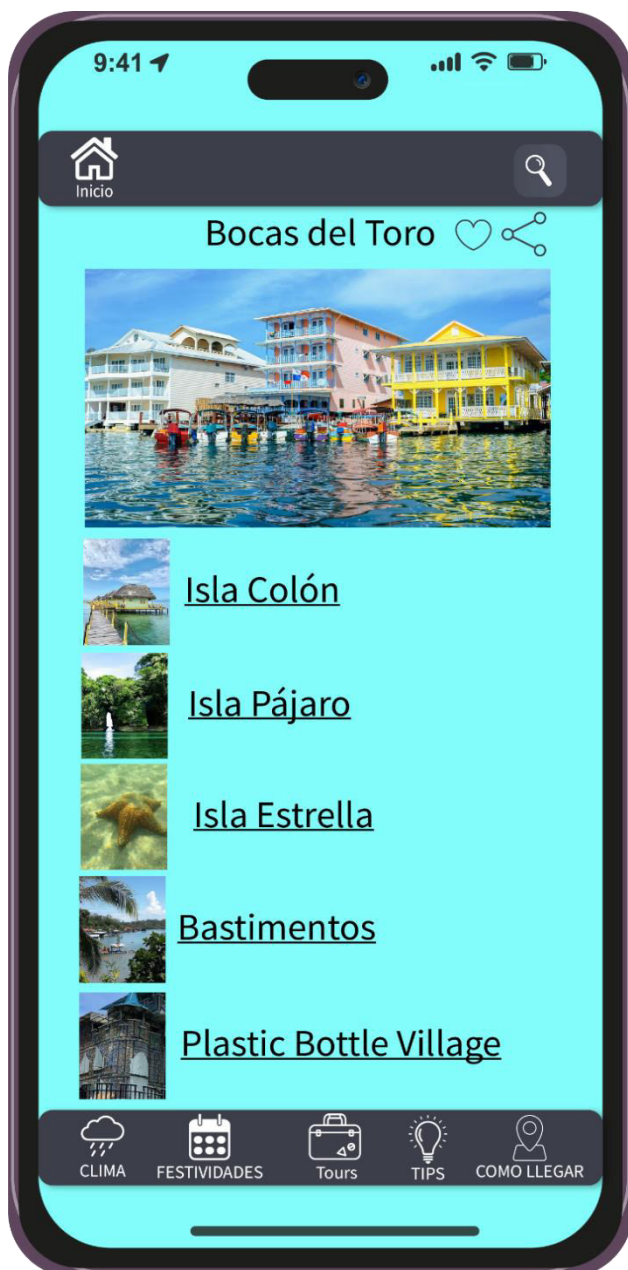


Menú secundario

Esta pantalla muestra un mosaico con diferentes fotos que representan cada provincia, esta es la razón de ser de la aplicación móvil. Esta segmentado por provincias el usuario podrá elegir y ver los sitios turísticos de cada provincia y adicional podrá calificar el lugar visitado.

Esta calificación se mostrará en forma de estrellas y 5 estrellas significaría la calificación máxima

Provincia seleccionada



**Menú
secundario**

El usuario al seleccionar su provincia, en este caso por ejemplo Bocas del Toro, se abrirá otra pantalla donde tendrá la fotografía de inicio que representa la provincia, acto seguido se desplegará una lista con los lugares turísticos de la provincia llámese islas, playas, montañas etc.

Sitio seleccionado



**Sitio
seleccionado**

En la pantalla anterior se mostró un listado con los sitios turísticos de la provincia, el usuario al seleccionar un en este caso Isla Estrellas, se abrirá una pantalla donde muestra fotografías del lugar, un mapa interactivo, dará un breve detalle de que encontrar allí, como llegar, tiempo estimado de llegada, trasbordos, lanchas, consejos y tips del lugar. Adicional habrá un botón donde se podrá ver el clima en tiempo real

Conclusión

El proyecto 'Conoce Panamá' representa una herramienta clave para potenciar el turismo interno en Panamá mediante estrategias de marketing digital. Más allá de su función informativa, la aplicación se convierte en un canal para implementar campañas digitales, contenido segmentado y herramientas de interacción con el usuario. La investigación demostró una necesidad clara de soluciones tecnológicas que respondan a la falta de información turística organizada, y el marketing digital ofrece las herramientas necesarias para conectar con audiencias interesadas a través de dispositivos móviles y medios digitales.

El enfoque del proyecto permite posicionar experiencias turísticas mediante técnicas de SEO, contenido relevante, campañas de redes sociales y una interfaz centrada en la experiencia del usuario. El impacto esperado no solo se traduce en el aumento del turismo local, sino en una mayor valoración del patrimonio nacional, visibilidad de emprendimientos regionales y generación de datos útiles para futuras estrategias comerciales.

Recomendaciones

Continuar ampliando la estrategia digital con campañas en redes sociales, Google Ads y marketing de influencers que resalten los beneficios y funcionalidades de la app.

- Implementar técnicas de posicionamiento SEO para que el contenido turístico de cada provincia tenga visibilidad en motores de búsqueda y llegue al público nacional de forma orgánica.
- Diseñar embudos de conversión dentro de la aplicación para guiar al usuario desde la exploración inicial hasta la acción (recomendaciones, visitas físicas).
- Realizar analítica continua sobre el comportamiento de los usuarios dentro de la aplicación para mejorar el contenido, las funciones y la estrategia de comunicación.
- Fomentar alianzas con entidades públicas y privadas que permitan campañas conjuntas de promoción turística a través de medios digitales y tradicionales.

Referencias

Autoridad de Turismo de Panamá (ATP). (2022). *Plan maestro de turismo sostenible de Panamá 2020–2025*. <https://www.atp.gob.pa>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.

Escobar, A. (2020). *Storytelling digital: La narrativa en la era de la experiencia*. Editorial UOC.

HubSpot. (2021). *Inbound marketing methodology*.

<https://www.hubspot.com/inbound-marketing>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principios de marketing* (16.ª ed.). Pearson Educación.

Nielsen, J., & Loranger, H. (2006). *Prioritizing web usability*. New Riders.

Anexos



UNIVERSIDAD
LATINA de Panamá
SUMMUM DESIDERIUM SAPIENTIA

SEDE CENTRAL

FORMULARIO DE ENTREGA DE PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN

Nota: Llenar este formulario a máquina de escribir. Entregar este formulario junto con el Proyecto Final de Graduación y los Paz y Salvo.

Por este medio, notifico que el Proyecto
titulado

Estrategia de marketing digital aplicada al posicionamiento de destinos
turísticos mediante una aplicación móvil "Conoce Panamá"

correspondiente al estudiante Raquel Alicia Dennis

De la carrera Maestría de Mercadeo y Publicidad con énfasis en Medios Digitales

Doy fe que he revisado y autorizado la entrega del Proyecto Final de Graduación (Documento Final), a Secretaría Académica, por reunir los requisitos y acatamientos exigidos por la Universidad Latina de Panamá y sugiere se le asigne la fecha para su defensa oral (sustentación).

Autorización del Director del Proyecto Final de Graduación:

Nombre del Profesor Director Kristian Gabriel Alvelo Zapata

Firma de Autorización

Teléfono 6179-2850

Autorización del Profesor responsable del Curso Proyecto Final de Graduación:

Nombre del Profesor Ines de Leon

Firma de Autorización

Teléfono 6677-2171

En caso de revisión de un Profesor de Español

Notifico que doy fe que el documento cumple satisfactoriamente con todos los requisitos formales de ortografía y de redacción exigidos por el idioma español.

Nombre del Profesor de Español

Autorización

Firma del Estudiante

Fecha de Entrega 18 DE JULIO DEL 2025

Recibido por

Fecha

24 DE JULIO DEL 2025



Yo, Raquel Alicia Dennis, con cédula de identidad
No. 3-736-1988, en éste cuatrimestre _____,
comparezco respetuosamente ante las autoridades académicas, para solicitar la aprobación
por parte de la Universidad del Tema de mi Trabajo de Graduación para optar por el título
de Maestría en Mercadeo y Publicidad con énfasis en Medios Digitales.

1. TEMA:

Estrategía de marketing digital aplicada al posicionamiento de destinos
turísticos mediante una aplicación móvil "Conoce Panamá"

1.1. Problemas a Investigar:

- Desconocimiento del turismo interno por parte de los panameños
- Falta de herramientas digitales integrales para promover el turismo local
- Campañas de promoción turística poco efectivas en medios digitales
- Oportunidad desaprovechada en el uso del marketing digital para posicionar el turismo interno

1.2. Razones por las que escoge este tema:

- Aprovechamiento del entorno digital actual: Con más del 75% de la población panameña conectada a internet hay una oportunidad clara para crear soluciones digitales como una aplicación móvil.
- Innovación y propuesta de valor: La propuesta de la aplicación "Conoce Panamá" representa una innovación que integra diseño contenido segmentado mapas interactivos y marketing digital satisfacer una necesidad real

2. OBJETIVOS:

2.1. Objetivo General:

Desarrollar una estrategia de marketing digital basada en una aplicación móvil
denominada "Conoce Panamá" para promover el turismo interno mediante contenido
segmentado, herramientas interactivas y campañas digitales orientadas al posicionamiento de
destinos turísticos nacionales.

2.2. Objetivos Específicos:

- Identificar los destinos turísticos más relevantes y con potencial para ser promocionados mediante medios digitales.
- Diseñar una aplicación móvil amigable y funcional, con segmentación por provincias y tipos de turismo
- Desarrollar un plan de medios digitales que incluya redes sociales, marketing de contenidos y pauta digital
- Medir la efectividad de la app como herramienta de marketing digital mediante analítica de uso y encuestas

3. APORTES:

Debido a la carencia de una estrategia integral de comunicación y marketing digital orientada a promover el turismo interno "Conoce Panamá" representa una oportunidad para integrar tecnología, contenido interactivo y medios digitales en una sola plataforma que sirva no solo como herramienta informativa, sino como canal de promoción y fidelización. Al usar estrategias digitales como el marketing de contenidos, el posicionamiento SEO/ASO y la segmentación de audiencias, se espera generar mayor interés y participación de los usuarios

A continuación puede sugerir el Director para el desarrollo de la investigación, Pero no es definitivo, ya que las autoridades académicas evaluarán su recomendación y luego le informará oficialmente.

Director recomendado: Kristian Gabriel Alvelo Zapata

Raquel Dennis

Firma del (la) alumno (a)

Firma del Director recomendado

Anís De León

Firma del Profesor de Proyecto Final de Graduación

PARA USO EXCLUSIVO DE LA UNIVERSIDAD

El tema está:

Director Asignado: _____

Aprobado por el Decano de la Facultad:

Aprobado () _____

Denegado () _____

Fecha:

OBSERVACIONES: _____

Nota: Los estudiantes que realizarán investigaciones de la empresa o institución en la cual laboran, tendrán que adjuntar a esta solicitud una carta que indique la aprobación por parte de su jefe inmediato, en la cual autoriza que el alumno realice la misma.



UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **Raquel Dennis** con cédula de identidad personal No. 3-736-1988, estudiante de la carrera de Maestría de Marketing y Publicidad con Énfasis en Medios Digitales, declaro bajo la gravedad del juramento que el material que aparece en este trabajo de graduación, en la opción de proyecto final de grado, es mi producción intelectual, debido a lo cual exoneró a la Universidad Latina de Panamá de cualquier responsabilidad relacionada con este aspecto.

Como constancia firmo la presente declaración el día 22 del mes de julio del año 2025.

A handwritten signature in blue ink that reads 'Raquel Dennis'.

Firma del estudiante: _____

Cédula: 3-736-1988

CERTIFICACIÓN

Señores Universidad Latina de Panamá, Centro de Estudios de Postgrados, Maestrías y Doctorados:

Yo, **María A. Aguilera de Berbey**, Profesora de Español, con cédula N° **6-38-75**, realicé la corrección de Ortografía y Redacción del presente trabajo de grado: **“ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL APLICADA AL POSICIONAMIENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL “CONOCE PANAMÁ”.**

Perteneciente a:

Lcda. Raquel Dennis

cédula: 3-736-1988

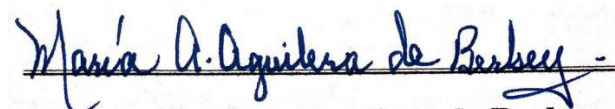
Lcda. Delia Bravo Ávila

cédula: 6-706-1743

Día 24 de julio de 2025.

Adjunto mis documentos de idoneidad.

Atentamente,



Mgstra. María A. Aguilera de Berbey

UNIVERSIDAD DE PANAMA

LA FACULTAD DE

Ciencias de la Educación

EN VIRTUD DE LA POTESTAD QUE LE CONFIEREN LA LEY Y EL ESTATUTO UNIVERSITARIO,
HACE CONSTAR QUE

Maria A. Aguilera Sabas

HA TERMINADO LOS ESTUDIOS Y CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS
QUE LE HACEN ACREDEDOR AL TITULO DE

**Profesora de Segunda Enseñanza
con Especialización en Español**

Y EN CONSECUENCIA, SE LE CONCEDE TAL GRADO CON TODOS LOS DERECHOS,
HONORES Y PRIVILEGIOS RESPECTIVOS, EN TESTIMONIO DE LO CUAL SE LE EXPIDE
ESTE DIPLOMA EN LA CIUDAD DE PANAMA A LOS **catorce**
DÍAS DEL MES DE **Mayo** DE MIL NOVECIENTOS **noventa y nueve**

Secretario General
Diploma **66888**

Decano

Rector

RECIBIDO EN OFICINA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
UNIVERSIDAD DE PANAMA
A LAS OCHO Y CINCO DE LA TARDE DEL DIA CINCO DE MAYO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE
SECRETARIO GENERAL
DIPLOMA 66888

REPÚBLICA DE PANAMÁ
TRIBUNAL ELECTORAL

**Maria Auxiliadora
Aguilera Saavedra de Berbey**



NOMBRE USUAL:

FECHA DE NACIMIENTO: 24-MAY-1949

LUGAR DE NACIMIENTO: HERRERA, CHITRÉ

SEXO: F

EXPEDIDA: 22-DIC-2022

TIPO DE SANGRE:

EXPIRA: 22-DIC-2052

6-38-75



Maria A. de Berbey