

RESUMEN

Resulta evidente la importancia que tienen las redes sociales en el sector turístico, en el que se incluye a la ciudad de Baños de Agua Santa, pero una adecuada publicación en las redes sociales no garantiza tener mayor fidelización por parte de los diferentes usuarios en las redes sociales. La aparición de dos conceptos llamados Web 2.0 y Travel 2.0, que comprende las diferentes comunidades virtuales, opiniones de viajeros, publicaciones de experiencias de viajes, reputación online, etc. Hace necesario un cambio a esta nueva realidad por parte de los diferentes sitios turísticos. La propuesta de un sistema de fidelización para turistas trata de una aplicación móvil vinculada a las redes sociales más utilizadas convirtiéndose en noticia viral, la cual estará disponible para descargas en todo tipo de dispositivos móviles y tabletas a nivel mundial, lo que permitirá fidelizar a los turistas nacionales y extranjeros que les gusta el turismo de aventura convirtiendo a la ciudad como principal destino turístico.

PALABRAS CLAVES:

- **WEB 2.0**
- **FIDELIZAR**
- **TURISMO**
- **REDES SOCIALES**
- **BAÑOS DE AGUA SANTA.**

ABSTRACT

It is clear the importance that have social networks in the tourism sector, which includes the city of Baños de Agua Santa, but an appropriate publication in social networks doesn't guarantee to have greater loyalty by different users on social networks. The appearance of two concepts called Web 2.0 and Travel 2.0, which includes the different virtual communities, opinions, experiences of travel publications, online reputation, etc. Necessitates a change to this new reality by different tourist sites. The proposal for a system of loyalty for tourists is a mobile application that is linked to the most used social networks becoming viral news, which will be available for downloads on all cell phones and tablets at the global level, allowing loyalty to foreigners and tourists who like to adventure tourism developing the city as a main tourist destinación.

KEYWORDS

- **WEB 2.0**
- **LOYALTY**
- **TOURISM**
- **SOCIAL NETWORKS**
- **BAÑOS DE AGUA SANTA**