



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

**ANÁLISIS DE LA OPERATIVIDAD DE LA APLICACIÓN MÓVIL
“GUAYAQUIL ES MI DESTINO” Y PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN**

AUTORAS:

**Torres Ortega, Allison Michelle
Véliz Coello, Allison Jeanette**

**Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTOR:

Ing. Jaime Avilés, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Allison Michelle Torres Ortega y Allison Jeanette Véliz Coello**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR

Ing. Jaime Andrés Avilés Saltos, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 3 días del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, Allison Michelle Torres Ortega

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación **Análisis de la operatividad de la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino” y propuesta de optimización**. Previa a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 3 días del mes de septiembre del año 2015.

EL AUTOR (A)

ALLISON MICHELLE TORRES ORTEGA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, Allison Jeanette Véliz Coello

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación **Análisis de la operatividad de la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino” y propuesta de optimización**. Previa a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 3 días del mes de septiembre del año 2015.

EL AUTOR (A)

ALLISON JEANETTE VÉLIZ COELLO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, ALLISON MICHELLE TORRES ORTEGA

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la Institución del trabajo de Titulación **Análisis de la operatividad de la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino” y propuesta de optimización**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 3 días del mes de septiembre del año 2015.

EL AUTOR (A)

ALLISON MICHELLE TORRES ORTEGA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, ALLISON JEANETTE VÉLIZ COELLO

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la Institución del trabajo de Titulación **Análisis de la operatividad de la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino” y propuesta de optimización**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 3 días del mes de septiembre del año 2015.

EL AUTOR (A)

ALLISON JEANETTE VÉLIZ COELLO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar presente en cada paso de mi vida, gracias por sus bendiciones, por darme salud y brindarme una gran familia que ha sido mi apoyo para mí en cada meta que me propongo.

A mis padres, que con su gran amor siempre me han brindado todo su apoyo, gracias por todos los valores y principios que siempre me inculcaron, mis hermanitos que han estado presentes en cada etapa de mi vida y motivan a seguir adelante.

A la UCSG, que a lo largo de estos años de aprendizaje he tenido la oportunidad de conocer a profesores excelentes, en especial agradezco a nuestro director de tesis el ingeniero Jaime Avilés, que ha sido de gran apoyo en este proceso de titulación, con su experiencia nos ha brindado la ayuda necesaria en todo momento que lo hemos requerido, gracias por su sincera amistad.

Allison Jeanette Véliz Coello

DEDICATORIA

A mis amados padres que son el motor principal de mi superación, su inmenso amor y apoyo incondicional que siempre me han brindado en cada paso de mi vida, su gran esfuerzo hoy se ve recompensado.

A mis hermanitos; Roberto y Dyllan por el gran cariño, comprensión y ternura que me demuestran cada día.

A una persona muy especial en mi vida, por su gran paciencia y motivación R.A.

Allison Jeanette Veliz Coello

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien ha sido mi guía en cada etapa y meta alcanzada, convirtiéndose en el eje de lo que me he propuesto en la vida y durante mi carrera me ha brindado la fortaleza y sabiduría para hacer lo correcto.

A mi mami Esther y mi tía Juanita, las dos personas que han sido los pilares fundamentales para mantenerme firme en mis aspiraciones, que con su apoyo y amor me han acompañado en cada momento de mi vida.

A mis padres, quienes con su esfuerzo han permitido que alcance esta meta que con anhelo siempre la han compartido conmigo. Agradezco también a toda mi familia, hermanas, tíos y primos que se han preocupado por darme la fortaleza para alcanzar metas constantes.

A la Carrera de Turismo y Hotelería de la UCSG por compartir los conocimientos con sus estudiantes e inculcar una formación profesional ética y al Ing. Jaime Áviles, tutor del proyecto que ha guiado cada proceso con profesionalidad y motivación.

Finalmente, a todas las personas que he conocido durante la carrera, amigos y compañeros de los que aprendí y compartí excelentes momentos y en especial a D. D, por su constante apoyo.

Allison Michelle Torres Ortega

DEDICATORIA

A pesar, de que es bastante el tiempo que falta para que alcance esta meta, dedico el esfuerzo de mi trabajo a Emily Plaza Martínez. Son muchas las expectativas que tengo de ti, porque sé que triunfarás en la vida pese a los obstáculos.

Como ejemplo de todo por lo que se propone, se ama y se esfuerza, con el debido tiempo llega. Con esto recuerda que las cosas más difíciles de alcanzar son las que valen la pena.

Porque sé que lo que te propongas también lo lograrás, te dedico el trabajo que he realizado.

Allison Michelle Torres Ortega



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Torres Ortega Allison Michelle	
Véliz Coello Allison Jeanette	

Ing. Jaime Andrés Avilés Saltos, Mgs
TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Antecedentes	3
Planteamiento del problema	6
Formulación del problema	8
Justificación.....	8
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivo específico.....	10
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	
1.1 Marco teórico	11
1.2 Marco conceptual	25
1.2.1 Términos turísticos.....	26
1.2.2 Términos tecnológicos	28
1.3 Marco referencial	30
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO DEL PROYECTO	
2.1 Metodología de la investigación	35
2.2 Tipo de estudio.....	36
2.3 Método de investigación	37
2.4 Enfoque de investigación	38
2.5 Técnicas de investigación	38
2.6 Población.....	40
2.7 Tamaño de la muestra	41
2.8 Tipo de muestreo.....	43
2.9 Técnicas de análisis de datos.....	44
2. 10 Presentación y análisis de resultados de las encuestas.....	45
2.11 Entrevistas	54
2.12 Análisis de las entrevistas efectuadas	63
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	
3.1 Análisis PESTA	65
3.2 FODA.....	72

CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN DE LA APLICACIÓN MÓVIL "GUAYAQUIL ES MI DESTINO"

4.1 Análisis de la operatividad de la aplicación móvil guayaquil es mi destino y propuesta de optimización.....	76
4.2 Propuesta de Optimización de la app “Guayaquil es me destino”	80
4.3 Plan de promoción para la app “Guayaquil es mi destino”	105
4.4 Consideraciones antes y después de lanzar una app móvil turística	111
Conclusión	118
Recomendaciones.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n° 1: balanza turística anual.	66
Tabla n° 2: ciudades más pobladas del ecuador	68
Tabla n° 3: pobreza por ciudades principales	69
Tabla n° 4: clasificación de atractivos turísticos en categorías.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Personas que tienen un Smartphone por provincia.	6
Gráfico N° 2: Modelo de sistema turístico de Leiper.	12
Gráfico N° 3: Ventajas de las TICs para las empresas turísticas.	15
Gráfico N° 4: Aumento de personas que usan TICs para el 2017.	21
Gráfico N° 5: Acceso a las TICs en el Ecuador.	22
Gráfico N° 6: Muestreo estratificado	44
Gráfico N° 7: Lugar de procedencia de turista	45
Gráfico N° 8: Edad de los turistas que visitan Guayaquil	46
Gráfico N° 9: Utilidad de la app móvil turística de GY	47
Gráfico N° 10: Conocimiento de la app “Guayaquil es mi destino”	47
Gráfico N° 11: Calificación de la app "Guayaquil es mi destino".....	48
Gráfico N° 12: Mejorar el servicio de la app “Guayaquil es mi destino”	49
Gráfico N° 13: Descargar la app para obtener internet gratis.	49
Gráfico N° 14: Facilidades de la app “Guayaquil es mi destino”	50
Gráfico N° 15: Beneficios que brinda la app	51
Gráfico N° 16: Agenda de itinerario en la app	52
Gráfico N° 17: Información de rutas y vuelos en la app.....	52
Gráfico N° 18: Disposición de utilizar la app “Guayaquil es mi destino”.....	53
Gráfico N° 19: Tasa de desempleo en las cinco ciudades Urbanas	67
Gráfico N° 20: PET y PEA por ciudades del Ecuador.	69
Gráfico N° 21: Matriz FODA	72

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1: Aplicación “Be your guide Toledo”.....	31
Imagen N° 2: Opción De Alojamiento en la aplicación “Be your guide Toledo”....	33
Imagen N° 3: Diseño de la aplicación móvil “Find Out Quito”.....	34
Imagen N° 4: App “Guayaquil es mi destino” Versión 2.....	82
Imagen N° 5: Aplicación Descargada.....	83
Imagen N° 6: Mensaje de alerta al ingreso de la app.....	84
Imagen N° 7: Mensaje de alerta en Atractivos y Alojamiento.....	84
Imagen N° 8: Mensaje de error en opción Transporte.....	85
Imagen N° 9: Mensaje de error en Opción Sincronizar.....	85
Imagen N° 10: Mapas en la app “Guayaquil es mi destino”.....	87
Imagen N° 11: Nuevos servicios en la app “Guayaquil es mi destino”.....	90
Imagen N° 12: Menú de la App “Guayaquil es mi destino”.....	91
Imagen N° 13: 4 categorías de atractivos turísticos en la app.....	92
Imagen N° 14: Opción atractivos turísticos en la app.....	95
Imagen N° 15: Lista de atractivos según búsqueda.....	96
Imagen N° 16: Información de atractivos turísticos.....	96
Imagen N° 17: Optimizar búsqueda de alojamiento en la app.....	97
Imagen N° 18: Información de establecimientos de alojamiento en la app.....	99
Imagen N° 19: Categorías de la opción gastronomía de la app.....	100
Imagen N° 20: Optimizar búsqueda de establecimientos de restauración en la app.....	100
Imagen N° 21: Información de establecimientos de restauración en la app.....	102
Imagen N° 22: Categorías de opción transporte.....	103
Imagen N° 23: Información de transporte en la app.....	104
Imagen N° 24: Información de Paquetes turísticos en la app.....	105
Imagen N° 25: Publicidad de app “Guayaquil es mi destino” en la ciudad.....	106
Imagen N° 26: Promoción de la app “Guayaquil es mi destino” en vallas publicitarias.....	109
Imagen N° 27: Publicidad de app “Guayaquil es mi destino” en buses.....	110

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es optimizar y mejorar el servicio de un medio de promoción turística de Guayaquil, con esto se hace referencia a la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino”.

A lo largo del trabajo se ha analizado el aporte que actualmente ha proporcionado a los turistas que visitan la Urbe Porteña, como instrumento guía o facilitador de información turística. A través de un proceso de investigación descriptiva, se han resaltado algunos errores que deben corregirse en la aplicación en cuanto a aspectos técnicos como tecnología y a la oferta e información turística que presenta. Con esto se ha dado cabida a una investigación de mercado en cuanto a la preferencia de los servicios turísticos que deben ofrecer las aplicaciones turísticas.

De la investigación de mercado realizada se obtuvo como resultado la existencia de una necesidad y de algunas expectativas por parte de los usuarios, los que si conocen sobre esta herramienta han opinado que debe ofrecer un servicio más eficiente. Por otro lado, aproximadamente el 70% de los turistas desconocen la aplicación, de esto se puede deducir que no se ha realizado la suficiente difusión de la aplicación o simplemente no se ha llevado a cabo un plan de promoción.

De ahí parte la presente propuesta, para demostrar que la aplicación como tal puede convertirse en un medio agresivo de difusión del Guayaquil turístico, pero para esto se debe realizar su actualización pertinente, acompañada de la correspondiente investigación de mercado y el adecuado soporte que debe mantener, para suplir las necesidades que los turistas demandan en los servicios que la aplicación ofrece.

Palabras clave: Aplicación móvil, optimización, turismo, Guayaquil, promoción.

ABSTRACT

The project is focused to improve and to optimize the mobile app “Guayaquil es mi destino” as a mean of tourist dissemination of the city.

Throughout, the research has analyzed the mobile app as a guide and a contribution provided to tourists that have arrived to Guayaquil city, getting tourism information. A descriptive research process was used for highlighting some technical and tourism mistakes that must be corrected in the app. Regarding, to the analyzed was made a market research, in which has gotten the needs of tourists of touristic services that have been integrated in tourist mobile apps.

In the market research was defined that the tourists have great expectations from the app, they suggest that it must improves their services. Approximately the 70% of tourists did not know the app, being the minority of visitors that had an idea about it. With this, was concluded that the app has not been enough promoted or simply it has not created its promotional plan.

The reasons mentioned originated the present proposal, in order to explain and show that the app can become in an aggressive mean of tourism promotion. But nevertheless it needs an updated, the respective market research and the maintenance to keep, and supply the tourist requirements.

Key words: Tourist mobile apps, optimize, tourism, Guayaquil, promote.

INTRODUCCIÓN

Guayaquil yace a orillas del Río Guayas, siendo la ciudad más habitada del Ecuador, se ha convertido en uno de los puntos tendencia en el turismo del país. Pese a su reconocimiento comercial se la etiqueta como “La capital económica del Ecuador”. No obstante, otras actividades como el turismo han desplegado considerables resultados de progreso, siendo así, que actualmente el turismo de esta metrópolis se ha vinculado al avance tecnológico que hoy en día experimenta el país, como referente se señala la aplicación tecnológica móvil “Guayaquil es mi destino” para fortificar 294 atractivos turísticos inventariados en la ciudad.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011) en la publicación de AM reports Tecnología y Turismo señala que:

Dado que la tecnología está evolucionando más rápido que nunca, la mayoría de los viajeros de todo el mundo recurren a ella con más frecuencia que en el pasado. Internet ha evolucionado la industria turística mucho más que cualquier otro factor en los últimos decenios. (Sakulsureeyadej, 2011, s/p)

Esta adaptación de las industrias a la tecnología surge de la revolución que han infundido las TICs¹ con la presencia de los dispositivos Smartphones, los mismos que han atribuido a la innovación de su software, creando herramientas útiles llamadas aplicaciones móviles, sean estas de: entretenimiento, educación o promoción. Steve Jobs, destacado por sus múltiples inventos tecnológicos de la compañía Apple, propicia el primer paso en el año 2007, cuando lanza al mercado el iPhone, el cual permitía realizar la descarga de aplicaciones sin la necesidad de conectarse a un ordenador, era suficiente tener acceso a internet para obtener una descarga. La revista tecnológica La Catedral (s.f.) en su artículo indica que, no tardó demasiado tiempo,

¹ **TICs:** Nuevas Tecnologías de la información y comunicación.

cuando luego de crear la tienda App Store de la marca mencionada con aproximadamente 350.000 aplicaciones, emergieron otras como Google play para los sistemas Android que hasta la actualidad cuenta con 200.000.

Con relación al turismo en la ciudad de Guayaquil, el GAD² de la misma ha tomado iniciativa en crear una herramienta clave de promoción turística de urbe, que como ya se mencionó, consiste en la invención de una aplicación móvil denominada “Guayaquil es mi destino”, este proyecto turístico tecnológico fue presentado por el Alcalde de la ciudad y la directora de Turismo en octubre del año pasado. Esta aplicación que funciona como guía turística, permitiría a los turistas obtener información acerca de los atractivos de la ciudad y de la planta turística de la misma, además de realizar un tour virtual³ de 360°.

El Ministerio de Turismo (MINTUR, 2014) en su publicación indica que:

El turismo es una de las principales actividades económicas del país que lidera el sector de los servicios, genera ingresos por aproximadamente 1500 millones de dólares y es uno de los sectores estratégicos para el desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías. (párr. 3)

Por esta razón, la propuesta en cuestión pretende analizar minuciosamente la operatividad de la aplicación en cuanto a los beneficios que ofrece y así proseguir a su mejoramiento y optimización en todos los elementos que la componen y finalmente brindar la satisfacción tecnológica al turista e impulsar la adaptabilidad de la tecnología al turismo de la ciudad. Por otro lado, se persigue que se desarrolle la eficiencia de la aplicación y que tanto el turista como la planta turística de la ciudad,

² **GAD:** Gobierno Autónomo Descentralizado

³ **Tour Virtual:** Recorrido de los usuarios por fotos panorámicas sobre las cuales pueden navegar interactivamente.

puedan aprovechar una guía tecnológica más operativa y así aportar al progreso de la economía de la ciudad, al implementarse una actividad turística innovadora.

ANTECEDENTES

De acuerdo al aporte de Navas (2012) acerca de la imagen de Guayaquil, indica que, consecuente al abandono que sufrió la ciudad, luego que las actividades portuarias de la misma se trasladaran al Sur, aminorando la importancia del centro de la urbe e impactando su imagen en la década de los 60; para los 90, era notable el deterioro que la ciudad había sufrido hasta esa fecha.

Así mismo Navas (2012) expresa que, en la administración de Febres Cordero, en el año 1992, bajo el slogan “Guayaquil vive por ti” se empieza a restaurar la imagen de la ciudad con la construcción de algunas obras y la remodelación del edificio Municipal, estos fueron el punto de partida de un proceso de regeneración urbana que durante ocho años reveló la nueva figura de Guayaquil. El proyecto meta de ese entonces, fue la construcción y regeneración del Malecón 2000, antes llamado “Malecón Simón Bolívar”, junto a la actuación de empresas privadas Febres Cordero toma la obra y durante su período realiza los cambios respectivos. En el año 2000, el nuevo alcalde electo, Ab. Jaime Nebot Saadi concluye la obra del Malecón, bajo la misma línea, pero con el slogan “Guayaquil Más Ciudad”. El concepto de regeneración urbana no se limitó a la creación de un malecón que se extendiera a varias zonas de la urbe, sino a renovar sectores emblemáticos como: el Cerro Santa Ana, el Malecón del Salado y también barrios de categoría élite como el Barrio Centenario y Urdesa y otros suburbanos como La Playita del Guasmo, entre otros que en conjunto formarían atractivos turísticos para la ciudad.

Para Dreher (2007) uno de los objetivos de la regeneración urbana es captar el mercado de turistas nacionales e internacionales, a través de la revalorización del Patrimonio cultural y la creación de espacios públicos que permitan el acceso del conocimiento de la ciudad, en cuanto a cultura y entretenimiento sin restricción alguna.

Ilustres personajes como el Sr. Joseph Garzozzi y la Sra. Gloria Gallardo, han sido actores principales como directores de turismo del Municipio durante el proceso de cambio y de progreso de la imagen turística de la ciudad. En esta transformación otras obras de carácter trascendente como el aeropuerto José Joaquín de Olmedo, que abre las puertas a la ciudad y ha recibido varias premiaciones, cabe destacar también la construcción de la red de vías que conectan a la terminal terrestre de Guayaquil, así como las acciones que en conjunto se han realizado con las comunidades, tomando por ejemplo el trabajo realizado con la Isla Puná, donde se han creado operadoras para el uso de lanchas rápidas y entre otras que se complementan a la imagen turística de la urbe.

Siguiendo a Garzozzi (2011):

Al crecer el turismo, ha crecido la oferta en varios aspectos, nuevos hoteles en todos los segmentos, no solo de primera sino también de turistas, que están proliferando en la ciudad. Se han multiplicado los centros comerciales de altísima calidad, Guayaquil tiene veinticuatro modernos centros comerciales, se han multiplicado los negocios turísticos, que si no hubiera turismo la gente estaría desempleada. (párr. 32)

Actualmente, el trabajo realizado por la Sra. Gloria Gallardo y el alcalde de la ciudad en cuanto al desarrollo turístico de la misma, ha abordado el tópico tecnológico. La creación de la aplicación “Guayaquil es mi destino” ha sido un proyecto para insertar la tecnología al turismo de la urbe porteña.

Como Lacramiora (s.f.) señala en su artículo, la tecnología y el turismo han estado interrelacionados desde el origen de la misma, además porque ambas industrias han emergido en el siglo XXI. Para décadas de los cincuenta y sesenta fueron los CRSs “Computer Reservation Systems”; los sistemas tecnológicos utilizados por las agencias de viajes con el fin de buscar disponibilidades en los establecimientos

hoteleros, así como la tarifa y horarios de reserva. Pero para los setenta, eran necesarios sistemas más completos y surgieron los GDSs “Global Distribution Systems”, con estos los agentes tenían mejor acceso a la información y eran utilizados también por líneas aéreas. Hoy en día es necesario que la industria del turismo en manera equitativa evolucione con la tecnología.

Por otro lado, internet ha sido un elemento vital para el surgimiento de un concepto de turismo actual: turismo 2.0 que indica el perfeccionamiento y progreso de una actividad que se desempeña en el campo virtual y se basa en la digitalización de sus operaciones para brindar una mejor experiencia a los usuarios.

Tal como indica el Secretario General de la OMT Rifai (2015) “La revolución en el mundo de los viajes, unida a la revolución tecnológica, está reconfigurando nuestra sociedad, mientras las tecnologías están transformando el sector turístico.” (párr. 2)

La gama de dispositivos móviles que en la actualidad se han desarrollado, han fomentado la promoción turística de los atractivos y lugares que son de interés para los visitantes en la ciudad, esto puede decirse como una estrategia de marketing turístico no tradicional que se utiliza para el progreso del turismo y el interés de los turistas por trasladarse a diferentes lugares. Según el INEC⁴ (2013), el Guayas es la provincia con mayor porcentaje de Smartphones o “teléfonos inteligentes”, representados por el 14.3%.

Debido a esto, es imprescindible aprovechar la belleza turística de la ciudad en cuanto a su patrimonio natural y cultural, adicional a esto que es un destino marcado por la afluencia turística nacional e internacional y del progreso tecnológico que la misma está concibiendo; es necesario el correcto funcionamiento de la aplicación “Guayaquil es mi destino”, permitiendo que esta sea cien por ciento operativa para sus

⁴ INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

visitantes y ofrezca resultados eficientes. A esto se suma el auge que ha tenido la tecnología en el país y Guayaquil no es una ciudad exenta de este fenómeno.

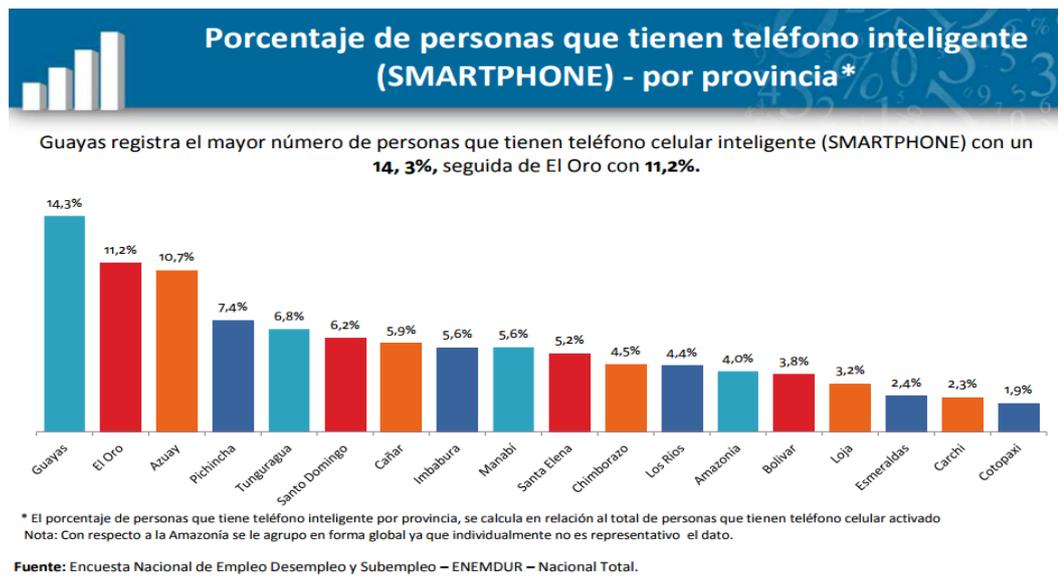


Gráfico N° 1: Personas que tienen un Smartphone por provincia.
Fuente: INEC (2014)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El INEC (2011), en su informe del “Uso de tecnología” posiciona a Guayaquil como la ciudad con mayor demanda en el uso de Smartphones.

Esto es un indicador de que el progresivo mercado de los dispositivos móviles y de las aplicaciones móviles se ha incrementado a grandes escalas, aportando al avance de las actividades en la ciudad, como es el caso del turismo, con lo que ha transformado su entorno de manera positiva. Actualmente existe gran variedad de aplicaciones que facilitan planificar un viaje sin perder mucho tiempo y dinero. Las diferentes herramientas tecnológicas permiten una promoción de los atractivos y lugares de interés de los turistas, las aplicaciones móviles del turismo que han logrado un

cuantioso éxito han sido la de guías virtuales, que permite tener una experiencia personalizada.

Al alcance de tener aplicaciones móviles innovadoras, se desarrolló por iniciativa de la municipalidad de Guayaquil la aplicación de “Guayaquil es mi destino”, en las tiendas móviles App Store y Google Play, donde se muestra la majestuosidad con la que cuenta la urbe, exhibiendo diferentes atractivos, rutas, breve historia de la ciudad, transportes, las huecas tradicionales de la urbe y hoteles. Sin embargo, ha surgido descontento de ciertos usuarios que cuentan con la aplicación en sus Smartphones, ya que ha presentado problemas de acceso por la deficiente conexión, ingresar es lento o simplemente su contenido no carga. Es evidente que existen falencias en la operatividad de la aplicación, aún es necesario desarrollar más contenido y tomar en cuenta las opiniones sobre las necesidades de los usuarios, mediante sus sugerencias y observaciones.

La carencia de un mapa localizador para guiarse a los diferentes puntos de atracción con los que cuenta la aplicación móvil, actualmente solo pueden observar los diferentes puntos en el mapa pero no guiarse mediante un localizador, que esto puede hacer que un turista tenga un gran interés por conocer el atractivo, pero la aplicación no le da la suficiente facilidad para llevar a cabo las diferentes rutas que muestra en el mapa de Guayaquil.

La falla en la conexión al ingresar a la aplicación, hace que el turista no logre identificar el atractivo, lo que representa un aspecto negativo a la ciudad, porque un turista que visite la ciudad va a querer tener a su alcance herramientas que faciliten su estadía y de esa forma obtener experiencias satisfactorias con el lugar visitado.

En cuanto a los hoteles, la insuficiente información del establecimiento, escasez de imágenes y precios, hace que el turista encuentre la aplicación menos atractiva y no se sienta lo suficientemente motivado para su estadía en un hotel.

Ausencia de información respecto a transportes de la ciudad, donde el turista pueda trasladarse por la ciudad con facilidad y conocimiento del servicio que reciben.

La deficiente interactividad usuario – aplicación, también forma parte de esta serie de problemas, la rigidez de la aplicación no permite que el turista sea interactivo o provea de herramientas facilitadoras de información.

Por otro lado, la imagen que muestra la aplicación es poco atractiva, si bien es cierto contiene los colores representativos de la ciudad, pero es insuficiente en imágenes y vídeos.

Por las dificultades que muestra la aplicación, es de suma importancia que se realice una propuesta de optimización y mejoramiento, con el fin de obtener resultados favorables y que la ciudad de Guayaquil quede registrada y reconocida por los turistas que la visitan provenientes de diversos países del mundo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La optimización de la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino”, incrementará su uso y eficiencia por parte de los turistas y a su vez cooperará al desarrollo de Guayaquil como ciudad inteligente?

JUSTIFICACIÓN

Debido a las razones reveladas anteriormente, es necesario analizar la magnitud del aporte de la aplicación móvil al turismo de Guayaquil, para conocer si es una herramienta completa de apoyo para los turistas nacionales y extranjeros, y de la misma manera a las empresas encargadas de la industria turística en la ciudad, sean estas hoteles, restaurantes, agencias de viaje, museos y otros establecimientos que se dedican a la actividad.

El proyecto que se ha planteado surge de la necesidad de contar con una aplicación eficiente, por esto se analiza el contenido de la aplicación y se propone un plan de optimización para los problemas que existen actualmente. De esta manera, se pueden tomar medidas con respecto a las modificaciones que deban realizarse, con esto evitar que la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino” no esté envuelta en críticas de turistas que son usuarios frecuentes de la aplicación y sea una herramienta de apoyo en su visita.

Se identificará el nivel de cultura tecnológica que se encuentra experimentando la ciudad, como todo destino turístico en potencial, al momento de llevar a cabo una propuesta de mejoramiento en su plataforma turística, se producirán impactos positivos y negativos previos a la propuesta, para esto se realizará el análisis correspondiente a cada impacto que genere el proyecto.

La transcendencia de la presente investigación es promover interactivamente la oferta turística de la ciudad mediante el óptimo uso de la aplicación “Guayaquil es mi destino”, recordando que las aplicaciones móviles proporcionan varias ventajas tanto para el turista como para las empresas y los destinos turísticos. El uso de tecnología de manera más interactiva e innovadora, logra que el turista personalice su viaje, obteniendo a la mano información real y facilidades incorporadas en la aplicación, creando turistas frecuentes.

Consecuente a esto, se generarán beneficios en distintos sectores económicos de la ciudad, razón por la cual se demostrará mediante resultados de las investigaciones que la aplicación requiere cambios en su base de datos y actualizar sus contenidos, ayudando así a convertirse en ciudad virtual. Para esto es importante que después de la mejora de la aplicación, se maneje una excelente promoción mediante los diferentes medio de comunicación, redes sociales y diferentes estrategias de promoción turística que están al alcance para una correcta difusión, de esta manera la imagen turística de la ciudad se verá beneficiada y atraída por turistas que desean conocer la majestuosidad que posee la urbe.

Es necesario indicar también que en esta industria es imprescindible ofrecer al turista una experiencia memorable de su viaje. Mediante esta aplicación se desea que el turista pueda encontrar todo lo que necesite al alcance de su mano, en el tiempo más breve posible y se pueda desplazar sin inconvenientes para visitar los diferentes destinos con fácil acceso, interactivo y eficaz.

En definitiva, el presente proyecto es oportuno con respecto a una pronta optimización de la aplicación, pues la ciudad posee un gran potencial turístico que no se está aprovechando y pierde el efecto multiplicador que el turismo genera en la economía de una ciudad, el mejoramiento de la app tendrá un gran impacto, pues se innovará de manera que se hará más atractiva y eficiente para los usuarios y no tendrán ningún tipo de inconvenientes en navegar y planificar su viaje, visitar las diferentes rutas, tener a la mano información en tiempo real de los acontecimientos de la ciudad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de optimización y mejoramiento de la aplicación “Guayaquil es mi destino” para brindar una experiencia tecnológica al turista y resultados favorables a la plataforma turística

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar las herramientas utilizadas en la aplicación e identificar los elementos que deben mejorarse.
- Analizar minuciosamente la información de la aplicación, que permita establecer las necesidades de los turistas y así realizar las modificaciones necesarias.
- Elaborar la propuesta de optimización y mejoramiento de la aplicación móvil Guayaquil es mi destino.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 TEORÍA DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LEIPER

La industria del ocio o también conocida como turismo, se compone de varios elementos que coadyuvan a la realización de la actividad como tal. Estos elementos que actúan en relación, propician la actividad turística. Al fusionarse la actividad con las otras disciplinas se forma un sistema turístico.

Concerniente a esto Panosso y Guilherdem (2012) exponen el modelo de Leiper (1990) y desde esta perspectiva indican:

Leiper propuso un modelo de sistema turístico compuesto de cinco elementos, que comprenden tres elementos geográficos: la región de origen del viajante (el origen o el ambiente usual de convivencia del viajante), una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino, y la región del destino turístico. Los otros dos elementos son el turista y la industria del turismo y de los viajes (centros de información turística, medios de hospedaje, etc). La interacción de estos cinco elementos es influida por factores externos y, a su vez, este mismo sistema impacta sobre los diferentes ambientes como el humano, el sociocultural, el económico, tecnológico, físico, político, legal, etc., e influye a medida que los viajeros pasan a través de la región de tránsito. (p.18)

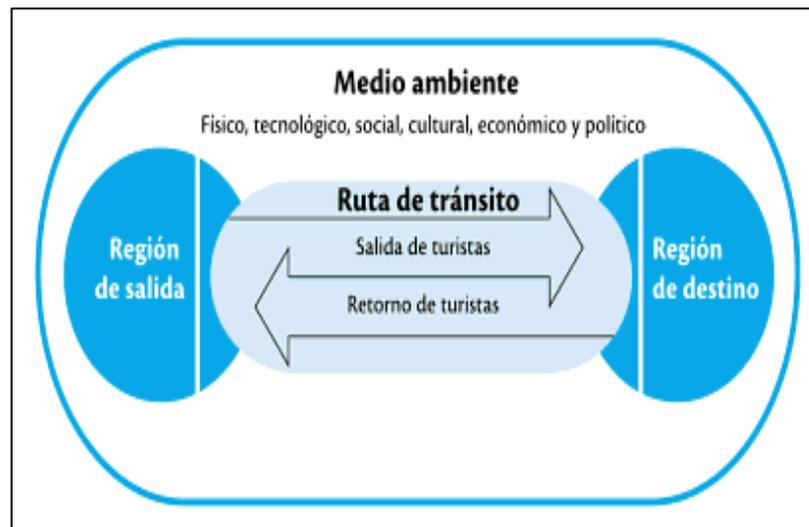


Gráfico N° 2: Modelo de sistema turístico de Leiper.
Fuente: Quesada (2010)

Como se muestra en el gráfico 2, según el modelo creado por Leiper, el turismo como sistema empieza de una región en donde actúan los agentes de viajes que permiten que los turistas se trasladen al lugar de destino en donde se encuentra la infraestructura turística necesaria para la estadía, pero es justamente en estos puntos donde se encuentran otros factores en el entorno, que aportan en la realización de la actividad turística, estos son los ambientes: físico, tecnológico, social, cultural, económico y político.

A partir del modelo de Leiper, se puede discernir la importancia de la tecnología en el turismo, como uno de los ambientes por los cuales se impulsa la actividad. En la presente investigación se pretende realizar un análisis de como los avances tecnológicos han incurrido en la operación y desarrollo del sector turístico, como generador de innovación y optimización en cuanto a la información, promoción y ejecución de las actividades del turismo.

1.1.2 EL DESEMPEÑO DEL TURISMO ELECTRÓNICO EN LA INDUSTRIA

El turismo electrónico surge del abanico de recursos tecnológicos disponibles para la efectiva difusión de los productos turísticos, aquellos recursos conocidos como las TICs.

Como menciona Buhalis (2013) el turismo electrónico es una modalidad del comercio electrónico aplicada a la industria del turismo, el e – turismo está comprendido en tres entornos, el entorno comercial, el entorno empresarial y el entorno tecnológico. El primero se refiere a las áreas administrativas mercantiles como: el comercio, las herramientas del marketing, los aspectos financieros y contables, así como la administración de los recursos humanos. El segundo integra la gestión e implementación de planes estratégicos adaptados a las organizaciones turísticas y por último, el ámbito electrónico representado por el sistema de tecnologías TICs aplicados al turismo, hotelería o restauración.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) explica que:

El turismo electrónico refleja la digitalización de todos los procesos y cadenas de valor en los sectores del turismo, los viajes, la hostelería y la restauración. A nivel táctico, abarca el comercio electrónico y se sirve de las tecnologías de la información y la comunicación para optimizar la eficiencia y la eficacia de las empresas turísticas. (Buhalis, 2013, p.12)

Se conoce que la industria turística se compone de una oferta de productos intangibles, a los cuales le es imprescindible crear una percepción física en el turista, sean estos: atractivos turísticos del patrimonio natural y cultural, los diversos platos de los restaurantes o el mero servicio ofrecido dentro de un establecimiento turístico.

1.1.3 TEORÍA DE COMUNICACIÓN DE PASQUALI

Por lo consiguiente, se hace ineludible la representación gráfica, semejante y casi real de los productos turísticos que se brindan y que a través de los elementos tecnológicos se pueden realizar. El uso de estas herramientas de la tecnología permite la distribución, comunicación y promoción e información de la planta turística, inclusive el turismo electrónico ha permitido la instrucción de los propios funcionarios dentro de las empresas turísticas.

A esto se asocia la teoría de comunicación de Pasquali citado por Méndez (2004), el teórico aluce:

El término comunicación debe reservarse al intercambio de mensajes a nivel antropológico entre agentes y pacientes humanos en acción auténticamente recíproca o dialogal, que incluye la elaboración y comprensión mental del mensaje. La información es igualmente un poco de emisión de mensajes, pero guarda más bien afinidad con la categoría relacional de la causalidad; ciertas relaciones humanas virtualmente comunicacionales degeneran en relación informativa, o epítáctica, por dificultades de retorno de mensaje propias del canal utilizado, o por controles unilaterales de los medios comunicantes. (p.40)

Como se mencionó anteriormente, los productos turísticos son un bagaje de intangibilidad, en los que realmente se ofrece el servicio y el disfrute pleno del lugar que se visita. De acuerdo con lo que afirma Pasquali, la comunicación debe ser meramente comprensiva, la información o lo que se desea comunicar debe mostrar claridad y permitir la reciprocidad del mismo, además alega que existe la comunicación virtual que en algunas ocasiones provoca distorsión de lo que se desea transmitir que suelen ser causa de los medios o canales utilizados; es por esta razón que en la industria turística es importante se apliquen los medios de información óptimos que ilustre adecuadamente el servicio o producto turístico que se está ofreciendo. En este contexto, las TICs desempeñan un papel esencial de comunicación a los turistas, sean estas una página web que el turista consulte en su ordenador o dispositivo móvil, también la información que los se necesite en cuanto a rutas para llegar a los atractivos turísticos o simplemente cuando desee comunicarse con un agente de viaje.

Estas herramientas no simplemente se encargan de difundir un ambiente turístico, sino también de receptar los comentarios que los turistas aportan acerca del servicio recibido y del apoyo que le brindan al mismo, siendo estos un canal efectivo de

comunicación y que hoy en día están completamente actualizados e innovados para el uso de las actividades en las empresas turísticas.

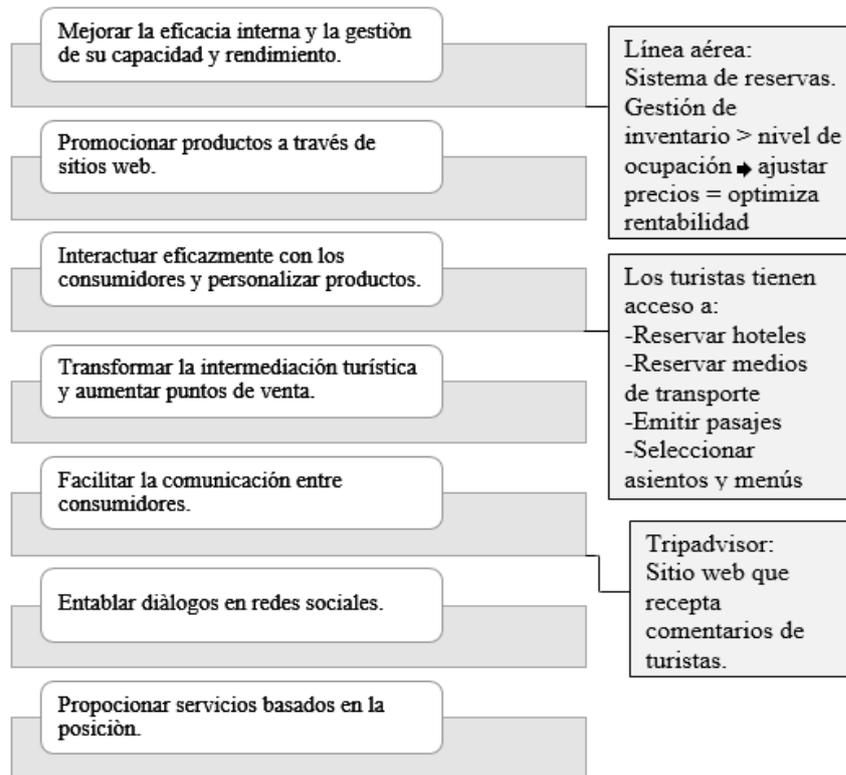


Gráfico N° 3: Ventajas de las TICs para las empresas turísticas.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2013)

Elaborado por: Las Autoras

En el gráfico anterior se presentan una serie de ventajas o beneficios que la aplicación del internet y las TICs aportan para los procesos administrativos y comerciales de las empresas turísticas. A continuación se realiza una explicación detallada de algunos de los beneficios mencionados:

Desarrollar la productividad interna y el manejo de su capacidad: Manejar un sistema de reservaciones; como se ha referido a las líneas aéreas, permite llevar un control de las mismas mediante un inventario y permite a los directivos controlar los niveles de ocupación de los asientos aéreos. Aparte, estos sistemas tecnológicos son

una herramienta que asiste a las empresas en cuestión de precios, dependiendo de la ocupación controlada.

Interactuar eficazmente con los consumidores y personalizar los productos: Se refiere a la interactividad que permiten las TICs a los usuarios o turistas seleccionar los productos turísticos de acuerdo a sus necesidades y conveniencias como: seleccionar un menú adecuados por ellos, realizar reservas por sus propios medios y de otros productos del sector.

Facilitar la comunicación entre los consumidores: En este punto los sitios web que apuntan a la calidad turística de las empresas de la industria, también tienen protagonismo al aceptar comentarios de clientes cuyos puntos de vista aportarán el mejoramiento de los establecimientos hoteleros o restaurantes.

También la OMT (2013) en su informe expresa “Las empresas y organizaciones del sector turístico deberán valerse de las tecnologías de la información y la comunicación emergentes, y elaborar estrategias basadas en plataformas y canales múltiples para poder aprovechar plenamente las nuevas oportunidades que el contexto actual ofrece.” (Buhalis, 2013, p.27).

Con esto se concluye que en la industria turística las TICs, han emergido un concepto virtual para el turismo; el turismo electrónico o e-turismo. De este, la planta turística ha sido proporcionada de una gama de alternativas para implementar planes de estrategias turísticas tecnológicas, que les faculten regenerar y desarrollar sus operaciones.

1.1.4 LA EVOLUCIÓN DE LAS TICS EN EL TURISMO

El paulatino desarrollo del turismo ha sido consecuencia de una serie de factores, entre los que se destaca el surgimiento de nuevas tecnologías. Estas han remodelado a la industria turística desde su surgimiento hasta las innovaciones actuales, aclimatando a las empresas de turismo a la era tecnológica del siglo XXI.

Según Martínez, Majó y Martí; (2006):

Desde la aparición de los ordenadores éstos han sido usados en los sistemas de información de las empresas para facilitar el trabajo de control y gestión gracias a la capacidad de recopilar y procesar gran cantidad de datos. En entornos fuertemente competitivos las empresas han comprendido que las inversiones en tecnologías de la información pueden incrementar de forma significativa la competitividad de la empresa. (s.p).

1.1.4.1 TEORÍA DEL DETERMINISTA DE MARX Y SMITH

Esta concepción de la evolución tecnológica en el turismo se adapta a la teoría determinista de Marx y Smith, que citados por Gonzáles, López y Luján (2004) explican que la tecnología determina los cambios evolutivos en la sociedad. El factor tecnológico actúa independientemente, mientras que los cambios sociales dependen de este, el desarrollo tecnológico sigue un camino constante, que aunque agentes políticos, económicos o sociales influyen en su progreso, no impiden o paralizan su evolución.

Bajo el determinismo de la tecnología sobre la sociedad, puede evidenciarse cómo ha influido en el ambiente turístico. Conforme han surgido las necesidades en las organizaciones turísticas de optimizar recursos y brindar un mejor servicio, se han enfocado en implementar tecnologías que propicien la eficiencia y la calidad del mismo.

La tecnología en el sector turístico procede de los años 1960 y 1970, donde si bien es cierto se empezó a automatizar las operaciones, pero aún era necesaria la mano de obra. Para 1990, empezaron a surgir nuevas alternativas tecnológicas para la operación de la actividad.

1.1.4.2 PRIMERAS TECNOLOGÍAS UTILIZADAS POR LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

La industria turística se ha complementado a la tecnología desde su temprano desarrollo, los sistemas informáticos constituyeron una función esencial en cuanto a reservaciones de boletos aéreos o para las reservaciones de las habitaciones de los hoteles. En el proceso de mejorar la actividad turística y con el pasar del tiempo, internet ha marcado una gran diferencia para los servicios turísticos, permitiendo a la demanda turística la obtención por sí mismo de productos y servicios de la industria.

Guerra (2007) sostiene que la industria del turismo incursionó en la tecnología mediante el uso de los GDS; los cuales les permitía la promoción y obtención de información de diversos destinos turísticos en un sistema central. Luego del surgimiento de internet, los turistas aprovecharon las facilidades que tenían acceder directamente a los servicios turísticos, realizar reservas o compras. De ahí parte la aparición de múltiples tecnologías que mediante una red han innovado en la plataforma turística de los países.

En el siguiente apartado se presenta una breve reseña histórica sobre el surgimiento de las primeras tecnologías en el sector turístico:

1960.- El Hotel Milton de Nueva York, precisamente en el año 1963, nombrado por Sayles (1963) en Martínez et al (2006), fue el primer hotel que utilizó un computador, pero debido a la deficiente automatización del equipo se desinstaló.

1970.- Inició el empleo de los CRS, los cuales les permitía llevar el control del inventario de habitaciones disponibles, pero únicamente de un hotel en particular.

En esta década también se incorpora al hotel Sheraton en Wakiki el primer PMS (Property Management System), estos sistemas suplían al principio las necesidades relacionadas al servicio al cliente o “front office”, pero después se fue modificando dando soluciones al “back office” o la administración del hotel.

1980.- Las aerolíneas crearon los Sistemas Computarizados de Reservaciones, que también permitían realizar reservaciones de establecimientos de alojamiento.

1987.- La cadena Holiday Inn emplea un sistema a sus hoteles, denominado Holidex, el cual permitía gestionar a todos los hoteles de la cadena. Esto se logra al conectar ordenadores en lugares alejados.

Concerniente a la hotelería como ámbito importante dentro de la Industria del Turismo, ha surgido la necesidad de implementar a sus operaciones las TICs, pero en el proceso de automatización de sus actividades, debido a los requerimientos de la demanda y de optimizar sus operaciones han empleado cada vez más sistemas completos y más complejos que con la ayuda tecnológica han simplificado el trabajo dentro de los establecimientos.

1.1.4.3 ACTUALES TICS APLICADAS AL TURISMO

El advenimiento de internet al sector turístico desplegó herramientas de apoyo para la promoción y uso eficiente de las actividades que realizan. Algunas de las TICs que se describirán a continuación han permanecido desde el inicio hasta la actualidad.

Portal turístico: Este sistema permite agrupar recursos de información concernientes a la actividad turística, que al ser transmitida brinda la posibilidad de realizar compra de productos turístico o realizar reservas. Orientado al comercio electrónico de negocio a consumidor, aplicada al turismo.

Wireless Application System (WAS): Está compuesto por el conjunto de aplicaciones que se instalan a dispositivos inalámbricos apuntadas a la actividad turística. Ofrece al turista la ventaja de modificar su itinerario, obtener información de lugares turísticos o de fecha de vuelos y entre otros, sin necesidad del uso de un ordenador.

Telefonía celular: La reducción del tamaño de los ordenadores han dado cabida a los celulares, que actualmente desarrollan aplicaciones eficientes y mejoran el sistema operativo que posibilitan el acceso a Internet para obtener información turística.

Otras soluciones tecnológicas aplicadas al turismo son:

Property Management Systems (PMS): Estas herramientas tecnológicas son utilizadas en los hoteles, proporcionan información sobre la disponibilidad, realizan o cancelan reservaciones y las tarifas al huésped.

Point of Sales: Su traducción es “puntos de venta”, estos sistemas permiten a los establecimientos de alimentos y bebidas como: restaurantes o bares, emitir las facturas de los clientes y cargarlas a su cuenta.

Sistemas Globales de Distribución (GDS): Sistema parecido a los PMS, permite acceder a información de vuelos, hospedajes y reservaciones, mediante un sistema global.

1.1.5 IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL TURISMO DE ECUADOR.

La tecnología en el Ecuador, ha sido uno de los ejes que se ha impulsado en el desarrollo del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, en el objetivo n° 11 “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.” (2013, p. 314)

Una de las metas que persigue este objetivo es “Aumentar el porcentaje de personas que usan TIC al 82%”, para el cual se han establecido lineamientos enfocados al objetivo por ejemplo el que consiste en concretar mecanismos de transferencia de información tecnológica en las normativas de telecomunicaciones y así facultar el desarrollo de aplicaciones y servicios.

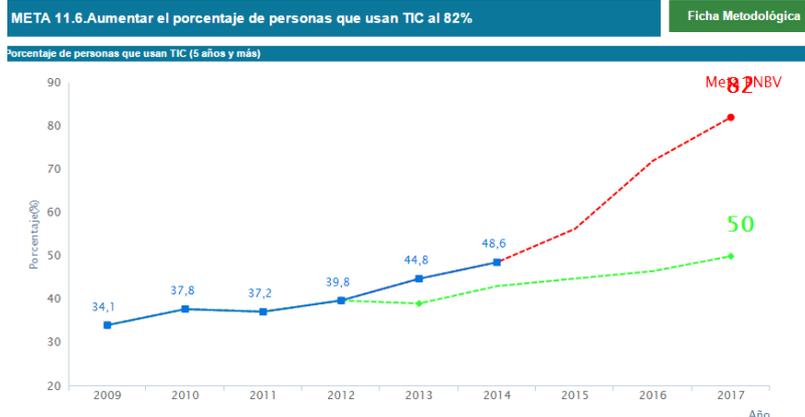


Gráfico N° 4: Aumento de personas que usan TICs para el 2017.
Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017

Relativo al objetivo expuesto, el turismo como una industria de servicios forma parte de este plan. Este sector está en capacidad de aprovechar estos cambios que otorgan el Plan Nacional del Buen Vivir y adaptarlos a sus operaciones y actividades, rigiéndose en las normativas de telecomunicaciones que indica dicho lineamiento, aún más cuando este promueve el uso de las Tics que se proyecta para el 2017 en el porcentaje presentado en el gráfico, esto se destaca como una oportunidad para la actividad turística del Ecuador.

El uso de las TICs en el país ha intervenido en la mayoría de las actividades del mismo y el acceso a estas herramientas en el Ecuador ha tomado mayor alcance. Según el Anuario estadístico del INEC (2013), las TICs están distribuidas parcialmente en las tres regiones, siendo la región Insular la que posee más acceso con el 92.1% y el Ecuador continental representa ente el 66,8% y 72,1%. Por otro lado, también indica que el mayor porcentaje se concentra en el uso de un teléfono celular, con el 72,0%.

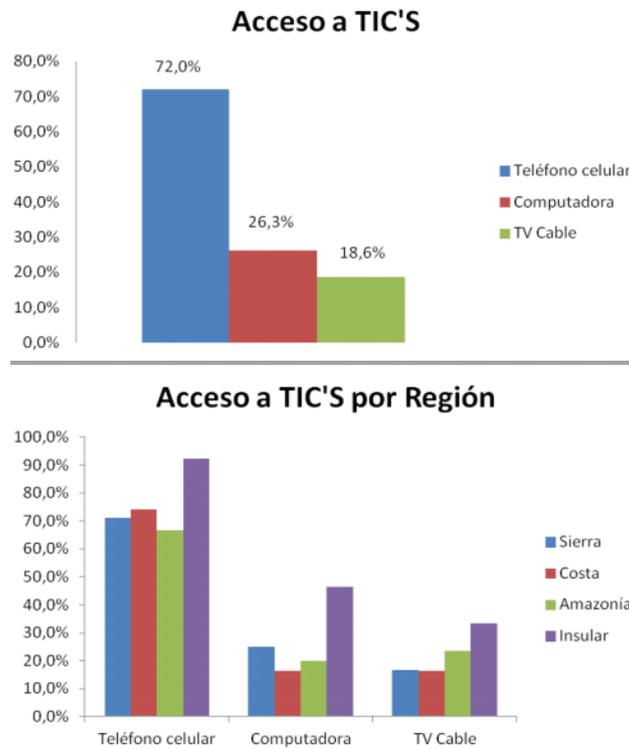


Gráfico N° 5: Acceso a las TICs en el Ecuador.
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2013)

A partir de las cifras presentadas es comprensible que las actividades que se realizan en el país hagan uso de las TICs. En el turismo se han desarrollado planes estratégicos que complementan y son de elemental función en el sector, las empresas de turismo conocen sobre la optimización en los procesos productivos, por lo tanto en términos promocionales y económicos las Tics desempeñan el rol de herramienta óptima en la Industria turística del país.

1.1.6 TEORÍA DEL DESENVOLVIMIENTO ECONÓMICO

Según el Ministerio de Turismo (2014) el turismo es considerado en el país uno de los sectores de desarrollo e implementación de las TICs, además esta actividad es una de las principales fuentes de economía siendo un sector de servicios.

Schumpeter citado por Torbón (2009), en su teoría del desenvolvimiento económico explica que los ciclos económicos que se experimenten son causa de las

innovaciones tecnológicas. Con esto se refiere a que mientras más constante sea la búsqueda de nuevas técnicas de producción en una organización, estas optarán por introducir nuevas tecnologías a sus procesos, propiciando que se genere una mayor competitividad en el mercado, aprovechando recursos materiales y humano, de la inversión realizada con la nueva tecnología aplicada.

Como argumenta Torbón (2009)

De repente, un empresario descubre que es posible implementar una nueva táctica de producción, definida como la introducción de nuevas combinaciones de capital y de trabajo para la producción de nuevos bienes. Por esta razón, el capitalista innovador, el empresario en la terminología de Schumpeter, anticipa la posibilidad de obtener un beneficio extraordinario positivo en términos reales a través de un aumento relativo del precio del bien innovado respecto a los precios que entran en sus costos. En este caso, el empresario decide financiar la adopción de la nueva técnica exclusivamente a través del crédito bancario, lo que implica una perturbación del equilibrio estacionario. (p.178)

De tal manera, como se ha explicado en la teoría del desenvolvimiento económico, los cambios tecnológicos provocan que la economía se altere, ya que al ser implementadas producen eficiencia en las actividades.

En el turismo, la implementación de métodos basados en el uso de las TICs genera efectividad y productividad para las empresas turísticas y para el país, ya que se aprovecha la optimización de las mismas permitiendo más ganancias para el país y en la misma estancia el Ecuador se beneficia de esto ya que el turismo es una fuente generadora de divisas y de recursos económicos para el mismo.

1.1.7 LA CALIDAD TURÍSTICA TECNOLÓGICA DEL ECUADOR

La industria turística toma relevancia en el país y actualmente el sector y la Asociación Ecuatoriana de Software (Aesoft) se han encargado de realizar emprendimientos en cuanto a aplicaciones tecnológicas que les provean a los turistas mayor y mejor información acerca de los servicios que se prestan en el país.

Partiendo de la campaña impartida “All you need is Ecuador”, como referente de difusión y promoción virtual de la imagen del país, la cual fue difundida por diferentes plataformas cuyo énfasis era promover el mismo como destino turístico. Como aseveró la Ministra de Turismo Sandra Naranjo en Diario: El Comercio (2015) “Creemos que es súper importante que Ecuador se distinga por la calidad de sus servicios, que la gente asocie Ecuador con calidad y eso es también parte de nuestra estrategia" (párr. 9)

Como lo explica Naranjo es importante que los turistas tengan una percepción de calidad en cuanto a los servicios que se prestan en el país, de esta manera es que se emprende a ofrecer un servicio turístico o producto turístico ecuatoriano enfocado a la tecnología.

De acuerdo con la publicación del Ministerio de Turismo (2015), el presidente de Aesoft argumenta que hoy en día en el país existen decenas de aplicaciones que impulsan el progreso de la cadena productiva, otorgando oportunidades en cuanto a innovación y promoción de servicios que permiten competir a nivel internacional.

1.1.7.1 TEORÍA DE LA CALIDAD DE KAROW ISHIKAWA

Al hablar de calidad de un producto turístico que aborda los aspectos de la tecnología Vargas y Aldana (2006) toman los principios básicos la teoría de calidad total de Karow Ishikawa “La calidad tiene que construirse en cada diseño y en cada proceso” (p.38)

Relacionando el argumento expuesto por Naranjo acerca de la calidad en los servicios a los turistas y la teoría demostrada sobre la calidad en cada proceso y diseño, es fundamental destacar que el turismo debe rediseñar e innovar en cada uno de sus

procesos y como herramienta esencial posee la tecnología impulsada en el país para demostrar la calidad del producto turístico tecnológico.

Para concluir, existen varias teorías que directa e indirectamente vinculan la actividad turística y a la industria tecnológica como sectores que se complementan en su desarrollo. Para empezar la teoría descrita por Leiper revela como la tecnología compone el ambiente sobre el que se ejecutan los servicios turísticos y que en sinergia con otros factores permiten la realización del turismo. Por otro lado, la teoría de Pasquali, propone la correcta transmisión de la comunicación, lo mismo que tiene que ver con utilizar herramientas de difusión precisas que permitan el conocimiento íntegro de los productos turísticos que en el mercado se ofertan. Mientras que Marx y Smith explica, cómo los avances tecnológicos han modificado la sociedad, esta cambia de acuerdo como la tecnología evoluciona, permitiendo que el turismo la adapte en sus actividades. A esto se suma el aporte de Schumpeter sobre la progresión de las innovaciones tecnológicas y su efecto sobre los cambios económicos, que permiten a las empresas turísticas a mejorar su rentabilidad y reducir sus costos, proporcionándole además a los países un beneficio económico como resultado de ejercicio del turismo. Finalmente, todo servicio implica calidad y en el turismo este aspecto no se debe aislar, como explica Ishikawa, la calidad debe estar meramente presente en cada proceso y en cada diseño que los servicios turísticos ofrezcan. En conjunto todo lo explicado refleja el avance y el desenvolvimiento del turismo con el surgimiento y la evolución de las Tics y así mismo la importancia que esta era tecnológica ha tomado en las actividades de las empresas, como el caso de la industria turística en el país.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

Las innovaciones tecnológicas son uno de los principales factores del desarrollo incesante del turismo en el mundo, actualmente se cuenta con herramientas interactivas en la industria turística, que se convierten en estrategias al momento de querer promocionar un destino, como lo son lo son las guías virtuales, que muestran un destino de una forma diferente a lo tradicional.

Esta tendencia se encuentra revolucionando el mercado turístico, ya que cada día es más común los turistas 2.0 que se encuentran conectados a cada instante con la tecnología. Por tal motivo, es imprescindible resaltar que un destino turístico como Guayaquil cuente con las debidas facilidades tecnológicas.

A continuación se detallan los conceptos que aclaran algunos de los términos turísticos y tecnológicos utilizados en la investigación:

1.2.1 TÉRMINOS TURÍSTICOS

1.2.1.1 Turismo

Para Cabarcos (2006) “Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos” (p.2).

La industria del turismo está enfocada en el conjunto de actividades de ocio, educación, negocios, salud y otros que una persona puede realizar en un lugar distinto al de su diario vivir. Durante esta estancia, la industria se dedica a brindar las facilidades que permitan el disfrute de los turistas en los lugares que visitan.

1.2.1.2 Turismo 2.0

Sánchez (2011) desde su análisis explica que “La unión de turismo y Web 2.0 es conocida como “Travel 2.0” o lo que es lo mismo “Viajar 2.0”, “Turismo 2.0” o E Turismo” (p.38).

El termino Turismo 2.0 es una transformación evidente de la continua evolución de la tecnología en el turismo. Esta ha cambiado por completo la tendencia de viajes y el término hace referencia al mejoramiento de la actividad turística al complementarse con la utilidad del internet. Actualmente no solo se habla de turismo al realizar un viaje y contar con las facilidades, sino también a la facultad que brinda para que los turistas

se valgan de herramientas tecnológicas antes, durante y luego de su viaje; es decir, la actividad turística se mantiene a la vanguardia en sentido virtual.

1.2.1.3 Turista 2.0

Desde la perspectiva de Suau (2012):

El turista 2.0 es un viajero mas informado que nunca, participativo, que busca y compara y que ya no decide a partir del consejo de una agencia de viajes, sino que ha de ser persuadido directamente por el producto o servicio turístico y la forma en que éste se presenta en internet. (p.114)

El turista 2.0 posee un perfil tecnológico que integra el interés por realizar un viaje o conocer algún sitio de atracción con la interactividad en los medios que la tecnología ofrece para información sean estos: redes sociales, páginas web y otros recursos que permiten al turista estar informado en tiempo real de los destinos turísticos.

1.2.1.4 Atractivo Turístico

Para el MINTUR (2015) los atractivos turísticos son:

El conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos. (p.20)

1.2.1.5 Producto turístico

De acuerdo con Llamas (s.f.) el producto turístico está compuesto de:

Los recursos turísticos, las infraestructuras e instalaciones básicas y las empresas turísticas constituyen tres elementos indispensables para el producto turístico, pero el factor clave residen los recursos existentes en un determinado destino, ya que estos son la fuente de motivación que origina el desplazamiento. (p.12)

1.2.1.6 Cultura

Este término lo caracteriza Tylor (1871) citado por Eseverri (2006) como:

Cultura o civilización en un sentido amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembros de una sociedad. (p.27)

1.2.1.7 Oferta turística

La oferta turística definida por Quesada (2000) como “El conjunto de facilidades y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado de acuerdo con sus necesidades y motivaciones” (p.125).

1.2.2 TÉRMINOS TECNOLÓGICOS

1.2.2.1 Smartphone

Según Gutiérrez (2011), un Smartphone es un dispositivo de bolsillo, que contiene características muy parecidas a un celular, de hecho incluye funciones de un dispositivo de bolsillo como: libreta de contactos, agenda, blog de notas, hojas de cálculo, etc. Lo que lo hace accesible a la integración de aplicaciones móviles, debido a la tecnología de comunicación celular.

1.2.2.2 Sistema Operativo Móvil

Para Gutiérrez (2011) “Un Sistema operativo es un programa que actúa como intermediario entre el usuario y el hardware de un PC. Su propósito es proporcionar un entorno en el cual el usuario pueda ejecutar programas” (p.37).

Entre los sistemas operativos más conocidos se encuentran:

Android

Google citado por Malave y Beauperthuy (2011), describe a Android como:

Un sistema operativo con una plataforma abierta para dispositivos móviles adquirido por Google y la Open Handset Alliance⁵, su finalidad es satisfacer la necesidad de los operadores móviles y fabricantes de dispositivos, además de fomentar el desarrollo de aplicaciones. (p.81)

IOS

Jiménez (2013), explica que IOS es:

El software del sistema operativo usado en equipos Cisco es conocido como Interetwork Operating System (IOS). Como cualquier sistema operativo en cualquier equipo de cómputo, el Cisco IOS administra los recursos en hardware y software del equipo, incluyendo asignación de memoria, procesos, seguridad y el sistema de archivos. (p.22)

⁵ **Open Handset Alliance (OHA):** Asociación entre compañías móviles y distribuidores para mejorar las innovaciones tecnológicas dispositivos móviles.

1.2.2.3 Aplicación móvil

De acuerdo a Cacheiro (2014), quien cita a Brazuelo y Gallego (2011): las aplicaciones móviles o Apps⁶ son programas diseñados a especificaciones de los dispositivos móviles, que integran funcionalidades que permiten cubrir las necesidades que los usuarios requieren al realizar su descarga.

La evolución del turismo no tiene límites, y son evidentes los cambios innovadores que están surgiendo en el sector turístico, ya que hoy en día es más frecuente que los turistas 2.0 se sientan atraídos a visitar la ciudad y querer hacer uso de las TICs, con la nueva cultura tecnológica la ciudad de Guayaquil se beneficia, generando rentabilidad a negocios turísticos, como la industria hotelera e industria gastronómica, que son importantes vitrinas para promocionar el potencial turístico de la ciudad.

1.3 MARCO REFERENCIAL

En el esfuerzo de fomentar la promoción y comunicación turística más efectiva, los destinos interesados en incrementar la afluencia local e internacional de sus visitantes, han desarrollado herramientas eficientes para impulsar el turismo. Las aplicaciones móviles de carácter turístico se han diversificado en el mercado, permitiendo conocer desde la fecha y hora de un vuelo, hasta obtener una imagen casi auténtica de un punto de interés o a lo que se denomina “realidad aumentada”.

En base a lo expuesto, a continuación se describen dos referencias de aplicaciones móviles turísticas enfocadas a brindar servicio oportuno a los turistas:

⁶ **APPs:** Abreviatura para aplicaciones móviles

1.3.1 A NIVEL INTERNACIONAL.

1.3.1.1 Be your Guide – Toledo

Una aplicación completa de carácter cultural, pero que integra las facilidades que un turista necesita en un lugar que desconoce. Be your guide participó entre 125 aplicaciones y obtuvo el reconocimiento de mejor aplicación cultural en los “The App tourism Awards 2014” en España.

La descripción de Botheatoz (s.f) acerca de la aplicación “Be your guide Toledo” indica que, esta herramienta virtual pretende que los turistas tengan la facilidad de guiarse en una ciudad que no conocen y actualmente se proyecta crear esta app para la ciudad de San Sebastián. A pesar de enfocarse en el aspecto cultural de la ciudad de Toledo, cuenta con 150 sitios de interés cultural que mostrar virtualmente. Al iniciar al navegar en la aplicación se observa las categorías que ofrece al turista.

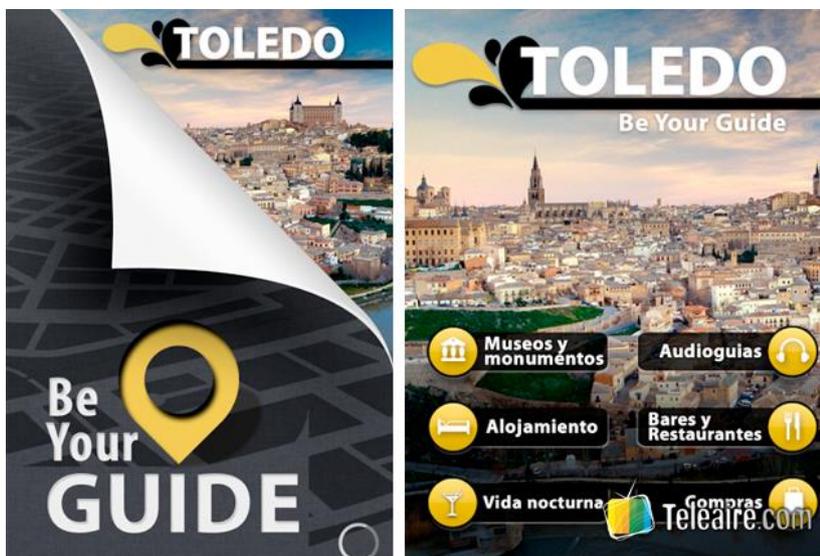


Imagen N° 1: Aplicación “Be your guide Toledo”
Fuente: Teleaire.com

Descripción:

- Disponible en tiendas Apple y App Store
- Posee información de monumentos, hoteles, restaurantes, compras y la vida nocturna dentro de la ciudad.

- Galería de más de 100 puntos de interés.
- La opción de Audio guías está disponible para las rutas diurnas y nocturnas.
- Permite descargar un auto guía musical “Toledo a tu aire”, que a su vez detalla la información de la ciudad mientras se escucha música.
- Aplicación Modo Offline. No es necesario contar con internet para utilizarla.
- A través de la opción cómo llegar se puede acceder a un mapa mediante GPS.
- El turista puede otorgarle la puntuación que cree conveniente y además compartir las experiencias de viajes con las redes sociales, ya que tienen acceso a Facebook.
- Está disponible en 6 idiomas: español, inglés, italiano, alemán, francés y japonés.

Categorías:

- **Museos y Monumentos**

En esta categoría se encuentran los museos y monumentos más interesantes y con mayor historia y presentan su valoración como atractivo con estrellas, para complementar la aplicación despliega una ficha de información acerca del atractivo que incorpora un mapa que permite llegar a través del GPS.

- **Alojamiento**

En esta categoría se encuentran los hoteles de la ciudad, en el que se presentan alternativas de todas las categorías. Además de la opción información sobre el hotel, también muestra el contacto del hotel y la opción de compartir en Facebook. Otra opción que brinda esta categoría es filtrar y ordenar los hoteles y votar según la experiencia obtenida.

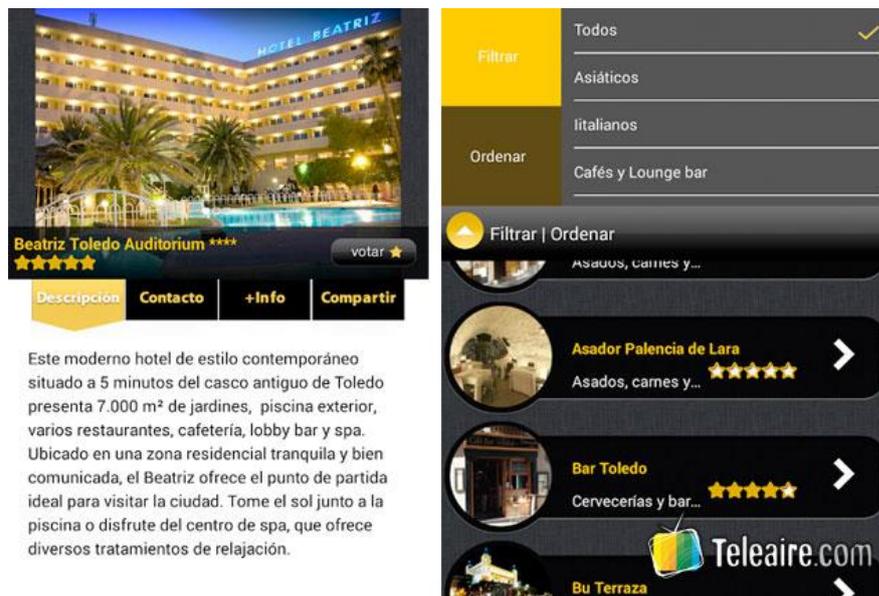


Imagen N° 1: Opción Alojamiento en App “Be your guide Toledo”
Fuente: Teleaire.com

- **Audio guías**

Este servicio que ofrece la aplicación consiste en permitir que el propio turista sea su guía y pueda ahorrar el gasto de contratar a un guía. La audio guía además ofrece recorrer rutas de los cobertizos y conventos dentro de los muros y otra para disfrutar de los espacios públicos de la ciudad.

- **Bar y Restaurantes, vida nocturna y compras**

Mediante los filtros del app, se puede conocer los platos más apetecidos en los restaurantes de la ciudad y brinda información de los restaurantes y su oferta. Lo mismo sucede con la categoría de vida nocturna y compras.

1.3.2 A NIVEL NACIONAL

1.3.2.1 Findout Quito

Ganadora del concurso “Hackatón Innovando en Turismo”, una competencia realizada en Quito en la cuarta edición del Campus Party 2014, buscaba destacar la mejor aplicación de turismo en el país.

Desarrollada por Raymer Concepción y Daniel Vera, expertos en Sistemas, junto a David Cabrera quien cursa la carrera de Ingeniería en Redes, quienes emprendieron el proyecto, tomando en cuenta sus propias experiencias como turistas en la ciudad.

Descripción:

- Disponible en tiendas Apple.
- Se accede ingresando a la red social Facebook.
- Brinda información al tomar una foto instantánea del atractivo.
- Permite añadir la descripción por el propio turista.
- Aplicación modo Offline. No es necesario tener internet para acceder.
- Cuenta con audio guía para conocer la información de los lugares turísticos.

El modelo de esta aplicación proyecta extenderse a otras ciudades como Cuenca y Guayaquil. A la misma se puede acceder desde los Smartphones o teléfonos inteligentes y desde las tablets, como una guía virtual que utiliza la realidad aumentada para el turista.



Imagen N° 2: Aplicación “Find out Quito”
Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

Para concluir, existen referentes de estrategias tecnológicas como mecanismos de promoción de destinos turísticos que facilitan la visita de un lugar para el turista que en su mayoría resultan desconocidos para ellos. Existe una diversa gama de aplicaciones especializadas en servicios turísticos, que se aplican a los diferentes tipos de turismo; las aplicaciones móviles han ahorrado y optimizado el tiempo de los turistas en llegar a un punto o conocer sobre la historia de alguna manifestación cultural y así mismo los destinos han logrado aumentar su afluencia turística por el cambio que han experimentado al implementar una guía virtual para su promoción. “Be your guide” y “Findout Quito” se han convertido en aplicaciones modelos de servicios turísticos, según las características presentadas y debido a esto han recibido reconocimientos a nivel internacional y nacional respectivamente.

CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA DEL PROYECTO

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El turismo como actividad impulsadora para promover el nombre de los destinos de diferentes países o para denominarlo marca turística, requiere de recursos que cumplan con las características para el ejercicio de la misma. La planta turística compuesta por alojamiento, restauración y entretenimiento, así como la infraestructura necesaria que permita el fácil acceso de los turistas a los atractivos: infraestructura e intermediarios, representan las facilidades para formar un producto turístico.

Pese a esto, el simple hecho de contar con estos recursos, no quiere decir que un destino de atracción turística es visitado con tal magnitud que tenga reconocimiento internacional o que se ha desarrollado en el sector de manera significativa, es preciso contar con mecanismos que permitan optimizar la práctica del turismo. En el Ecuador, se han encaminado varios esfuerzos por destacar el potencial turístico del mismo y el factor tecnológico ha sido un determinante para las actividades económicas que se hacen en el país, como ente facilitador de procesos y divulgación de información. Por tal motivo es que en el presente proyecto se propone realizar un análisis y el mejoramiento de la estrategia tecnológica de una aplicación móvil, que ha

implementado hace aproximadamente un año el Municipio de Guayaquil para utilidad de los turistas que visitan la ciudad.

Toda investigación requiere plantear métodos para la interpretación del beneficio que aportará; la metodología que se utilizará en el proyecto se basa en identificar el nivel de satisfacción de los turistas con el uso de la aplicación y cuáles son sus expectativas al descargar aplicaciones de este tipo de funcionalidad en sus dispositivos móviles.

Como explican Llanos, Goytia y Ramos (2004), la metodología persigue conocer cada uno de los procedimientos que se aplican en la indagación del tema, así como el aporte de las teorías y conceptos expuestos, que permiten analizar la información que se obtiene, a través de instrumentos investigativos. (p.45)

Entonces, para empezar es necesario que la propuesta presentada establezca el tipo de investigación que es; por lo tanto se indica que esta es una investigación de carácter exploratorio y descriptivo, lo que se detallará en el siguiente apartado.

2.2 TIPO DE ESTUDIO

2.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Para Tamayo (2004), la investigación descriptiva comprende “la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente” (p. 46).

El aspecto descriptivo de la investigación consiste en demostrar las características de los elementos que afectan el máximo uso de la aplicación, también implica reproducir los inconvenientes que presentan los usuarios en sus comentarios, así como los atributos que contiene y de qué manera opera en los dispositivos móviles y que al mejorarse podrían facilitar la estancia de los turistas en la ciudad. Por otro lado, este aspecto también se enfoca en hacer una descripción de como la tecnología ha sido participe en las actividades turísticas, presentando los antecedentes y algunas

evoluciones en las organizaciones turísticas. A esto se añade la descripción de los modelos referenciales en los cuales se basa la investigación para el mejoramiento de la aplicación “Guayaquil es mi destino”.

Por lo tanto, el tipo de investigación que se está proponiendo comprende la investigación exploratoria y la descriptiva. La primera indica que no se le ha dado énfasis al estudio completo de la aplicación y aunque existen algunos análisis basados en otras aplicaciones, en esta no se ha apuntado a su mejoramiento u optimización. El modelo descriptivo indica que la investigación está enunciando en las diferentes secciones del documento los rasgos característicos del problema que posee la app tomarlos como el punto indicado para su restablecimiento.

2.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Debido al escaso conocimiento de la aplicación móvil "Guayaquil es mi destino", se partió de un problema general: el poco uso de la app en los turistas. El problema general como punto de partida de la investigación, deriva pequeños problemas o explicaciones que han sido analizados por lo tanto se deduce que el método de investigación que se va a utilizar es el Analítico Deductivo.

En el 2006 Bernal indica que el método deductivo es:

Un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (p.56)

Como lo explica Bernal, en la investigación que se está realizando se toma el postulado general, la poca utilidad de aplicación, pero al indagar a que se debe esto, se tomaron postulados particulares como: existe error de conexión en la red, hay poca información de los atractivos turísticos, no brinda la ayuda adecuada para guiarse en la ciudad y otros más que fueron explicados en secciones anteriores. Entonces la

investigación se torna a través del método Analítico deductivo, porque se parte de una hipótesis que se ha podido verificar, luego de desprender explicaciones específicas de una general.

2.4 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El enfoque mixto que presenta la investigación está basado en el enfoque cuantitativo y cualitativo de la misma. Para empezar el aspecto cuantitativo de la investigación se usa para la probabilidad de la recolección de información primaria, como los datos estadísticos acerca de: la cantidad de personas que usan un Smartphone en la provincia del Guayas, así como el porcentaje de personas que tienen acceso al uso de las Tics. Por otro lado el enfoque cualitativo está basado en entrevistas a especialistas, así como las descripciones que se han realizado acerca de los problemas de la aplicación en la parte del planteamiento, en la justificación de la propuesta, en las características de la app y en la descripción de la evolución de la tecnología en el turismo.

De acuerdo con Gómez (2006), indica que el modelo mixto representa “El más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas” (p.64).

Por lo tanto, la unión de los dos enfoques dentro de la investigación integra uno solo llamado mixto. Las explicaciones que se realizan sobre la utilidad de la aplicación actualmente y de sus características conforman el aspecto cualitativo, mientras que los datos numéricos que se han recolectado de cifras de las Tics, integran el aspecto cuantitativo, lo que da como resultado un enfoque mixto.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La definición de los parámetros metodológicos de la investigación, también implica la necesidad de determinar las técnicas e instrumentos de recolección de datos

que se implementarán. Debido al enfoque mixto que posee, es necesario consultar información de fuentes y técnicas primarias como secundarias que aporten en las indagaciones directas e indirectas sobre el tema.

Las técnicas a implementarse dentro de la investigación son la encuesta y la entrevista.

De acuerdo con Abascal y Grande (2005), la encuesta es considerada uno de las técnicas de recolección primaria, proporciona resultados objetivos y coherentes que se obtienen mediante preguntas que se aplican a la muestra objeto de estudio, a través de los resultados se puede aplicar métodos tanto cualitativos como cuantitativos y analizarlos mediante niveles de errores y de confianza.

El objetivo de recopilar la información mediante fuentes primarias como la encuesta, es conocer el factor común por el cual se ha creado la insatisfacción y poca utilidad de la aplicación en cuestión tanto en los turistas internacionales y nacionales. Mediante sus comentarios y respuestas se podrá conocer que es lo que piensan y las razones por las cuales no les es de utilidad la app, además de dar respuesta a datos que servirán de aporte para la propuesta a presentar.

Para Acevedo, Alba y López (s.f), la entrevista constituye la necesidad de interacción personal y aunque en su origen se la utilizó únicamente para el ámbito periodístico, actualmente es una técnica empleada en varios ámbitos. Es considerada como la herramienta para interrogar a una persona y luego comunicar la información a un público.

Por otro lado como fuente primaria en la investigación se realizará la entrevista a tres profesionales de sistemas, turismo y hotelería; de esta forma se obtendrán resultados más directos y reales acerca de los contenidos de la aplicación, así como la perspectiva de la influencia que provocaría la optimización de la app en la industria turística.

Ambos métodos de recolección de datos son utilizados en la parte cuantitativa de la investigación, no obstante, estas se apoyan de un cuestionario, sobre el cual se guía la persona encuestada o entrevistada para dar respuestas a las preguntas que se

solicitan. El cuestionario forma parte del aspecto cualitativo de la investigación, estructurado por preguntas, que pueden ser cerradas, limitando las respuestas y otras que se consideran abiertas porque permiten la libertad del encuestado a dar su opinión.

Según Bernal (2006) indica que el cuestionario se integra de una serie de preguntas que permite generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos de la investigación. Se planea de forma formal para estandarizar el proceso de la recolección de información a la muestra de estudio.

Entonces como métodos a aplicar en la investigación, se ha optado por utilizar una encuesta y una entrevista, ambas forman parte de las fuentes primarias de recolección de datos, brindan facilidad y agilidad para obtener la información. Tanto la encuesta como la entrevista se apoyan de un pequeño cuestionario que los turistas y los profesionales contestarán, los mismos que contendrán preguntas cerradas y abiertas, ya que permite conocer de manera más amplia su opinión y no tan solo se limiten a las opciones que se describen.

2.6 POBLACIÓN

Como explica Borda (2014): "El universo o población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación, los elementos en los que se encuentran las características que serán sujetos de estudio" (p.88)

Para lograr analizar la información que se desea obtener acerca de una investigación, es necesario contar con una población objeto de estudio, que cumpla con las especificaciones hacia las cuales se dirige la misma.

En este caso, debido al gran realce que actualmente ha tomado la ciudad de Guayaquil, la población de turistas se consolida en la demanda de nacionales y extranjeros que ingresan a la metrópolis, pero la importancia que ha tomado internacionalmente la ciudad ha permitido incluso que esta reciba reconocimientos. De acuerdo a una publicación realizada por el Diario El Universo (2015) Guayaquil está dentro de las 5 mejores ciudades para vivir, según un estudio realizado por la BBC Travel a expatriados de 160 países quienes destacaban los sitios turísticos de

Guayaquil. Por otro lado, en la publicación del Diario El telégrafo (2014), el 54% de los turistas que ingresan a Guayaquil son de origen extranjero, mientras que el 46% provienen de otros lugares del país.

Con los datos presentados, se estima que la población a estudiar en la presente investigación son los turistas extranjeros indistintamente del lugar de procedencia, que visitan la ciudad de Guayaquil. Se ha determinado la población de turistas internacionales debido a los argumentos expuestos y pese a que no tienen una idea más clara de la ciudad a diferencia de los turistas nacionales.

2.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA

De acuerdo a Gómez (2006) indica que:

El tamaño de la muestra determina la población, se enfoca en el problema de precisar cuántos elementos de esa población se deben tomar para tener el grado de seguridad necesario, de forma que las mediciones en la muestra representen a la población, es decir se determine el tamaño de la muestra. (p.112)

Distintas razones indican que para realizar la investigación debe considerarse una porción de la población para poder estudiarse, a este segmento se lo denomina muestra. Como se mencionó la población a estudiarse son los turistas de procedencia internacional que ingresan a Guayaquil a realizar turismo.

De acuerdo a la publicación realizada por el Diario el Telégrafo (2015), en la cual se indica que el Ministerio de Turismo informó que a la ciudad de Guayaquil ingresan 330.000 turistas internacionales, los cuales representan el 22% de los turistas que llegan a Ecuador.

Con estos datos se concluye que el universo o población que se va a estudiar en la investigación abarca los 330.000 turistas extranjeros que visitan Guayaquil, lo que se considera una muestra infinita. A continuación se realiza el cálculo de la muestra a la que se enfoca, que se obtendrá de la población mencionada.

$$\frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Datos:

N: 330.000 turistas internacionales

Z: 95%

e: 5%

p: 50%

q 50%

Determinando:

Error de estimación:

$$E = 5\% \quad 5 \div 100 = 0,05 \div 2 = 0.025$$

Nivel de confianza

$$NC = 95\% \quad 95 \div 100 = 0,95 \div 2 = 0,475$$

Obteniendo los índices de la tabla de distribución 0,475 representan el 1,9 y 0,6, sumando estos dos valores se obtiene el 1,96 de nivel de confianza de 95%.

$$Z = 1,96$$

Una vez que se obtienen los valores se los aplica en la fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$N = \frac{330.000 \cdot 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{0,05^2(330.000 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$N = \frac{316.931,99}{825,96}$$

$$N = 383,71$$

Por lo tanto es necesario estudiar a 384 turistas extranjeros en esta investigación, de los cuales se obtendrá la información aplicándolas técnicas explicadas anteriormente.

2.8 TIPO DE MUESTREO

El tipo de muestreo utilizado para elaborar la investigación es el Muestreo por estratos, para una población infinita que pertenece al grupo de muestreo probabilístico. Los individuos que se seleccionen para el muestreo se dividirán en subgrupos para llevar a cabo la recopilación de la información, contribuyendo a que la encuesta sea más fácil y utilizando el tiempo de forma óptima.

Como acota Malhotra (2004), el muestreo estratos es un proceso de dos fases en el que la población se divide en subpoblaciones o estratos. El estrato debe ser mutuamente excluyente y colectivamente exhaustivo en cuanto a que cada elemento de población debe asignarse a solo un estrato y no se deben omitir elementos de población. (p.327)

Entonces, el proceso que se realizará es segmentar por subgrupos de tráfico turístico extranjero a la muestra, es decir se dividirá en sectores turísticos por donde transcurren los turistas como: Aeropuerto, Malecón 2000 y el Parque Seminario, para realizar las encuestas a los 384 turistas. Se ha decidido distribuirlo de esta manera porque estos lugares siempre son visitados por turistas internacionales que se sienten atraídos por conocerlos y esto facilita la realización de las encuestas.

Por último luego de realizar la división de las áreas más visitadas se selecciona al azar los individuos elegidos para la investigación, tienen la misma oportunidad de ser encuestados, sin importar lugar de procedencia de otros países.

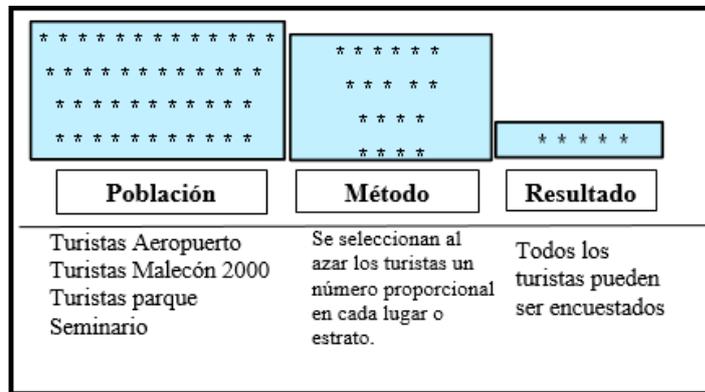


Gráfico N° 6: Muestreo estratificado
Elaborado por: Las Autoras

2.9 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.

Una vez definidas las técnicas de recolección de información, así como los instrumentos que se utilizarán para recabar la información necesaria, se procederá a realizar la tabulación de cada una de las preguntas que se registraron en el cuestionario de la encuesta, para finalizar con el análisis de los resultados que arroje cada una.

Luego de realizar el conteo de cada respuesta, se formará una tabla en el programa Excel para registrar cada dato obtenido y hacer la sumatoria necesaria. Una vez realizada la sumatoria se procederá a obtener el porcentaje que representa cada dato hasta llegar al 100%. Para finalizar se utilizará el diagrama pastel, para graficar en porcentajes las respuestas y poder realizar el posterior análisis de lo que indica cada gráfico.

El objetivo de la tabulación y análisis de datos desde la perspectiva de Vidal (2009) esta: “se centra en obtener un conocimiento detallado de cada una de las variables utilizadas en la investigación, empleando para ello distribuciones de frecuencias, estadísticos univariantes y representaciones gráficas.” (p.27)

2. 10 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

A continuación se realizará la representación gráfica de los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros. Cada pregunta es acompañada de una tabla de datos, en la cual se muestra concretamente la respuesta numérica de cada una, que luego se representa en un gráfico (pastel), con los datos de forma porcentual. Posteriormente, se realiza el análisis, indicando brevemente en qué consisten los resultados que se presentan en las encuestas. Ver anexo encuestas a turistas extranjeros.

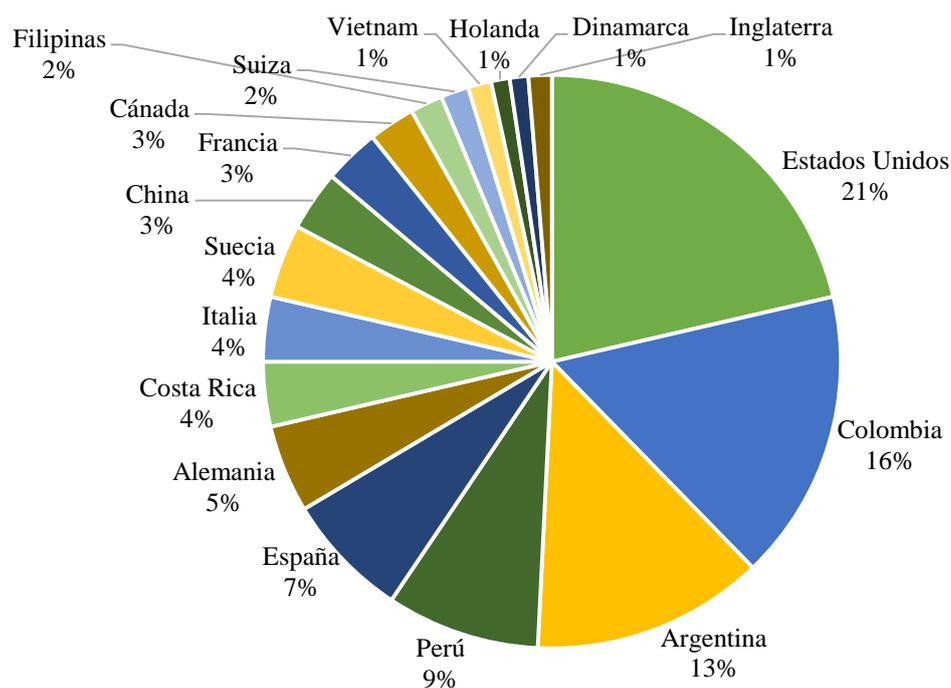


Gráfico N° 7: Lugar de procedencia de turista

Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación

Elaborado por: Las autoras

Respecto al lugar de procedencia de los turistas que visitan Guayaquil, se puede observar que lidera la lista Estados Unidos, mientras que el menor porcentaje está dividido entre Inglaterra, Holanda y Dinamarca.

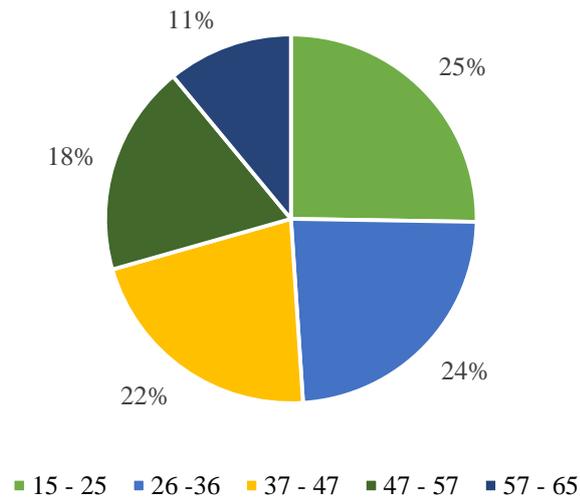


Gráfico N° 8: Edad de los turistas que visitan Guayaquil
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

Respecto a las edades de los turistas encuestados en la ciudad de Guayaquil, el rango con mayor porcentaje de 15 – 25 años, mientras que el rango con menor porcentaje de 57-65 años representa.

1.- ¿Piensa usted que es útil para el turista contar con una aplicación móvil como guía virtual de la ciudad de Guayaquil?

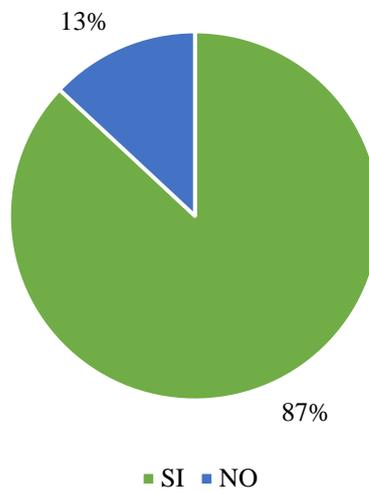


Gráfico N° 9: Utilidad de la app móvil turística de GY
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

El mayor porcentaje de turistas encuestados estuvieron de acuerdo en la utilidad de una app móvil como guía virtual de la ciudad, mientras que la minoría no estuvo de acuerdo.

2.- ¿Sabe algo Ud., sobre la aplicación Guayaquil es mi destino, sí la conoce indique a través de qué medios?

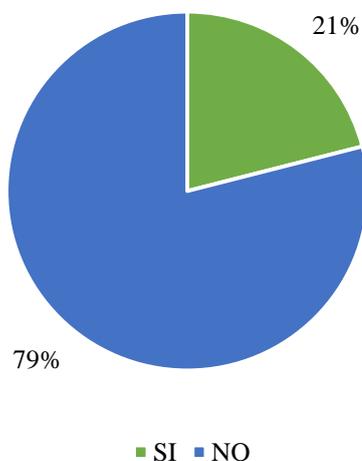


Gráfico N° 10: Conocimiento de la app “Guayaquil es mi destino”
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

En cuanto al conocimiento de la app, por parte de los turistas, se observa que la mayoría de ellos desconoce la app, y solo un pequeño porcentaje sabe acerca de la aplicación “Guayaquil Es mi destino”.

3.- Si respondió si en la pregunta anterior ¿Cómo califica Ud., a la aplicación?

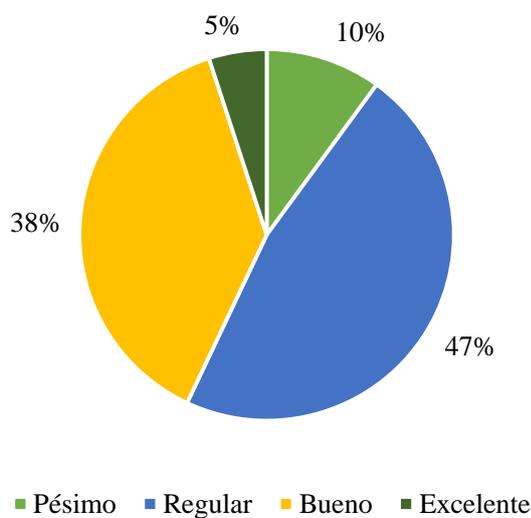


Gráfico N° 11: Calificación de la app “Guayaquil es mi destino”
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

De los 81 turistas que conocen acerca de la aplicación la mayoría califica a la app como regular.

4.- ¿Considera usted que la aplicación debería mejorar su servicio?

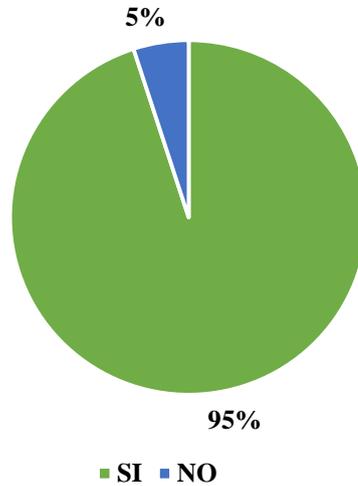


Gráfico N° 12: Mejorar el servicio de la app “Guayaquil es mi destino”
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

Con respecto a la mejora del servicio que brinda la app, de los 81 turistas que la conocen la mayoría considera que debe mejorar su servicio.

5.- ¿Estaría Ud., de acuerdo en que al momento de necesitar internet gratis primero se descargue la aplicación en lugares como: aeropuerto, terminal, restaurantes y hoteles?

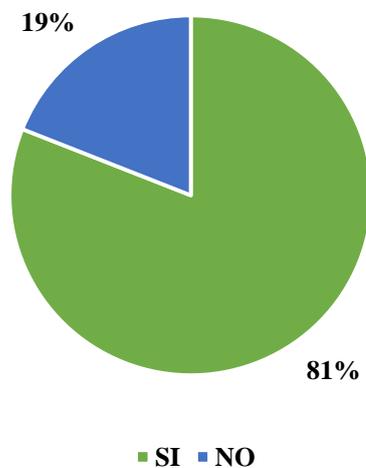


Gráfico N° 13: Descargar la app para obtener internet gratis.
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

Con respecto a descargar la app “Guayaquil es mi destino en lugares como: aeropuerto, terminal y otros, la mayoría está de acuerdo en hacerlo para obtener internet gratis.

6.- Al momento de obtener la aplicación, ¿Cuáles de las siguientes facilidades le gustaría que brinde la aplicación? Escoja la más importante para usted.

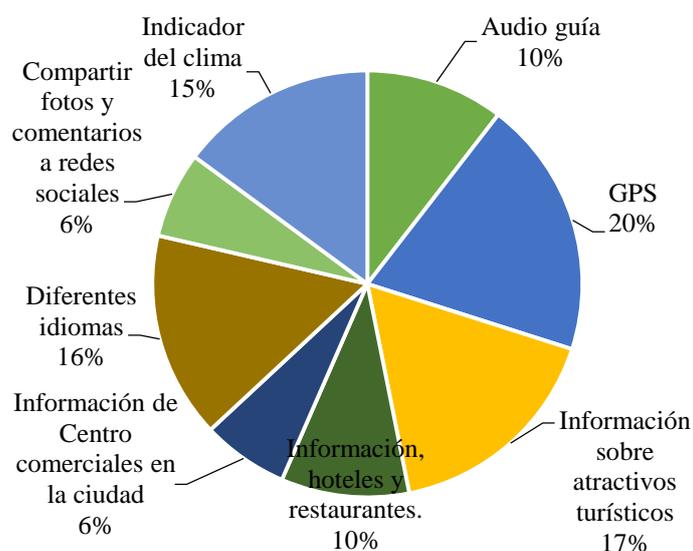


Gráfico N° 14: Facilidades de la app “Guayaquil es mi destino”
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

De las facilidades que a los turistas les gustaría obtener de la app “Guayaquil es mi destino”, GPS es la que tienen mayor porcentaje, seguida por la información de atractivos turísticos de la ciudad. Entre las menos preferidas están, información de centros comerciales y compartir fotos y comentarios en redes sociales.

7.- ¿Aparte de las facilidades, cuáles de los siguientes beneficios desearía tener de la aplicación? Escoja la más importante para usted.

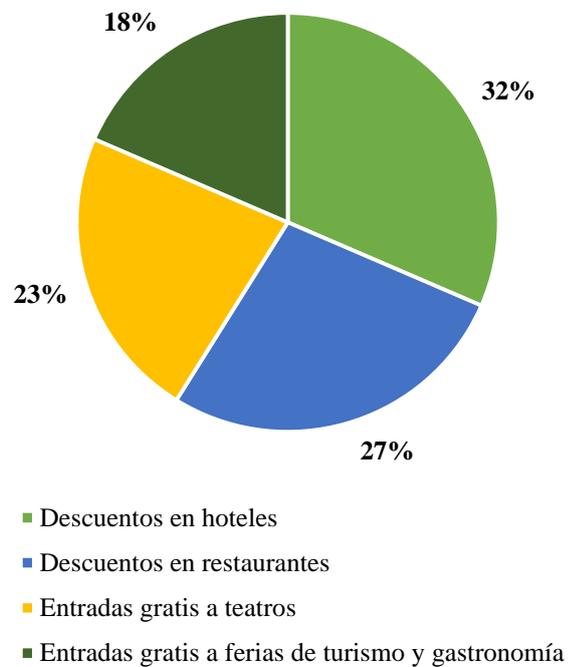


Gráfico N° 15: Beneficios que brinda la app
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

De los beneficios que a los turistas les gustaría recibir luego de descargar la app “Guayaquil es mi destino” el de mayor preferencia es descuentos con hoteles.

8.- ¿Considera Ud., que es importante que la aplicación integre una agenda que permita crear su propio itinerario de los lugares a visitar en la ciudad?

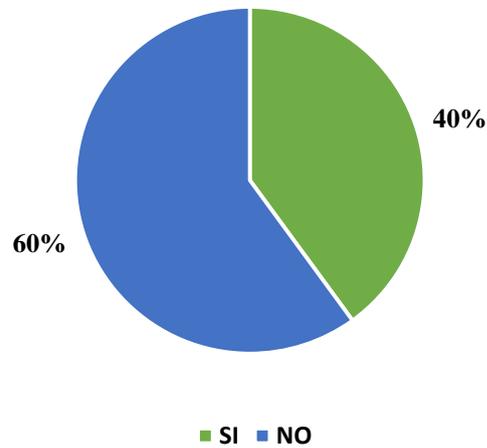


Gráfico N° 16: Agenda de itinerario en la app
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a la importancia que una agenda de itinerario debe estar integrada a la app, la mayoría de los turistas consideran que si es importante.

9.- ¿Qué tan necesario es para Ud., que la aplicación cuente con información de las rutas y horarios de vuelos nacionales e internacionales?

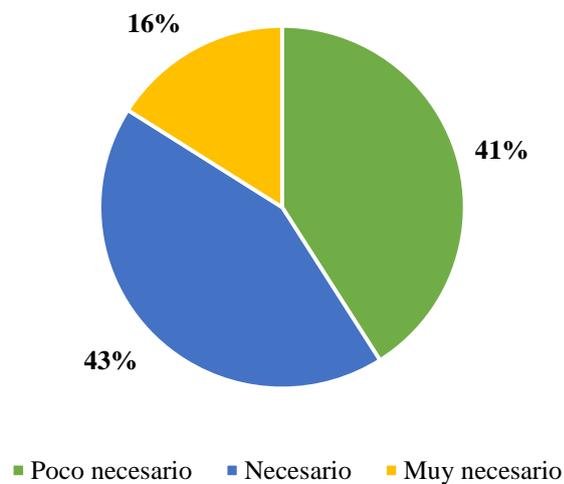


Gráfico N° 17: Información de rutas y vuelos en la app.
Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación
Elaborado por: Las autoras

Con respecto a cuan necesario los turistas consideran que se integren los horarios y rutas de vuelos a la app “Guayaquil es mi destino”, el mayor porcentaje representa que es necesario, aunque muy seguido de este, se encuentra un resultado que los consideran poco necesario.

10.- ¿Al proponer la optimización de la aplicación Guayaquil es mi destino, Ud., estaría dispuesto a utilizarla?

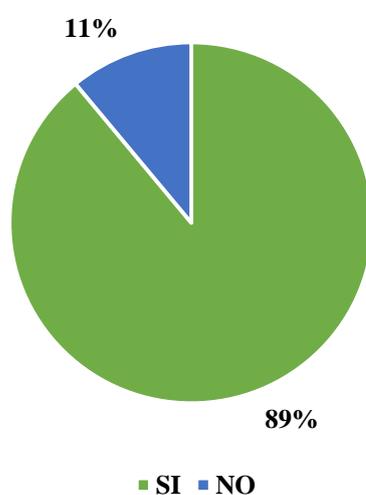


Gráfico N° 18: Disposición de utilizar la app “Guayaquil es mi destino”

Fuente: datos de las encuestas realizadas en la investigación

Elaborado por: Las autoras

De los 384 turistas que se encuestaron, el 89% respondió positivo para utilizar la app “Guayaquil es mi destino”, luego de proponer su mejoramiento.

2.11 ENTREVISTAS

2.11.1 ENTREVISTA REALIZADA A LA ING. FÁTIMA FARFÁN. ENCARGADA DE PROMOCIÓN DEL MINISTERIO DE TURISMO

1.- ¿Qué parámetros considera usted que se deben tomar en cuenta, para emprender con la idea de crear una aplicación móvil turística en la ciudad de Guayaquil?

Que tenga ciertos productos desarrollados que puedas vincularlos a una oferta turística, entonces es válido una aplicación sí que el destino ya tiene productos desarrollados pero si simplemente va a mostrar una oferta que no se encuentra vinculada a nada, eso no tendría sentido hacer una desarrollar una app.

En el caso de Guayaquil está un poco más articulando con actividades como posicionar la parte gastronómica, cultural e igual faltan ciertas cosas pero ya se encuentra más enfocada.

2.- Existen otras ciudades consideradas virtuales por su avance tecnológico, en base a esto ¿Cree usted que la ciudad de Guayaquil se encuentra encaminada al desarrollo del Turismo 2.0, como lo han hecho estas otras ciudades?

Si, se han hecho propuestas interesantes de visita 360° y eso es importante ya que la ciudad si tiene espacios que se pueden aprovechar y están bien desarrollas para tener el turismo 2.0, como Guayaquil si se está encaminando.

3.- ¿Conoce usted acerca de la aplicación móvil Guayaquil es mi destino impulsada por el Municipio de la ciudad?

Si la conozco pero como aplicación realmente no, he escuchado, tengo unos libros de cuando lanzaron la aplicación pero no la he revisado.

4.- ¿Cree usted que la creación de esta aplicación cambiará la imagen del Turismo 2.0 en la ciudad de Guayaquil en el futuro?

Bueno quizás en el futuro, a nivel internacional sobre todo la gente quiere ver en términos reales como son los espacios, las ciudades pues muchas personas verifican mediante en Google Earth, porque quieren acercarse un poco más a como es la realidad que visitarán. Creo que a futuro si es viable, no sé si en la parte local porque aún le falta acercarse a las tecnologías, en la ciudad no se usa mucho el descargar aplicaciones para conocer la ciudad o para visitar los museos etc. Para que se útil se debe culturizar a la gente que existen este tipos de medios que te facilitan los recorridos en los lugares, sobre todo es para familiarizar.

5.- ¿Cuáles considera usted que son los beneficios del uso de la aplicación para los turistas?

Beneficia porque te permite acercarte a lo más real y sobre si es una página fiable, si vienes de afuera lo primero que vas a confiar es en una página del municipio, es donde primero se chequea y la aplicación ya te sería útil cuando te encuentras en el destino.

6.- Acerca de lo que usted conoce sobre la app ¿Cree usted que la aplicación necesita continuar desarrollándose como parte de la cultura tecnológica que la ciudad experimenta actualmente?

No lo conozco mucho pues no me la he descargado la aplicación, en la página web si tienes todo pero te mentiría si te dijera que tiene que mejorar o seguir desarrollándose porque no la conozco.

Como todo desarrollo tecnológico no es estático, eso va cambiando todos los días entonces inevitablemente va a tener que seguir un trabajo constante.

7.- ¿Qué visión tiene a futuro con la creación de la aplicación como parte del desarrollo del turismo de la ciudad?

Bueno como parte del desarrollo si pueden aportar porque es otro medio más de promoción, de difusión, de cosas que tiene la ciudad como conocer destinos entonces mientras más la gente conoce, más se interesa por visitar la ciudad.

2.11.2 ENTREVISTA REALIZADA A LA SRA. VERÓNICA YAGUAL GERENTE DE VENTAS DEL HOTEL SHERATON.

1.- ¿Qué opina usted sobre las aplicaciones turísticas que incorporan a los hoteles con sus beneficios, sean estos: tarifa, información, etc.?

Son bastantes positivas pues te permiten exposición o tocar diferentes segmentos de mercado , sin embargo dichas páginas de aplicaciones deben ser bien difundidas a fin de que no sea un esfuerzo en vano.

2.- ¿Cuán factible es para los hoteles en términos económicos formar parte de una aplicación turística?

Es beneficioso para el hotel, pero la aplicación Guayaquil es mi destino no me ha generado ninguna venta aún.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre la aplicación turística Guayaquil es mi destino que impulsa el Municipio de la ciudad?

Es una iniciativa interesante que hay que pulirla a fin de que se torne más amigable para el visitante.

4.- ¿Considera usted que sería factible crear un convenio con el Municipio y los hoteles en el que se beneficien ambas partes?

No tendría ningún problema si está dentro de las competencias del Municipio realizar ese tipo de convenio.

5.- ¿Qué opina usted de que su hotel este inmerso en una aplicación turística compartiendo con varios hoteles de la ciudad?

Es un mercado que depende de oferta demanda y lo principal es que tengas un buen producto, valor agregado y un efecto diferenciador con el fin que te elijan a ti.

2.11.3 ENTREVISTA REALIZADA A LA SRA. MARÍA ROSA WRIGHT

GERENTE DE VENTAS DEL HOTEL HOLIDAY INN.

1.- ¿Qué opina usted sobre las aplicaciones turísticas que incorporan a los hoteles con sus beneficios, sean estos: tarifa, información, etc.?

Pienso que las aplicaciones son súper innovadoras y necesarias en la actualidad. Un alto porcentaje de las personas (por no decir todos) quienes usan – requieren servicios turísticos y hoteles están conectados a dispositivos en los que pueden acceder a las aplicaciones y en los que buscan este tipo de servicios. Incluso es cada vez más común que ya se reserven, procesen los servicios a través de esta vía.

2.- ¿Cuán factible es para los hoteles en términos económicos formar parte de una aplicación turística?

Habría que ver cuál es el costo para participar de esta iniciativa. Normalmente los presupuesto de publicidad y comunicación de los hoteles no son muy altos.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre la aplicación turística Guayaquil es mi destino que impulsa el Municipio de la ciudad?

No la conozco aún.

4.- ¿Considera usted que sería factible crear un convenio con el Municipio y los hoteles en el que se beneficien ambas partes?

Si hay interés y siempre que los acuerdos sean ganar – ganar pienso que si sería factible.

5.- ¿Qué opina usted de que su hotel este inmerso en una aplicación turística compartiendo con varios hoteles de la ciudad?

Yo pienso que mientras más se promocióne un establecimiento esto ayuda a su posicionamiento y venta. Sin embargo, al haber algunos hoteles de cadena en la ciudad tendríamos que verificar con los estándares requeridos por las mismas si nos es posible darnos a conocer por esta vía o ser parte de este proyecto. En ocasiones los estándares al respecto suelen ser bastante restrictivos o tienen condiciones.

2.11.4 ENTREVISTA REALIZADA A VÍCTOR PINTO

DESARROLLADOR DE APLICACIONES MÓVILES.

1.- ¿Qué es para usted una aplicación móvil?

Es una herramienta que integra múltiples servicios que van desde redes sociales, correos electrónicos y juegos, todo con el objetivo de facilitar la vida del usuario. Una aplicación móvil no es más que un programa con una serie de códigos que pueden tener conexión a internet y a base de datos, pero que se encuentran instaladas en el aplicativo móvil ya sea un Smartphone o una Tablet.

2.- ¿Cuál es la diferencia o el beneficio de tener una aplicación móvil y una aplicación de escritorio?

La aplicación de escritorio sirve para entornos de oficina o empresariales porque su nombre mismo lo dice, se encuentra instaladas en una computadora de escritorio, no es una aplicación portable como si lo es una aplicación móvil uno lo puede llevar en el celular donde usted se traslade, en cambio la aplicación de escritorio se va a quedar instalada en una sola computadora y no hay la capacidad de transportarla.

Además las aplicaciones móviles tienen una mejor interacción con el usuario ya que los lenguajes de programación móviles cuentan con más interacción, con más animación, con más movimiento que no pueden dar lenguajes de escritorio, están destinados para programas empresariales, programas de facturación, a diferencia de las aplicaciones móviles que sirven para juegos, redes sociales y grabar notas etc.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre la aplicación móvil Guayaquil es mi destino desarrollada por el Municipio de la ciudad de Guayaquil?

Me parece una excelente iniciativa, desde el día en que me la descargue me gustó mucho por que leí su descripción en el app store, lamentablemente me lleve una mala experiencia al abrirla ya que no pude aprovechar todas sus bondades, me botaron algunos errores, parece que la conexión con la base de datos esta fallida, pero fuera de eso me parece que el municipio obró muy bien en incentivar el turismo de esta

manera ya que existe muy pocas provincias por no decir que Guayas es una de las primeras que incentiva el turismo con una aplicación móvil.

Con esto ahorramos papel para el medio ambiente; cuando vienen los turistas solo se le indica que se descargue la aplicación móvil, no se reparten folletos, también uno puede acceder a esta aplicación desde cualquier parte del mundo sin necesidad de visitar Guayaquil. Digamos que un turista quiere visitar la ciudad y desde unas semanas antes se la descargo y ya planifica donde comer, donde alojarse, sabe que atracciones quiere visitar así se evita ese estrés de congestionamiento y venir a Gye y no saber qué hacer, me parece también interesante para los quienes viven en la ciudad ya que no todos conocen las atracciones históricas y culturales que existen aquí y es importante resaltarlas en esta aplicación para de esta manera devolver el espíritu cultural de los guayaquileños, sería una excelente iniciativa incluir restaurantes de comidas típicas para que no solo los turistas sino los mismos guayaquileños degusten de platos típicos y visiten atracciones de la ciudad.

4.- ¿Piensa usted, que es una herramienta útil para los turistas y que ayuda a aumentar el turismo en la ciudad?

Por supuesto, me parece una excelente idea, estoy seguro que va aumentar el turismo y si no lo aumenta va a facilitar mucho la vida de los turistas e indirectamente estos turistas van a comentar a sus familiares, amigos de que mediante la aplicación se beneficiaron y lógicamente se va incrementar el turismo. Guayaquil va a tener una infraestructura de turismo más sólida y más seria. Además de interactuar con sus usuarios, espero que se corrijan los errores actuales para que la iniciativa sea excelente.

5.- ¿Según su experiencia qué servicio debería implementarse en el desarrollo de la aplicación?

La aplicación actualmente cuenta con servicios muy profesionales, aunque se me gustaría que se implemente un servicio de equipo red social, me refiero a que los turistas que hayan visitado un restaurante puedan calificar el lugar con estrellas, puedan poner comentarios o si les gusto o no, de esta manera los turistas no tengan una mala experiencia y vayan a lo seguro.

Además podría añadirse la interacción con los mapas que ofrece google, actualmente están en la aplicación, pero solo indican donde están ubicadas las cosas y no te dice cómo llegar o a que distancia se encuentran entonces si se le puede sacar más provecho a esta integración con los mapas.

Otras cosa que se puede modificar, es el diseño de la aplicación móvil, actualmente el diseño es muy bonito, pero parece muy serio, muy cuadrado, solo hay imágenes, le hace falta videos, que los botones tengan una serie de interacción, un poco más minimalista, corregir la tipografía ya que actualmente es muy seria, le hace falta poner colores más divertidos aunque el azul de Guayaquil no se puede cambiar, pero se puede combinar con otros colores. También se puede introducir más restaurantes y hoteles para que haya una vasta selección de estos sitios y no se encuentre limitado el turista.

Con respecto a las acotaciones técnicas, se debería mejorar urgentemente la conexión a la base de datos por el mensaje de alerta que sale y no deja que usuario interactúe correctamente con la aplicación, también hay un error cuando intenta volver a la página anterior y se tiene que liberar de memoria RAM y volver a entrar para ir a la página anterior, debería de haber algún botón o un gesto que indique que hacer. Volviendo al tema de las redes sociales, me gustaría que si por ejemplo vas al malecón de 2000 y tomas una foto, la puedas subir y de esta manera cuentas tu experiencia, esto de la integración de las fotos me parece excelente, videos también, una interacción con snapchat, twitter, instagram y Facebook, pero en estos momentos el de instagram apunta a Facebook, el de Facebook no apunta nada, hay que resolver eso.

6.- ¿Que opina usted sobre la gratuidad de las aplicaciones como estrategia para promocionar su promoción?

Yo pienso que en el medio en que vivimos, en Guayaquil, todas las aplicaciones que son destinadas para usuario final deben ser gratis, por otra parte las aplicaciones pagadas y el único manera en que generen recursos es siendo pagadas, son aplicaciones empresariales, por ejemplo si desarrollas una aplicación para una empresa y solo sus ejecutivos la utilizaran, como es para un segmento pequeño, si será pagada.

Las aplicaciones turísticas que la van usar miles de turistas, no todos los turistas tienen grabados una tarjeta, algunos todavía desconfían de los pagos en línea o algunos no tienen ni idea como comprar una aplicación, opino que para este segmento las aplicaciones deben ser gratis, actualmente gratis y pienso que se debe quedar así.

Apartándonos del tema cuando una aplicación es gratis e igual quieres generar ingresos con esa aplicación, por que lógicamente de cada desarrollador y me incluyo, es generar ingresos. Existen algunas aplicaciones que las haces por incentivar alguna campaña sin lucro obviamente la haces gratis, pero cuando es para negocios si debería generar ingresos y la técnica que se aplica se llama in app purchasing que significa esto que cuando te bajas la app y es gratis como en los juegos que la pruebas, te gusta y luego comienzas a comprar y en ese momento se genera ingreso.

7.- ¿Entonces usted al decir que se puede implementar en la parte turística un mapa o se puede añadir más hoteles y en cuanto a la parte técnica que se puede mejorar la base de datos y el diseño se puede hacer más interactiva para el turista, considera que eso se refiere a optimizar la aplicación?

Si claro, no se tiene que eliminar la aplicación, la iniciativa ya está lista y hay que partir desde ahí y con una actualización mayor se implementaría varios servicios nuevos, se rediseñaría la aplicación, se cambiara algunos aspectos. Entonces lo que hay que hacer es que si ahora se encuentra en versión 1, ya no vendría hacer 1.1 sino versión 2, para que los usuarios que se la han descargado les llegue automáticamente una notificación que la actualización está disponible y los que no se la han descargado aprovechar que con esta aplicación que funciona de una mejor manera, corregir que no haya errores, para esto sugiero yo aplicar un proceso de dibbagen, que es intentar encontrar errores, primero el desarrollador prueba la aplicación por un par de semanas, o un par de días en este caso el desarrollador junto con su equipo tienen que testear la aplicación ya cuando esté lista y simula ser el usuario final para que no hayan problemas en la aplicación luego de esto, del mismo proceso se entra un proceso de testear con el usuario final, normalmente se pide ayuda a personas que no conocen la aplicación, les da una breve introducción y les da el celular y si estos usuarios hacen caer la aplicación es decir se encuentra un error se tiene un margen de error que hay

que corregirlo, los usuario deben interactuar con la aplicación sin que se les diga cómo, siempre van a ver errores ya que el desarrollador lo hace bajo sus parámetros, pero es el usuario final que muchas veces determina ciertos errores, es por eso que realizan exhaustivas pruebas y se debe tener siempre un plan de contingencia como desarrollador.

Otra sugerencia es que debe haber un buscador que automáticamente salga al lugar donde se quiere ir, ejemplo bolón y saldría todos los lugares que venden bolón.

8.- En su experiencia como programador de aplicaciones ¿Cuál piensa usted que es el error originario del cual parten los problemas en la aplicación?

Yo creo que uno de los errores parte de que no se realiza una investigación de mercado antes de realizar la investigación. Principalmente los desarrolladores y las empresas para que la aplicación salga lo más pronto posible obvian detalles muy importantes, uno de ellos el de la investigación de mercado para ver la aplicación tiene éxito porque no es lo mismo aventurarte a hacer una aplicación que según tus cálculos tendrá éxito, que ya ponerla a producción y un ejemplo es la de Guayaquil que no muchas personas la conocen.

Otro error es que no se realizan las pruebas necesarias y no se tiene el suficiente tiempo de prueba para la aplicación. Así mismo, la aplicación no recibe soporte de parte del desarrollador y el cliente, me refiero que una vez que lanzas la aplicación tienes que darle soporte, un ejemplo muy importante es Facebook que ha tenido muchos años en el mercado y ha sabido mantenerse y todo porque ha sabido darse soporte, implementando nuevos servicios y el usuario no se cansa de lo mismo de siempre sino que vea que está mejorando.

Uno de los puntos más importantes es que el usuario vea que has actualizado, lo nota gráficamente cuando has cambiado un botón, el color, el diseño, cuando cambiaste la funcionalidad, implementarse nuevas cosas entonces con experiencia opino que las cosas se deben dar poco a poco, no lanzar todas las ideas que tenemos

ahorita, porque digamos que la aplicación está perfecta, pero al cabo de tres meses el usuario pierde interés, el usuario siempre quiere algo nuevo. Una técnica para que las aplicaciones se mantengan es darle soporte durante el proceso de desarrollo y lo más importante después del desarrollo.

2.12 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS EFECTUADAS

2.12.1 Entrevista a la Ing. Farfán. Encargada de promoción del Ministerio del Turismo.

En esta entrevista se obtuvo la opinión de la persona encargada de promoción del Ministerio de Turismo, quien comentó que para que exista una aplicación turística de una ciudad debe existir una oferta turística que promocionar. Además que la ciudad si cuenta con herramientas para incentivar el turismo virtual, debido a todas las herramientas de ciudades inteligentes que se han implantado en Guayaquil.

Por otro lado una aplicación turística beneficia al turista, porque le sirve cuando ha llegado al destino y puede enterarse de lo que se puede hacer en la ciudad, de esta manera el turista tienen una visión real de lo que va a encontrar cuando llegue. Por otro, esta debe ser mejor promocionada para que pueda conocerse y así también difundirse los atractivos turísticos de la ciudad.

2.12.2 Entrevista a la Sra. Verónica Yagual. Gerente de Venta del Hotel Sheraton.

Los temas que se trataron en esta entrevista fueron puntuales, pero se obtuvo la información precisa. La Sra. Verónica Yagual considera que la aplicación no ha sido terminada, luego de revisarla y poder saber que su hotel está dentro de la aplicación, pero no hay suficiente información sobre el establecimiento al respecto.

En esta entrevista se considera que las aplicaciones turísticas generan un efecto importante sobre las operaciones de los hoteles, ya que es un medio para difundir el hotel y darlo a conocer a los turistas, sin embargo no se le ha proporcionado la suficiente promoción a la aplicación turística “Guayaquil es mi destino” y podría considerarse que ha sido un trabajo en vano.

Por otro lado la Gerente de Ventas del hotel también considera que no sería una buena opción, poder cerrar un convenio con el Municipio de la ciudad para que ambos establecimientos se beneficien mutuamente, siempre y cuando esto esté permitido por el Municipio de la ciudad.

2.12.3 Entrevista a la Sra. María Rosa Wright. Gerente de Ventas del hotel Holiday Inn.

Para la Sra. María Rosa Wright las aplicaciones son muy innovadoras y funcionan como medio de promoción de un destino, actualmente los turistas se están relacionando abiertamente a este tipo de innovaciones y los turistas utilizan la vía virtual para hacer las reservaciones.

En cuanto a la factibilidad en términos económicos de formar parte de una aplicación turística comenta que por lo general los costos de promoción de un hotel son bajos y si existe un convenio de la Municipalidad con los hoteles y el resultado es ganar ambas partes pues sería una buena opción.

Por otro lado indica que no todos los hoteles mantienen los mismos estándares de calidad, de esto depende que entre las normas de calidad de los hoteles les permitan estar inmersos en aplicaciones móviles.

2.12.4 Entrevista a Víctor Pinto. Desarrollador de aplicaciones.

En esta tercera entrevista con más énfasis se conoció acerca de los detalles técnicos sobre los cuales ha operado la aplicación. Para empezar Víctor Pinto, considera que es una iniciativa excelente por parte del Municipio, ya que ha creado un medio indirecto para aumentar el turismo en la ciudad, esto se debe a que la aplicación no es un producto turístico de Guayaquil, sino más bien el medio por el cual se está movilizand el turismo.

Si bien es cierto, explicó que la aplicación tienen algunos fallos técnicos, que podrían desmotivar al turista para que utilice la aplicación en lugar de inducirlo a utilizarlo como guía de la ciudad, pero que se pueden mejorar, basándose en una actualización de la aplicación, es decir, sobre el producto ya hecho, simplemente se le brinda el soporte que necesita para actualizarla y crear una nueva versión de la misma.

Además de esto, considera que la aplicación debe facilitar su uso al turista, esta debe ser lo más explícita posible para que el visitante pueda manejarla con facilidad y utilizarla cuando necesite. Esta debe crear interactividad con el usuario y que no se torne aburrida o monótona con el tiempo, pueden agregarse opciones que permitan y motive al turista a saber que más proporciona la aplicación, ya que como mencionó en una aplicación móvil se pueden tener más interactividad que en una aplicación de escritorio.

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ANÁLISIS PESTA

La ejecución del proyecto en cuestión está influenciada por factores externos del ambiente, a través de estos el proyecto podrá implantar las estrategias adecuadas, de acuerdo al análisis. En cuanto a la caracterización del análisis PESTA, Martínez & Milla (2012) consideran que es una metodología, que permite analizar el impacto de los factores que están fuera del manejo propio de la empresa, pero que pueden afectar en la ejecución futura de una organización.

A continuación se realizará el análisis de los cinco aspectos que comprende el modelo PESTA (Político, económico, social, tecnológico y ambiental) de acuerdo a la propuesta presentada.

3.1.1 FACTOR POLÍTICO

De acuerdo al sector turístico, el aspecto político se ha visto favorecido, de tal manera que este ha enmarcado sus esfuerzos por mantener la estabilidad de la industria conforme ha evolucionado el impacto de la actividad en el país. En 1992, se creó el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) el cual hasta la actualidad, aunque con algunos cambios administrativos, se ha encargado de posicionar al país como destino turístico.

Por otro lado, la seguridad legal de la actividad también se ha salvaguardado, es decir, las autoridades han propuesto aspectos legales bajo los cuales el turismo se ha ejercido en su normalidad. En los primeros tiempos era poca la importancia que se le

daba a los asuntos legales del turismo, pero actualmente se han expedido documentos legales que facultan el adecuado ejercicio de las actividades turísticas. En el Registro oficial 733 (2002) se realizaron los cambios necesarios de las reglamentaciones para el desarrollo del turismo en el Ecuador, que se expidieron en el 2001, los cuales se mantienen en la actualidad y el en Registro Oficial 244 (2004), se registraron los cambios pertinentes en el reglamento del turismo en el país. De ahí se fundamenta el ánimo de las autoridades por mantener el equilibrio político y legal que rigen la actividad del turismo.

3.1.2 FACTOR ECONÓMICO

En el Ecuador, la industria turística se ha transformado en una actividad promotora de economía. Esta ha logrado posicionarse dentro de las primeras industrias que forman parte del dinamismo económico que en los últimos tiempos el país experimenta.

Como informa Naranjo, Ministra de Turismo “El turismo es el segundo generador de empleo en el Ecuador” (MINTUR, 2014, párr. 1).

Al formar parte de la Matriz Productiva del país, el turismo es un eje del desarrollo económico, este tiene la capacidad de multiplicar las oportunidades de empleo y la generación de divisas que incrementan los indicadores económicos del Ecuador. De esta manera en el artículo del Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (2014), Espinosa afirma que para el 2013 la actividad turística generó \$1.250 de ingresos, llegando a un incremento del 62% de visitas para este año que en el 2006.

Tabla N° 1: Balanza turística anual

AÑO	INGRESOS	% Var.	EGRESOS	% Var.
2013	1.251,2	20,5	987,1	4,6
2012	1.038,8	22,3	943,6	3,0
2011	849,7	8,0	916,5	6,2
2010	786,6	-	863,4	-

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Por otro lado, el mero hecho de ser una actividad que conlleve a la apertura de las plazas de empleo en el país, también ha contribuido a que el desempleo amenore. Según datos anunciados en una publicación del INEC (2015), el Ecuador ha bajado al 4,47% el índice de desempleo en el mes de junio, en comparación al 4,65% del mismo mes del año anterior. Pese a esto, el INEC (2014) también indica que Guayaquil está posicionada como la segunda ciudad con mayor índice de desempleo, siendo este el 5,72%, luego de Quito.

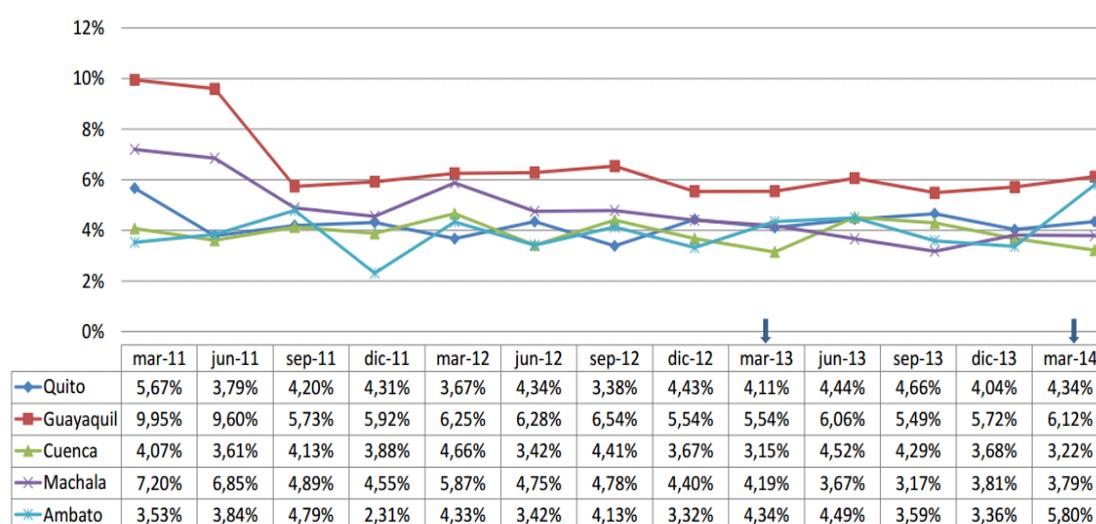


Gráfico N° 19: Tasa de desempleo en las cinco ciudades Urbanas
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. INEC (2014)

En cuanto al PIB no petrolero, Espinosa, Ministro Coordinador de producción (2014) manifiesta que este ha logrado alcanzar el índice más alto en los períodos del 2007 – 2013, convirtiéndose en el 5,1% del 3,4% anterior. (“El crecimiento económico y productivo de Ecuador”, párr. 3). Es decir, el resto de industrias que no pertenecen al ámbito petrolero, han logrado el aumento del PIB del país, permitiendo que económicamente este se mantenga en buenos niveles.

Con esto Espinosa (2014) también explica que:

Este ritmo de crecimiento nos ha permitido reducir a niveles históricos la tasa de desempleo y la pobreza en el Ecuador. Ahora estamos en el proceso de

convertirnos en un país realmente industrializado, con alto valor agregado, menos dependiente de la exportación de productos primarios.

3.1.3 FACTOR SOCIAL

Conforme a los datos presentados por el INEC (2014) la urbe porteña encabeza la lista de las siete ciudades más pobladas del Ecuador, esta representa el 70% de las actividades del comercio del país.

Tabla N° 2: Ciudades más pobladas del Ecuador

PRINCIPALES CIUDADES DE ECUADOR	
Año 2014	
Ciudad	Población
Guayaquil	2,350,915
Quito	2,239,191
Cuenca	505,585
Santo Domingo de los Tsáchilas	368,013
Ambato	329,856
Portoviejo	280,029
Machala	245,972

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo. INEC (2014)

Esto posibilita aún más que la ciudad se incursione en otras actividades que aporten al comercio nacional e internacional, como la actividad turística. Al emplearse esta actividad la ciudad experimenta grandes avances socioculturales, con esto se aprovecha la ventaja de que marcas internacionales deseen insertarse en Guayaquil ya sea en el ámbito turístico u hotelero. Así se puede remitir a la publicación de Diario El Universo (2014), en la que indica que 8 marcas internacionales hoteleras estarían operando en el país en el 2016 y 2017, entre ellas: Marriot, Accor y Wyndham.

Por otro lado, se suma la cantidad de turistas que arriban a la ciudad por el aeropuerto, que es mayor al porcentaje de turistas que ingresan a Quito, representado por el 38%. Diario El Ciudadano (2014)

Como se mencionó en el aspecto económico, el turismo es una oportunidad que crea diversas plazas de trabajo y con la inserción de nuevos hoteles en la ciudad, se brinda la facilidad de que más personas puedan emplearse en la ciudad, lo que aumentaría el número de la PEA⁷ que datos del INEC (2014), recopilados de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo es 1.142.

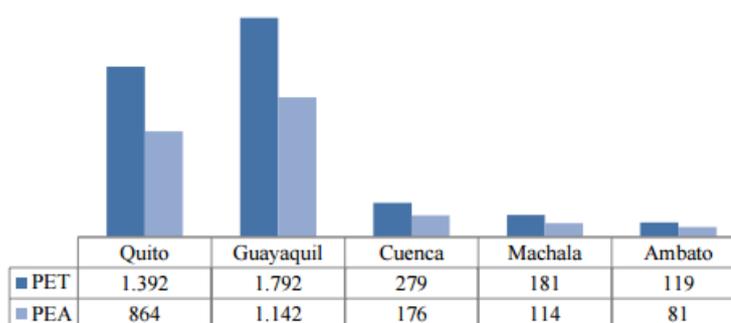


Gráfico N° 20: PET y PEA⁸ por ciudades del Ecuador.
Fuente: ENEMDU (2014)

Aparte de esto la pobreza en Guayaquil también disminuye, porque al aumentar el empleo en la ciudad, ayuda a disminuir en cierto grado la pobreza que existe a pesar de que es la segunda ciudad con menos pobreza en el país que de marzo al año anterior a este año decreció al 7,69%. INEC (2014)

Tabla N° 3: Pobreza por ciudades principales

Ciudad	mar-14	mar-15	Dif	p-valor
Quito	8,92%	7,87%	-1,04	0,547
Guayaquil	11,69%	7,69%	-3,99	0,024
Cuenca	4,67%	5,32%	0,64	0,629
Machala	13,71%	15,09%	1,38	0,629
Ambato	12,81%	8,42%	-4,39	0,137

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. INEC (2014)

⁷ **PET:** Población con edad para trabajar

⁸ **PEA:** Población económicamente activa

3.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO

Las políticas que ha implementado el cambio de la Matriz productiva en el Ecuador han generado oportunidades de desarrollo local en todos los niveles de producción y sectores sobre los cuales el país trabaja. En materia de tecnología, el Ecuador se está convirtiendo en el país líder de desarrollo informático, tal como lo indica el Vicepresidente Jorge Glass “Ecuador ya está convirtiéndose en líder regional del desarrollo de aplicaciones y servicios informáticos. A esta industria naciente y pujante la vamos a fortalecer. Las tecnologías de la información son herramientas claves para el cambio de la matriz productiva”. (Vicepresidencia, 2014, párr. 11).

A esto se añade la idea de incorporar el dinero electrónico en las transacciones que se realicen, de acuerdo al artículo de Diario El Universo (2015), ya se han creado 6.865 cuentas virtuales en el Banco Central del Ecuador. Esto consiste en pagar las compras a través del celular con la cuenta virtual que se ha creado, de esta manera se intensifica la utilidad que las Tics tienen en el desarrollo del país.

Con esto se asegura el desempeño que el turismo puede tener en conjunto con la tecnología del país, así como lo explica Glass, el Ecuador ha desarrollado ya algunas aplicaciones de las cuales el turismo es participe, un ejemplo es la iniciativa de la aplicación del proyecto, que promueve la promoción de Guayaquil como destino turístico.

Fortaleciendo esta idea, el Municipio de la ciudad también ha incursionado en nuevas estrategias tecnológicas en pro de alcanzar niveles virtuales a altas escalas en la ciudad. La implementación de 6.000 puntos de wifi gratis en toda la ciudad, los mismos que se prevén estarán completos hasta el 2019, de los cuales para el año pasado 87 se habilitaron en puntos prioritarios como: La Av.9 de Octubre hasta el Malecón del Salado, los parques urbanos, alrededores del Hospital Luis Vernaza, el parque Samanes y otros puntos de abundante tránsito en la ciudad. A esta iniciativa Xavier Salvador, director de informática del Municipio de la ciudad alega que, “El servicio posicionará a Guayaquil como una ciudad tecnológica, moderna y eficaz, que apunta también al turismo” (El Universo, 2015, párr. 5).

Esto como punto a favor debido al uso que los turistas le puedan dar a la aplicación “Guayaquil es mi destino” en los lugares donde se encuentren.

La idea comprende proporcionar 30 minutos diarios a cada usuario para que pueda acceder a la red sin costo, cabe recalcar que la institución ha restringido el acceso a páginas de contenido no permitido.

Pese a esto, El Universo (2015), anuncia que ya son 1.092 puntos de internet gratis habilitados en Guayaquil. (párr. 3).

Así mismo, en El Universo (2015), en la entrevista al cabildo, Jaime Nebot, ofrece su opinión sobre el turismo de la ciudad “Vender mejor la ciudad desde el punto internacional. Luego, seguir acumulando eventos, porque el turismo no es sino la suma de eventos de todo tipo.” (párr. 10)

3.1.5 FACTOR AMBIENTAL

El Ecuador ha alcanzado expectativas trascendentes en cuanto a la inserción de mecanismos ambientales que protejan y preservan a los destinos turísticos del mismo tomando en consideración el turismo sostenible del país.

Cabe recalcar que claramente los esfuerzos y estrategias que el Ministerio de Turismo aplica para promover Ecuador como un destino turístico reconocido internacionalmente aumentan con favorables resultados. Como ejemplo se menciona la publicación de Diario El Universo (2015) en el que pone a manifestación el reconocimiento que el país obtuvo por ser el primero en Sudamérica en formar parte de los estándares del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

Con esto se evidencia que los resultados a través de las estrategias implantadas son favorables para el progreso turístico del país, y esta como industria conservadora del medio ambiente debe mantenerse en constante mejora del turismo sostenible.

Como se ha mencionado el turismo se enfoca en mantener el cuidado ambiental del país, mientras que el aspecto tecnológico de este proyecto también interviene en la preservación del mismo, obteniendo resultados fructíferos.

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (2008), se declaran los siguientes artículos para un ambiente sano:

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (p. 24)

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. (p. 24)

3.2 FODA

Así como en la sección anterior se analizaron aquellas fuerzas o factores externos que pueden repercutir negativa o positivamente sobre el proyecto que se está presentando, también se hace necesario hacer el análisis interno y externo de la facultades y barreras que están presente en la propuesta a través de un análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

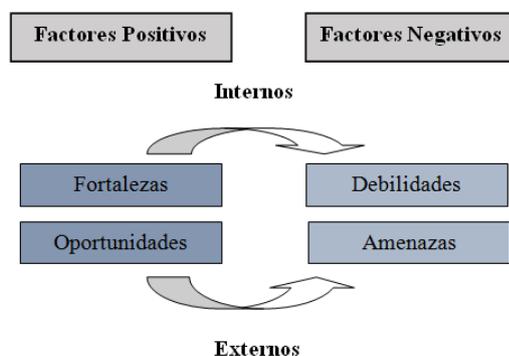


Gráfico N° 21: Matriz FODA
Elaborado por: Las autoras.

A continuación se presenta el análisis FODA del proyecto en cuestión, para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mismo.

3.2.1 FORTALEZAS

- Ser la primera propuesta de optimización de la aplicación “Guayaquil es mi destino” que se enfoque en mejorar el servicio de la app a los turistas durante su permanencia en la ciudad.
- El fácil acceso de los turistas a la app, debido a su gratuidad, permitirá el absoluto desarrollo del proyecto.
- Las nuevas estrategias en desarrollo tecnológico que el Municipio de la ciudad ha desarrollado, para convertirla en ciudad virtual.
- Personalizar la experiencia de los turistas, mediante el análisis que se hará en el proyecto sobre la aplicación, como guía virtual que le facilite el acceso a los turistas de los atractivos turísticos de la ciudad.
- Con la presente propuesta de optimización, los turistas podrán combinar la información virtual con datos reales de manera interactiva y atractiva.
- Ser parte de la matriz productiva del país, al ser una producción de aplicaciones móviles nacionales.

3.2.2 OPORTUNIDADES

- La aplicación puede optimizarse de tal manera que incremente su promoción y uso.
- A través del proyecto se incrementará el desarrollo del e - tourism en Guayaquil.

- Se podrán realizar convenios entre empresas de la Industria, es decir, la empresa promotora de la aplicación puede aliarse con el aeropuerto, hoteles y restaurantes de la ciudad.
- Debido al estudio realizado en las secciones anteriores de la propuesta se reconocerá Guayaquil como ciudad virtual a través de las experiencias que los turistas compartan en su país de procedencia.
- La intención de la propuesta por convertir la aplicación “Guayaquil es mi destino” en un medio a través del cual los turistas 2.0 puedan preferir a la ciudad como un destino turístico virtual.
- Guayaquil es considerado un punto de paso obligatorio, debido a la conexión que los turistas necesitan hacer para llegar a otros destinos, esto facilita que el turista haga uso de la aplicación.

3.2.3 DEBILIDADES

- Deficiente promoción y difusión de la aplicación por parte de la entidad impulsadora.
- Inadecuado mecanismo en la funcionalidad de la aplicación.
- Insuficiente información de la planta turística de la ciudad.
- Presenta mensajes de error al ingresar al ingresar inicialmente a la aplicación, lo que desmotiva al turista.
- Se debe disponer de suficientes recursos permanentes que faciliten realizar las actualizaciones de contenidos en la app.
- Falta incorporar más idiomas, para que facilite y sea más utilizada por los turistas extranjeros.
- Cierta porcentaje de los turistas extranjeros puede no contar con un Smartphone para descargar una aplicación.

3.2.4 AMENAZAS

- Iniciativa de una institución privada por realizar la optimización de la aplicación, debido a la falta de asesoría que la entidad promotora ha tenido sobre la app.
- Tendencia de ciertos turistas por el interés de obtener información turística a través de medios tradicionales de comunicación en cuanto a la ciudad y muestren desinterés por descargar la app para informarse.
- La competitividad del mercado puede dificultar la preferencia de la aplicación, debido a la innovación de otros competidores otorgando facilidades más eficientes e interactivas al turista.
- Presencia de competidores en el mercado con mejor funcionalidad, como la app “Guayaquil móvil turístico”.
- Actualización de los sistemas operativos (Android e IOS), obligando a que la aplicación deba realizar ajustes a las nuevas versiones.

CAPITULO IV: PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN DE LA APLICACIÓN MÓVIL “GUAYAQUIL ES MI DESTINO”

4.1 ANÁLISIS DE LA OPERATIVIDAD DE LA APLICACIÓN MÓVIL GUAYAQUIL ES MI DESTINO Y PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN

INTRODUCCIÓN

La propuesta a presentarse está enfocada en la optimización de la app turística de la ciudad de Guayaquil, rediseñando la información turística que esta presenta, de manera más interactiva para el turista que se convierte en usuario al utilizarla. Al agregar la conexión turista – app, se lo motiva a interesarse por cada uno de los aspectos integrados en la aplicación que forman parte de la oferta de atractivos culturales y naturales de la ciudad.

A lo largo de la investigación, se ha determinado de que el turista requiere de una herramienta facilitadora de información de servicios y sitios turísticos que le permitan personalizar su viaje durante el tiempo que desee realizar la visita, para esto es necesario ofrecer un producto completo que de manera concreta y sin dificultades le permita satisfacer las necesidades que presenta, en esto se concentra la propuesta de optimización a la que se refiere el documento, a la actualización de la app “Guayaquil es mi destino” como medio de promoción turística de Guayaquil, que persuada al turista desde su presentación hasta el momento que explore cada una de las opciones a las que puede acceder para conocer el bagaje de sitios, establecimientos y servicios que ofrece la aplicación móvil.

Por lo tanto, en el presente capítulo se explica la propuesta que se ha presentado, tomando la información que fue recabada durante el proceso investigativo en cuanto a preferencias y eficacia de un producto tecnológico que brinda facilidades turísticas. La propuesta está dividida en dos secciones:

- 1.- Actualización de la app “Guayaquil es mi destino”
 - Rediseño de aspectos técnicos
 - Rediseño de información turística
- 2.- Plan de promoción de la app “Guayaquil es mi destino”
- 3.- Consideraciones antes y después de lanzar una aplicación.

4.1.2 MERCADO OBJETIVO

Remitiéndose a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los 384 turistas extranjeros, debido que son quienes viven fuera del país, que no conocen plenamente la ciudad y que se interesan en visitarla, se obtuvieron los siguientes datos para definir el mercado objetivo:

- El 21% de los turistas es de procedencia estadounidense, luego aparecen los de origen colombiano siendo el 16% y en tercer lugar argentinos con un 13%.
- El 25% de los turistas son jóvenes y mayores de edad, siendo estos quienes obtuvieron el mayor porcentaje en rango de edad.
- Los medios por los cuales los 81 turistas encuestados conocían la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino” eran: amigos y familia en el país e internet.

A través estos resultados, se puede definir que el mercado objetivo a quien se dirige la propuesta de optimización de la aplicación móvil “Guayaquil es mi destino”, son los turistas extranjeros, con énfasis en los provenientes de Estados Unidos, Colombia y Argentina, tomando en cuenta que son los países que encabezan los tres primeros lugares en la lista de los turistas encuestados. Además haciendo referencia a los turistas de 15 a 25 años, que necesitan obtener información de manera práctica, eficiente e interactiva, quienes representan el mayor porcentaje en rango de edades en las encuestas realizadas.

4.1.3 COBERTURA

La propuesta que se está presentado tiene cobertura nacional e internacional, los turistas interesados en visitar Guayaquil, pueden acceder a la app desde su país de origen y una vez que se encuentren en la ciudad también pueden hacerlo, debido a que está diseñada para ser utilizada dentro y fuera del país.

Pese a esto, no se descarta que los turistas foráneos, es decir los turistas nacionales también puedan hacer uso de ella cuando necesiten información de la ciudad y del Patrimonio natural y cultural que brinda. Por otro lado, la cobertura a nivel nacional también se intensifica, debido al aumento del uso de teléfonos inteligentes en el país, que según los datos presentados en las secciones anteriores del INEC (2014), 18 son las provincias con mayor uso de un Smartphone, siendo Guayas la de mayor porcentaje. A esto se añade el impulso de la ciudad por convertirse en ciudad virtual, con la implementación de puntos de wifi gratis de los cuales también se habló en otras secciones.

A esto se complementa la facilidad de la gratuidad de la app, no es necesario pagar o descontar saldo del celular para obtenerla, es completamente gratuita y se puede acceder a ella en cualquiera de las tiendas móviles de IOS Y Android.

Por lo tanto, la cobertura es a nivel nacional e internacional, para los turistas que deseen hacer la descarga de la aplicación pueden acceder a ella sin complicación y con facilidades, debido a que la propuesta tiene como objetivo que todos los turistas que visiten Guayaquil hagan uso del servicio que presta.

4.1.4 BENEFICIARIOS

La optimización de la aplicación supone el beneficio directo a los turistas internacionales y nacionales que visitan la ciudad. En sí está desarrollada como una guía virtual que proporciona información, imágenes, acceso a la planta turística de la ciudad, debido a esto, se convierte en una guía virtual en los recorridos por Guayaquil.

La aplicación Guayaquil es mi destino, como se ha indicado está diseñada para proporcionar información desde el clima de la ciudad, hasta conocer en los lugares donde el turista puede hospedarse, disfrutar de la gastronomía de la ciudad, ser parte

de eventos y festividades, saber el transporte por el cual puede transportarse en la ciudad, incluso obtener información de los lugares donde se puede cambiar la moneda internacional. De esta manera la aplicación apunta a su utilización por parte de los turistas, como una herramienta que garantiza la accesibilidad a la ciudad por sus propios medios, convirtiéndose en un beneficiario directo de la aplicación.

Por otro lado, dentro de la aplicación se integra la plataforma turística de la ciudad, quienes se convierten en beneficiarios indirectos de la app Guayaquil es mi destino.

La planta turística para Quesada (2000) es:

El elemento conocido como estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. La planta es entonces la encargada de atender y satisfacer todas las necesidades y deseos de los turistas.

(p. 195)

La plata turística que se ha integrado a la app Guayaquil es mi destino, tanto el alojamiento, como la gastronomía, el entretenimiento y los servicios de apoyo de la ciudad son beneficiarios indirectos ya que al formar parte de la aplicación los turistas se interesan por su servicio y lo utilizan beneficiándose por el ingreso que perciben de la actividad.

Por lo tanto, hay dos tipos de beneficiarios en la propuesta planteada: beneficiarios directos y beneficiarios indirectos. Los beneficiarios directos son los turistas que utilizan la aplicación como facilitadora de información turística de la ciudad, mientras que la planta turística se beneficia indirectamente a través del uso de los servicios que prestan y del dinero que pagan por dichos servicios.

4.2 PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN DE LA APP “GUAYAQUIL ES MI DESTINO”

4.2.1 OBJETIVO GENERAL

Renovar el servicio ofrecido por la app para los turistas que solicitan información turística acerca de Guayaquil, ofreciendo la asesoría completa de las actividades y productos turísticos de la ciudad, con la finalidad de pasar sus expectativas; contribuyendo efectivamente al cambio vertiginoso de ciudad virtual y aumentando el beneficio económico de la ciudad.

4.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la información turística de la app que convenga al turista a visitar los atractivos y establecimientos de interés turístico que se encuentran dentro de su contenido.
- Agregar servicios turísticos personalizados permitiendo que el turista pueda convertirse en su propio guía y con tan solo un clic acceda inmediatamente y de forma interactiva a cada una de las opciones plasmadas en la aplicación.
- Elaborar un plan de promoción de la app y actualizarla mediante el soporte que se le dé constantemente, para mantener el interés de los turistas que utilizan la app, con una mejora innovadora de la misma en los servicios y garantice el pleno disfrute de sus usuarios.

4.2.3 MISIÓN

Proveer servicios de información turística de la ciudad, basados en el concepto de interactividad, que faculte a los turistas el poder satisfacer sus requerimientos de permanencia, utilizando las herramientas de innovación tecnológicas de calidad,

ofreciendo la mejor ventaja competitiva y que contribuya al progreso del Guayaquil turístico 2.0.

4.2.4 VISIÓN

Posicionarse como el primer producto turístico indirecto que incremente la rentabilidad de la actividad turística de la ciudad, abarcando la demanda del turista 2.0 mediante la constante innovación de la app, de acuerdo al avance de sus necesidades en la ciudad.

4.2.5 ACTUALIZACIÓN DE LA APP MÓVIL “GUAYAQUIL ES MI DESTINO”

4.2.5.1 REDISEÑO DE ASPECTOS TÉCNICOS.

En esta sección del proyecto se detallará la optimización de los elementos técnicos que contiene la aplicación y el añadido de los que se proponen para su implementación. A continuación se indica las recomendaciones para el rediseño técnico de la app, según la presente propuesta:

4.2.5.1.1 NUEVA VERSIÓN

Cuando se realiza una actualización mayor de las aplicaciones móviles, es decir, se agregan más servicios, se mejora la información ofrecida y se implementa más interactividad, se realiza la técnica de versionamiento, que consiste en darle una nueva versión a las aplicaciones.

Esta técnica se la aplicará sobre el nombre de la app, actualmente es “Guayaquil es mi destino” en su primera versión, pero, al actualizarse será su segunda versión, porque los cambios que se realizarán son grandes sobre la app ya existente, con esto el turista que ya ha descargado la app mediante una notificación en el dispositivo se enterará que existe una nueva versión, o para que el turista que no la tiene la pueda descargar.

Darle una nueva versión en la actualización de la app “Guayaquil es mi destino”, será más confiable y seguro para el turista, permitiéndole dar una mejor valoración a su uso. Entonces con la actualización la app se encontraría en las tiendas de los Smartphones de la siguiente manera:

Nombre de la app: “Guayaquil es mi destino” Versión 2

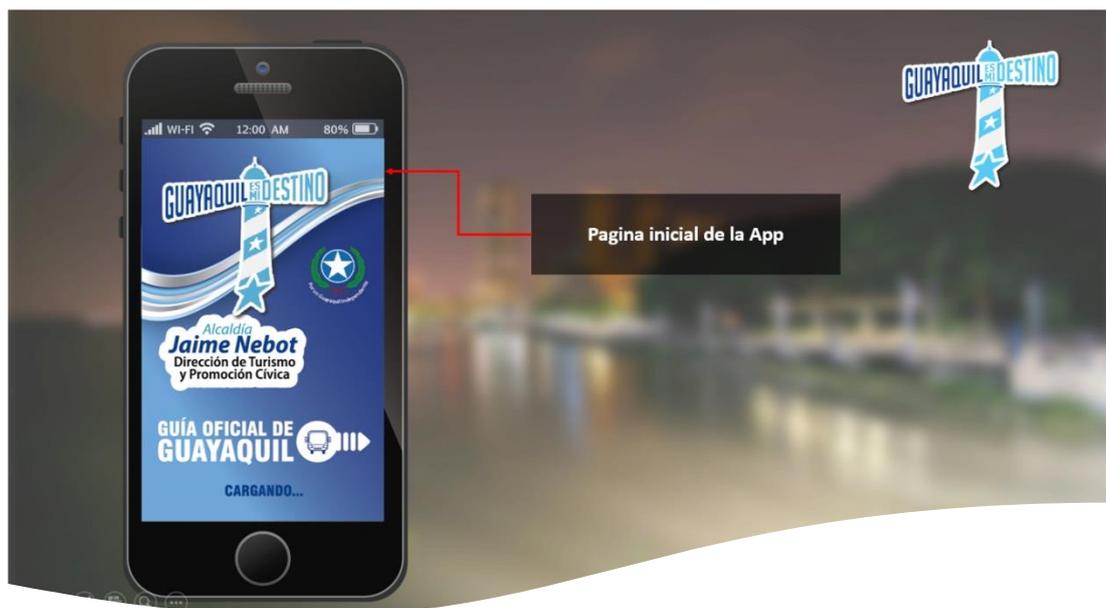


Imagen N° 4: App “Guayaquil es mi destino” Versión 2
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.1.2 CREAR TUTORIAL PARA USUARIOS

Al realizar la descarga de la app por primera vez automáticamente se presentará un tutorial. La función del tutorial es guiar al usuario sobre los servicios que brinda, de esta manera el turista podrá saber cuáles son los comandos que debe usar para navegar en la aplicación.

La configuración del tutorial además permitirá que la aplicación no se “caiga”, esto significa que cuando los usuarios no saben cómo utilizar una aplicación, empiezan a presionar opciones equivocadas, lo que ocasiona un fallo en la app y se considera que esta se ha caído. El tutorial que se presente debe ser fácil de entender y ser lo más gráfico posible para que despierte el interés del turista.



Imagen N° 5: Aplicación Descargada
Elaborado por: Las autores

4.2.5.1.3 CORREGIR LA SINCRONIZACIÓN DE BASE DE DATOS

Es necesario que la app no presente ninguna interrupción durante su uso, sin embargo existen algunos inconvenientes que se presentan cuando se está explorando la aplicación, tales como:

- Mensajes de error
- Desvío de redes sociales
- No presenta información de ciertas opciones
- **Mensajes de error**

Mensaje N° 1: Al ingresar por primera vez a la app, aparece un cuadro con un texto de alerta que explica que existe un error, se debe revisar la conexión y hay que sincronizarla desde configuración en el primer paso, y posteriormente que se acepte el mensaje que aparece en la pantalla.



Imagen N° 6: Mensaje de alerta al ingreso de la app.
Fuente: App “Guayaquil es mi destino”

MENSAJE N° 2: Cuando se desea ingresar a las opciones de la pestaña “Atractivos” y “Alojamiento”, aparece un mensaje de error que indica lo siguiente

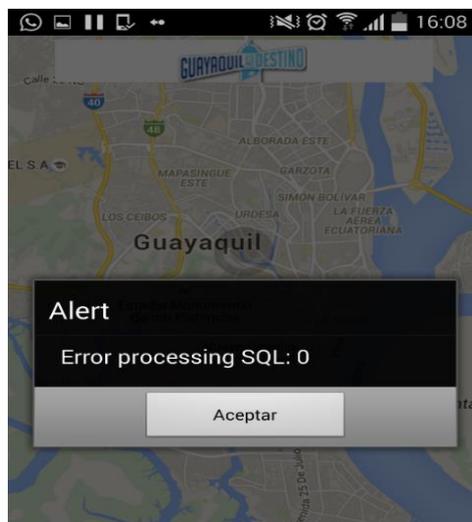
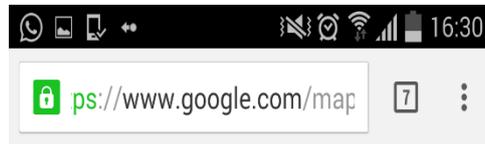


Imagen N° 7: Mensaje de alerta en Atractivos y Alojamiento.
Fuente: App “Guayaquil es mi destino”

MENSAJE N° 3.- Al elegir la opción de transporte en la app, dirige hacia una pestaña web, en la que expresa otro mensaje de error que indica que la URL solicitada no se encontró en este servidor.



404. That's an error.

La URL solicitada no se encontró en este servidor. That's all we know.

Imagen N° 8: Mensaje de error en opción Transporte
Fuente: App “Guayaquil es mi destino”

MENSAJE N° 4.- Al acceder a la opción “Sincronizar” de la app, inmediatamente en la pantalla señala un mensaje de alerta, parecido al mensaje N° 1, en el que explica que ocurre un error, favor revisar su conexión y sincronice nuevamente.



Imagen N° 9: Mensaje de error en Opción Sincronizar
Fuente: App “Guayaquil es mi destino”

- **Desvío de redes sociales**

En la versión actual de la app, se encuentran 4 redes sociales: Facebook, twitter, instagram y youtube, pero existe un inconveniente al dar clic sobre los íconos, por ejemplo el ícono de instagram, abre un enlace donde conecta con la página de Facebook.

- **Información equivocada**

En algunas opciones como Alojamiento y Atractivos, al ingresar solo muestra un mapa que no contiene información de lo requerido, no se puede encontrar datos sobre la opción que se solicita.

- **Soluciones**

Las anomalías que se mencionaron, tienen un origen que debe corregirse, esto indica que la conexión de base de datos de la app está fallando, necesita conectarse con una base de datos que contiene información sobre fotos, textos, videos y otros, para que se muestre la información que el usuario está requiriendo.

Para corregir la desincronización, es necesario que el desarrollador que tiene acceso a la base de datos de los proveedores de la información contenida en la app, ingrese a esta para corregir el código de fuente⁹ y así permitir la conexión, especificando el contenido que se quiere mostrar en la app.

Estos son cambios técnicos que pueden ser arreglados solo por quien tiene permiso a bases de datos de la información que se necesita, por esto se propone que se corrijan estos errores, para que no sucedan los problemas que se mencionaron y el usuario navegue sin contrariedad.

⁹ **Código fuente:** Lenguaje de programación que necesita ser traducido para ser leído en una máquina.

4.2.5.1.4 MPLEMENTAR NUEVOS SERVICIOS

- **MAPAS GPS**

El servicio de mapas GPS, ha sido diseñado en la app para que el turista pueda encontrar con facilidad los lugares que desee solicitar en su dispositivo. En esta opción, el turista conocerá las rutas que debe seguir desde su lugar de ubicación al buscar en el mapa integrado en la aplicación la dirección deseada. En el mapa se irá señalando los lugares que va recorriendo y por los cuales debe pasar hasta llegar al punto de destino.

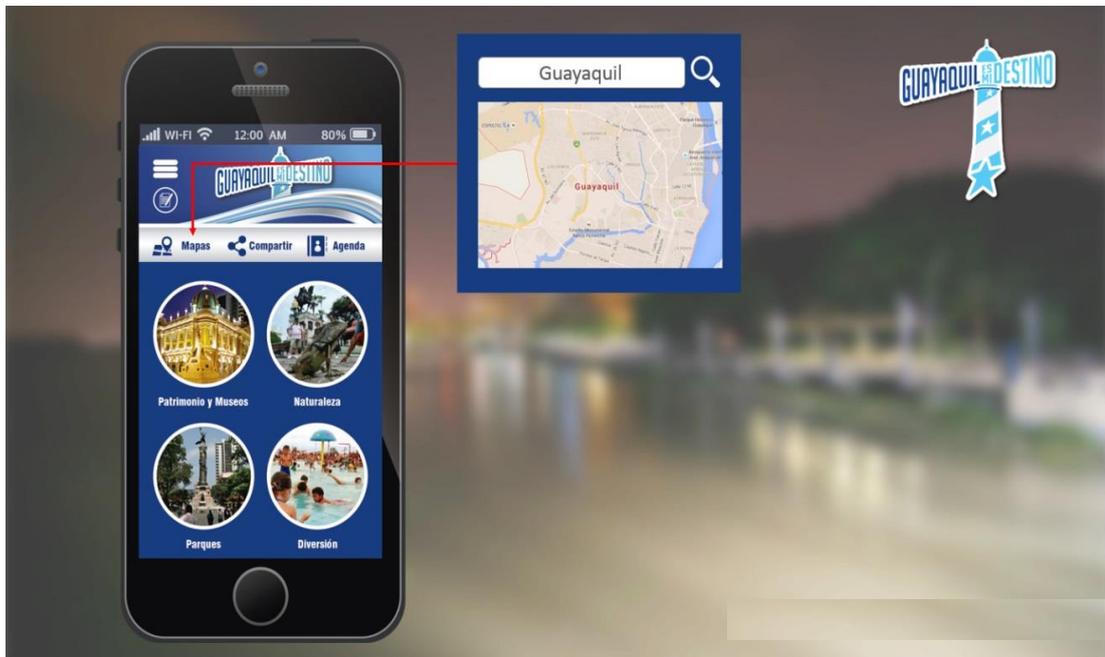


Imagen N° 10: Mapas en la app “Guayaquil es mi destino”

Elaborado por: Las autoras

- **BARRA DE BÚSQUEDA**

Con esta opción el turista tendrá la posibilidad de insertar direcciones, nombres de establecimientos hoteleros, de restauración y de atractivos que se encuentran en la aplicación.

Además ayuda a optimizar el tiempo de los turistas, cuando no saben cómo acceder a los lugares, entonces al introducir una palabra la barra le desplegará una serie de resultados relacionados a la búsqueda solicitada y así no perder tiempo y exista más interactividad con el turista.

- **CONEXIÓN CON REDES SOCIALES**

Estas opciones de han diseñado para que el turista se integre con la aplicación, aquí el usuario puede compartir sus experiencias en las redes sociales y lograr mayor interactividad.

Al existir esta conexión de redes sociales, no sólo se incita al turista a visitar la red social de la Municipalidad, ya que actualmente al ingresar a las redes sociales desde la app, se accede a la institución, sino que con esto también se incentiva al turista a conectarse con su propio usuario en redes sociales y poder ingresar fotos, vídeos y comentarios de su viaje, y se pueden compartir con la red social de la Municipalidad.

Entre las redes sociales que se pueden añadir a la app, están: Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter y whatsapp.

- **CONVERSOR DE MONEDAS**

El conversor de monedas le permitirá al turista conocer la cantidad de dinero que trae de su país de origen para darle el valor a la moneda que desee. El conversor posee una calculadora en la que se ingresa el monto que desea convertir, además una barra para desplegar la moneda que se desea seleccionar.

En esta opción, además se puede encontrar información sobre los lugares que se pueden cambiar dinero en el país, sean bancos y hoteles autorizados para realizar este tipo de actividad.

- **CONDICIONES CLIMÁTICAS**

Con esta opción inmediatamente se conocerá el clima del día, aquí se presentará en la pantalla opciones de los sectores de la ciudad: Norte, Centro y Sur, en que al seleccionar el sector donde se encuentra ubicado el turista se presentarán la hora del día y la temperatura ambiente, de esta manera si el turista desea ir del norte al centro, el podrá conocer las condiciones climáticas y las temperaturas de ambos sectores.

- **AGENDA DE ITINERARIO**

Al implementarse este servicio el turista puede personalizar el viaje del día que desee. Cuando seleccione esta opción se desplegará una ventana con la barra de búsqueda, en esta barra el turista ingresará el lugar a visitar y de inmediatamente aparecerá una imagen del sitio con un ícono de visto, que indicará que ese es el lugar que se recorrerá.

Luego de elegir el lugar a visitar y guardarlo en la agenda, se mostrarán dos barras en una de ellas se despliega un calendario para colocar la fecha exacta de esa visita y en la otra se ingresará la hora. Además una vez realizadas estas opciones, el turista puede modificar y seguir creando más recorridos en la agenda.

- **OPCIÓN COMPARTIR**

En esta opción se despliega una ventana que muestra la opción de correo electrónico, con esta opción el usuario tiene la facilidad de enviar al correo de otro turista una invitación para usar la app. Al colocar el correo, la persona recibirá una notificación para que use la aplicación, de esta manera el turista que usa la aplicación puede compartir la app con otro turista.

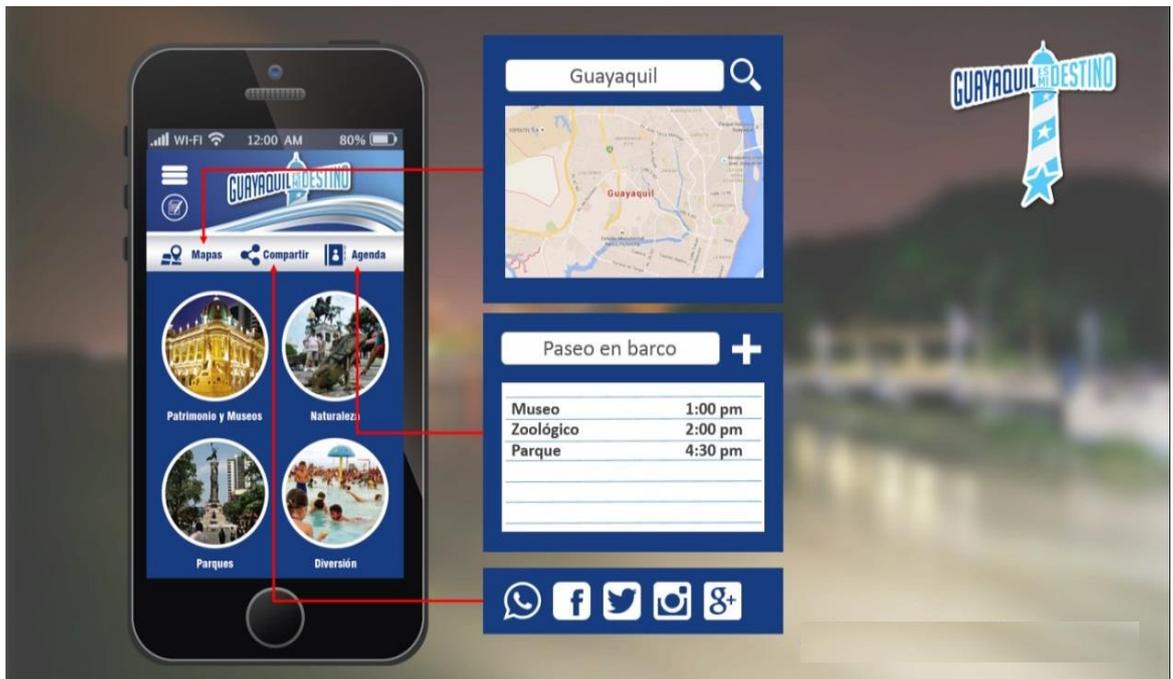


Imagen N° 11: Nuevos servicios en la app “Guayaquil es mi destino”
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2 REDISEÑO DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA

La información turística en la app móvil es casi nula, mientras que la página web de la app, brinda mayor contenido sobre esto, sin embargo, no deja de ser monótona, es más no contiene tanta cantidad de imágenes o vídeos que motiven visitas.

Por lo tanto, la segunda parte de la propuesta se centra en mejorar la información que debería ofrecerse en la app, tomando como referencia algunos datos ya existentes en la página web, porque no se pretende cambiar toda la app, sino más bien indicar algunos aspectos que podrían mejorar el servicio e incorporar aquellos servicios turísticos que son de interés para el turista. Entre las recomendaciones se explican las siguientes:

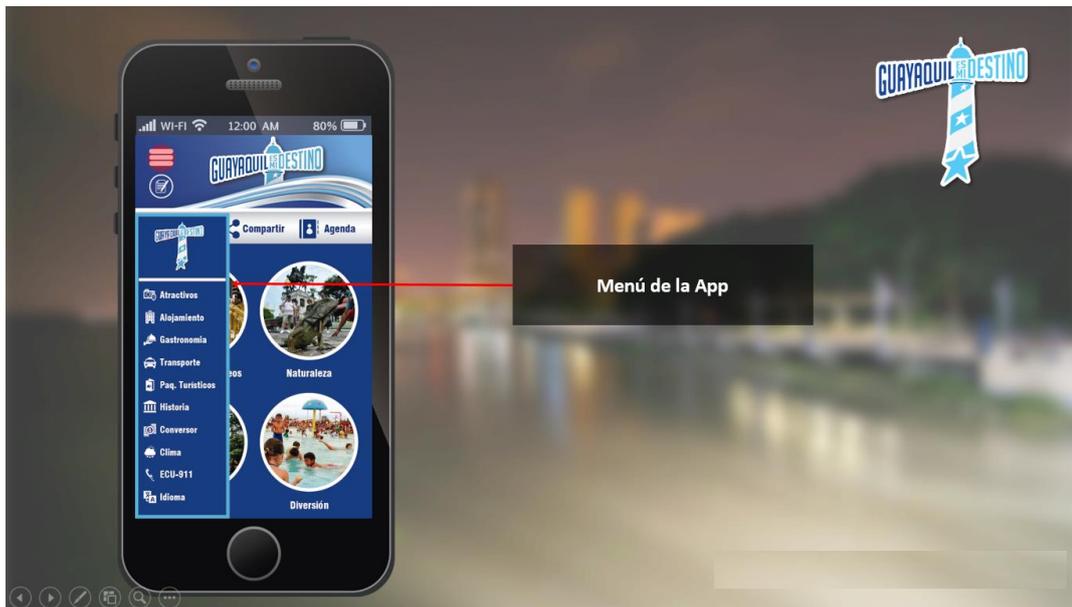


Imagen N° 12: Menú de la App “Guayaquil es mi destino”
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.1 CLASIFICAR ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN CATEGORÍAS

De las 25 opciones de atractivos turísticos que aparecen en la app, se puede comprimir en 4 categorías:

Se propone dividirlos en estas categorías porque en la página web de la app, se encuentran clasificados así, dentro de cada tipo de atractivo está el nombre de los diferentes lugares a visitar que fueron inventariados por el Municipio. Entonces al reducir las categorías, el turista tendrá más orden y podrá acceder a ellos sin necesidad de abrir algunas pestañas, sólo contará con cuatro opciones.

En la pantalla de la categoría de los atractivos, se ubicará una barra de búsqueda en la parte superior donde el turista podrá ingresar el nombre, la dirección o el sector del atractivo que desee y de inmediato se arrojarán resultados de su solicitud, para que la búsqueda sea aún más rápida.

Tabla N° 4: Clasificación de atractivos turísticos en categorías

Historia, arte y cultura	Diversión y esparcimiento	Compras	Congresos y convenciones
Barrios y lugares tradicionales	Balnearios	Centros comerciales	
Cementerio	Cines		
Plazas y parques históricos	Malecones		
Monumentos y Bustos Históricos	Fuentes		
Iglesias	Parques	Mercados artesanales	
Museos	Parques acuáticos		
Bibliotecas	Teatros		
Patrimonio de la ciudad	Escenarios deportivos y		
Piletas históricas	Paseos náuticos		
Murales y Vitrales			
Esculturas			

Fuente: Página de Web de la app “Guayaquil es mi destino”



Imagen N° 13: 4 categorías de atractivos turísticos en la app

Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.2 AÑADIR INFORMACIÓN DE INTERÉS DE ATRACTIVOS

Una vez que se haya realizado la clasificación correspondiente de cada atractivo turístico, se procederá a ubicar la información adecuada que sea útil para el turista en su visita, se ha seleccionado la siguiente información para cada una de las categorías.

- **Historia, arte y cultura**

Los atractivos que pertenecen esta categoría ofrecerán la siguiente información:

- Breve historia
- Características importantes del lugar
- Horarios de ingreso y de cierre
- Dirección y sector del lugar
- Mapa de GPS para ubicación
- Imágenes o tour virtual del sitio

Con estos datos el turista posee la información básica para acceder al lugar, una breve historia es importante porque se muestra la evolución del lugar como atractivo turístico. Las características importantes porque son de datos de interés para el turista y conozca que puede encontrar en el lugar.

En cuanto a los horarios de ingreso y cierre también es información relevante, porque conocen un horario definido y no se aventuran a ir en horas donde no hay atención, de esta manera optimiza su tiempo. Por otro lado la dirección y sector del lugar es necesario, porque se muestra dirección, números de calles y en qué sector de la ciudad se encuentra, con esto el turista puede ubicarlas en la barra de búsqueda que posee la aplicación para que el mapa de GPS lo dirija directamente al sitio.

Como punto importante un tour virtual o imágenes del lugar, de esta manera el turista conoce de manera más personalizada el atractivo y no está a la expectativa de cómo será el sitio que visitará.

- **Diversión y esparcimiento**

Para los atractivos de la categoría de diversión y esparcimiento se ha seleccionado la información que se detalla a continuación:

- Breve historia
- Características importantes del atractivo
- Horarios ingreso y cierre
- Actividades y precio
- Precio de entradas
- Dirección y sector del atractivo
- Mapa de GPS para ubicación
- Imágenes o tour virtual del sitio

En esta categoría se ha añadido la información de actividades y precio, debido a que son atractivos de entretenimiento en algunos se pueden realizar varias actividades y es necesario para el turista conocer el precio que se requiere para su realización. Así mismo si al ingresar a los lugares también se debe pagar cierta cantidad de dinero, el turista debe conocer este tipo de información.

Como información básica y fundamental los puntos que se explicaron en la categoría anterior que también se aplican en esta segunda categoría, debido a la importancia como facilitador del acceso a estos lugares.

- **Compras**

Para los lugares de esta categoría se agregarán los siguientes datos:

- Características del lugar
- Horarios ingreso y cierre
- Actividades
- Dirección y sector
- Productos que encontrar
- Mapa de GPS para ubicación

- Imágenes del sitio

Esta es la información que se necesita para que el turista conozca sobre la oferta de compras que brinda la ciudad y así acceder a cada uno de los lugares por los cuales se interese.

- **Congresos y convenciones**

En esta categoría se presentan los centros de convenciones donde se pueden realizar los eventos de negocios y otros eventos por los cuales se interesen. Esta oferta se debe a que Guayaquil es considerada una ciudad de negocios.

Entre la información que se propone presentar esta categoría, está la siguiente:

- Información del centro
- Descripción
- Dirección y sector
- Servicios
- Mapa de GPS para ubicación



Imagen N° 14: Opción atractivos turísticos en la app
Elaborado por: Las autoras



Imagen N° 15: Lista de atractivos según búsqueda
 Elaborado por: Las autoras



Imagen N° 16: Información de atractivos turísticos
 Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.3 OPTIMIZAR BÚSQUEDA DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

HOTELEROS

Al elegir la opción de alojamiento desde el menú principal, se desplegará una ventana de la clasificación de los establecimientos hoteleros que hay en la ciudad. Divididos de la siguiente manera:

- Hoteles
- Hostales residenciales
- Pensiones
- Hoteles apartamentos

De esta manera el turista decidirá el tipo de alojamiento que desee buscar, además para facilitar la búsqueda se integra una barra en el que se puede ingresar la categoría que se desee, el nombre del hotel que prefiera o simplemente por el sector que se encuentra. Con esto se optimiza la búsqueda y no es necesario abrir cada una de las opciones del tipo de establecimiento para elegir uno.



Imagen N° 17: Optimizar búsqueda de alojamiento en la app
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.4 AÑADIR INFORMACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

La información que se agregará a cada uno de los establecimientos que prestan alojamiento en la ciudad es la siguiente:

- Nombre del Hotel
- Categoría
- Dirección
- Sector
- Sitio web
- Teléfono
- Correo electrónico
- Tarifa
- Tipo de habitaciones
- Servicios que ofrece
- Opción para calificar el hotel
- Mapa de GPS
- Conexión con redes sociales

Con estos datos el turista conocerá de forma breve, pero fundamentalmente lo que necesita saber, para hacer la reservación del establecimiento que desee. Además visualmente podrá conocer el hotel en la app, ya que se aumentarán más imágenes, con las que el turista tendrá una expectativa del hotel que elija para su estadía.



Imagen N° 18: Información de establecimientos de alojamiento en la app
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.5 OPTIMIZAR BÚSQUEDA DE ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN

Cuando la opción de gastronomía sea desplegada desde el menú principal, se presentará en la pantalla del dispositivo, los diferentes tipos establecimientos de alimentos y bebidas que se ofrecen en la ciudad.

La presentación actual de la app, solo informa sobre las huecas de la ciudad y de 30 platos, pero el turista en cuanto a oferta gastronómica desea tener una variedad de restaurantes para elegir, entre ellos restaurantes de comida típica, franquicias de comida rápida y cafés, restaurantes gourmet y bares. Por lo tanto con la propuesta que se está presentando se diversifica la opción de establecimientos de alimentos y bebidas que se presenta al seleccionar la opción gastronomía.

La opción de gastronomía muestra las siguientes categorías de restauración:

- Huecas
- Restaurantes
- Bares

Por otro lado también como en la opción de gastronomía contará con una barra de búsqueda, esta permitirá facilitar al turista conocer donde puede degustar algún plato o el restaurante que visitará, en la barra puede ingresar el plato que desee y automáticamente aparecerán los restaurantes o huecas donde encuentra ese tipo de plato.



Imagen N° 19: Categorías de la opción gastronomía de la app
Elaborado por: Las autoras



Imagen N° 20: Optimizar búsqueda de establecimientos de restauración en la app
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.6 AÑADIR INFORMACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN

La información que contendrá las categorías de la opción de gastronomía es la siguiente:

- Nombre del restaurante, hueca o bar
- Especialidad
- Horario
- Platos y bebidas
- Precio del plato
- Dirección
- Sector
- Contacto
- Mapa de GPS
- Opción de calificar el establecimiento
- Conexión con redes sociales

Así el turista tendrá a su disposición la información que necesita al elegir el lugar o la variedad de alimentos y bebidas que oferta la ciudad y que están disponibles en la app. Aparte de contar con información sobre los establecimientos de restauración también interactuará con la aplicación, a través de la valoración que le puede al establecimiento y a la conexión a las redes sociales.



Imagen N° 21: Información de establecimientos de restauración en la app
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.7 AÑADIR INFORMACIÓN DEL TRANSPORTE

En la opción transporte del menú principal, se integrará más información del transporte de la ciudad y de los vuelos nacionales e internacionales en las aerolíneas del aeropuerto de Guayaquil.

Esta categoría contiene 5 opciones:

- Aeropuerto
- Terminal
- Metrovía
- Buses
- Taxis



Imagen N° 22: Categorías de opción transporte

Elaborado por: Las autoras

En la opción de aeropuerto se colocará un hipervínculo para que directamente se conecte con la aplicación del aeropuerto de la ciudad y pueda obtener la información que se necesita.

En cuanto a la opción terminal, se desplegará una ventana en la que se muestre las cooperativas de transporte y sus respectivas rutas y horarios, para que el turista tenga la información concerniente a los buses de la terminal.

Respecto a las opciones de buses y metrovía, se mostrarán las rutas por las cuales se realizan los recorridos, con los números de buses respectivos y los nombres de las paradas de la metrovía.

La opción de taxis contiene información sobre las cooperativas más utilizadas para que el turista tenga conocimiento de las cooperativas que puede tomar para trasladarse.



Imagen N° 23: Información de transporte en la app
Elaborado por: Las autoras

4.2.5.2.8 AÑADIR PAQUETES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD

Al elegir esta opción del menú principal se desplegará una ventana en la que se requerirá ingresar el día de llegada y de partida del turista, para mostrar los tours a la ciudad de acuerdo al número de noches que se ingrese.

Además se presentará el itinerario del tour, el precio y la agencia que propicia el paquete turístico. Con esto se pretende que el turista también pueda elegir un tour preestablecido si está en contra tiempo para armar su propio viaje o si lo hace con alguna agencia en particular.

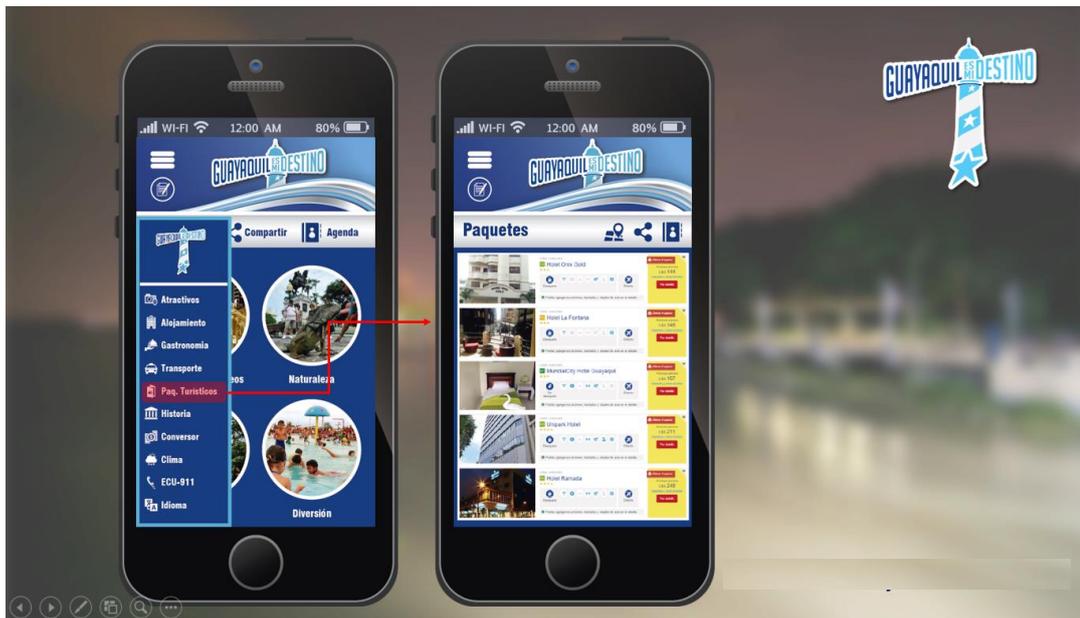


Imagen N° 24: Información de Paquetes turísticos en la app
Elaborado por: Las autoras

4.3 PLAN DE PROMOCIÓN PARA LA APP “GUAYAQUIL ES MI DESTINO”

La actividad turística en la ciudad de Guayaquil, está adquiriendo un importante dinamismo en estos últimos años, siendo un sector de la economía que se desarrolla aceleradamente y aporta beneficios a la plataforma turística de la urbe, para esto, es necesario que se promocióne adecuadamente el desarrollo de proyectos innovadores que potencian el turismo de la ciudad.

El siguiente plan de promoción tiene como objetivo promover la oferta turística, utilizando herramientas que induzcan al turista a utilizar la app móvil “Guayaquil es mi destino”, promoviendo así la cultura tecnológica en la ciudad mediante las estrategias de promoción que se explicarán.

4.3.1 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

La campaña publicitaria que se propone en el proyecto será creativa e innovadora, activando a la oferta turística con una aplicación móvil actualizada, en la que se harán evidentes las fortalezas turísticas de la ciudad, en los servicios que ofrecerá al turista.



Imagen N° 25: Publicidad de app “Guayaquil es mi destino” en la ciudad
Elaborado por: Las autoras

Este modelo de promoción se llevará a cabo mediante las siguientes estrategias:

- **Redes sociales**

Estas herramientas muy útiles para la promoción turística del mercado actual, proporcionan facilidades necesarias mediante su variedad en la social media, entre ellas: Facebook, Instagram, Twitter y Snapchat que se han convertido en canales importantes para llegar a los usuarios.

La estrategia que se aplicará en cuanto a redes sociales para la difusión de la app, es mantener al turista a la expectativa del relanzamiento de la app con su actualización, realizando comentarios en el Facebook de la app, o añadiendo vídeos que se encontrarán en la app en las otras redes.

Una vez que se haya creado el interés del turista por descargar la app, la entidad encargada de su difusión deberá mantener ese interés para incentivar al turista que la siga usando y evitar que merme el número de descargas de la aplicación. Para esto se debe rediseñar las páginas de las redes sociales donde se difundirá la app.

- **Página web**

Al realizarse una actualización de la app “Guayaquil es mi destino” también debe actualizarse el contenido de la página web, siguiendo los esquemas de la aplicación, es decir, manteniendo la interactividad del turista, incluso aportando con información importante que no pueda ser contenida en la app.

En la página web también se puede indicar las promociones que el turista que descarga la app, puede tener, así mantendrá al turista informado de los otros beneficios que implica descargar la aplicación.

- **Elaboración de brochures.**

Se procederá a la entrega de brochures en lugares estratégicos de mayor circulación turística de la ciudad como en la terminal de autobuses, aeropuerto, hoteles y en los principales centros comerciales de la ciudad con el fin de incrementar el uso de la aplicación.

Estos brochures informarán al turista que en los lugares que se mencionaron, se puede acceder a internet gratis, si antes se descarga la aplicación, es decir, se accede a la red y se redirige a la aplicación como un paso para obtener internet gratis.

También se entregarán brochures en las ferias, congresos y convenciones que se realicen en la ciudad, de esta manera el turista estará pendiente de que existe una app sobre Guayaquil y poder armar un tour o visitar varios lugares que se encuentren dentro de la app.

- **Difusión por medios de comunicación**

- **Difusión mediante la Radio:** Se realizara difusión mediante spots de 35 segundos, promocionando y dando realce a la aplicación actualizada de la ciudad de Guayaquil.
- **Difusión mediante la Televisión:** Es de suma importancia el uso de este medio de comunicación para que los turistas nacionales se informen de la aplicación, con un anuncio completo, mostrando los beneficios de la app “Guayaquil es mi destino”.
- **Difusión en Diarios:** A través de este medio, se pretende que los diarios expongan en sus artículos el proyecto que se está realizando y cómo va avanzando.

- **Vallas publicitarias**

Una de las estrategias que causan mayor impacto a los turistas cuando visitan un lugar, son las vallas, en ellas se puede ilustrar el destino turístico o los servicios que ofrece, incentivándolo a su visita. En este caso se colocarán vallas publicitarias en puntos estratégicos de la urbe, informando a la ciudadanía y turistas sobre la app. Estas vallas se ubicarán en lugares donde exista una afluencia significativa de turistas y puedan evidenciar el modelo de promoción turística que se está aplicando actualmente en la ciudad.

Algunos de los lugares donde se puede aplicar esta estrategia son:

- Malecón 2000
- Salida del aeropuerto José Joaquín de Olmedo
- Parque Samanes
- Terminal terrestre Jaime Roldós Aguilera



Imagen N° 26: Promoción de la app “Guayaquil es mi destino” en vallas publicitarias
Elaborado por: Las autoras

- **Poster en buses**

Como estrategia de promoción visual en la ciudad, se implantaría la colocación de poster en buses que circulen dentro del perímetro urbanístico de la urbe. Especialmente en los buses turísticos, como por ejemplo Guayaquil visión, en el que se puede realizar diferentes publicidades, sería efectivo que la app también se promocioe a través de este medio.



Imagen N° 27: Publicidad de app “Guayaquil es mi destino” en buses
Elaborado por: Las autoras

- **Promociones**

En las encuestas realizadas a turistas extranjeros se obtuvo favorables resultados de los beneficios que quisieran obtener de la app, entre los que se destaca:

- Promociones en Hoteles y
- Promociones en Restaurants

Esta estrategia consiste en que la institución que se encarga de la app, envíe una base de datos de turistas que la han descargado, ya que ellos tienen acceso a esta información y el hotel o restaurant proceda, verifique en su base de datos el nombre del turista y aplique una de las promociones que realizan a los huéspedes.

Además como otra estrategia para difundir el uso de la app, por parte de los hoteles se propone que en estos establecimientos, se entreguen afiches en recepción sobre la app y así el huésped conozca sobre ella y la pueda descargar.

En cuanto a los restaurantes, un medio de difusión de la app, es colocar una publicidad de la aplicación sobre los tapetes de las mesas, ya que algunos restaurantes usan este tipo de tapetes. Otra manera de promover la difusión es colocar publicidad sobre la app cuando se entreguen las cuentas de los comensales y así puedan enterarse y hacer uso de la app

4.4 CONSIDERACIONES ANTES Y DESPUÉS DE LANZAR UNA APP MÓVIL TURÍSTICA

Existen varios aspectos a considerarse en el momento en el que se está creando una app turística y luego que está ha sido creada, el fin de aplicar estos aspectos es lograr la máxima eficiencia de la app para el usuario final o turista. Este tipo de consideraciones contribuyen a que la inversión que se ha hecho desarrollado una app, no sea en vano y pueda mantenerse en el mercado el ciclo de vida que debe llevar.

Las consideraciones han sido divididas en antes del desarrollo y después del desarrollo, a continuación se detalla en qué consisten las mismas:

4.4.1 ANTES DEL DESARROLLO

- **Investigación de mercado**

La empresa cliente del desarrollador de aplicaciones tiene la idea de lo que desea lanzar al mercado, el desarrollador conoce exactamente lo que se va a ofertar en la app. Pero puede ser que las ideas que se desean ofrecer en una app de un destino turístico, no sean del todo satisfactorias para el turista, debido a que no se conocen sus requerimientos.

Para esto es importante realizar una investigación de mercado en el que se conozcan resultados reales de los usuarios a quienes se dirige la app. Aquí se obtiene información específica y concreta de los servicios turísticos e información que desean recibir.

- **Encontrar errores en aplicaciones**

Muchas veces las aplicaciones presentan errores porque el usuario no conoce cómo navegar sobre una aplicación, las instituciones que desarrollan las apps conocen como hacerlo, pero para el turista resulta complicado interactuar con la app. Antes de lanzar una aplicación es necesario debuggear¹⁰ la app que se va a lanzar.

Este proceso consiste en encontrar bugs, es decir errores de códigos que tiene una duración de un par de semanas, donde el desarrollador testea la aplicación, se analiza los errores y se navega sobre sus opciones.

Luego del proceso de testeo que realiza el desarrollador, el usuario final también se encarga del testeo de la aplicación; se contrata o se pide ayuda a turistas que no conocen la app. Se da una introducción sobre lo que consiste, debe lograr interactuar sin saber cómo y luego de esa prueba una experiencia sin errores. Si el turista falla en el testeo, el desarrollador debe tener un plan de contingencia para eliminar esos errores.

Al finalizar el proceso se corrigen los errores que han aparecido y así asegurar el uso eficiente de la aplicación para ser lanzada al mercado al que se dirige la app.

4.4.2 DESPUÉS DEL DESARROLLO

- **Hacer una prueba gratis de la app**

¹⁰ **Debuggear:** Técnica para encontrar errores o “bugs”

Cuando los turistas ingresan a las tiendas del software de su dispositivo, encuentran una serie de aplicaciones relacionadas a su búsqueda y mientras que deciden cual van a descargar, verifican su descripción, la valoración y el número de descargas.

Al realizar la descarga mantienen las expectativas de que el uso que tenga sea eficiente, pero algunas veces es lo contrario, las expectativas que tenían merman debido a que no funciona como esperaban, o no contienen lo necesario. Por esta razón es necesario que las app tengan una prueba gratis. De esta manera, los usuarios no pierden sus expectativas o desinstalan la app de su dispositivo, haciendo que el número de descargas disminuyan

- **Relanzamiento de la app**

Cuando las aplicaciones tienen fallos o errores y se realizan actualizaciones como el caso de la app “Guayaquil es mi destino”, es necesario que se haga el relanzamiento y se promocióne nuevamente. Esta promoción o relanzamiento debe indicar la mayor parte de los servicios que la actualización de la app tiene.

- **Soporte y seguimiento de la app**

Luego de que se realice el relanzamiento de la app, es necesario que el desarrollador le dé seguimiento y soporte a la misma. Los desarrolladores de aplicaciones tienen acceso a una plataforma de las app que crean, en ella pueden observar el número de descargas y el usuario que ha realizado dicha descarga. El seguimiento debe ser paulatino, porque así no se descuida la cantidad de descargas o desinstalaciones que se han realizado.

El soporte consiste en actualizar la aplicación, las actualizaciones mantienen el interés en los usuarios que la usan, es importante que no se hagan actualizaciones de todos los servicios que se ofrecen sino que se vayan haciendo poco a poco. También es conveniente que las actualizaciones y cambios que se realicen sean evidentes por el usuario, por esta razón, los botones y la interactividad son factores importantes para

agregar en una actualización, estos se aprecian a simple vista, mientras que cambios en textos no son tan evidentes.

4.5 ANÁLISIS DE IMPACTOS

La globalización que se experimenta actualmente ha sido contribución de algunos factores, como las innovaciones tecnológicas que permiten acceder a diferentes servicios y productos en diferentes mercados. La tecnología con la que actualmente dispone el turismo, como el caso de los aplicativos móviles, toman un efecto diferenciador para el turismo 2.0 y genera diferentes impactos sobre el destino bajo el cual se está impulsando.

Tomando como referencia a lo expuesto se considera que es necesario realizar una evaluación de los posibles impactos positivos y negativos que estarían inmersos en la propuesta de la optimización de la aplicación móvil "Guayaquil es mi destino".

A continuación se analizarán los impactos de mayor alcance que genera la propuesta entre ellos: turístico, ambiental, socio-cultural.

4.4.8.1 IMPACTO AMBIENTAL

El desarrollo del turismo con las innovaciones tecnológicas es un nuevo modelo que va tomando fuerzas en el país, y así como genera coadyuva a generar divisas, también provoca impactos ambientales que pueden estar relacionados directamente o indirectamente con el proyecto.

Se puede identificar como posible impacto negativo en el proyecto, la masificación de la ciudad. Al realizarse una mayor difusión nacional e internacional de Guayaquil a través de la aplicación en cuestión, automáticamente provocaría una gran afluencia de turistas a la misma, lo que desencadenaría una mayor circulación de personas por los diferentes atractivos de la ciudad y esto implicaría un mayor control en el

comportamiento de los visitantes, esto generaría que se regulen algunos aspectos concernientes a modificar el medio ambiente, en actos como: desechar desperdicios en lugares a visitar, alterar fauna y flora que se encuentre en su estado natural.

Cabe recalcar que este impacto como negativo puede controlarse a través de la implementación de leyes ambientales para turistas y de la educación ambiental que los guías puedan ofrecer. Otra manera de mitigar este impacto es la información que se ofrece a través de la señalética implantada en los atractivos que crea consciencia en los turistas.

El impacto positivo del proyecto en materia de medio ambiente, es el poco uso de promoción de la ciudad en trípticos, folletos, mapas u otro medio de publicidad de este tipo. La estrategia de promoción que propone el proyecto en su mayoría será mediante las redes sociales, medios de comunicación, páginas web y otros tipos de publicidad que con esto minimiza el uso de papel como información para los turistas.

Es por esta razón que en la propuesta se expone una aplicación completa, con la que el turista tenga toda la información y facilidades en sus manos, tan solo con hacer un clic y acceder de forma interactiva a todas las opciones que se incorporarán en la aplicación.

4.4.8.2 IMPACTO SOCIO-CULTURAL

El proyecto en cuanto a impacto socio cultural negativo se puede mencionar que los turistas tiendan a preferir usar un Smartphone para guiarse en la ciudad y dejar a un lado la contratación de guías turísticos tradicionales. De esta manera disminuye el aprendizaje acerca de la cultura de la ciudad, porque los guías ofrecen interactuar con el turista brindándoles información más profunda, mientras que las aplicaciones proporcionan información precisa de lo que se requiere.

Este impacto es controlable, es decir, se puede incluir guías de tour dentro de los paquetes turísticos que ofrece la aplicación, como ayuda extra o para turistas que deseen su servicio.

Uno de los impactos socio cultural positivo que se resalta de la propuesta es la proyección de una sociedad virtual. Las personas y los turistas pueden alcanzar altos niveles de cultura tecnológica, volviéndose una sociedad de conocimiento al insertar nuevas ideas tecnológicas como el uso de la aplicación.

Otro impacto positivo es que de la aplicación se deriven otras aplicaciones nuevas basadas e en ofrecer servicios turísticos específicos, ya que en el mercado ya existe una app destinada al turismo general de la ciudad, entonces con esta base se desarrollan nuevas creaciones enmarcadas en un solo servicio. De esta manera también se amplía las plazas de trabajo que deseen insertarse en el ámbito de aplicaciones de servicios turísticas, ayudando así a disminuir la tasa de desempleo de la ciudad.

Uno de los impactos positivos del proyecto también es el impulso de la aplicación por dar a conocer el patrimonio cultural y natural de la ciudad, de esta manera se fortalecen las costumbres y tradiciones de la ciudad, transmitiéndoselas al turista a través de la app.

Para finalizar los impactos positivos del aspecto socio cultural es que la demanda tecnológica en el mercado requerirá innovaciones constantes que ofrezcan excelentes servicios, lo que incentivará a las empresas inmersas en el sector turístico a capacitarse en cuanto a tecnología y calidad, permitiendo crear altos márgenes de calidad en su empresa.

4.4.8.3 IMPACTO TURÍSTICO

El presente proyecto no genera mayor impactos negativos en el turismo, al contrario es un punto a favor al turismo de la urbe, las exigencias del turista actual requieren servicios de calidad y siempre a la vanguardia como contar con aplicaciones

turísticas que incorporen facilidades interactivas para obtener del viaje experiencias gratificantes.

Los impactos positivos que aborda el proyecto es la redirección del turismo en la ciudad como destino turístico 2.0, de esta manera Guayaquil se promociona como ciudad virtual y se empieza a proyectar en nuevos emprendimientos tecnológicos para dinamizar la plataforma turística de la ciudad. Este impacto provoca que al generarse nuevos proyectos de turismo tomando como herramienta de apoyo la tecnología, Guayaquil será reconocido a nivel nacional e internacional como una ciudad que se ubica en las escalas de ciudades inteligentes exitosas que han promovido una actualización e innovación en sus servicios turísticos, ayudando de esta manera a formar su marca como destino de mayor afluencia turística.

Otro impacto que generaría la optimización de la app “Guayaquil es mi destino” es que las instituciones encargadas de difusión turística al observar el progreso que la ciudad está llevando en cifras de visitantes, se interesen en la creación de un plan estratégico de Marketing de Guayaquil que tenga un producto turístico diferenciador y que se enfoque en un mercado internacional.

CONCLUSIÓN

La continua evolución de las TICs ha transformado los entornos, creando herramientas útiles para el diario vivir de los destinos turísticos, pero es importante recalcar que todo producto tecnológico siempre requiere una actualización, como tal, se destaca que el emprendimiento de la aplicación “Guayaquil es mi Destino” de la Municipalidad de la ciudad es fructífera, sin embargo requiere un mejoramiento continuo para que el resultado de su utilización sea el máximo.

En el análisis de la aplicación se ha podido identificar que efectivamente algunas de las facilidades que brinda son útiles, ya que la mayoría de turistas actualmente requieren de una guía turística a la mano como herramienta que facilite la visita al destino elegido. Con esto se concluye que es necesario que se realice una actualización de la aplicación “Guayaquil es mi destino” que optimice el servicio que ofrece, también que se realice el proceso necesario antes de hacer el relanzamiento para su correcto funcionamiento, posteriormente que se implementen estrategias de promoción bien definidas y finalmente que se dé el seguimiento adecuado de la aplicación y que se promocióne, todo esto por ser un medio que influye en los índices de visita en la ciudad.

La propuesta presentada propone contribuir a la ciudad en sus cambios como ciudad inteligente, como valor agregado del destino Guayaquil. Al incorporar las TICs en el turismo de la ciudad, en este caso la optimización de la aplicación se aportan grandes beneficios a la planta turística como servicios inmersos dentro de un medio de promoción turística 2.0.

Finalmente, es necesario que Guayaquil se encuentre a la vanguardia de las herramientas tecnológicas y así constantemente innovar en el turismo que pasen las barreras que limitan el desarrollo de la actividad y que por supuesto, la ciudad sea palpable como destino turístico para el resto de países.

RECOMENDACIONES

- Se puede tomar el modelo de la optimización de la aplicación “Guayaquil es mi destino” de la propuesta, si el Municipio de la ciudad se interesa por mejorar la app, tomando en cuenta la investigación de mercado a través de las encuestas que se realizaron, para la implementación de información turística necesaria. De la misma manera como modelo para la ejecución de nuevos emprendimientos turísticos de este en otras ciudades del Ecuador, para fomentar el turismo.
- Crear una marca para la ciudad como destino turístico que la identifique y que se implemente en la aplicación como medio de difusión de su oferta turística.
- Como estrategia de promoción el Municipio debería crear convenios con las otras empresas del sector para el progreso de su difusión en hoteles y restaurantes y exista el beneficio de todas las partes.
- Proporcionar el soporte y seguimiento requerido para que la aplicación brinde servicio de calidad, apuntando a ser líder en el mercado, a través de la innovación y actualización de sus contenidos.
- La Gobierno local deberá fomentar e incentivar a jóvenes en el desarrollo de aplicaciones móviles que diversifiquen la oferta de servicios turísticos en la ciudad, contando con un equipo de profesionales en lineamientos técnicos y turísticos.

REFERENCIAS

Abascal, E., Grande, I. (2005). *Análisis de Encuestas*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Acevedo Ibáñez, A., Alba, F. A & López, M. (s.f). El proceso de la entrevista: conceptos y modelos. Recuperado de:

[https://books.google.com.ec/books?id=V-](https://books.google.com.ec/books?id=V-Wi4_aHmKAC&printsec=frontcover&dq=Que+Es+la+entrevista&hl=es&sa=X&ei=nd2VVb2LJcPd-QGB8qnQBw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=Que%20Es%20la%20entrevista&f=false)

[Wi4_aHmKAC&printsec=frontcover&dq=Que+Es+la+entrevista&hl=es&sa=X&ei=nd2VVb2LJcPd-](https://books.google.com.ec/books?id=V-Wi4_aHmKAC&printsec=frontcover&dq=Que+Es+la+entrevista&hl=es&sa=X&ei=nd2VVb2LJcPd-QGB8qnQBw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=Que%20Es%20la%20entrevista&f=false)

[QGB8qnQBw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=Que%20Es%20la%20entrevista&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=V-Wi4_aHmKAC&printsec=frontcover&dq=Que+Es+la+entrevista&hl=es&sa=X&ei=nd2VVb2LJcPd-QGB8qnQBw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=Que%20Es%20la%20entrevista&f=false)

Alegsa. L. (2010). Alegsa: Diccionario de Informática y tecnología. Recuperado de:

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/codigo%20fuente.php#sthash.nwhbdshu.dpuf>

Alegsa. L. (2008). Alegsa: Diccionario de Informática y tecnología. Recuperado de:

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/debugger.php#sthash.xLr2SDft.dpuf>

AM Reports. (2011). Tecnología y Turismo. Recuperado de:

http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/omt_amreports_numero1_tecnologiaturismo_esp.pdf

Aquiño Alcalde, P. & Gutiérrez Yupanqui, P. (2012). DISEÑO DE UN SISTEMA MÓVIL DE RECORRIDO TURÍSTICO EN EL DEPARTAMENTO DE LIMA. (Tesis inédita de maestría). Universidad Tecnológica del Perú, Lima.

Asamblea Nacional. (2008). Constitución 2008. Recuperado de:

http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Bernal Torres, C. A. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Recuperado de:

https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA56&dq=meto

do+analitico+deductivo&hl=es&sa=X&ei=eJyMVdzFKpPcgwT07ILYDQ&ved=0CCEQ6AEwAQ#v=onepage&q=metodo%20analitico%20deductivo&f=false

Botheatoz, M. (s.f.). Todo en la palma de la mano. Recuperado de:

<http://www.teleaire.com/be-your-guide-toledo/>

Buhalis, D. (2013). Tendencias y retos de turismo electrónico en la era de las redes sociales. San José: Universidad de Bournemouth. Recuperado de: [https://s3-eu-west-](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/cam55/Reporte+Seminario+OMT+sobre+eTourism_Costa+Rica_+SP.pdf)

[1.amazonaws.com/staticunwto/cam55/Reporte+Seminario+OMT+sobre+eTourism_Costa+Rica_+SP.pdf](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/cam55/Reporte+Seminario+OMT+sobre+eTourism_Costa+Rica_+SP.pdf)

Cabarcos, N. (2006). Promoción y Ventas de Servicios Turísticos. Recuperado de:

https://books.google.com.ec/books?id=GDIxq8Zsj_0C&pg=PT18&dq=turismo+concepto&hl=es&sa=X&ei=COqJVfa7NcmoNsGHgOgD&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=turismo%20concepto&f=false

Cacheiro Gonzales, M. (2014). Educación y Tecnología: Estrategias didácticas para la integración de las TIC. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?id=8fylAwwAAQBAJ&pg=PT240&dq=aplicaciones+moviles&hl=es&sa=X&ei=QP-QVdfcNobo-QH-0IDYcG&ved=0CFUQ6AEwCA#v=onepage&q=aplicaciones%20moviles&f=false>

Calero G., J. (2011). Guayaquil es una ciudad para visitarla todo el año. Ecuador a colores. Recuperado de:

http://ecuadoracolors.com/ed2011_oct/pages/nac_p01.html

Cámpora Espí, E. (2013). Estudio del impacto de las TIC en el turismo: análisis de su influencia en los habitantes de la ciudad de Gandía durante la planificación de un viaje. (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica de Valencia). Recuperado de:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/33985/memoria.pdf?sequence>

De pablo Redonde, R. & Juberías Cáceres, G. (s.f). Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico. Recuperado de:

http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5_Pablo%20Redondo%20y%20Juberias%20Caceres.pdf

Douglas Dreher arquitectos. (2007). La Regeneración urbana en la ciudad de Guayaquil. Recuperado de:

<http://www.douglasdreher.com/noticias/noticia.asp?id=271&sc=8>

El Ciudadano. (2014). Ecuador registra un récord en ingreso de turistas extranjeros. Recuperado de: <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-registra-un-record-en-ingreso-de-turistas-extranjeros/>

El Comercio. (2015, 23 de abril). Nueva fase de la campaña “All you need is Ecuador”. Recuperado de:

<http://www.elcomercio.com/actualidad/campana-allyouneedisecuador-turismo-eeuu.html>

El telégrafo (2015, 16 de marzo). El 54% de turistas en Guayaquil son extranjeros. Recuperado de: <http://eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/el-54-de-turistas-en-guayaquil-son-extranjeros.html>

El Universo. (2014). 'Find Out Quito', ganador del Hackatón de turismo. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/22/nota/4020886/find-out-quito-ganador-hackaton-turismo>

El Universo. (2014). Ocho hoteles se construirán con marca internacionales en Guayaquil. Recuperado de:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/18/nota/3969291/ocho-hoteles-se-construiran-marcas-internacionales>

El Universo. (2014). Jaime Nebot: Guayaquil será pronto la primera ciudad digital de Sudamérica. Recuperado de:

http://m.eluniverso.com/noticias/2015/07/25/nota/5036227/guayaquil-sera-pronto-primera-ciudad-digital-sudamerica?utm_source=social&utm_medium=fb-twp&hootPostID=0f98e684e1888bd2437e656c6793c52f

El Universo (2015). Extranjeros eligen a Guayaquil entre las 5 mejores ciudades para vivir, según BBC Travel. Recuperado de:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/04/nota/4621061/extranjeros-eligen-guayaquil-5-mejores-ciudades-vivir-segun-bbc>

El Universo. (2015). Jaime Nebot: Banco Central abrió 6.865 cuentas virtuales para dinero electrónico. Recuperado de:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/24/nota/4471511/bce-abrio-6865-cuentas-virtuales>

El Universo. (2015). 87 puntos wifi ya se usan en Guayaquil. Recuperado de:
<http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2015/02/09/nota/4537651/87-puntos-wifi-ya-se-usan-urbe>

El Universo. (2015). Ecuador ingresó al Consejo Global de Turismo Sostenible. Recuperado de:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/27/nota/4818656/ecuador-ingreso-consejo-global-turismo-sostenible>

Escobar Guerra, M. (2007). Desarrollo de datawarehouse de información turística del Ecuador. (Tesis de pregrado, Escuela Politécnica del ejército). Recuperado de:
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1218/1/T-ESPE-021807.pdf>

Eseverri Chaverri, C. (2006). Enfermería Facultativa: Reflexiones filosóficas- éticas. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?id=1BzC8P0vfewC&pg=PA27&dq=libro+define+cultura+de+Edward+B.+Tylor&hl=es&sa=X&ei=aVqQVb6wBYyiNob5p7AK&ved=0CB4Q6AEwAA#v=onepage&q=libro%20define%20cultura%20de%20Edward%20B.%20Tylor&f=false>

Eumed.net. (s.f). Las nuevas tecnologías en el turismo. Recuperado de:
<http://www.eumed.net/eve/resum/07-07/lle.htm>

Expreso.ec. (2014). Se habilitarán 6.000 puntos wifi gratuitos. Recuperado de:
<http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=6033966&idcat=19308&tipo=2>

Fernández, A. (2004). Investigación y técnicas de mercado. Madrid. ESIC EDITORIAL

Gómez, M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba: Editorial Brujas.

González García, M. I, López Cerezo, J. A & Luján López, J. L. (2004). Las concepciones de la tecnología. Ciencia, Tecnología y Sustentabilidad. Recuperado de: <http://www.istas.ccoo.es/escorial04/material/dc06.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). Reporte anual de estadísticas sobre tecnologías de la información y comunicaciones (TIC'S). Recuperado de:
http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/presentacion.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Anuario estadístico 2013. Recuperado de:

http://www.inec.gob.ec/archivos_temporales_descarga/AnuarioDESAE_2013.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013. Recuperado de:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). Sistema Integrado de Encuestas Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo Indicadores Laborales Marzo 2014 - 10 años y más. Recuperado de:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/10_anios/201403_EnemduPresentacion_10anios.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). Reporte de pobreza por Ingresos. Recuperado de:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2014/Diciembre-2014/Reporte%20pobreza%20y%20desigualdad.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). Indicadores laborales. Recuperado de:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/10/Informe-Econom%C3%ADa-laboral-sep14-15-10-14.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y censos. (2015). Ecuador cierra junio con un desempleo de 4.47%. Recuperado de:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-junio-con-un-desempleo-de-447/>

Instituto Nacional de Estadísticas y censos. (2015). Ecuador cierra junio con un desempleo de 4.47%. Recuperado de:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-junio-con-un-desempleo-de-447/>

Jíménez Herrada, C. (2013). Actualización de IOS (Sistema Operativo) de equipos de acceso en sitios remotos. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de México). Recuperado de:

<http://profesores.fi-b.unam.mx/victor/thesis/Bachelor/carlosjimenezherrada.pdf>

La Catedral. (s.f). El desarrollo de aplicaciones móviles. Recuperado de

http://www.innovanube.com/docs/ticbeat%20%20desarrollo_de_apliaciones_moviles.pdf

Llamas Arjona, C. (s.f.) Marketing y gestión de la Calidad turística. Madrid: Edición Liber Factory.

Llanos, L., Goyita M. A. & Ramos A. A. (2004). Enfoques metodológicos críticos e investigación en ciencias sociales. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?id=XGEX5bA2ooAC&pg=PA45&dq=que+significa+la+palabra+metodologia&hl=es-419&sa=X&ei=00KMBvqmqGomogwSs14DwDQ&ved=0CDUQ6AEwBQ#v=onepage&q=que%20significa%20la%20palabra%20metodologia&f=false>

Malave Polanco, K., Beauperthuy Taibo, J. El sistema operativo de Google para dispositivos móviles. Negotium. 2011, vol. 7. pp. 79 – 96 Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78219156004>

Martínez, J. Majó, J. & Martí, C. (2006). El uso de las tecnologías de la información en el sector hotelero. Recuperado de:

http://www.researchgate.net/profile/Marti_Casadesus/publication/228425775_El_uso_de_las_tecnologas_de_la_informacin_en_el_sector_hotelero/links/0046351517ddda741f000

Martínez, D., Milla, A. (2012). Análisis del entorno. Recuperado de:

https://books.google.com.ec/books?id=LDSStM0GQPkgC&printsec=frontcover&dq=Qu%C3%A9+es+el+an%C3%A1lisis+pESTA&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwAmoVChMIjOeRgI_lxgIVS--ACh3RrAC7#v=onepage&q=Qu%C3%A9%20es%20el%20an%C3%A1lisis%20pESTA&f=false

Méndez Rubio, A. (2004). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia: Editorial Maite Simon.

Ministerio de Turismo. (2015). PLANDETUR. Recuperado de:

http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf

Ministerio de Turismo. (2014). *Aplicaciones tecnológicas se implementarán en el turismo ecuatoriano*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/aplicaciones-tecnologicas-se-implementaran-en-el-turismo-ecuatoriano/>

Ministerio de Turismo. (2014). “Find out Quito”, una nueva forma de hacer turismo. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/2014/09/>

Ministerio de turismo. (2014). *Ministra Naranjo: El turismo es el segundo generador de empleo en el país*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/ministra-naranjo-el-turismo-es-el-segundo-generador-de-empleo-en-el-pais/>

Ministerio de Turismo. (s.f.). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Recuperado de:

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>

Ministerio de Turismo. (s.f.). *Ley de Turismo*. Recuperado de:

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Navas Perrone, G. (2012). *Malecón 2000 El inicio de la regeneración urbana de Guayaquil: Un enfoque conceptual*. (Tesis de Maestría, FLACSO – Sede Ecuador). Recuperado de:

<http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/51256.pdf>

Organización Mundial del Turismo OMT. (2015). Las revoluciones de los viajes y las tecnologías: el Secretario General de la OMT en la ITB de 2015. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-03-04/las-revoluciones-de-los-viajes-y-las-tecnologias-el-secretario-general-de-l>

Panosso Netto, A. & Lohmann, G. (2012). Teoría del Turismo: conceptos, modelos y sistemas. Recuperado de:

http://www.academia.edu/3085458/Teoria_del_Turismo_Conceptos_modelos_y_sistemas#v=onepage&q=teoria%20de%20comunicacion%20de%20pasquali&f=false

PROECUADOR. (2014). Guía Comercial Ecuador. Recuperado de: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/PROEC_GC2014_ECUADOR1.pdf

Quesada Castro, R. (2000). Elementos de turismo. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Quesada Castro, R. (2010). Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad. Recuperado de: CC

Robledo Fernández, D. (s/f). Desarrollo de aplicaciones para Android II CamSp. Recuperado de:

https://books.google.com.ec/books?id=1wLXAwAAQBAJ&pg=PT10&dq=sistema+operativo+android&hl=es&sa=X&ei=G_SQVeykGoLN-AGQooPQCQ&ved=0CCkQ6AEwAw#v=onepage&q=sistema%20operativo%20android&f=false

Sánchez Amboage, E. El turismo 2.0 un nuevo modelo de promoción turística. Redmarka. 2011, vol. 6. pp. 33 – 57 Recuperado de:

<file:///C:/Users/usuario/Documents/Dialnet-ElTurismo20-4126826.pdf>

Senplades. (2015) Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-11.-asegurar-la-soberania-y-eficiencia->

de-los-sectores-estrategicos-para-la-transformacion-industrial-y-
tecnologica#tabs3

Suau, F. El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: Estrategias lingüísticas e importancia de su estudio. Pasos. Vol. 14 2012, vol. 14. pp. 143-153
Recuperado de:

http://www.pasosonline.org/Publicados/10412special/PS0412_14.pdf

Tamayo, M. (2004). El proceso de la investigación científica. Recuperado de:
<https://books.google.com.ec/books?id=BhymmEqkkJwC&pg=PA46&dq=definicion+de+investigacion+descriptiva&hl=es&sa=X&ei=yJGMVdqhFsmcgwT7iIu4BA&ved=0CC0Q6AEwAw#v=onepage&q=definicion%20de%20investigacion%20descriptiva&f=false>

Toro Jaramillo, I. D. & Parra Ramírez, R. D. (Eds.). (2006). Método y conocimiento: metodología de la investigación. Recuperado de:

<https://books.google.com.ec/books?id=4Y-kHGjEjy0C&pg=PA141&dq=investigaci%C3%B3n+exploratoria&hl=es&sa=X&ei=91GMVbGbBMadNvzXgdgP&ved=0CCwQ6AEwBDgK#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20exploratoria&f=false>

Torbón, A. Schumpeter y la nueva síntesis neoclásica en macroeconomía. Scielo. 2009, vol. 14. pp 173 – 188. Recuperado de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-42142009000200007&script=sci_arttext

Vargas Quiñones, M. E. & Áldana de Vega, L. (2006). Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas. Recuperado de:

https://books.google.com.ec/books?id=_tDLdsjnblsC&pg=PA37&dq=teoria+de+calidad+total+de+ishikawa&hl=es-419&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIy_S86qqVxgIViNOACh1nUQA

B#v=onepage&q=teoria%20de%20calidad%20total%20de%20ishikawa&f=false

VICEPRESIDENCIA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2014).“El cambio de la Matriz Productiva es para todos los ecuatorianos”, manifestó Jorge Glas, Vicepresidente de la República. Recuperado de:

<http://www.vicepresidencia.gob.ec/el-cambio-de-la-matriz-productiva-es-para-todos-los-ecuatorianos-manifesto-jorge-glas-vicepresidente-de-la-republica-2/>

William, E & Pérez, E. (2015). Turismo 2.0. La Web social como plataforma para desarrollar un ecosistema basado en el conocimiento. VII Congreso “Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” Turitec 2008. Recuperado de: http://www.turitec.com/actas/2008/16_Turismo_20.pdf

ANEXOS

ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN GUAYAQUIL.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

Tema: “ANÁLISIS DE LA OPERATIVIDAD DE LA APLICACIÓN MÓVIL
“GUAYAQUIL ES MI DESTINO” Y PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN”

Objetivo: Identificar la importancia de la optimización de la aplicación Guayaquil es mi destino y las necesidades que demandan los turistas en su uso.

ENCUESTA A TURISTAS

Edad: _____

Nacionalidad: _____

1.- ¿Piensa usted que es útil para el turista contar con una aplicación móvil como guía virtual de la ciudad de Guayaquil?

SI

NO

Por qué _____

2.- ¿Sabe algo Ud., sobre la aplicación Guayaquil es mi destino, sí la conoce indique a través de qué medios?

SI

NO

Medios _____

3.- Si respondió si en la pregunta anterior ¿Cómo califica Ud., a la aplicación?

Pésimo _____

Regular _____

Bueno _____

Excelente _____

4.- ¿Considera usted que la aplicación debería mejorar su servicio?

SI

NO

5.- ¿Estaría Ud., de acuerdo en que al momento de necesitar internet primero se descargue la aplicación en lugares como: aeropuerto, terminal, restaurantes y hoteles?

SI

NO

Por qué _____

6.- ¿Al momento de obtener la aplicación cuáles de las siguientes facilidades le gustaría que brinde la aplicación?

Audio guía ____

Mapas GPS ____

Información sobre atractivos turísticos ____

Información, precios y direcciones de hoteles y restaurantes ____

Información de Centro comerciales en la ciudad ____

Diferentes idiomas ____

Compartir fotos y comentarios a redes sociales ____

Indicador del clima ____

Otros: _____

7.- ¿Aparte de las facilidades, cuáles de los siguientes beneficios desearía tener de la aplicación?

Descuentos en hoteles ____

Descuentos en restaurantes ____

Entradas gratis a teatros ____

Entradas gratis a ferias de turismo y gastronomía ____

8.- ¿Considera Ud., que es importante que la aplicación integre una agenda que permita crear su propio itinerario de los lugares a visitar en la ciudad?

SI

NO

Por qué _____

9.- ¿Qué tan necesario es para Ud., que la aplicación cuente con información de las rutas y horarios de vuelos nacionales e internacionales?

Poco necesario ____

Necesario ____

Muy necesario ____

10.- ¿Al proponer la optimización de la aplicación Guayaquil es mi destino, Ud., estaría dispuesto a utilizarla?

SI

NO

Por qué _____



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

**Tema: “ANÁLISIS DE LA OPERATIVIDAD DE LA APLICACIÓN MÓVIL
“GUAYAQUIL ES MI DESTINO” Y PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN”**

Objetivo: Identificar la importancia de la optimización de la aplicación Guayaquil es mi destino y las necesidades que demandan los turistas en su uso.

ENCUESTA A TURISTAS

Age: _____

Nationality: _____

1.- Do you think that is useful for a tourist has a mobile app as a virtual guide of Guayaquil city?

YES

NO

Why? _____

2.- Do you know about the mobile app “Guayaquil es mi destino”, and if your answer is yes, indicate how do you know it?

YES

NO

Means _____

3.- If your answer was yes to the previous question. How do you qualify the app?

readful _____

Regular _____

Good _____

Excellent _____

4.- Do you consider that the app should improve its service?

YES

NO

5.- Would you agree that at the moment that you need free internet, first you have to download the app in places like: airport, terminal, restaurants and hotels?

YES

NO

Why? _____

6.- At the moment to get the app, what are the benefits that you would like that it offers you?

Audio guide ____

GPS maps ____

Information about the tourist attractions ____

Information, prices and addresses of hotels and restaurants ____

Information of Shoppings in the city ____

Diferents languages ____

Share pictures and commentaries in the social media ____

Weather conditions ____

Others: _____

7.- What of the followings benefits would you like to have from the app?

Promotions in hotels ____

Promotions in restaurants ____

Free tickets in theaters ____

Free tickets in tourism and gastronomic fairs ____

8.- Do you consider important have an travel agent in the app for planning the places to visti in the city?

YES

NO

Why? _____

9.- How necessary is for you that the app has information of routes and schedules of national and international flights?

No necessary ____

Necessary ____

Very necessary ____

10.- If the app “Guayaquil es mi destino” was improved, would you agree to use it?

YES

NO

Why? _____

FOTOS DE ENCUESTAS A TURISTAS



Foto N° 1: Encuesta Turista Extranjeros

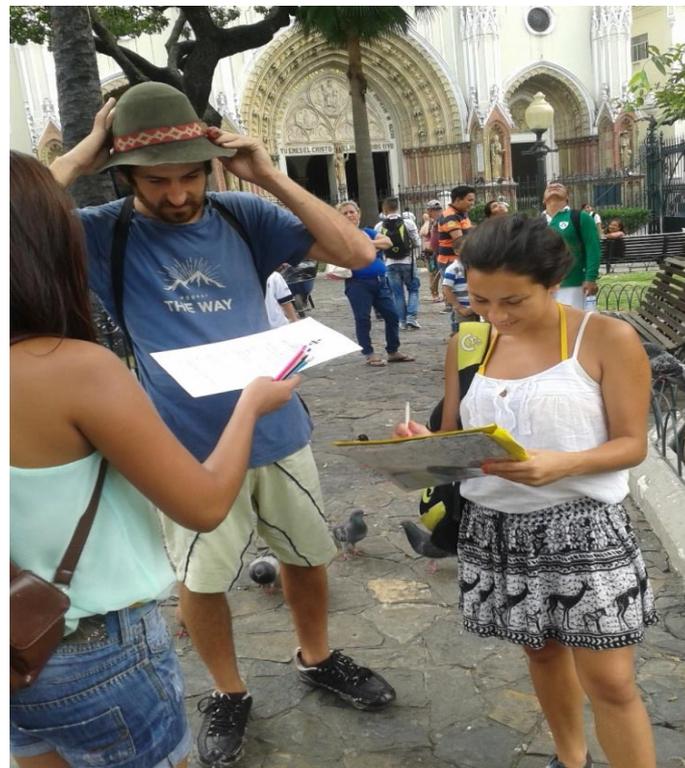


Foto N° 2: Encuesta Turista Extranjeros

FOTOS DE ENTREVISTAS

ENTREVISTA A VÍCTOR PINTO. DESARROLLADOR DE APLICACIONES



Foto N° 3: Entrevista a Víctor Pinto



Foto N° 4: Entrevista a Víctor Pinto

**ENTREVISTA A LA SRA. VERÓNICA YAGUAL. GERENTE
DE VENTAS DEL HOTEL SHERATON**



Foto N° 5: Entrevista a Verónica Yagual

**ENTREVISTA A LA SRA. FÁTIMA FARFÁN. ENCARGADA
DE PROMOCIONES DEL MINISTERIO DE TURISMO**



Foto N° 6 Entrevista a Fátima Farfán