



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

**Propuesta para implementación de centros Virtuales de
Información Turística en la ciudad de Guayaquil**

AUTOR:

López Pincay María Fernanda

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTOR:

Ing. José Medina Crespo, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

31 de agosto de 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **López Pincay María Fernanda**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR

f. _____
Ing. José Medina Crespo, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **López Pincay María Fernanda**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Titulación **Propuesta para la implementación de Centros Virtuales de Información Turística en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turística y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

EL AUTOR

(Firma)

f. _____

López Pincay María Fernanda



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **López Pincay María Fernanda**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la implementación de Centros Virtuales de Información Turística en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

EL (AUTOR:

f. _____

López Pincay María Fernanda



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta para la implementación de Centros Virtuales de Información Turística en la ciudad de Guayaquil**, presentado por la estudiante **López Pincay María Fernanda**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 2% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Documento [T.T. María López Pincay.docx](#) (ID21515644)

Presentado 2016-08-26 15:59 (-05:00)

Presentado por Jose Medina (jose.medina@cu.ucsg.edu.ec)

Recibido jose.medina.ucsg@analysis.arkund.com

Mensaje T.T. Fernanda López [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de esta aprox. 23 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

- [http://www.collegio.gua.ec/...](#)
- [http://go.gl/...](#)
- [http://www.luz.gua.ec/...](#)
- PROYECTO DE TESIS DOCA EVA-I
- Fuentes alternativas
- [EVA Alvarez Complex Borrador 1.0](#)
- [ARTICULO TECNICO AVINAS WAS](#)

Ing. José Medina Crespo, Mgs.
TUTOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por todas las bendiciones que derrama en mí día a día.

Agradezco a mi madre, quien ha sido la persona que me ha dado las fuerzas para no desmayar en momentos difíciles, quien me da su apoyo incondicional sobretodo en este proyecto profesional que me encuentro culminando, y por ser siempre lo mejor que existe en mi vida.

María Fernanda López Pincay

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todos las personas que laboran en el desarrollo turístico del Ecuador, quienes día a día ponen en alto el nombre de nuestro país internacionalmente y fruto de ello es el incremento de turistas en las diferentes zonas de recreación, revelando la naturaleza bendecida que podemos encontrar en cada rincón del Ecuador.

María Fernanda López Pincay



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ec. Luis Albán Alaña, Mgs.

OPONENTE

f. _____

Ing. José Medina Crespo, Mgs.

TUTOR

f. _____

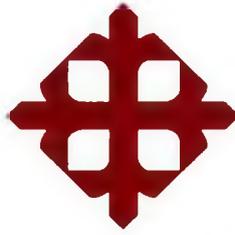
Lcda. Nadia Acosta Ramírez, Mgs.

DIRECTOR DE CARRERA O DELEGADO

f. _____

Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
López Pincay María Fernanda	

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del Problema	2
Formulación del Problema.....	3
Sistematización del problema	3
Objetivo General	3
Objetivos específicos.....	3
Delimitación del Problema	4
Justificación	4
CAPITULO I.....	5
Marco Teórico.....	5
Sistema turístico de Cuervo	5
Sistema turístico de Leiper.....	6
Sistema turístico de Molina.....	7
Industria turística en la actualidad.....	9
Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).....	11
Las Tecnologías de la información y comunicación en el turismo	12
Desarrollo del internet en la industria turística	14
Marketing y Turismo	16
Turismo 2.0	16
Marco Referencial	18
Marco Legal	20

Ley de Turismo	20
Plan nacional de Buen Vivir	21
CAPITULO II	23
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
Diseño de la investigación	23
Tipo de investigación.....	23
Enfoque de la investigación	23
Tipos de muestra	24
Recolección de datos	25
Instrumento	25
Técnica.....	25
Análisis de resultados.....	26
Conclusión de resultados obtenidos	35
CAPITULO III.....	36
DESARROLLO DE PROPUESTA DE CENTROS VIRTUALES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	36
Introducción de propuesta.....	36
Centros virtuales de información turística.....	37
Desarrollo de página Web	37
Elección de plantilla	38
Elección de dominio.....	39
Edición de página web.....	41
Implementación física de centros virtuales de información turística.....	49
Adecuación e inversión	50

Internet en atril	52
Publicidad	52
Seguridad	53
Participación en programas del Estado.....	55
Beneficios de propuesta.....	55
CONCLUSIÓN	56
RECOMENDACIONES.....	58
REFERENCIAS	1

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ingreso de extranjeros según país de procedencia.....	10
Tabla 2. Inversión.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Grupos que conforman el turismo	6
Figura 2. Modelo de Leiper	7
Figura 3. Elementos que conforman la actividad turística	8
Figura 4. Número de turistas que ingresan al Ecuador.....	10
Figura 5. Centro de información virtual en Eslovenia	18
Figura 6. Pregunta 1: Centro de información turística en Guayaquil.....	26
Figura 7. Pregunta 2: Actividad turística.....	27
Figura 8. Pregunta 3: Insatisfacción turistas.....	28
Figura 9. Pregunta 4: Seguridad a turistas.....	29
Figura 10. Pregunta 5: Implementación de centro de información turística.....	30
Figura 11. Pregunta 6: Locaciones de Guayaquil	31
Figura 12. Pregunta 7: Desarrollo de página web	32
Figura 13. Pregunta 8: Frecuencia de acceso a internet	33
Figura 14. Pregunta 9: Mayor interés	34

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se enfoca en el desarrollo de centros virtuales de información turística en la ciudad de Guayaquil, enfocándose en el estudio de las teorías de sistemas y turismo, tales como, el sistema turístico de Cuervo, sistema turístico de Leiper y el sistema turístico de Molina. Se considera el análisis situacional de la industria turística en la actualidad, reconociendo las diferentes tecnologías de información y comunicación en el turismo, el desarrollo del internet en la industria turística, el marketing y el turismo virtual conocido como turismo 2.0. La investigación se realizó de acuerdo a una metodología enfocada en determinar el tipo y diseño de la investigación, considerando el cálculo de una muestra de una población determinada para la recolección de datos requerida, Posteriormente, se desarrolla la propuesta de manera viable, a través de una página web y de espacios compactos que contengan paneles virtuales e imágenes de distintos sectores cercanos al mismo, además del desarrollo de una aplicación móvil. Estos centros de información estarán distribuidos en los diferentes sectores representativos de la ciudad de Guayaquil.

Palabras clave: Turismo, Sistema turístico, Turismo virtual.

ABSTRACT

This work degree focuses on the development of virtual tourist information centers in the city of Guayaquil, focusing on the study of the general theory of systems and tourism, such as tourism system Cuervo, tourism system Leiper and Molina tourist system. Situational analysis of the tourism industry today is considered, recognizing the different information and communication technologies in tourism, development of the Internet in the tourism industry, marketing and tourism known as virtual tourism 2.0. The research was conducted according to a methodology focused on determining the type and design of the research, considering the calculation of a sample of a given population for data collection required, subsequently, the proposal viably developed through a website and compact spaces containing virtual panels and images of different sectors near the same, and the development of a mobile application. These information centers will be distributed in the various representative sectors of the city of Guayaquil.

Keywords: Tourism, Tourism System, Virtual tourism.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Guayaquil es conocida como una de las ciudades más importantes del Ecuador, es visitada anualmente por miles de turistas nacionales y extranjeros, como principal puerto de conexión hacia otros balnearios de la costa, hacen de esta ciudad una importante fuente de ingresos por turismo; por tal motivo es importante la seguridad y la información eficaz de las principales áreas de recreación de nuestra ciudad, sobre todo la seguridad se ha vuelto un tema de mucho valor, puesto que la delincuencia y violencia a turistas, se ha incrementado a inicios de este primer trimestre en el país.

Actualmente los turistas optan como una herramienta de búsqueda de información de la ubicación en la que se encuentran, en sus dispositivos móviles, pero la mayoría no dispone de cobertura a internet para dicha búsqueda, por lo que se pretende implementar centros virtuales de información turística en los puntos principales de áreas turísticas de la ciudad, puesto que el turista al desconocer el área que está visitando, no conoce el peligro de ciertas zonas vulnerables de la ciudad.

Por tal motivo se pretende implementar en las importantes zonas turísticas de la ciudad, centros virtuales de información turística, mediante el uso de Tablets se proporcionará un programa que permite visualizar las principales zonas turísticas, actividades a realizar, recomendaciones de hoteles, restaurante y diferentes servicios de interés para el turista en general.

De esta manera será una herramienta primordial para velar por la seguridad y la integridad del turista, asegurando una grata estadía a los diferentes rincones de la maravillosa ciudad de Guayaquil.

Planteamiento del Problema

La ciudad de Guayaquil es considerada como una de las ciudades más representativas del Ecuador y de Latinoamérica. De acuerdo a esto, la ciudad tiene miles de visitantes nacionales y extranjeros con el fin de conocer la geografía, diversidad en alimentación, recursos naturales, comercio, clima, comunidad y lugares representativos.

El centro de Guayaquil es uno de los sitios de mayor importancia para la actividad turística de acuerdo a las diferentes zonas que conservan sus estructuras coloniales y antiguas. Un claro ejemplo es el malecón 2000, que posee monumentos, museos, zonas comerciales, restaurantes, zonas botánicas, además de contar con el barrio de las peñas que también posee con un mirador para el aprecio de la ciudad desde una perspectiva privilegiada.

Es necesario mencionar este tipo de atractivos, ya que siendo uno de los sectores más representativos de la ciudad, no cuenta con información a través en la web o en lugares físicos cercanos al mismo que puedan aportar con información útil de las diferentes sitios de referencia y sugerencias que se encuentran dentro del lugar o alrededor del mismo.

Generalmente, los turistas nacionales o extranjeros, no cuentan con la información suficiente acerca de qué lugares visitar. Por lo que es complicado acceder al conocimiento de rutas, zonas, establecimientos ideales para el adecuado desplazamiento y uso del recurso económico.

Otro tema a considerar es la seguridad turística, debido a acontecimientos que se han suscitado y que influye de manera negativa a nivel internacional. Actualmente, el índice delincencial en el país es alto.

Muchos turistas se desplazan con recursos propios en diferentes zonas de la ciudad, arriesgando su seguridad al solicitar información y posteriormente ser afectados por robos, estafas, secuestros entre otros. Es por esto que los Ministerios de Turismo y del Interior, interactúan en conjunto con la ciudadanía, con el fin de velar por la seguridad e integridad nacional o extranjera.

Formulación del Problema

¿De qué manera la implementación de un centro turístico virtual mejora la oferta turística de la ciudad de Guayaquil?

Sistematización del problema

¿Cuáles son los centros de información turísticos existentes en el país?

¿Qué instituciones por parte del Estado aportarían para el desarrollo e implementación de los centros turísticos virtuales en la ciudad?

¿Cuáles serán los beneficios del plan para la población nacional y extranjera?

Objetivo General

Proponer la implementación de centros virtuales de información turística en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

1. Analizar la teoría acerca del turismo y su desarrollo en la virtualidad para la conformación de un marco teórico de la propuesta.
2. Identificar la necesidad actual de la propuesta mediante la aplicación de encuestas.
3. Proponer la implementación de Centros Virtuales de Información Turística en la ciudad de Guayaquil.

Delimitación del Problema

Esta propuesta se analiza implementarla inicialmente en la ciudad de Guayaquil, en las principales zonas turísticas en donde se encuentra gran afluencia de turistas, sobre todo a aquellos extranjeros que se desplacen por la ciudad con recursos propios y que no cuenten con información necesaria de los diferentes sitios de la ciudad.

Justificación

Actualmente no existe este tipo de Centros Virtuales de información Turística en el país, pero podemos encontrar en ciertos puntos no tan seguros de la ciudad cobertura gratuita a internet, con el riesgo que ocasiona el uso de dispositivos móviles en ciertos lugares y a ciertas horas.

Este estudio se lo realiza en la ciudad de Guayaquil, por ser una de las principales ciudades con mayor ingreso de turistas y que requiere de este tipo de herramienta informativa y gratuita para facilitar información verídica, dando como resultado una buena estadía y experiencia a toda clase de turistas que visite la ciudad.

CAPITULO I

Marco Teórico

Uno de los primeros en desarrollar una teoría general de sistemas y turismo fue Ludwig von Bertalanfly (1901-1972). El autor considera que:

Un sistema como cualquier unidad en la que todo sea más que la suma de las partes. Así, un sistema es un todo integrado, cuyas propiedades no pueden ser reducidas a las propiedades de las partes, y las propiedades sistémicas se destruyen si el sistema se divide en parte para su estudio. (Vasconcellos, 2002, p. 199-200)

La estructura de un sistema debe contener, unidades, relaciones, atributos, input (información que ingrese), output (información que otorgue el sistema), feedback (herramienta que controle el sistema) y un modelo que facilite la comprensión del mismo. (Panosso & Lohmann, 2012)

De acuerdo a la revisión de la literatura, una de las primeras publicaciones referente al turismo enfocado a la teoría general de sistemas fue desarrollada por parte de Raymundo Cuervo (1967). En Sudamérica, específicamente en Brasil, el sistema de mayor reconocimiento enfocado al sector turístico es del autor Beni, quien se basó en la teoría de Christofolletti (1979). Alrededor del mundo el sistema de turismo más reconocido es el Leiper (1979). (Panosso & Lohmann, 2012)

Sistema turístico de Cuervo

De acuerdo a revisión bibliográfica, se considera a Raymundo Cuervo como el primer autor en desarrollar un análisis enfocado al turismo. Su publicación “el turismo como medio de comunicación humana” en 1967, en que destaca al turismo mediante el concepto de sistema, otorgando la siguiente definición:

El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos. (Cuervo, 1967, p. 29)

Para Cuervo, el turismo representa un grupo en que se involucra varios sub grupos, tales como:



Figura 1. Grupos que conforman el turismo

Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas. Pág. 16

Sistema turístico de Leiper

Leiper desarrolló un modelo de sistema turístico en el que consideró cinco factores que involucra tres regiones: región nativa del viajero, región de tránsito que se refiere a la comunicación que existe entre el origen y destino del viajero y la región del destino del viajero. Los elementos restantes se enfocan en el turista y el sector de actividad turística (Hotelería, agencias de viajes, alquiler de vehículos, etc.) (Panosso & Lohmann, 2012)

A continuación se presenta el modelo desarrollado por Leiper en el que considera las diferentes regiones, factores externos y actividades relacionadas con el turista y la actividad turística.

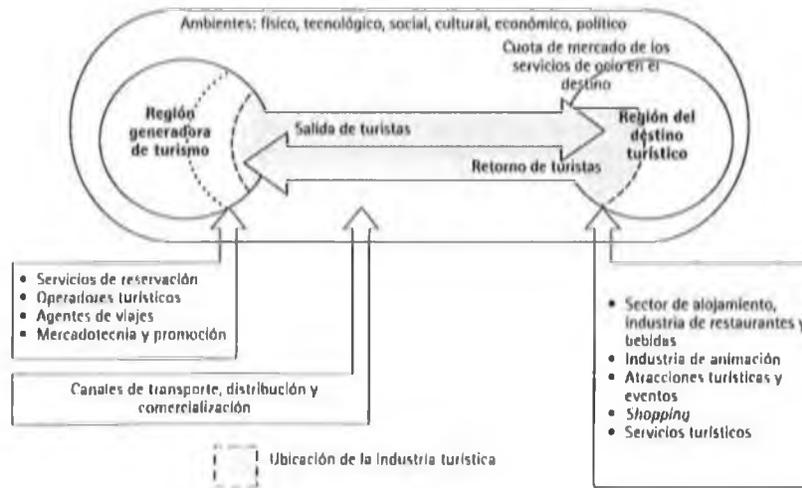


Figura 2. Modelo de Leiper

Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas

El modelo de Leiper, los elementos involucrados se relacionan y cooperan con el sistema, pero también son impactados por el mismo. De acuerdo con Cooper (1998), los beneficios de este modelo son los siguientes:

- Posibilita desarrollar el modelo a cualquier escala, ya sea desde un análisis local hasta un análisis a nivel de sector, industria o mercado.
- Permite la integración de distintas perspectivas del turismo
- Demuestra la interacción real de los elementos que conforman el sistema

Sistema Turístico de Molina

De acuerdo con Molina (1997), considera que el previo estudio del turismo, contemplado como sistema, es un tema poco desarrollado. De igual manera que el turismo está compuesto de elementos que se relacionan entre sí para el cumplimiento de objetivos.



Figura 3. Elementos que conforman la actividad turística

Fuente: Molina, S. (1997). Conceptualización del turismo

A continuación se establecen los subgrupos que corresponden a cada elemento que conforma la actividad turística según Molina (1997)

- **Superestructura**
 - Instituciones del sector público y privado
 - Leyes
 - Regulaciones
 - Proyectos o programas

- **Demanda**
 - Turistas que residen en la nación y en el exterior

- **Infraestructura**
 - Aeropuertos
 - Carreteras
 - Sistemas de agua potable
 - Redes de comunicación y telefonía

- **Instalaciones**
 - Hoteles
 - Moteles
 - Zonas de acampar
 - Trailers familiares

De acuerdo con Panosso & Lohmann (2012), el modelo desarrollado por Molina (1997), se considera como abierto ya que constituye vínculos de entrada y salida con el sector en el que se pudiera implementar.

Industria turística en la actualidad

Ecuador es una nación con inigualable riqueza natural. La diversidad cultural existente en las diferentes regiones, además de la flora y fauna, han permitido que se encuentre entre los 17 países donde existe mayor biodiversidad del mundo, siendo además la nación con la mayor biodiversidad por km².

La sección volcánica comprendida por la cordillera de los Andes, consta de 70 volcanes, entre los más representativos se encuentra el Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi. Ecuador también se encuentra considerado como el de mayor concentración de ríos por km² en todo el mundo.

Las islas galápagos, conocidas también como las islas encantadas, también forman parte de la nación ecuatoriana. Desde 1978 son consideradas como Patrimonio de la Humanidad en 1978 por la Unesco, debido a la densa biodiversidad de flora y fauna existente alrededor del planeta.

Estas características le permiten al Ecuador ser considerado una gran atracción turística para la comunidad internacional. De acuerdo a datos presentados por el Ministerio de Turismo (2015), desde el año 2010 hasta el año 2014, se registró un crecimiento del 15% con respecto al número de visitas extranjera para cada año.

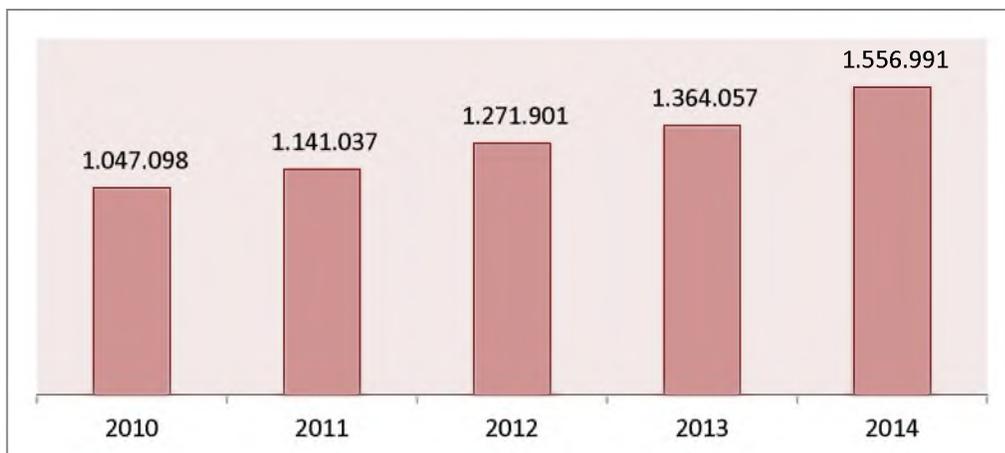


Figura 4. Número de turistas que ingresan al Ecuador

Fuente: Ministerio de Turismo (2015)

Con respecto al ingreso de extranjeros, los principales mercados emisores se encuentran en el continente americano, destacando Estados Unidos, Colombia y Perú. Con respecto al continente europeo, se mantiene una participación relativa, involucrando a naciones como Alemania, España y Reino Unido.

A continuación se detalla el número de visitantes para cada nación y continente.

Tabla 1. *Ingreso de extranjeros según país de procedencia*

	2010	2011	2012	2013	2014
AMÉRICA	916.560	1.006.511	1.118.323	1.208.253	1.386.983
Argentina	16.250	23.935	28.715	33.626	45.325
Bolivia	2.172	2.094	2.416	2.681	3.874
Brasil	8.408	10.523	12.063	11.834	18.353
Canadá	5.793	7.688	9.640	9.713	13.625
Colombia	248.365	311.791	390.152	397.382	421.342
Costa Rica	8.967	8.386	8.852	6.438	7.230
Cuba	24.057	21.734	18.058	19.964	35.763
Chile	23.602	28.212	34.731	32.518	36.787
Estados Unidos	262.244	259.276	257.308	254.092	265.655
México	9.662	11.758	12.716	12.912	28.213

Panamá	29.109	35.972	55.361	69.945	77.339
Perú	242.407	241.414	244.917	263.774	306.367
Uruguay	1.513	1.720	1.605	1.663	2.430
Venezuela	25.122	29.603	27.459	64.479	88.196
Resto de América	8.889	12.405	14.330	27.232	36.484
EUROPA	120.504	121.757	136.596	137.902	144.016
Alemania	7.126	9.012	11.283	8.265	10.461
Austria	681	889	1.031	838	951
Bélgica	1.653	2.152	2.304	1.761	2.148
España	71.242	65.608	70.166	66.264	62.238
Francia	5.935	6.992	7.737	6.160	7.233
Holanda	13.355	12.823	17.881	32.160	32.621
Italia	6.490	6.683	6.407	5.605	7.041
Reino Unido	4.828	6.114	7.469	6.468	7.942
Suiza	2.849	3.488	4.008	3.305	4.094
Suecia	1.161	1.252	1.499	1.023	1.402
Resto de Europa	5.184	6.744	6.811	6.053	7.885
ASIA	7.692	10.041	12.438	11.052	16.237
ÁFRICA	909	715	656	1.656	2.228
OCEANÍA	1.417	1.933	3.228	2.842	3.481
SIN	16	80	660	2.352	4.046
ESPECIFICAR					
TOTAL	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.364.057	1.556.991

Fuente: Bases de datos Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2010-2014.

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

Las tecnologías de la Información y la comunicación, en la actualidad se encuentran presentes en todas las áreas y entornos de nuestra sociedad, en el hogar, en las pequeñas y medianas empresas y quizá con mayor impacto en las grandes multinacionales. (Suárez, 2010)

Se utilizan para el trabajo como en el caso de los computadores y las redes; y para el entretenimiento en el caso de los reproductores de mp3, la televisión digital, las tablets, etc. Gracias a las Tic's actualmente se dispone de dispositivos de navegación o posicionamiento como el Gps, cuya integración con smartphones, ha permitido el desarrollo de aplicaciones que nos facilitan nuestras actividades cotidianas como las de conseguir un taxi o de

entretenimiento como el caso del fenómeno mundial “Pokemon Go” que involucra geolocalización y realidad aumentada.

La aplicación de las Tic’s en los diferentes ámbitos de la sociedad y la economía ha generado nuevos términos como el caso de e-business, e-commerce (negocio y comercio electrónico), e-government (gobierno electrónico), e-health (sanidad electrónica), e-learning (formación a distancia), e-inclusion (acceso a las Tic’s de los colectivos excluidos socialmente), e-skills (habilidades para el uso de las Tic’s), e-work (teletrabajo), e-mail (correo electrónico), banda ancha (gran capacidad de acceso a las redes de comunicaciones), domótica (automatización del control de los electrodomésticos y equipos del hogar a través de la red). (Suárez, 2010)

Los conceptos básicos que componen las tecnologías de la información y la comunicación son el de Tecnología y el de Informática. Se entiende como tecnología a la ciencia que estudia los medios técnicos y los procesos empleados en las diferentes ramas de la industria y los negocios. Por otra parte, la Tecnología de la Información, también llamada informática, es la ciencia que estudia las técnicas y procesos automatizados que actúan sobre los datos y la información. (Azinian, 2009)

Las Tecnologías de la información y comunicación en el turismo

Desde cualquier perspectiva, la tecnología ha permitido resolver problemas de una manera más directa, a través del progreso de conocimiento específico en maquinaria, programas y procedimientos (Tapscott, 1997)

De igual manera, las telecomunicaciones están motivando el desarrollo de las sociedades, ya sea en el ámbito económico o social. Esto se debe a la creación de nuevos servicios informáticos, interconexión de redes, sociabilidad en línea, etc.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), son instrumentos computacionales que permiten el almacenamiento, procesamiento, y ejecución de datos para el acceso y uso eficaz de la información. (Cardona, 2009)

“Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se dispone de herramientas para llegar a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua”. (Kofi Annan, 2003)

El turismo al otorgarse como un servicio, posee cualidades de diferenciación con respecto a otros productos o servicios. De igual manera en este sector, existe la conectividad e interdependencia entre las diferentes organizaciones que lo conforman. Un claro ejemplo son los hoteles, restaurantes, agencias de viajes, alquiler de medios de transporte, etc. (Garrigós & Narangajavana, 2006)

En este sentido, los sistemas de información otorgan un beneficio al sector turístico ya que permiten:

- Mejora y desarrollo de la interconectividad entre las compañías.
- Eficiencia y eficacia en el uso de la información a través de programas de gestión interna (Software de gestión de inventario, personal, bodega, contabilidad, pagos, datos de clientes, etc.).
- Comunicación directa con la sociedad a través del acceso al internet y redes sociales.

Es claro que las tecnologías de la información y comunicación han permitido y contribuido al desarrollo del turismo en todo el mundo. Conlleva al aumento de la oferta y demanda a través del marketing y la publicidad electrónica.

La comercialización entre los diferentes tipos de clientes y la oportunidad de acceso, tiempo y dinero de los mismos al momento de viajar o hacer turismo.

De acuerdo con la revista de Tecnología y Turismo (2014), las principales tecnologías de información y comunicación que se utilizan en el sector turístico son:

Portal turístico: Contiene, administra y otorga toda la información necesaria para promoción de determinada actividad. De igual manera permite acceder a reservas y compras de los distintos productos y servicios.

Wireless Application System: Se refiere a los instrumentos o mecanismos que comprenden los sistemas inalámbricos para el envío y recepción de la información.

Computadoras personales y Telefonía Celular: De acuerdo al avance de la tecnología, se ha logrado desarrollar artefactos y sistemas operativos con mayor almacenamiento y procesamiento, siendo cada vez de menor tamaño y de fácil acceso al consumidor.

Web TV: se basa en un artefacto de procesamiento que se considera como un sistema operativo propio y de libre conexión que permite el enlace con cualquier televisor convencional.

Desarrollo del internet en la industria turística

El internet, desde su apertura, revolucionó el mundo. La oportunidad de conectarse a una red infinita de oportunidades, generó desarrollo, competitividad, creación de nuevos modelos y estructuras para los distintos tipos de negocio dentro de la productividad de la sociedad.

De igual manera, el internet revolucionó la industria del turismo, con nuevos procesos, modelos, comercialización, logística, transporte entre otros. El

acceso a la red, permite tanto al cliente corporativo como final, la creación de páginas de internet en el que se otorgan datos, opciones, publicaciones de lo que se desee, con el único fin de dar a conocer un producto o servicio y otorgar a cliente el beneficio de obtención rápida y actualizada de la información.

Gracias al desarrollo de lo que se conoce actualmente como web social, ha permitido la innovación en la comunicación entre los usuarios en la red.

Tanto el usuario final como el corporativo, obtienen el acceso de manera gratuita a la web social que está conformada por distintos tipos de software sustentados en la nube.

En este sentido, un abanico de oportunidades se otorga al sector turístico, en cuanto a la promoción, comercialización y conectividad entre las distintas organizaciones que se encuentran involucradas. De igual manera el acceso a la información, permite a las empresas turísticas reconocer las preferencias y necesidades que tienen los clientes.

Esto permite definir claramente cuáles son los productos o servicios que prefiere o está buscando el usuario y finalmente se le otorgará una solución para la satisfacción de sus necesidades.

El objetivo es aumentar la rentabilidad y competitividad por medio del uso y manejo de tecnologías de información, mejorando de tal forma la manipulación de datos existentes en la red, además de mejorar la conexión y evitar pérdida de la misma.

Según Charne (2013), la introducción de internet permite expansión mundial de organizaciones turísticas. De igual manera, este fenómeno virtual, al considerarse de fácil acceso, permite la creación de nuevas empresas que se enfocan en nuevos nichos de mercado, considerándose así como el ingreso virtual de nuevos competidores.

Marketing y Turismo

De acuerdo con Kotler, Bowen, Makens, García de Madariaga, & Flores (2011), en el sector turístico se piensa de manera frecuente que el marketing y las ventas se refieren a lo mismo. Hay que tener claro que las ventas y la publicidad son solo dos características del marketing o también pueden ser consideradas como herramientas de comunicación del marketing mix, además del precio, producto y distribución.

El objetivo del marketing, es conocer y comprender a los consumidores, para de esta manera ofrecer un producto que signifique un complemento en sus vidas diarias. De esta manera el producto se venderá por sí solo.

El turismo es uno de los sectores más importantes en el mundo, ya que representan rentabilidad, liquidez y generación de empleo para las naciones. Entre las principales actividades que forman parte del turismo son la hotelería y la agencia de viajes (en la que uno depende del otro). Esto se refiere a que el cliente común adquiere estadia y complementos turísticos (alquiler de autos, programas de turismo, etc.) gracias a las agencias de viajes, y a su vez, al otorgar satisfacción al cliente por parte del hotel, concederá fidelización y contribución al marketing para la agencia de viajes contratada.

La cooperación comercial en el sector turístico es fundamental para el desarrollo de las partes. Sin embargo, coordinar promociones entre las diferentes organizaciones, da lugar a nuevas competencias. Esto se debe a nuevos enfoques y ofertas por parte nuevos aspirantes con su deseo de conquistar y consolidarse en el mercado.

Turismo 2.0

El desarrollo de la web mediante el surgimiento de las redes sociales que permiten la interactividad continua entre los diferentes usuarios, genera la web 2.0. (Arcos, 2012)

El turismo 2.0 se refiere a la evolución del turismo hacia un modelo de negocio que se enfoca en Internet que permite la interacción de los usuarios. Un turismo en el que la interacción empresa-usuario, usuario-usuario y usuario-comunidad se vuelve cotidiana y en donde estos usuarios son a la vez agentes de viajes, clientes y prescriptores” (Alcocer, 2011).

En el turismo 2.0 se debe considerar los siguientes agentes involucrados:

- **Turista**

Ha pasado de ser el turista tradicional, a considerarse turista 2.0. Se trata de un turista más exigente, que requiere mayor cantidad de información para contrastar opiniones, recomendaciones y sugerencias provenientes de otros turistas. Una vez realizado el viaje, el turista 2.0, tendrá una opinión más crítica para establecer la satisfacción o insatisfacción de sus necesidades. (William & Pérez, 2008)

- **Entorno**

En el turismo 2.0, el entorno es internet y el carácter global que puede llegar a alcanzar. Las organizaciones direccionan las necesidades del cliente, es decir, se muestra al turista lo desea quiere previamente a su búsqueda .

- **Mercado**

Es necesario saber quiénes son los agentes que interactúan en el mercado automatizado que se ha desarrollado con el internet. Para las organizaciones es imprescindible establecer su público objetivo, y para ello se deben realizar segmentación del mercado.

- **Empresa**

De acuerdo con Alcocer (2011) toda organización en el sector turístico que se encuentra en la red debe considerar los siguientes aspectos:

- “¿Cómo se encuentra desarrollado la página web en Internet?”
- “¿Cómo se desea que el turista 2.0 encuentre el sitio?”

Las organizaciones deben otorgar acceso a información tienen que cuidar las páginas web propias y todos sus detalles, con el fin de obtener satisfacción

Marco Referencial

Aspecto internacional

En Europa, específicamente Austria, se encuentran implementados centros de información virtuales con el fin de aportar al desarrollo del turismo y otorgar a los extranjeros, detalles necesarios como mapa del país, ciudad donde se encuentre, además de ofrecer sugerencias de lugares representativos de la nación y cultura austriaca. (Portal oficial informativo del turismo en Austria, 2016)



Figura 5. Centro de información virtual en Eslovenia

Fuente: Portal oficial informativo del turismo en Eslovenia (2016)

El acceso a estos centros virtuales es gratuito, además de contar con el acceso desde cualquier dispositivo móvil o personal que cuente con internet. De igual manera es necesario establecer que en varias zonas del país, se ofrece internet gratuito.

El mando de control de estos centros son prácticos, interactivos y de fácil uso. De acuerdo al ingreso por medio de la página web de Eslovenia, se pueden conocer las distintas características que tienen los centros de información virtual acerca de la nación.

Sobre Eslovenia:

- Descubre Eslovenia
- Información práctica
- Naturaleza
- Variedad Geográfica de Eslovenia
- Nueve inolvidables especiales
- Historia y cultura
- Mapa

A Donde ir:

- Imprescindible
- Lugares
- Interior del país
- Regiones
- Destinos turísticos
- Parque nacional Triglav

Entre otros datos informativos se encuentran:

- Alojamiento
- Experiencias
- Viajar
- Reservación y compra

Aspecto nacional

Específicamente a nivel local, se encuentra el servicio “Guayaquil es mi Destino” desarrollado por la Dirección de Turismo Municipal que tiene como objetivo, ubicar a Guayaquil como una atractiva ciudad de destino, promocionando los sitios de mayor

interés de la urbe a través de publicaciones de prensa, entregando guías turísticas, además de utilizar el internet para su promoción

A fin de que en el exterior se conozcan los atractivos turísticos de Guayaquil, la Dirección de Turismo tiene previsto realizar campañas de promoción a través de canales internacionales de televisión. Asimismo, se creó una página web con amplia información, a la que los usuarios pueden acceder fácilmente desde un dispositivo electrónico.



Marco Legal

Ley de Turismo

Ley 97

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002

Última modificación: 06-may-2008

Estado: Vigente

El 28 de enero de 1997 se promulga la Ley Especial de Desarrollo Turístico según el Registro Oficial 118. El 6 de mayo del 2008 se presentó una actualización con el fin de incorporar disposiciones que estuvieran acordes con la vigente Constitución Política de la República

El Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía

El Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país. (Congreso Nacional de la República del Ecuador, 2008)

Esta ley se articula con la investigación específicamente en el artículo 3, que de acuerdo a sus literales establece que es fundamental contribuir en desarrollo turístico mediante inversión directa que generará empleo y promocionará los diferentes sectores turísticos nacionales con el medio internacional. De igual manera, se impulsa el desarrollo en infraestructura nacional y la mejora de los servicios públicos básicos para de esta manera garantizar la satisfacción de los turistas.

El artículo 4 establece que se debe reconocer la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción turística. De igual manera, se debe proteger al turista y fomentar la conciencia turística, además de promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado, finalmente fomentar e incentivar el turismo interno.

Plan nacional de Buen Vivir

A continuación se analizará los diferentes objetivos y parámetros establecidos por la Asamblea Nacional en el Plan Nacional del Buen Vivir, enfocándose en el beneficio y desarrollo que el plan otorga al sector turístico de la nación ecuatoriana.

Los diferentes objetivos establecidos por el plan, presentan relación con el tema a investigar de acuerdo al incentivo para el fortalecimiento de identidades, plurinacionalidad e interculturalidad. El impulsar la transformación de la matriz productiva y consolidar el sistema económico social y solidario. De esta manera se desarrollará el turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

Objetivo 5

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

- **5.4.** Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva.
 - **Literal p.** Incorporar los patrimonios a la cadena de valor del turismo.

Objetivo 7

Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.

- **7.11.** Promover la consolidación de la Iniciativa Yasuní-ITT
 - **Literal f.** Promover el turismo consciente y sustentable en las comunidades del Yasuní que priorizan esta actividad para dar a conocer su riqueza natural y cultural, fomentar su conservación y generar empleo digno.

Objetivo 8

Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible

- **8.9.** Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario.
 - **Literal k.** Fomentar el turismo comunitario y el turismo social.

Objetivo 10

Impulsar la transformación de la matriz productiva

- **10.3.** Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.
 - **Literal g.** Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.
 - **Literal h.** Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional.

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño de la investigación

Dada la delimitación específica de este trabajo de titulación que abarca un semestre académico, el diseño de la investigación será No-experimental, es decir, no habrá manipulación de la variable independiente. La colección de los datos será del tipo Transversal (Transeccional), que significa que se levantarán los datos en un único momento al mismo grupo (muestra) durante el tiempo que abarque la investigación Descriptiva. (Hernández, 2014)

Tipo de investigación

De conformidad a la revisión de la literatura, El tipo de investigación que se vincula a este trabajo tiene una secuencia cronológica a saber:

- También será Descriptiva para conocer el fenómeno estudiado y sus componentes, la medición de conceptos y variables.

Enfoque de la investigación

De acuerdo con Sampieri, Fernández & Baptista (2014), los enfoques de investigación reconocidos son la Investigación Cuantitativa, Cualitativa y Mixta.

“El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis basándose en la medición numérica y estadística, con el fin de contemplar el comportamiento del estudio realizado” (Sampieri et al., 2014, p. 4)

“El enfoque cualitativo emplea la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Sampieri et al., 2014, p. 7)

El enfoque mixto incluye, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en una investigación, con el fin de responder a las preguntas y problemas de la investigación.

Para el presente análisis, se considera el enfoque de investigación cuantitativa cuyo alcance será descriptivo.

Tipos de muestra

Partiendo de la población de la ciudad de Guayaquil que tiene 3'113.725 habitantes según el censo del 2014, se aplicará la fórmula de muestreo simple, se aplicarán 361 encuestas.

Fórmula para el cálculo de la Muestra:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Derivación de la fórmula de muestreo simple

N= Universo: 3'113.725 (habitantes ciudad de Guayaquil)

e = error de estimación: $(0,05)^2 = 0,0025$

Z = nivel de confianza: $(0,95)^2 = 0,9025$

p = probabilidad a favor: 0.5

q = probabilidad en contra: 0.5

n = 361 elementos

Recolección de datos

Instrumento

El instrumento que se utilizará para la recolección de los datos primarios, estará vinculado un formulario de preguntas concretas, específicas sobre el tema de la investigación acerca de las propuestas para la implementación de centros de información virtual orientados al turismo.

Técnica

De las técnicas disponibles, tales como el Censo (muy costoso y demandante de múltiples recursos y logística sofisticada), Entrevistas y Entrevistas a Profundidad (orientado a investigación Cualitativa que no es el caso), así como Grupos Focales (Excesivo tiempo para los entrevistados), se escogió a la “Encuesta”, la técnica más popular por su bajo costo, rapidez, poca demanda de tiempo, directa, precisa, concisa para un manejo dinámico y cuyos resultados son cuantificables para su posterior análisis.

Análisis de resultados

A continuación se presentan las diferentes preguntas que forma parte de una encuesta realizada a 361 habitantes de la ciudad de Guayaquil en diferentes locaciones de la misma.

Pregunta 1

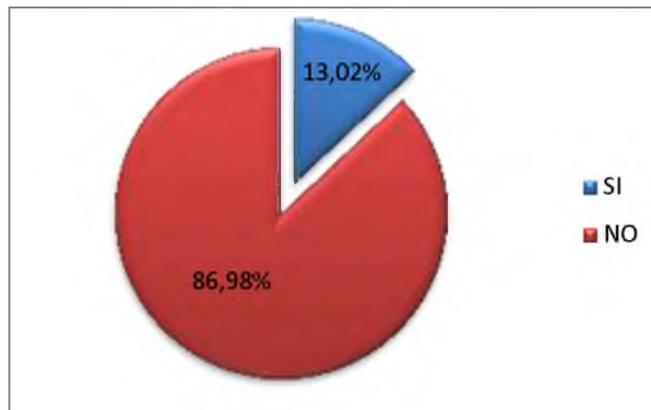


Figura 6. Pregunta 1: Centro de información turística en Guayaquil

Referente a la pregunta anterior, pero con mayor enfoque en la propuesta a desarrollar, se evidenció con un 86,98% que los habitantes no conocen centros de información turística en la ciudad de Guayaquil. No obstante, un 13,02% de la muestra estableció conocer este tipo de establecimientos.

Con respecto al resultado obtenido, tanto en el país como dentro de la ciudad de Guayaquil, el mayor porcentaje de la ciudadanía considera que no existen establecimientos que otorguen información oportuna que mejore la experiencia del turista nacional o extranjero.

Pregunta 2

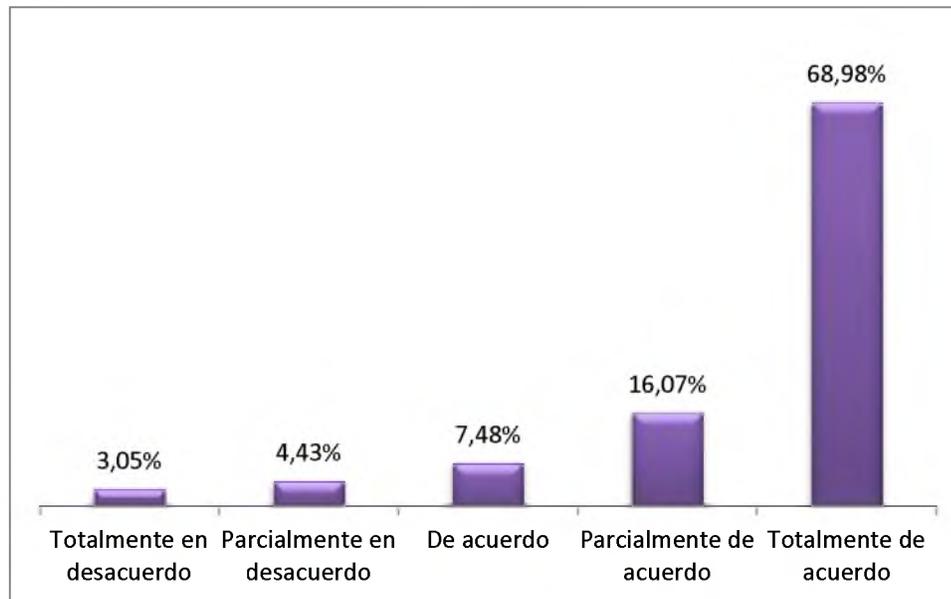


Figura 7. Pregunta 2: Actividad turística

De acuerdo con la ciudadanía encuestada, mediante un 68,98% establecen estar “totalmente de acuerdo” en referencia que la actividad turística es un pilar fundamental para el desarrollo de la ciudad y del país. De manera relevante con un 16,07% consideran estar “parcialmente de acuerdo”.

Este resultado refleja la importancia de la actividad turística para el desarrollo productivo, económico y cultural de la nación.

Pregunta 3

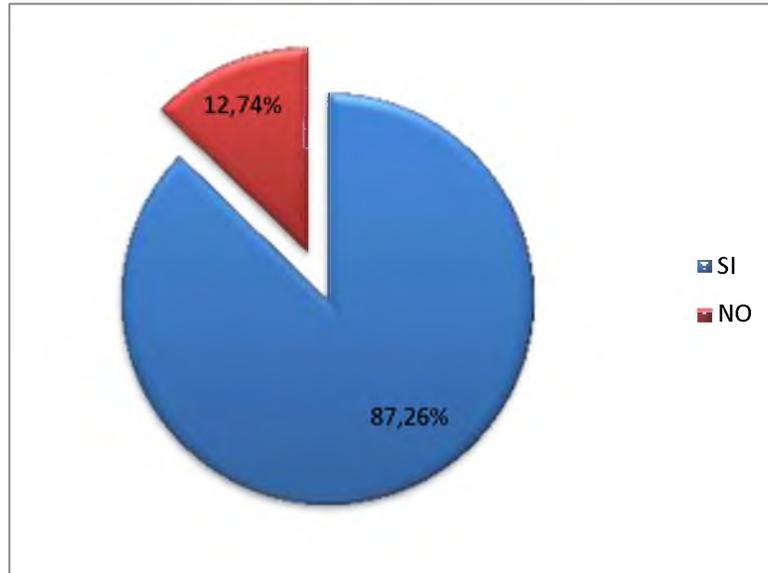


Figura 8. Pregunta 3: Insatisfacción turistas

De acuerdo al resultado obtenido, los encuestados mediante un 87,26% reflejan que la falta de conocimiento de los lugares más representativos de la ciudad genera insatisfacción a los turistas. Mientras que el 12,74% no lo considera de esta manera.

Para toda persona que desea viajar y conocer distintas partes del mundo, es imprescindible visitar aquellos lugares más representativos con el fin de dar satisfacer la necesidad de haber apreciado aquel lugar en especial. Sin embargo, el no contar la información necesaria para conocer aquellos sitios, solo se genera insatisfacción en el turista, ya sea nacional o internacional.

Pregunta 4

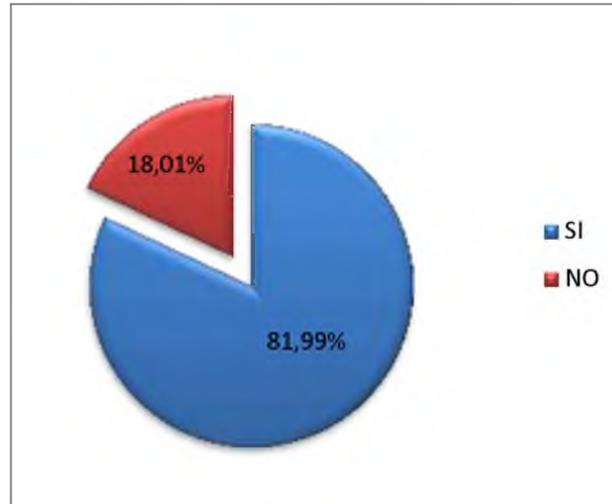


Figura 9. Pregunta 4: Seguridad a turistas

Con un resultado favorable, el 81,99% del total de encuestados, establecen que la implementación de centros de información turística otorgará mayor seguridad para los turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, el 18,01% considera lo contrario.

Al proveer información segura de los diferentes destinos turísticos, otorgando contactos de proveedores de servicios confiables, generando ahorro económico, otorgando mejores vías de acceso, entre otras opciones, se contribuye a disminuir significativamente el riesgo y malas experiencias para el turista nacional o extranjero.

Pregunta 5

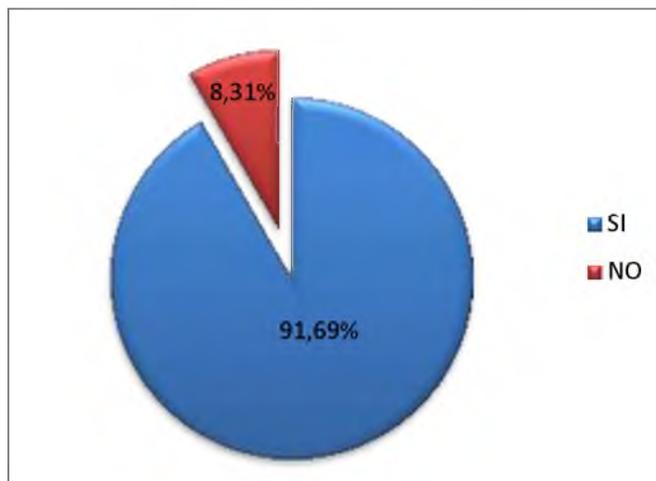


Figura 10. Pregunta 5: Implementación de centro de información turística

Mediante un 91,69%, la ciudadanía encuestada considera la implementación de un centro de información turística si aportaría significativamente en el desarrollo y mejora del turismo en la ciudad, mientras que el 8,31% considera lo contrario.

De acuerdo a esto, el habitante guayaquileño considera que es factible la implementación de este tipo de establecimientos para facilitar y mejorar la experiencia de viaje del turista además de promover positivamente la imagen de la ciudad.

Pregunta 6

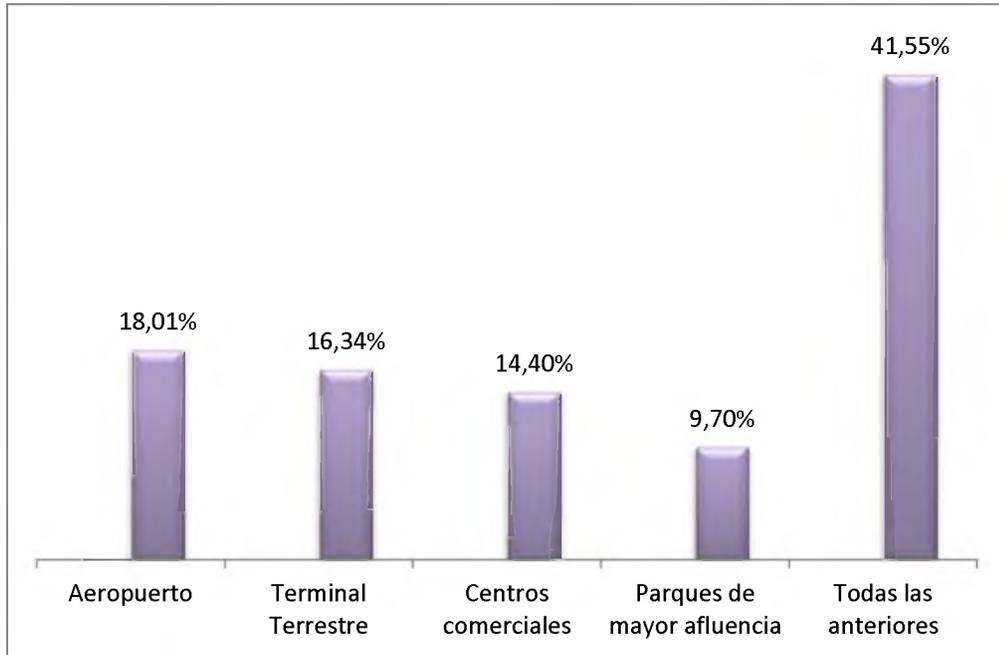


Figura 11. Pregunta 6: Locaciones de Guayaquil

Con respecto a la opinión de los ciudadanos, el 41,55% considera la opción de “todas las anteriores” haciendo referencia que los centros de información turística deben implementarse en varias locaciones de la ciudad, tales como, aeropuerto, terminal terrestre, centros comerciales y parques de mayor afluencia.

Pregunta 7

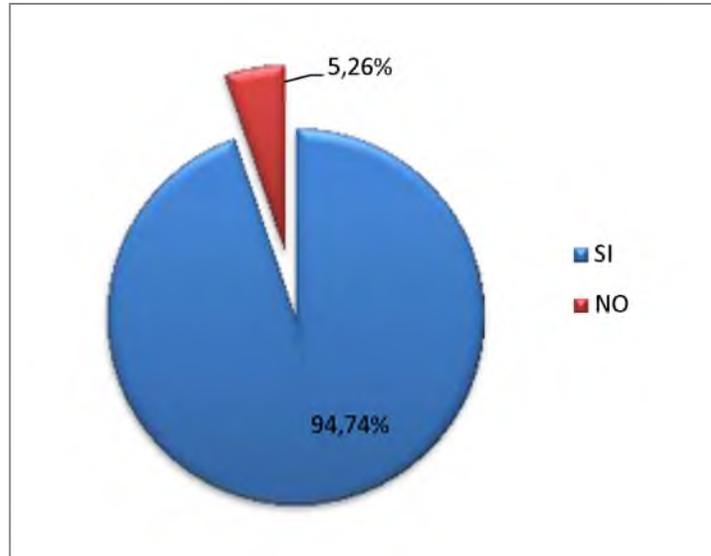


Figura 12. Pregunta 7: Desarrollo de página web

De manera significativa, la muestra encuestada refleja de manera positiva en el desarrollo de una página web que otorgue información turística y complementaria de diferentes destinos en la ciudad.

Actualmente, es fundamental contar con una página web que permita al visitante local o extranjero acceder al portal y pueda nutrirse de información necesaria en caso de no poder acercarse al establecimiento.

Pregunta 8

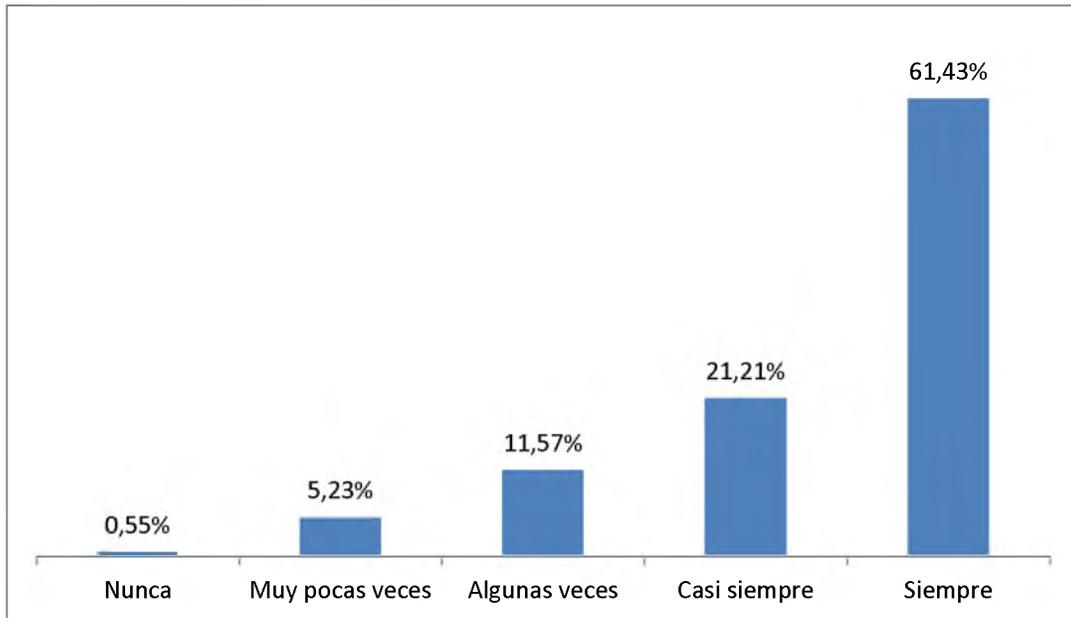


Figura 13. Pregunta 8: Frecuencia de acceso a internet

De acuerdo a los resultados obtenidos, se estableció que el 61,43% siempre accede a internet, mientras que el 21,21% casi siempre, el 11,57% algunas veces, el 5,23% Muy pocas veces y finalmente el 0,55% de los encuestados nunca acceden a la red.

En este aspecto se establece claramente un alto porcentaje con respecto a la población que requiere de internet. Esto permite reconocer la necesidad de la red en la vida cotidiana de un usuario común, ya sea para realizar transacciones bancarias, comprar, buscar empleo o ser parte de redes sociales.

Pregunta 9

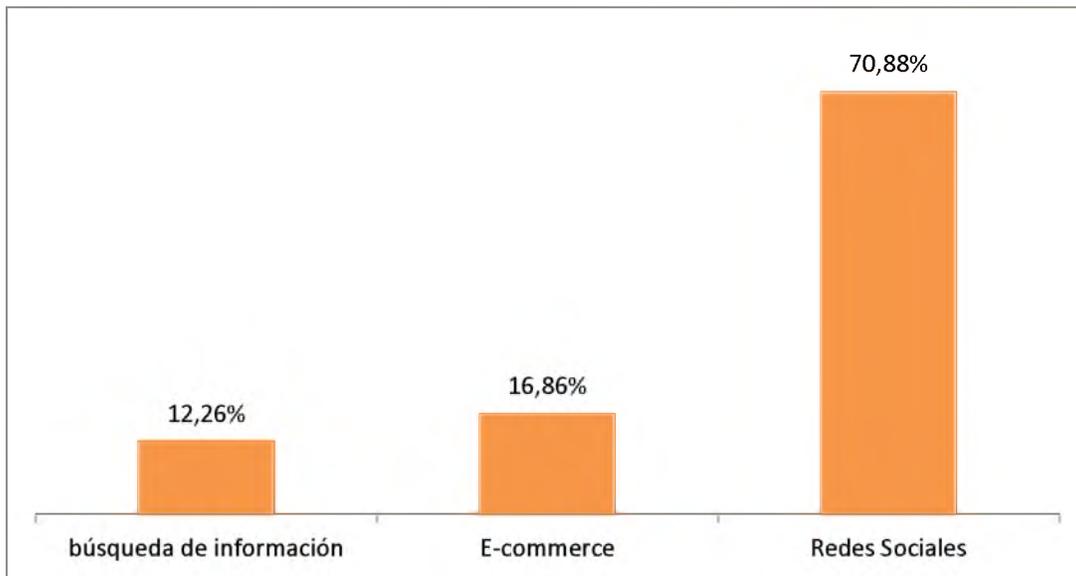


Figura 14. Pregunta 9: Mayor interés

Con respecto a cuál de los factores establecidos genera mayor interés en el usuario común se reconoce en primer lugar a las redes sociales con un 70,88%, seguido del e-commerce con 16,86% y búsqueda de información con 12,26%.

Estos resultados permiten reconocer cuáles son las fuentes en donde se generaría mayor impacto para el desarrollo publicitario del proyecto de acuerdo al gran número de usuarios que convergen en una o varias redes sociales.

Es necesario recalcar que se organizaron en tres factores claves (búsqueda de información, e-commerce y redes sociales) de acuerdo al estudio realizado por la División de Política Regulatoria y Estudios de la República de Chile a finales del 2015.

Conclusión de resultados obtenidos

Posteriormente de encuestar a la ciudadanía, se logró determinar lo siguiente:

- En la ciudad de Guayaquil, la ciudadanía no tienen conocimiento de la existencia de establecimientos de información turística que otorguen información oportuna que mejore la experiencia del turista nacional o extranjero.
- La implementación de un centro de información turística aportaría significativamente en el desarrollo y mejora del turismo en la ciudad además de otorgar mayor seguridad para los turistas nacionales e internacionales.
- La falta de conocimiento de los lugares más representativos de la ciudad genera insatisfacción a los turistas nacionales e internacionales.
- Es fundamental contar con una página web que permita al visitante local o extranjero acceder al portal y pueda nutrirse de información necesaria en caso de no poder acercarse al establecimiento.
- Se estableció claramente un alto porcentaje con respecto a la población que requiere de internet por los diferentes usos y necesidades que puede encontrar mediante el acceso a la red.
- Se reconoció a las redes sociales como las fuentes en donde se generaría mayor impacto para el desarrollo publicitario del proyecto de acuerdo al gran número de usuarios que convergen en una o varias redes sociales.

CAPITULO III

DESARROLLO DE PROPUESTA DE CENTROS VIRTUALES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Introducción de propuesta

Es imprescindible reconocer que la nación ecuatoriana posee inigualable riqueza natural, además de diversidad cultural, flora y fauna. Estos factores le han permitido al país posicionarse entre los países con mayor biodiversidad del mundo.

La Amazonía comprendida de encantos y parques nacionales, secciones volcánicas comprendida por la cordillera de los Andes, las islas galápagos, conocidas también como las islas encantadas, la densa biodiversidad de flora y fauna existente alrededor del planeta, permiten al Ecuador ser considerado una gran atracción turística para la comunidad internacional.

Gracias a la globalización y a las tecnologías de información, es posible otorgar al mundo, una perspectiva de cuantas riquezas naturales y culturales posee nuestro país, convirtiéndolo en uno de los exponentes claves para el desarrollo turístico.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), son instrumentos computacionales que permiten el almacenamiento, procesamiento, y ejecución de datos para el acceso y uso eficaz de la información.

El turismo al otorgarse como un servicio, posee cualidades de diferenciación con respecto a otros productos o servicios. De igual manera en este sector, existe la conectividad e interdependencia entre las diferentes organizaciones que lo conforman. El crecimiento del turismo nacional permite la participación de diferentes entidades, ya sean públicas y privadas, a impulsar el desarrollo económico, social y cultural.

Un factor clave dentro del turismo, es otorgar al turista la posibilidad de reconocer los distintos lugares característicos del país, ciudad o zona en específico dentro del territorio nacional. Esencialmente a través de páginas web o centros de información turística que contemplen el acceso virtual o detalle físico que permite explorar los distintos puntos de un lugar en específico.

Alrededor del mundo, existen diferentes medios por los cuales un turista puede acceder a información necesaria para satisfacer aquella necesidad de reconocer previamente el destino que desee.

Se desea proyectar de manera viable, el desarrollo de centros de información turística alrededor de la ciudad de Guayaquil, a través de una página web y de espacios compactos que contengan paneles virtuales e imágenes de distintos sectores cercanos al mismo, además del desarrollo de una aplicación móvil. Estos centros de información estarán distribuidos en los diferentes sectores representativos de la ciudad de Guayaquil.

Centros virtuales de información turística

Para la propuesta enfocada en el desarrollo de centros virtuales de información turística en la ciudad de Guayaquil, se estructura en tres etapas, la primera, el desarrollo de una página web a través de un servidor gratuito, la segunda, a través la inclusión de un atril interactivo y la tercera, desarrollo de una aplicación móvil.

A continuación se presenta la creación de la página web a través del servidor Weebly.

- **Desarrollo de página Web**

Como primer enfoque de la propuesta, se encuentra la creación de la página web a través de una plataforma online reconocida mundialmente como “Weebly” que permite al usuario común, emprender y crear su propia página web a través de alojamiento de dominios gratuitos.

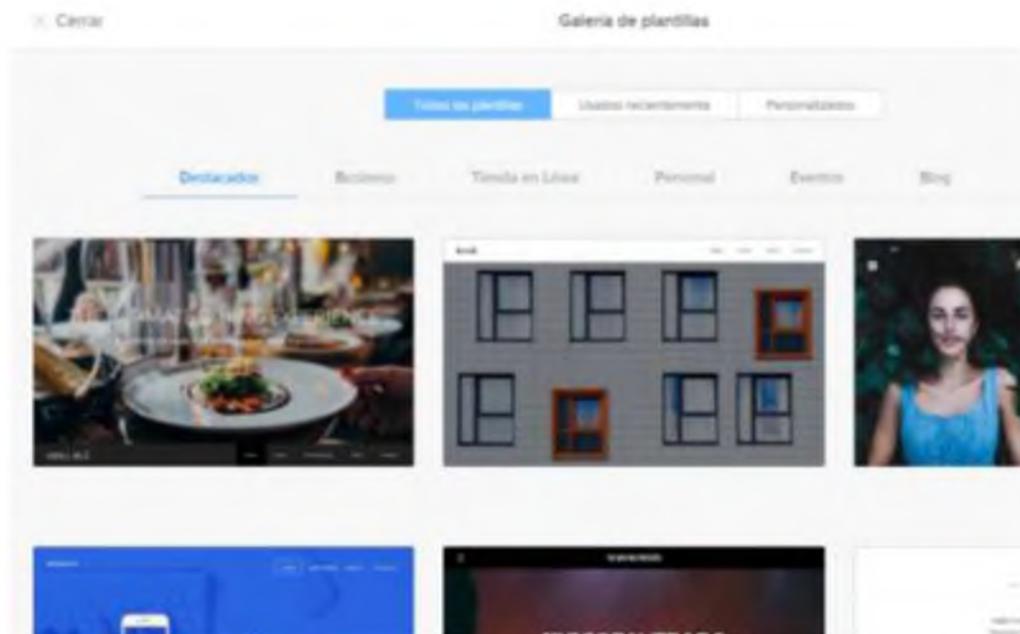
A continuación se detalla la creación de la página web para el centro de información virtual con todas las herramientas necesarias para el sustento del mismo además de los recursos característicos, representativos y culturales de la hermosa ciudad de Guayaquil.

De manera esencial, la creación de la página web debe sustentarse en un “web hosting” que traducido al español, significa alojamiento web. Tiene como objetivo almacenar información, ilustraciones, vídeos o cualquier contenido de multimedia que se desee añadir a la red.

- **Elección de plantilla**

Al ingresar en la página principal de Weebly y seleccionar la opción de crear una página web, se otorga la opción de escoger plantilla entre distintas alternativas como:

- Destacados, business, tienda en línea, eventos, blog.

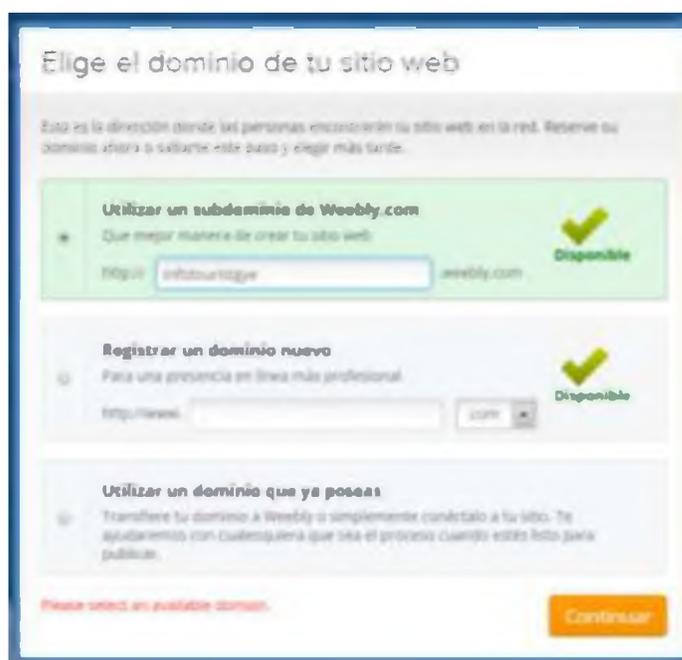


Posterior a la elección de la plantilla preferida, se otorga la opción de considerar el diseño, estructura y colores generales que contendrá la misma. Es necesario aclarar que esta elección es de manera general ya que posteriormente se podrá modificar específicamente cada punto.

- **Elección de dominio**

En este aspecto, es imprescindible escoger que tipo de dominio se desea para la creación y sustento del sitio web. Entre las opciones se encuentran:

- Subdominio de Weebly
- Dominio nuevo



El sustento de la página web para otorgar información turística se basará en el subdominio de Weebly debido a la gratuidad que otorga el sitio y por el beneficio de abaratar costos con respecto a la adquisición de servidores, hosting, dominio propio, con el fin que la propuesta sea viable en este aspecto.

El subdominio a escoger para la creación de la página web es: <http://www.infotouristgye.weebly.com>

A continuación se presentan los costos mensuales para la creación de una página web con dominio propio:

Registrar un dominio nuevo
Para una presencia en línea más profesional
Disponible

Selecciona un Plan de registro Infoturistagye.com
Tendrás la opción de registrar el dominio tras la compra del plan

	Business \$25/mes	Pro \$12/mes	Starter \$8/mes
Nombre del dominio	1 año gratis	1 año gratis	1 año gratis
Funciones			
Movimiento de archivos y copia	✓	✓	✓
Hosting gratis	✓	✓	✓
Páginas limitadas	✓	✓	✓
Límite de almacenamiento	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado

De acuerdo a esto, los precios que se deberían considerar mensualmente en caso de adquirir un dominio, tal como, InfoTouristGye.com estaría determinado en las siguientes categorías:

- Business: \$25 mensuales
- Pro: \$12 mensuales
- Starter: \$8 mensuales

En caso de escoger el costo del plan Business, anualmente significaría \$300 en tan solo mantener activa la plataforma en la nube. Sin embargo, el sitio Weebly otorga de manera gratuita el sustento de una página web a través de un subdominio y es así como el desarrollo de esta propuesta tiene como objetivo ser viable con el fin de abaratar costos.

Edición de página web

El software diseñado por Weebly, permite la creación de la página web mediante varias herramientas que permiten la adecuación al gusto del usuario, mediante el ingreso de títulos, descripciones, imágenes, música, videos, entre otros.

La nueva página web “Info Tourist Guayaquil” contará con tres páginas subtítulos principales que permitan integrar los diferentes intereses del turista al momento de ingresar. A continuación se expresan las páginas principales que contará la página web.

A continuación se establece la estructura de cada subtítulo.

- Home



- Cuenta con una imagen nocturna de la ciudad de Guayaquil en la página principal.
- Frases de motivación para conocer la ciudad
- Imágenes en presentación de diapositivas

- Descubre

- Cuenta con imagen del característico y representativo monumento a la iguana.



- Descripción de la ciudad de Guayaquil
- Páginas enlazadas como:
 - A donde ir
Se establecen los atractivos en los que el turista puede disfrutar y convivir en familia, amistades o aventuras propias.
 - Alojamientos
Se establecen las principales cadenas hoteleras que contempla la ciudad, tales como: Hilton Colon, Sheraton, Sonesta, Howard Johnson.
 - Experiencias
Se establecen las diferentes experiencias por vivir en la perla del pacífico

 <p>¿A donde ir?</p> <p>La hermosa ciudad de Guayaquil dispone de varios atractivos en los que puedes disfrutar y convivir en familia, amistades o aventuras propias.</p> <p>LEER MÁS</p>	 <p>Alojamientos</p> <p>Guayaquil cuenta con las cadenas hoteleras más prestigiosas del mundo tales como: Hilton Colon, Sheraton, Sonesta, Howard Johnson, entre otras.</p> <p>LEER MÁS</p>	 <p>Experiencias</p> <p>Vive y goza de experiencias inolvidables. Descubre la maravillosa perla del pacífico.</p> <p>LEER MÁS</p>
--	---	--

- Información
 - Cuenta con imagen nocturna de la fuente monumental ubicada en el malecón salado de Guayaquil.

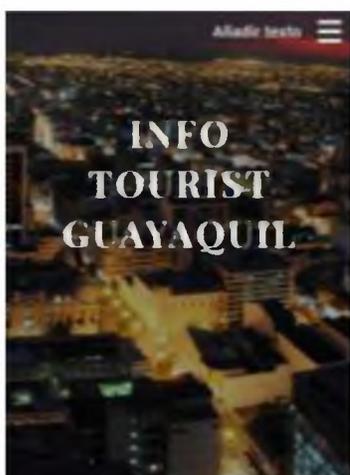


- Se establecen donde se encontrarían los puntos de información, considerando a los lugares de mayor afluencia y representativos de la ciudad.
 - Aeropuerto de Guayaquil José Joaquín de Olmedo
 - Terminal Terrestre
 - Malecón 2000
 - Malecón del Salado
 - Centro Comercial Mall del Sol
 - Centro Comercial San Marino Shopping
 - Parque centenario
 - Parque de los Samanes
- Se considera un Mapa virtual de la ciudad sustentado por Google (2016).
- Descripción de generalidades
 - Idioma: Español
 - Moneda: Dólar Estadounidense

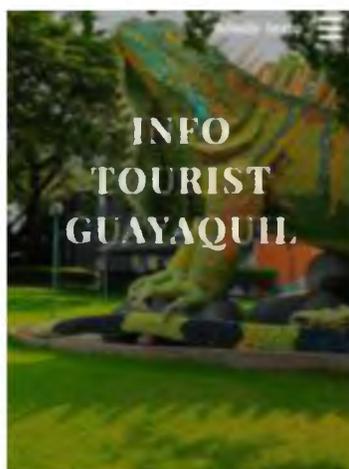
- Provincia: Guayas
 - Cantón: Guayaquil
 - Alcalde: Jaime Nebot Saadi
 - Fundación: 25 de julio de 1547
- Se dispone de una galería fotográfica con los lugares más representativos de la ciudad
 - Columna a los próceres del 9 octubre
 - Hemiciclo de la Rotonda (Simón Bolívar y San Martín)
 - Barrio de las peñas
 - Monumento a Juan Pueblo y joven betunero
 - Nuestra Señora de Los Ángeles (Iglesia San Francisco)
 - Escultura del Mono Machin
 - Parque acuático de Sauces
 - Torre del reloj o Torre Morisca

Es necesario contemplar que esta página web se encuentra desarrollada y estructura para plataformas de escritorio, tablets o teléfonos móviles. Es decir que se podrá acceder al sitio web a través de cualquiera de estos dispositivos gracias al beneficio que otorga la plataforma Weebly a pesar de su gratuidad, permite la adecuación de la página para resoluciones menores a pantallas de 15 pulgadas, tales como la de un teléfono móvil de 4 o de una Tablet entre 7 y 8 pulgadas.

A continuación se presenta la adecuación de la página web en resoluciones menores.



¡Vive la experiencia en la mejor ciudad del mundo!



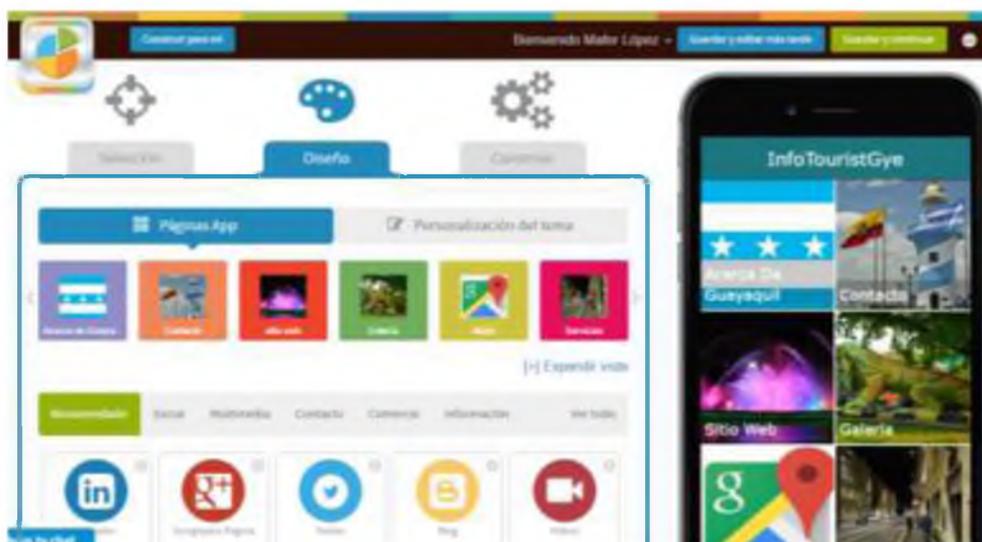
Un viaje de mil millas comienza con el primer paso



Conoce los diferentes puntos de información turística

Para la creación de la aplicación móvil “InfoTouristGye” se realizó a través de la página web “Appypie”, que se refiere a una plataforma que permite crear y monetizar aplicaciones móviles de manera gratuita. Se encuentra disponible en los sistemas operativos iOS, Android, Windows Phone, y OS fuego.

A continuación se establece el desarrollo de la aplicación mediante la plataforma mencionada.



La aplicación “InfoTouristGye” se encuentra establecido por una página de inicio en la que involucra seis opciones de acceso.

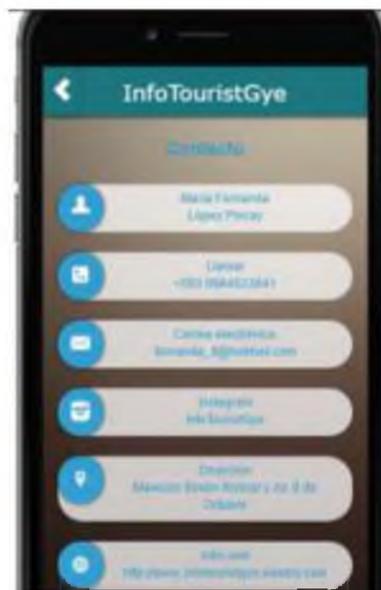
1. Acerca de Guayaquil

En esta opción se expresa una breve descripción de la ciudad de Guayaquil involucrando número de habitantes, perspectivas e influencias.



2. Contacto

En este aspecto, se involucra los datos personales de la persona responsable del proyecto y de otorgar solución a cualquier



3. Sitio web

En la aplicación se direcciona a la página web establecida como InfoTouristGye.



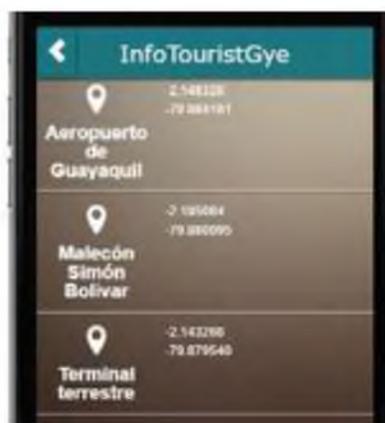
4. Galería

Se establecen ilustraciones de los distintos destinos turísticos de la ciudad de Guayaquil.



5. Mapa

En este aspecto, se presenta los diferentes puntos en que se encontrarán los centros virtuales de información turística mediante la ubicación exacta (Latitud, longitud) a través de la plataforma Google Maps con el objetivo de encontrar mediante rutas de destino, dichos establecimientos en la aplicación.



6. Servicios

Dentro de esta opción se encuentran los diferentes servicios que el turista puede encontrar en la ciudad, tales como: Alojamiento en distintos hoteles, restaurantes de comida típica e internacional, lugares de entretenimiento, entre otros.



Posterior al desarrollo y diseño de la aplicación, es necesaria su publicación en tiendas virtuales de mayor reconocimiento a nivel mundial, App Store (iOS) y Play Store (Android), para que así pueda facilitarse la descargar por el usuario común.



App Store



Play Store

Para la publicación de la aplicación en cada tienda, es necesario la suscripción como desarrollador y esto involucra diferentes precios que establece cada tienda móvil para el sustento de la aplicación deseada.

- App Store: Requiere de una cuota anual de \$99.
- Play Store: Requiere un cobro único de \$25.

Con el fin de contemplar la viabilidad de la propuesta es necesario direccionarse con el menor costo posible. De acuerdo a esto, como primera etapa de publicación y acceso a la comunidad con dispositivos con sistema operativo Android debido al pago único de un precio considerable, en contrario de la suscripción anual elevada del App Store.

Implementación física de centros virtuales de información turística

Para el desarrollo de la propuesta en el aspecto físico y estructural, es necesario reconocer el enfoque que el emprendedor desea para considerarse un proyecto factible o viable. Es imprescindible aclarar que de acuerdo a la perspectiva que se obtiene de la palabra “centro virtual” no implica la construcción de estructuras que involucren altos costos, ya sea en lo material como en lo tecnológico (realidad virtual).

El propósito de emprendedor es dar a conocer la alternativa para la perspectiva de “centro virtual” que se sustenta en el uso y adecuación de espacios físicos ya establecidos en locaciones previamente sugeridas, además de la adquisición de panel electrónico (Hardware y software) que permite interacción con el usuario.

Adecuación e inversión

Dentro del desarrollo de la tesina se ha contemplado optar por el uso de espacios establecidos mediante el permiso de directiva encargada de los diferentes establecimientos en los cuales se dispone a optar por la implementación de centros virtuales de información turística.

Para tener una mejor perspectiva de lo que se desea implementar, a continuación se establecen gráficas del uso y adecuación de espacios para el desarrollo de la propuesta en el Aeropuerto de Guayaquil y Malecón 2000.

Pasillo principal en aeropuerto de Guayaquil



Entrada principal en malecón 2000



La estructura del espacio físico para los centros de información estará adecuada únicamente por un atril electrónico táctil que se compone de las siguientes características:

- Es un dispositivo inclinado que posibilita la interacción del usuario a su superficie táctil de manera que pueda acceder muy fácilmente a las funciones que se proporcionen en el interfaz que lleve instalado.
- Tamaños de pantalla táctil de 22"
 - PC-Integrado de última generación (Software)
 - Soportes de varios modelos: fijos, con ruedas.
 - Formato 16:9
 - Conectividad Wifi



La única inversión significativa se considera la adquisición del atril interactivo ya que su valor se encuentra establecido en \$658. De acuerdo a esto, el financiamiento de dicho atril será respaldado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil ya que dicho aparato electrónico comprende la mejora del servicio turístico en la ciudad y satisfacción turista nacional y extranjero que finalmente se convierte en ingreso económico para la ciudad. Además se debe contemplar el costo único para implementar la aplicación en tiendas virtuales.

Tabla 2. Inversión

	Inversión	Monto
Atril interactivo	Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil	\$ 658
Costo único Play Store	Municipalidad o propia	\$ 25
	Total	\$ 683

Internet en atril

A partir del año 2015, específicamente en la ciudad de Guayaquil (área de estudio e investigación), la ciudadanía dispone de internet gratuito gracias a la alianza de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil junto al proveedor de servicios de telecomunicaciones (Telconet). Este servicio se encuentra instalado en 6.000 puntos alrededor de la ciudad, tales como, instituciones educativas, parques, hospitales, mercados y a lo largo de 24.000 cuadras.

De acuerdo a esto, la propuesta enfocada en servicio de internet, ya sea alámbrico como inalámbrico, sería otorgado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, en los diferentes puntos de instalación, tales como, Aeropuerto de Guayaquil José Joaquín de Olmedo, terminal Terrestre, malecón 2000, malecón del Salado, centro comercial Mall del Sol y San Marino Shopping, parques centenario y samanes.

Publicidad

Con el fin de dar a conocer la aportación que beneficiaría el turismo local, se considera viable y factible el uso de redes sociales debido a la masiva visualización y reproducción de contenido que se publica, promociona y sustenta de manera gratuita.

Es fundamental aprovechar la red de usuarios interconectados mundialmente, es decir, que es posible la promoción nacional y darse a conocer en cualquier parte del mundo de acuerdo a los diferentes conectores, etiquetas o hashtag que permiten el acceso a distintas categorías de búsquedas y contemplar la publicidad a nivel exponencial.

Entre las redes sociales más conocidas o de mayor uso según el ranking mundial de Google (2015), se encuentran las siguientes plataformas:

Facebook



Youtube



Instagram



Snapchat



Twitter



De acuerdo a esto, se considera necesario crear cuentas en cada una de estas aplicaciones con el fin de publicitar la implementación de centros virtuales de información turística en distintos puntos de la ciudad de Guayaquil, además de añadir el enlace con el dominio de la página web creada y respaldada por la plataforma Weebly. Esto significaría complemento ideal para el desarrollo y promoción de la propuesta.

Cabe recalcar la factibilidad de uso de estos medios debido a su gratuidad y por las oportunidades existentes en buscar mayor visibilidad en las diferentes aplicaciones con distintas formas de publicitar productos o servicios. Un claro ejemplo es la plataforma de Facebook que permite contar con muro propio en el cual se puede establecer toda la información necesaria para que un usuario pueda darse a conocer o para la creación de un perfil de una empresa o negocio que se desee promocionar en específico.

Entre las principales características publicar imágenes, vídeos, compartir enlaces, lista de amistades, grupos de interés, actualizaciones de estado, indicadores de emociones que permiten conocer de manera significativa que número de usuarios optan por cierta publicación, entre aquellos indicadores se encuentran: me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece, me enoja.

El Social Media Marketing permite disminuir la dependencia de los motores de búsqueda y aumentar nuevas fuentes de tráfico hacia el dominio deseado que en este caso sería direccionar hacia la página de InfoTouristGye.

Seguridad

Con el fin de minimizar los riesgos para turista nacional e internacional, es imprescindible el enfoque crítico en la seguridad integral, ya sea dentro del servicio involucrado en la propuesta como durante el desarrollo de la actividad o experiencia del destino turístico y las condiciones sociales y económicas que convergen en el mismo.

De acuerdo con reflexiones sobre seguridad, poderes públicos y actividad turística desarrolladas por Blanco (2004), establece que:

La seguridad turística es el conjunto de medidas, condiciones objetivas y percepciones existentes en el ámbito social, económico y político de un destino turístico, que permiten que la experiencia turística se desarrolle en un entorno de libertad, confianza, tranquilidad y con mayor protección física, legal o económica para los turistas y sus bienes y para quienes contraten servicios turísticos en dicho destino. (Blanco, 2004, pág. 14)

Es fundamental otorgar protección al turista en todos los sentidos, es por esto que a continuación se plantean propuestas para la mejor en el ámbito de seguridad turística:

- **Publicación e implementación del Plan Integral de Seguridad Turística**

Durante el primer semestre del 2015, en la ciudad de Quito, se elaboró el taller intersectorial “Plan Integral de Seguridad Turística: Destino Seguro” mediante la participación de los Ministerios de Turismo, Interior, Coordinador de Seguridad, Defensa y Salud. (Ministerio Coordinador de Seguridad, 2015)

Este plan se desarrolló con el fin de integrar aportes significativos enfocados en seguridad del turista nacional e internacional. Además de generar confianza y protección física y económica.

Este proyecto tuvo que estar culminado para el segundo semestre del 2015. Sin embargo el plan no se encuentra publicado en páginas oficiales de los ministerios previamente establecidos, considerando que ha transcurrido un año desde su elaboración.

- **Solicitar mayor disposición de personal policiaco municipal en principales destinos turísticos de la ciudad**

De esta manera se respalda con mayor seguridad física del turista además de los diferentes bienes que este posea.

- **Generar alianza entre InfoTouristGye y empresas privadas de transporte.**

De esta manera se otorga beneficio para las partes al ofrecer mayor protección para el turista durante el traslado y la compañía se beneficia en el aspecto económico mediante el cobro por desplazamiento específico.

Participación en programas del Estado

El Estado ecuatoriano contempla programas que promueven la innovación específicamente, “Innova Ecuador”. En este aspecto, el Gobierno aportaría económicamente para el desarrollo e implementación de los centros turísticos virtuales en la ciudad de Guayaquil en caso de ser considerado por la entidad responsable.

El Gobierno Nacional, a través del Ministerio Coordinador de la Producción otorga la oportunidad de participar en diferentes convocatorias que tienen como finalidad el cofinanciamiento no reembolsable para proyectos que involucren innovación.

El presente trabajo de titulación con tema: “Implementación de centros virtuales de información turística” estaría enfocado en el subprograma “turismo y artesanía”. Dicho programa establece que personas naturales o jurídicas con ánimo de lucro personal o asociado, pueden participar en la selección de proyectos que permitan el desarrollo económico y cultural de la sociedad.

Beneficios de propuesta

Mediante la implementación y desarrollo de centros virtuales de información turística en la ciudad, se establecen los siguientes beneficios:

- Desde el arribo a la ciudad, ya sea por vía aérea o terrestre, se otorgará al turista, nacional o extranjero, mayor información de los distintos turísticos que puede visitar.
- Se otorga mayor información de los destinos turísticos
- Se otorga mayor seguridad al turista mediante el contacto con empresas privadas de transporte y uso de mapas integrados en la página web que cuentan rutas directas a sitios establecidos.
- Incremento de demanda nacional y extranjera
- Desarrollo socioeconómico de la ciudad de Guayaquil.

CONCLUSIÓN

Al inicio de la propuesta fue necesario establecer qué tipo de investigación se vinculaba con el proyecto, de acuerdo a esto, se determinó que se consideraría descriptiva para conocer el fenómeno estudiado, componentes, medición de conceptos.

De manera esencial, se consideró determinar una muestra de la población con el fin de reconocer los diferentes aspectos involucrados para el desarrollo de la implementación de centros virtuales en la ciudad. Se determinó realizar una encuesta a 361 ciudadanos guayaquileños.

Entre los datos de mayor relevancia se consideró que tanto en el país como en la ciudad de Guayaquil, no existen establecimientos de información turística que otorguen información oportuna que mejore la experiencia del turista nacional o extranjero.

La implementación de un centro de información turística aportará significativamente en el desarrollo y mejorará del turismo en la ciudad además de otorgar mayor seguridad para los turistas nacionales e internacionales.

Es fundamental contar con una página web que permitirá al visitante local o extranjero acceder al portal y podrá nutrirse de información necesaria en caso de no poder acercarse al establecimiento.

Para el desarrollo de centros virtuales de información turística se consideró el desarrollo de una página web a través de un servidor gratuito y la inclusión de un atril táctil interactivo estará sustentada económicamente por la Municipalidad de Guayaquil.

El servicio de internet de igual manera será otorgado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, en los diferentes puntos de implementación, tales como, Aeropuerto de Guayaquil José Joaquín de Olmedo, terminal Terrestre, malecón 2000, malecón del Salado, centro comercial Mall del Sol y San Marino Shopping, parques centenario y samanes.

Se consideró factible el uso de redes sociales debido a la masiva visualización y reproducción de contenido que se publica, promociona y sustenta de manera gratuita.

Se establecieron propuestas para la mejora de la seguridad del turista nacional y extranjero con el fin de disminuir los riesgos existentes. La seguridad es fundamental para la creación de confianza, estabilidad y fortalecimiento del turismo a nivel nacional como local.

El desarrollo e implementación de centros virtuales de información turística se considera factible y viable de acuerdo al costo competitivo que involucra la adquisición de atriles táctiles interactivos además de la gratuidad al crear la página web que se encuentra sustentada por la plataforma Weebly. Cabe recalcar que dicha página web se encuentra en funcionamiento y disponible para el ingreso de cualquier usuario.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la implementación de centros virtuales de información turística para el beneficio y satisfacción del turista nacional y extranjero además de impulsar el desarrollo social, económico y cultural de la ciudad de Guayaquil.

Es necesario el desarrollo de una guía turística electrónica que proporcione información de manera específica en cuanto a las necesidades requeridas por los turistas. Esta guía deberá adjuntarse en la página web como en el software interno de cada atril implementado en los distintos sitios establecidos previamente.

Desarrollar diferentes propuestas enfocadas en la aplicación de tecnologías de información y comunicación (creación de nuevos servicios informáticos, interconexión de redes, sociabilidad en línea, etc) ya que permiten el desarrollo de las sociedades, ya sea en el ámbito económico o social además de mejorar la calidad del servicio y por consiguiente la satisfacción en el turista.

Dar a conocer a autoridades responsables de otorgar protección a la ciudadanía, la importancia de la seguridad integral en lugares considerados potenciales para el desarrollo del turismo receptivo como turismo doméstico. Es necesario disponer de personal nacional y municipal en los diferentes sectores de la ciudad con el fin de conceder mayor protección al ciudadano local como extranjero.

REFERENCIAS

American Marketing Association AMA. (2007). Definition of Marketing.

Arcos, S. (2012, Junio). *Repositorio digital de la Universidad de León*. Retrieved from <http://goo.gl/vX06OU>

Azinian, H. (2009). *Google Books*. (C. d. Didáctico, Ed.) Retrieved from <http://goo.gl/JkfHKM>

Blanco, F. (2004). *Estadística de Turismo de España*. Retrieved from <http://goo.gl/qdH7qE>

Cardona, D. (2009). *Google Books*. (E. U. Rosario, Ed.) Retrieved from <http://goo.gl/p2GfOi>

Charne, U. (2013). *Universidad Argentina de la Empresa (UADE)*. Retrieved from <http://goo.gl/9aYXPL>

Congreso Nacional de la República del Ecuador. (2008, Mayo 6). *Página Oficial del Ministerio de Turismo de la República del Ecuador*. Retrieved from <http://goo.gl/bSA1nk>

Coope, C. (1998). "An introduction to tourism", en Shepherd, R. (ed.), *Tourism - principles and practice*.

Garrigós, F., & Narangajavana, Y. (2006). *Google Books*. (C. d. Jaume, Ed.) Retrieved from <http://goo.gl/V279g8>

Hernández, R. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* (Sexta ed.). México D.F., México: McGrawHill.

- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García de Madariaga, J., & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico* (Vol. Quinta Edición). Madrid, España: Pearson Educación. Retrieved from <https://goo.gl/hBxfqi>
- Leiper, N. (1990). *Tourism systems: an interdisciplinary perspective*. Palmerston North, Nueva Zelanda: Department of Management Systems, Massey University.
- Ministerio Coordinador de Seguridad. (2015). Retrieved from <http://goo.gl/CDaVxw>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Servicios de Turismo*. Retrieved from <http://goo.gl/a4jLwQ>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas* (Vol. Primera Edición). México: Editorial Trillas.
- Suárez, R. (2010, Ago 13). *Google Books*. (I. E. S.L., Ed.) Retrieved from <http://goo.gl/bF9TVj>
- Walker, Orville. (2006). *Marketing Estratégico*. México: McGraw-Hill.
- William, E., & Pérez, E. (2008). Turismo 2.0. La Web social como plataforma para desarrollar un ecosistema turístico basado en el conocimiento. *Estudios Turísticos*(178), 113-147. Retrieved from <http://goo.gl/Aa2W5N>

Anexo

Modelo de encuesta

1. ¿Conoce algún centro de información turística en la ciudad de Guayaquil?

- Si
- No

2. ¿Considera usted que la actividad turística es un pilar fundamental para el desarrollo de la ciudad y del país?

- Totalmente en desacuerdo
- Parcialmente en desacuerdo
- De acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3. ¿Considera usted que la falta de conocimiento de los lugares más representativos de la ciudad genera insatisfacción a los turistas nacionales e internacionales?

- Si
- No

4. ¿Piensa usted que la implementación de centros de información turística otorgará mayor seguridad para los turistas nacionales e internacionales?

- Si
- No

5. ¿Considera usted que la implementación de un centro de información turística aportaría significativamente en el desarrollo y mejora del turismo en la ciudad?

- Si
- No

6. De acuerdo a su criterio, ¿En qué locaciones de la ciudad de Guayaquil, debería implementarse centros de información turística?

- Aeropuerto
- Terminal terrestre
- Centros comerciales
- Parques de mayor influencia
- Todas las anteriores

7. ¿Considera usted adecuado el desarrollo de una página web que otorgue información turística y complementaria de diferentes destinos en la ciudad de Guayaquil?

- Si
- No

8. ¿Con qué frecuencia accede a internet?

- Nunca
- Muy poco
- Algunas veces
- Casi Siempre
- Siempre

9. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera de mayor interés?

- Búsqueda de información
- E-commerce
- Redes sociales



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, (**López Pincay, María Fernanda**), con C.C: # **0923818074** autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta para implementación de centros Virtuales de Información Turística en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **12 de septiembre de 2016**

f. _____

Nombre: **López Pincay, María Fernanda**

C.C: **0923818074**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta para implementación de centros Virtuales de Información Turística en la ciudad de Guayaquil	
AUTOR(ES)	López Pincay, María Fernanda	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. José Medina Crespo, Mgs.	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Especialidades Empresariales	
CARRERA:	Turismo y Hotelería	
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS: 58
AREAS TEMATICAS:	Gestión de productos y servicios complementarios para el turismo	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Turismo, Sistema turístico. Turismo virtual	
RESUMEN		
<p>El presente trabajo de titulación se enfoca en el desarrollo de centros virtuales de información turística en la ciudad de Guayaquil, enfocándose en el estudio de las teorías general de sistemas y turismo, tales como, el sistema turístico de Cuervo, sistema turístico de Leiper y el sistema turístico de Molina. Se considera el análisis situacional de la industria turística en la actualidad, reconociendo las diferentes tecnologías de información y comunicación en el turismo, el desarrollo del internet en la industria turística, el marketing y el turismo virtual conocido como turismo 2.0. La investigación se realizó de acuerdo a una metodología enfocada en determinar el tipo y diseño de la investigación, considerando el cálculo de una muestra de una población determinada para la recolección de datos requerida. Posteriormente, se desarrolla la propuesta de manera viable, a través de una página web y de espacios compactos que contengan paneles virtuales e imágenes de distintos sectores cercanos al mismo, además del desarrollo de una aplicación móvil. Estos centros de información estarán distribuidos en los diferentes sectores representativos de la ciudad de Guayaquil.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-5033146	E-mail: fernanda_fl@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ing. Medina Crespo José, Mgs.	
	Teléfono: +593-4-3704160	
	E-mail: jose.medina@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		