

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de un conversatorio virtual

“Brechas digitales y digitalización de Turismo en tiempos de Covid-19”.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

Jasmin Jeniffer Reina Gómez

Génesis Fernanda Zurita Paredes

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mis padres por su infinito amor, arduo esfuerzo y apoyo incondicional brindado hacia mi durante toda la vida. Son ustedes mi principal motivación para llegar a ser la profesional en la que estoy a punto de convertirme. Esto es por y para ustedes Vilma y Bolívar.

Génesis Zurita Paredes

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento a todos los docentes que han compartido sus conocimientos conmigo durante los años que he estado en la Institución y en especial a mi profesora, M.Sc. Ivonne Martin Moreno, y a mi tutora, M.Sc. Raizza Maquizaca Nájera, por su apoyo, tiempo y paciencia para guiarme en la realización de este proyecto.

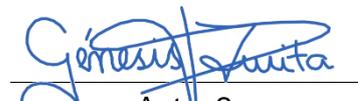
Génesis Zurita Paredes

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Jasmin Reina y Genesis Zurita damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Autor 1



Autor 2

EVALUADORES



M.Sc. Ivonne Antonieta Martín Moreno

PROFESOR DE LA MATERIA



M.Sc. Raizza Belén Maquizaca Nájera

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El presente trabajo se realizó a través de una investigación mixta: concluyente y descriptiva, en la cual se aplicó la metodología Design Thinking. Para este estudio, se elaboró un mapeo de actores, el cual permitió establecer a los entes reguladores del turismo en el Ecuador, expertos digitales y representantes de establecimientos de alojamiento turístico como los principales involucrados en la problemática. Los mismos que fueron parte de entrevistas y encuestas, elaboradas con el propósito de conocer la realidad que vive el sector turístico respecto al conocimiento y aplicación de las TICs en sus empresas en estos tiempos de Covid-19; e identificar los temas de interés para abordar en el evento. Información que fue necesaria para el diseño y ejecución de un evento virtual de tipo académico cuyo objetivo principal fue el de transmitir información veraz y vital al sector turístico que le permita reinventarse tras la crisis del Covid-19. Sobre todo, en estos momentos en los que este tipo de información no puede ser obtenida de manera convencional.

Palabras Clave: Covid-19, alojamiento, brecha digital, tecnología de la información y comunicación, alfabetización digital.

ABSTRACT

The present work was carried out through a mixed investigation: conclusive and descriptive, in which the Design Thinking methodology was applied. For this study, a mapping of actors was prepared, which allowed establishing tourism regulatory entities in Ecuador, digital experts and representatives of tourist accommodation establishments as the main involved in the problem. The same ones that were part of interviews and surveys, prepared with the purpose of knowing the reality that the tourism sector lives in these moments of crisis regarding the knowledge and application of ICTs in their companies and identify the topics of greatest interest to address in event. Information that was necessary for the design and execution of a virtual academic event whose main objective was to transmit true and vital information to the tourism sector that allows it to reinvent itself after the Covid-19 crisis. Above all, in these moments when this type of information cannot be obtained in a conventional way.

Keywords: *Covid-19, accommodation, digital divide, information and communication technology, digital literacy.*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	I
RESUMEN.....	II
ABSTRACT.....	III
ÍNDICE GENERAL.....	IV
ABREVIATURAS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
CAPITULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Definición del Problema	1
1.2 Justificación del Problema	2
1.3 Objetivos.....	3
1.4 Marco Teórico	3
1.5 Estudios Previos	7
CAPITULO 2	9
2. METODOLOGÍA	9
2.1 Metodología de la investigación	9
2.2 Metodología del evento.	21
CAPITULO 3	24
3. RESULTADOS.....	24
CAPITULO 4	42
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
4.1 Conclusiones	42
4.2 Recomendaciones	42
BIBLIOGRAFÍA.....	44
APÉNDICES	46
5. APÉNDICE A	47
6. APÉNDICE B	48
7. APÉNDICE C	49
8. APÉNDICE D	50

9.	APÉNDICE E.....	51
10.	APÉNDICE F.....	56
11.	APÉNDICE G.....	57
12.	APÉNDICE H.....	58
13.	APÉNDICE I.....	60
14.	APÉNDICE J.....	62
15.	APÉNDICE K.....	66

ABREVIATURAS

CAPTUR	Cámara de Turismo
ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
FCSH	Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas
FENACAPTUR	Federación Nacional de Cámaras de Turismo
ITU	Unión Internacional de Telecomunicaciones
MINTUR	Ministerio de Turismo
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
PIB	Producto Interno Bruto
Pymes	Pequeñas y medianas empresas
TICs	Tecnologías de la Información y Comunicación

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2. 1 Mapa de actores	11
Figura 2. 2 Matriz de Feedback.....	20
Figura 3. 1 Proceso de Check-in.....	27
Figura 3. 2 Programa de gestión hotelera.....	28
Figura 3. 3 Asistencia a conversatorios de las Cámaras de Turismo.....	29
Figura 3. 4 Temas de interés para el evento.....	29
Figura 3. 5 Cronograma de actividades	35
Figura 3. 6 Arte del evento.....	37
Figura 3. 7 Programa del evento.....	38
Figura 3. 8 Satisfacción del evento	39
Figura 3. 9 Organización del evento.....	39
Figura 3. 10 Aprendizaje obtenido.....	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Estudio de caso	8
Tabla 2.1 Actores entrevistados de manera virtual	13
Tabla 2.2 Actores entrevistados in situ.....	14
Tabla 2.3 Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico que participaron en la encuesta.....	16
Tabla 2.4 Actores a cargo de validar el prototipo de baja	18
Tabla 2.5 Preguntas del formulario de satisfacción post evento.	19
Tabla 3.1 Entrevista a MINTUR	24
Tabla 3.2 Entrevista a FENACAPTUR	25
Tabla 3.3 Entrevista a representantes de establecimientos de alojamiento turístico	26
Tabla 3.4 Análisis de las entrevistas	26
Tabla 3.5 Análisis de la encuesta.....	30
Tabla 3.6 Entrevista a experto en innovación	31
Tabla 3.7 Entrevista a experto en Marketing Digital	31
Tabla 3.8 Entrevista a experto en innovación y transformación digital.....	32
Tabla 3.9 Entrevista a experto en estudios globales y socioculturales.....	32
Tabla 3.10 Entrevista a experto en soluciones de softwares integrales	32
Tabla 3.11 Análisis de entrevistas a expertos	32
Tabla 3.12 Resultados de la ficha de validación del prototipo de baja.	33
Tabla 3.13 Resultados de la Matriz de Feedback del prototipo de baja.	33
Tabla 3.14 Temas de interés para abordar en el evento.....	36
Tabla 3.15 Expositores seleccionados para el evento	36
Tabla 3.16 Resultados de la Matriz de Feedback del prototipo de alta.	41

CAPITULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Ante los hechos ocurridos por la emergencia sanitaria del Covid-19 a nivel mundial durante los últimos meses, en el Ecuador se han implementado medidas de prevención para enfrentar la crisis, mismas que incluyen: el aislamiento, distanciamiento social, toque de queda, cierre de fronteras y el cese de un gran número de actividades económicas. Causando así, que tanto personas como empresas se vean obligadas a cambiar por completo sus rutinas.

Uno de los sectores más perjudicados a nivel mundial es el turismo, al verse completamente paralizado desde inicios del año, esto según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2020). En el Ecuador, se han producido grandes pérdidas a causa de esto, pues el turismo en el año 2019 aportó directamente 2,2% al Producto Interno Bruto (PIB), generó alrededor de 2.287,5 millones de dólares y brindó empleo a 477,382 personas en base al Ministerio de Turismo (MINTUR, 2020).

1.1 Definición del Problema

Las medidas de prevención adoptadas durante la crisis sanitaria en el Ecuador han causado que las empresas del sector turístico (establecimientos hoteleros, agencias de viajes y aerolíneas), se enfrenten a esta gran interrogante: ¿Cómo reactivar un sector que se basa principalmente en el desplazamiento de las personas y en la interacción entre estas?

Frente a estas circunstancias, es evidente que a partir de ahora el turismo no será el mismo y esto sin duda representa un gran reto para todos involucrados, puesto que además de generar confusión y desconocimiento, exige cambios inmediatos.

Actualmente las empresas presentan grandes limitaciones para atender de manera presencial a sus clientes, lo que prácticamente las obliga a buscar en la tecnología, nuevas estrategias que les permitan contrarrestar sus efectos. Sin embargo, más allá de ser una posible solución a los problemas actuales, esto origina un segundo desafío

para aquellas empresas que no cuentan con la experiencia ni el conocimiento en dicho campo.

Es aquí cuando el contar con información veraz y certera se convierte en la principal arma para poder sobrellevar este proceso y disminuir dicha brecha digital. No obstante, los medios convencionales a través de los cuales se la obtiene, comparte e intercambia (congresos, conferencias, simposios, conversatorios), están cancelados de manera indefinida, a fin de minimizar el contacto entre personas.

1.2 Justificación del Problema

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), en su plan de agenda 2030, detalla los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Enfatizando en el objetivo 9 sobre industria, innovación e infraestructura el cual indica que estos elementos son fundamentales para generar empleabilidad competitiva en sectores rezagados, a su vez las familias que provienen de estos sectores al contar con ingresos estables podrán acceder al uso de herramientas tecnológicas, internet y por tanto a la inclusión de un sistema educativo de calidad en el manejo de las TICs eliminando de esta manera la brecha digital. Por otra parte, la Constitución ecuatoriana del 2008 se refiere al sector de las telecomunicaciones como servicio público, el cual es asumido por el estado. Por ende, en el año 2015 se promulga la Ley Orgánica de telecomunicaciones y la rectoría del sector tic, este órgano alude aspectos vinculantes del estado que tiene como objetivo desarrollar planes que integren los conocimientos necesarios acerca del manejo efectivo de las tecnologías de información y comunicación (TICs) en la ciudadanía conforme a lo establecido en un caso de estudio de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU) 2019

No obstante, durante la pandemia se pudo palpar que algunas pequeñas y medianas empresas (PYMES) se quedaron sin liquidez, lo cual significó su cierre total, mientras que las empresas grandes se vieron afectadas al no contar con la misma rentabilidad de meses pasados, a pesar de ello siguen vigentes en el mercado y en este contexto será necesario inyectar capital para reactivar estos negocios, según lo publicado por diario Expreso (2020). Es aquí cuando la tecnología juega un papel importante, ya que permite la interacción con el mundo exterior sin que las personas se expongan a

los actuales riesgos. Ahora más que nunca los medios digitales son imprescindibles para generar nuevas oportunidades de negocios, empleo, educación y formación. Sin embargo, no todas las personas saben cómo utilizarlos de manera eficaz y con un propósito. En consecuencia, surge la necesidad de realizar un conversatorio virtual que abarque los temas de las oportunidades que brinda la digitalización a las empresas alineadas al turismo y los conocimientos requeridos para el uso adecuado de las TICs.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un conversatorio virtual que emplee, fundamentalmente, una metodología cualitativa para la transmisión de información relevante al sector académico y empresarial, respecto a la brecha digital y la digitalización del turismo en tiempos de Covid-19.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer contacto con los principales entes reguladores del sector turístico para la identificación de los aspectos más congruentes que constituyen la problemática.
- Asociar personas de empresas públicas y privadas, con amplio conocimiento en digitalización y brechas digitales, para el enriquecimiento de la información que se compartirá y su actuación como patrocinadores y/o expositores del evento.
- Planificar la organización y difusión del evento a través de las redes sociales de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de ESPOL, para el involucramiento de la comunidad interesada en un evento de ámbito turístico.

1.4 Marco Teórico

El estudio de las brechas digitales y la digitalización en el ámbito turístico se comprende desde distintas perspectivas. En primera instancia es importante definir de manera general el concepto de brecha digital, posterior a esto identificar los tipos de brecha digital, brecha digital por apropiación, el analfabetismo digital, la

digitalización y su aplicación en el sector turístico, y finalmente se abordará un caso de estudio.

1.4.1 Brecha Digital

También conocida como “digital gap” o “digital divide”.

Según (Aguilar, 2002), la brecha digital, vista desde una perspectiva básica, es la disparidad que existe entre aquellos que pueden o no acceder a equipos tecnológicos. Esta definición deja de lado otros factores que influyen en este problema.

Así lo ratifican (Serrano & Martínez, 2003) y (Ugas & Cendrós, 2005) citados por (Castillo, 2020) quienes aseguran que por brecha digital se entiende la diferencia que existe entre aquellos que tienen los medios y los conocimientos necesarios para acceder a la era de la información y los que no. Aquí la información comienza a ser parte importante para comprender este fenómeno, sobre todo porque una sociedad que cuenta con información tiene más oportunidades de desarrollo y una mejor calidad de vida.

Algo muy similar aporta (Castaño 2008), citado por (Cañon, Grande, & Cantón, 2016) que basa el concepto de brecha digital en la relación que existe entre el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) y el desarrollo social. A la vez, recalcan que la brecha no solo se debe entender como la falta de acceso a la red, sino carecer de la destreza para poder aprovechar el conocimiento.

1.4.2 Tipos de brecha digital

De acuerdo con Selwyn (2004), citado por (Gómez, Alvarado, Martínez, & Díaz, 2018) se destacan tres elementos que conforman las brechas digitales: el uso, el acceso y la apropiación.

El uso hace referencia a los niveles de aprendizaje que tiene una persona con las tecnologías de la información, aunque no necesariamente se relaciona con el dominio de herramientas comunicacionales. El acceso enfatiza las limitaciones para ingresar a internet o a dispositivos móviles. Por otro lado, la apropiación es la capacidad de

obtener información y desarrollarla en distintas áreas del conocimiento y aquellos que logran la apropiación, son hábiles en la búsqueda de información y en el discernimiento de las TICs.

1.4.3 Apropiación de las TICs

Para Covi 2008, citado por (Bossolasco, Enrico, Casanova, & Enrico, 2017), se enmarca en las condiciones en las que un individuo se encuentre dentro de una sociedad. Se toma el sentido de apropiación de estas tecnologías cuando se desarrollan los objetivos que la academia le pide al individuo que ejerza en un trabajo, adicional esto aplica en el ámbito personal.

1.4.4 Analfabetismo digital

En concordancia con (Bakibinga, Bakibinga, Bakibinga, & Bakibinga, 2020), es la falta de habilidad en la lectura y escritura en los medios digitales con los cuales los usuarios pueden discernir y hacer el uso adecuado de la información.

1.4.5 Sociedad de la información

La sociedad de la información es un modelo que, según Gallegos (2007) citado por (Ramos & Arévalo, 2018), ha transformado por completo el mundo, a causa de la aparición de medios digitales que permiten crear y llevar un registro de las interacciones para compartir información de distintas maneras.

1.4.6 Digitalización

Según (Cabero & Ruiz, 2017), actualmente poseemos abundantes tecnologías de la información, que se reproducen gracias al proceso de registro de datos, el cual se codifica mediante el uso de una computadora o dispositivo móvil y este a su vez es transmitido a diferentes usuarios. Las tecnologías ayudan a presentar los datos de diversa índole y se utilizan como herramientas fundamentales en el funcionamiento y crecimiento de las empresas.

Según Gray, J. et al., (2015) citado por (Loux, Oumlil, & Sguenfle, 2018). Para mejorar distintos ámbitos en los que se desenvuelven las personas sean estos de carácter

académico, personal y profesional se incorporan las tecnologías requeridas para cada fin.

Bajo este contexto la digitalización ayuda a agilizar los procesos que se realizan de manera tradicional en las empresas o en la vida cotidiana. Para que sea mucho más comprensible lo que es la digitalización expongo el ejemplo de un banco y la forma tradicional de hacer retiros, cuyo proceso implica ir al banco, llenar los datos de una papeleta de retiro, ponerse en fila, esperar y luego pasar a la ventanilla con la papeleta de retiro y la cédula para posteriormente la persona que está en esa ventanilla revise los documentos los ingrese al sistema y se pueda hacer efectivo la papeleta, al finalizar se entrega el dinero a la persona que hace el requerimiento. A diferencia de las formas actuales en que se retira dinero o se hacen pagos, a través de cajeros automáticos o movimientos en las transferencias bancarias. En este ejemplo ya se incluye una digitalización de los procesos del banco.

1.4.7 Digitalización turística

Según (Fernández, et al., 2017) El concepto de Smart City se alinea a los destinos turísticos. Por tanto, este concepto implica renovar a través del uso de la Inteligencia artificial los aspectos de información que se deseen cambiar. Sean estos en el destino o en las respectivas infraestructuras de alojamiento turístico, cambiando así los hábitos tradicionales del sector turístico.

No obstante, se ha develado que, a pesar de contar con las tecnologías de información, en gran medida no forman parte del conocimiento de las personas que las necesitan, para ponerlas en práctica en sus respectivas líneas de negocio.

1.4.8 Evento Virtual

Según una publicación de las patentes de Estados Unidos (2016) los eventos virtuales se configuran para interactuar con el usuario y a su vez interactuar entre participantes y ponentes dado que según las especificaciones estos pueden acceder a archivos electrónicos, enlaces, chat y fotos. Básicamente los eventos virtuales son similares a los eventos que se realizan cara a cara con una audiencia que se reúne in situ, la diferencia radica en el uso de las tecnologías para trasladar la información requerida

a un público utilizando diversas plataformas que coadyuvan en la labor de transmitir a los usuarios interesados en recibir información desde cualquier punto en el que resida.

1.4.9 Plataforma digital

Según (Yoo et al., 2010; Kallinikos et al., 2013) citado por (Reuver, Sørensen, & Basole, 2017), mediante las plataformas digitales se asume el control para mantener o cambiar los tipos de interacción que se realicen entre los grupos sociales que se den en los aspectos profesionales, personales y académicos.

1.5 Estudios Previos

A continuación, se presenta un caso de estudio en el cual se analizan los tipos de brecha digital existente y sus variaciones en el transcurso del tiempo, cuyo propósito es informar de las medidas estratégicas del gobierno ecuatoriano con respecto al objetivo 9 del plan de la Agenda 2030. Las mismas que se detallarán más adelante.

Según (ITU, 2019) organización encargada de medir los tres pilares de la brecha digital que son acceso, uso y la apropiación o habilidades para el uso de las TICs informó que en el año 2017, el Ecuador mejoró su índice ya que se ubicó en el puesto número 97, que en relación con el año 2008 representó un incremento en el índice de desarrollo en las tic en total ascendió en 1,97 con respecto al año 2008, Sin embargo se debe continuar potenciando el desarrollo de las TICs para alcanzar las habilidades logradas por otros países de la región.

Tabla 1.1 Estudio de caso

País	Índice de acceso	Índice de uso	Índice de habilidades	Índice de desarrollo de las Tics	Lugar
Uruguay	7.28	7.03	7.18	7.16	48
Argentina	6.87	5.96	8.30	6.79	52
Costa Rica	6.40	6.18	7.05	6.44	57
Ecuador	4.93	3.92	6.53	4.84	97

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de UIT (2017).

Es importante señalar que para la evaluación de los indicadores se incurrió en investigaciones como el año de escolaridad alcanzado y la tasa de matriculación tanto de segundo como del tercer nivel, estableciendo una congruencia con los índices de desarrollo de las TICs. Sin embargo, en las investigaciones se han extraído una parte mínima de información dado que el nivel de educación no siempre refleja el uso adecuado de estos medios y en otros casos se desarrollan estas habilidades por autonomía o mediante cursos que no están ligados de manera directa a una educación secundaria o terciaria.

CAPITULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Metodología de la investigación

2.1.1 Diseño de la investigación

Según (Malhotra, 2008), el diseño de la investigación es un plan que le permite al investigador recabar datos e información necesarios para resolver el problema de investigación. Para el presente estudio se optó por realizar una investigación mixta: exploratoria y concluyente.

Al respecto Malhotra (2008), señala que la investigación exploratoria se aplica cuando se necesita obtener información cualitativa que permita comprender el problema planteado para que, de esta manera se establezcan los pasos a seguir en el estudio. De modo que, los datos recabados pueden seguir siendo investigados en una investigación concluyente. Por esta razón, se consideró fundamental iniciar el estudio conociendo la situación actual acerca de la brecha digital que existe en cuanto a la capacidad de uso de las herramientas digitales en el sector turístico, lo que nos permitió definir el problema con mayor exactitud.

Posterior a ello, con el fin de poder generar resultados concluyentes, se realizó una investigación concluyente descriptiva. Esta como su nombre lo indica, es el tipo de investigación que busca describir algo. En este estudio, se precisó estudiar a la muestra una sola vez, por lo que se considera una investigación descriptiva de diseño transversal simple. A través de ella, se pudo calcular el porcentaje de establecimientos de alojamiento turístico que hacen uso de las tecnologías de la información y comunicación en sus procesos. Así como también, permitió conocer el grado de interés que tenían los propietarios en participar en un evento virtual en el cual se les brindara información que les coadyuve a obtener los conocimientos básicos de las formas en las que pueden digitalizar sus establecimientos de alojamiento turístico con el fin de reinventarse en esta nueva realidad que se está viviendo a causa de la pandemia.

2.1.2 Datos primarios y secundarios

Los datos primarios conforme a lo establecido por Malhotra (2008), se recolectan con el fin de poder plantear de mejor manera el problema de investigación. Se caracterizan por ser datos obtenidos en un tiempo prolongado y de alto costo.

Por el contrario, los datos secundarios son aquellos que se consideran más fáciles de obtener. Esto debido a que requieren de un menor tiempo de búsqueda y un costo más bajo. Cuando no existen suficientes datos secundarios para definir el problema, se debe recurrir a los datos primarios.

En este caso fue necesario recurrir en primera instancia a la indagación de datos secundarios, que permitieran tener un conocimiento amplio sobre los temas planteados en la problemática. Se procedió a investigar en fuentes de información confiables los conceptos de términos relevantes para la investigación, como lo fueron: brecha digital, analfabetismo digital, digitalización, apropiación de las TICs y eventos virtuales. Entender el significado de estas palabras fue vital para dar continuidad al análisis del problema y el posterior diseño de los datos primarios.

2.1.3 Técnicas de investigación

Entrevista

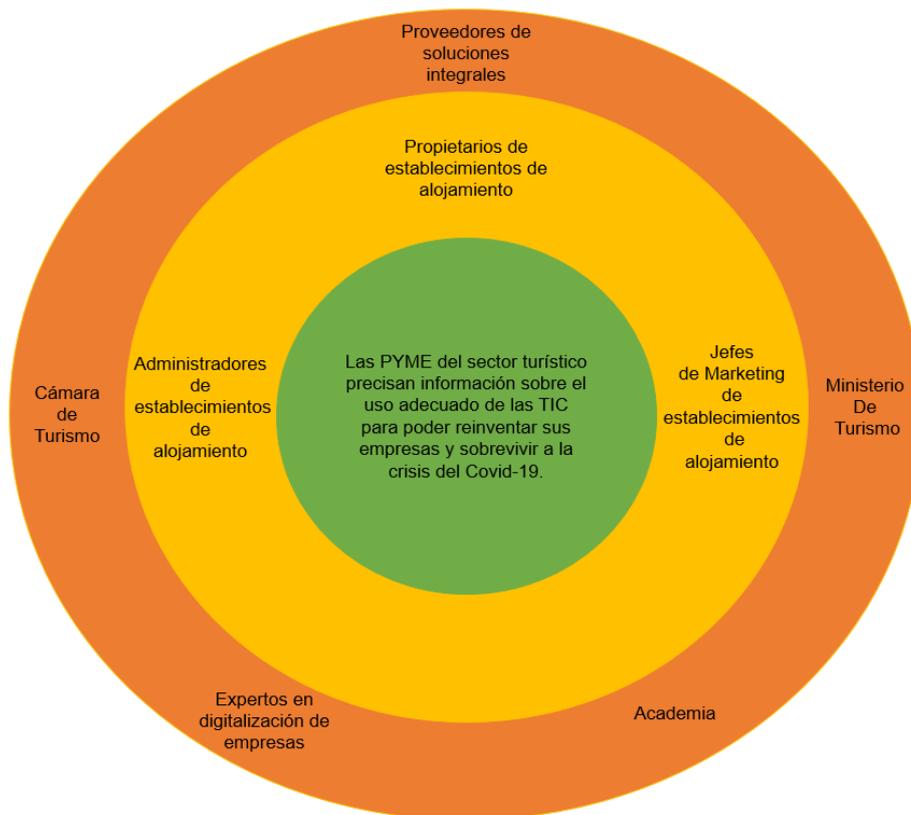
Según (Gilham, 2005; Mazon,2001; Riva,2009) citado por (Fàbregues, Meneses, Rodríguez, & Hélène, 2016), la entrevista se da mediante una conversación en la cual previamente el entrevistador diseña preguntas con caracterizaciones acordes a cada caso. El entrevistador hace uso de diferentes tácticas con la finalidad de que el entrevistado genere respuestas más objetivas. De esta forma, se produce un mayor aporte a la investigación y se evitan los sesgos.

La entrevista puede ser estructurada, semiestructurada y no estructurada. El tipo de entrevista que se aplicó en el estudio fue semi estructurada, esto quiere decir que las preguntas son abiertas. Se hizo uso de este tipo de entrevista con el fin de poder obtener la mayor cantidad de información posible por parte de todos los actores claves en este estudio, los cuales fueron definidos previamente en un mapa de actores.

Mapa de actores

Para el diseño del mapeo de actores se pensó en la problemática, la cual constaba de dos ejes: el primero se centraba en la recopilación de información sobre el uso adecuado de las TICs en el sector turístico y el segundo eje estaba correlacionado con el uso que las Pymes del sector turístico le están dando a las TICs en estos tiempos de Covid-19. Bajo estas características se seleccionó a los establecimientos de alojamiento turístico del Ecuador como actores internos, entre los cuales se encuentran: propietarios, administradores, jefes de marketing y ventas de establecimientos de alojamiento turístico. En tanto que, como actores externos se consideró a: expertos en digitalización de empresas, proveedores de soluciones integrales, la academia, Cámara de turismo y Ministerio de Turismo, siendo este el ente que provee y regula a los establecimientos de alojamiento turístico del Ecuador.

Figura 2. 1 Mapa de actores



Fuente: Elaboración Propia (2020).

Se estableció contacto con cada uno de los actores a través de sus correos electrónicos y número celulares, con la finalidad de solicitar su participación en una entrevista. Cabe recalcar que las entrevistas se llevaron a cabo a través de los dos siguientes medios:

✓ Entrevistas virtuales

Las entrevistas virtuales se dieron con aquellos actores que pudieron ser contactados y aceptaron ser parte del estudio. Estos fueron los representantes de la Cámara de Turismo, Ministerio de Turismo, expertos digitales y dos representantes de establecimientos de alojamiento turístico.

✓ Entrevistas in situ

Las entrevistas in situ fueron necesarias debido a que no se obtuvo respuesta por parte de la gran mayoría de establecimientos de alojamiento turístico y en algunos casos mostraron negativas a ser parte de la investigación explicando que no querían participar en ella o que no tenían el tiempo suficiente. Es por este motivo y por la limitante del tiempo, que se debió recurrir a entrevistas presenciales, tomando todas las medidas de bioseguridad establecidas. Inclusive, al momento de solicitar las entrevistas in situ muchos de los propietarios y administradores optaron omitir información o simplemente no formar parte de la entrevista. Esto se debió a que preferían mantener en reserva la información relacionada a sus establecimientos de alojamiento turístico por diferentes razones, entre las cuales se encontraban: las personales, legales o incluso por la competencia. No obstante, se pudo entrevistar y recopilar información de varios propietarios o administradores de establecimientos de alojamiento turístico que estaban interesados en el tema, de los cuales esta investigación se pudo nutrir mucho mejor.

Los actores que participaron en las entrevistas se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 2.1 Actores entrevistados de manera virtual

Entrevistados	Área de trabajo
Cámara de Turismo del Guayas	
Ing. Holbach Muñetón	Presidente de la FENACAPTUR y de la CAPTUR del Guayas.
Ing. Germán Iglesias	Director de innovación y tecnología de la CAPTUR del Guayas.
Ministerio de Turismo	
Arq. Luis Orquera	Técnico del Ministerio de turismo de la Coordinación Zonal.
Expertos digitales	
Ing. Juan Carlos Cobos	Administrador y Gestor de proyectos de innovación.
Ing. Danilo Reyes	Gerente General de la tecnología Zeus en Ecuador.
Ab. Carmen Prieto	Presidente de Cono Consultores.
M.Sc. Miguel Trujillo	Director en marketing digital de la empresa Monkey Plus BC.
Academia	
Ph.D. Vanessa León	Docente de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.
Propietarios de establecimientos de alojamiento	

Nombre de los entrevistados	Cargo de los entrevistados	Nombre del establecimiento de alojamiento	Dirección del establecimiento de alojamiento
Ing. Gabriela Santamaría Vargas	Jefa del Departamento de marketing y ventas	Hotel Chimenea Casa de Piedad	Baños de agua santa – Tungurahua Óscar Efrén Reyes y Juan Montalvo.
Sra. Piedad Vargas	Propietaria y Administradora	Hotel Chimenea Casa de Piedad	Baños de agua santa - Tungurahua Óscar Efrén Reyes y Juan Montalvo.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Tabla 2.2 Actores entrevistados in situ

Propietarios de establecimientos de alojamiento			
Nombre de los entrevistados	Cargo de los entrevistados	Nombre del establecimiento de alojamiento	Dirección del establecimiento de alojamiento
Lic. Jorge Vargas	Propietario y Administrador	Hotel Niucanche	Guayaquil - Guayas Pío Montúfar 105 y Aguirre.
Ing. Ángel Jiménez	Propietario y Administrador	Hostal Savoy	Guayaquil - Guayas Junín 627 entre Escobedo y Boyacá.
Ing. Bárbara Palacios	Administradora	Park Hotel	Guayaquil - Guayas Chile 414 y Clemente Ballén.

Lic. Lilian Pinoargote	Administradora	Hotel Élite Internacional	Guayaquil - Guayas Doctor Alfredo Baquerizo Moreno y Junín, 902.
Ing. Viviana Peñafiel	Administradora	Hotel Sol de Oro	Guayaquil - Guayas Lorenzo de Garaicoa 1243 y Clemente Ballén.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Posterior a las entrevistas y en base a la información obtenida se diseñaron las preguntas de la encuesta.

Encuesta

Malhotra (2008), indica que esta técnica consiste en la realización de preguntas generalmente estructuradas a individuos, con el objetivo de conseguir información sobre un tema específico. En el presente proyecto se realizó una encuesta dirigida a los propietarios de los establecimientos de alojamiento turístico de todas las provincias del país, la cual permitió conocer que tan digitalizado se encuentran sus establecimientos actualmente y como se encontraban previo a la pandemia del Covid-19; así como también ayudo a identificar los temas de mayor interés a abordar en el conversatorio.

La encuesta fue elaborada de manera estructurada y de acuerdo con lo mencionado por Malhotra (2008), se considera una investigación directa, puesto que es la que se lleva a cabo cuando los encuestados conocen la intención de la encuesta.

Los encuestados fueron contactados a través de sus respectivos correos electrónicos, en base a los datos obtenidos en el Catastro Turístico del año 2019, siendo este el último catastro actualizado hasta la presente fecha. En el correo electrónico enviado a cada uno de los representantes de establecimientos de alojamiento turístico, se les indicó el propósito del estudio y cuál sería su aporte en el mismo al participar en la encuesta.

Cabe recalcar que esta fue enviada a los 3,860 establecimientos de alojamiento turístico que conformaron la población finita, a pesar de que la muestra era de 350. Esto se dio con el fin de poder establecer contacto con un mayor número de establecimientos de alojamiento turístico que se encontraran interesados en ser parte del evento.

Tabla 2.3 Clasificación de establecimientos de alojamiento turístico que participaron en la encuesta.

Cantidad	Clasificación
30	Hotel
23	Hostal
11	Hostería

Fuente: Elaboración propia (2020).

Observación

La observación según lo mencionado por Malhotra (2008), es aquella técnica que se basa en identificar patrones de comportamiento de lo que se observa. Esta no depende de si el observador está estudiando el fenómeno en el momento o en base a uno en el pasado.

Se hizo uso de la observación estructurada, en la cual se observó de manera detallada diferentes eventos virtuales organizados por Instituciones Académicas de tercer nivel. Para así, poder identificar las características de un evento de este tipo con el objetivo de poder ejecutarlo de una manera más acertada.

2.1.4 Instrumento de investigación

Los instrumentos de investigación utilizados fueron: las guías de las entrevistas (Apéndice A, B, C, D) , el cuestionario de la encuesta (Apéndice E) y la ficha de observación.

La guía de la entrevista estaba formada por preguntas abiertas en base al tema de investigación establecido.

El cuestionario contaba con preguntas establecidas en un orden lógico y con preguntas de alternativa fija, esto quiere decir que los encuestados debieron elegir sus respuestas acordes a las opciones presentadas por el encuestador.

La ficha de observación estaba compuesta de aspectos específicos que se debían observar en el evento.

2.1.5 Software empleado

Los programas informáticos que se utilizaron a lo largo de la investigación fueron los de Microsoft Office y Google. De Microsoft Office se utilizaron los programas: Word y Excel. A través de estos se tabuló y transformó la información obtenida de la muestra.

De Google, se utilizó la aplicación Google Forms. Con esta aplicación se pudo elaborar las distintas encuestas que se desarrollaron en el presente proyecto.

2.1.6 Población y muestra

La población que formó parte de la investigación, fueron los establecimientos de alojamiento turístico de la siguiente clasificación: hoteles, hostales y hosterías. En el Catastro Turístico del año 2019, se encontraron registrados 3,860 establecimientos de alojamiento turístico pertenecientes a esta clasificación.

Como en este caso se conoce la cantidad total de establecimientos de alojamiento turístico en estas categorías, se reconoce a la población como finita. Por lo cual, la fórmula que se aplicó fue:

$$N = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

$$N = \frac{3860 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (3860-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$N= 350$$

Donde:

N = Total de la población

Z_a= 1.96 al cuadrado (seguridad del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d₂ = precisión del 5%

2.1.7 Prototipo

La metodología Design Thinking integra en su fase final el prototipado y a su vez esta se subdivide en dos etapas: el prototipado de baja y el prototipado de alta. El prototipado de baja consiste en mostrar una parte del trabajo que se pretende realizar con la finalidad de responder a una determinada problemática de la sociedad. En ocasiones se llega a cumplir con el prototipo de alta y las validaciones las realizan los stakeholders y estos a su vez dan pautas a evaluar distintos panoramas del proyecto, estos pueden ser desde la relevancia hasta la forma en la que se los lleva a cabo.

El presente proyecto tiene como finalidad la ejecución del conversatorio virtual, por lo cual se considera fundamental realizar el prototipo de baja y a su vez el prototipo de alta.

Prototipo de baja

En este caso, el prototipo de baja nos permitirá validar previo a su ejecución el diseño del conversatorio. Para ello, se seleccionarán a 6 actores, a los cuales se les presentará un storyboard (Apéndice F) y este será validado a través de la ficha de validación (Apéndice G). Los actores elegidos fueron los siguientes:

Tabla 2.4 Actores a cargo de validar el prototipo de baja

Validación del Prototipo de baja		
Nº	Nombre	Cargo
1	Ing. Ángel Jiménez	Propietario y Administrador Hostal Savoy
2	Lic. Jorge Vargas	Propietario y Administrador Hotel Niucanche
3	Lic. Lilian Pinoargote	Administradora Hotel Élite Internacional
4	Ing. Bárbara Palacios	Administradora Park Hotel
5	Arq. Luis Orquera	Técnico del Ministerio de turismo de la Coordinación Zonal.
6	Ing. Gabriela Santamaria	Jefa de Departamento de marketing y ventas Hotel Chimenea Casa de Piedad

Fuente: Elaboración propia (2020).

Prototipo de alta

Este prototipo es necesario para validar una vez ejecutado el evento sus aspectos positivos y negativos. En este caso, las personas que estarán a cargo de su validación serán los invitados y asistentes al evento que completen el formulario de satisfacción post evento (Apéndice H), en el cual se validará que se haya cumplido con los objetivos del evento.

Tabla 2.5 Preguntas del formulario de satisfacción post evento.

No	Pregunta
1	¿Qué tan satisfecho se encuentra con el evento?
2	¿Cómo calificaría la puntualidad del evento?
3	¿Cómo calificaría la organización del evento?
4	Por favor, indique que tan de acuerdo está con la declaración: La duración del evento fue perfecta. (Ni muy largo ni muy corto)
5	De manera general, ¿Cómo calificaría el desenvolvimiento de los expositores?

6	¿El evento le ayudó a obtener nuevos aprendizajes o conocimientos?
7	¿Cree usted que aplicaría el conocimiento obtenido en su empresa, negocio, trabajo, emprendimiento, etc.?
8	Por favor, indique 3 cosas que más le gustaron del evento.
9	Por favor, indique si hubo algo que no le gustara del evento.
10	¿Tiene algún comentario o sugerencia para nosotros?

Fuente: Elaboración propia (2020).

2.1.8 Matriz de Feedback

En la fase final de la metodología Design Thinking la matriz de Feedback juega un papel muy importante. A través de esta herramienta se puede recolectar de manera estructurada la información obtenida en ambas fases de validación, en este caso el prototipo de baja y el prototipo de alta. Aplicar esta matriz ayudará a obtener información destacable de las ideas y opiniones de los entes asignados para la validación del evento.

Figura 2. 2 Matriz de Feedback



Fuente: Google (2020).

2.2 Metodología del evento.

Definir objetivo del evento

El objetivo del evento se estableció en base a las necesidades actuales del sector turístico en medio de esta crisis ocasionada por el Covid-19.

Identificar público objetivo

El público objetivo del evento se identificó a través de las entrevistas realizadas a los entes reguladores del sector turístico del Ecuador, quienes permitieron reconocer que subsector precisa de información y ayuda en estos momentos.

Establecer fecha y hora

La fecha y hora fue elegida en conjunto con Carla Hidalgo, el Área de Comunicación de la FCSH de la ESPOL. Fue primordial contar con este apoyo puesto que, al ser quienes organizan todos los eventos de la Facultad, cuentan con una amplia experiencia en eventos de este tipo. En base a esta fue sugerido tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Días de la semana que los eventos tienen mayor número de espectadores.
- Hora del día en la que eventos virtuales tienen más audiencia.

Elaborar cronograma de actividades

Esta herramienta se elaboró con el fin de poder llevar un orden en cada una de las actividades requeridas para la planificación y organización del evento. Para de esta manera, poder ejecutar el evento en la fecha establecida y sin ningún contratiempo.

Definir formato del evento

Existen diversas plataformas con las cuales se puede hacer llegar información de manera virtual a una comunidad determinada, entre estas herramientas se encuentran: Webinar, Webcast, Audioconferencia y Video telepresencia.

Para la realización de este evento se eligió ejecutarlo en formato Webinar, esto debido a que sus características principales se asemejan mucho a las de un conversatorio, el cual formaba parte inicial de la base del presente trabajo. Además, el Webinar es

un enlace que genera vínculos interactivos entre los ponentes y la audiencia, permite manejar de mejor manera los controles del entorno y es mucho más fácil que los usuarios logren entender la información a través de este medio.

Establecer temas de interés

Para determinar los temas de interés se realizó una encuesta en la cual participaron 64 establecimientos de alojamiento turístico interesados en asistir un evento de este tipo. En la encuesta se les proporcionó a manera de respuestas de opción múltiple diversas temáticas obtenidas de las entrevistas a expertos digitales, esto con el fin de identificar en cuales tenían principal interés de aprender.

Seleccionar expositores

El primer paso la selección de los ponentes fue la búsqueda de expertos en los temas de interés previamente elegidos. Este contacto se efectuó vía correo electrónico, a través de la búsqueda de las páginas web y redes sociales de sus empresas, y posteriormente mediante entrevistas. A aquellos que aceptaron ser parte del evento como expositores, se les solicitó su respectiva hoja de vida, en base a la cual se realizó una validación en conjunto con la tutora del proyecto, en la cual se verificó que cada uno de ellos cuenten con experiencia y clientes en el sector turístico y casos de éxito de estos. A su vez, se consideró vital contar con una representante de la Academia, experta en estudios socioculturales, específicamente con estudios previos en temas de Covid-19.

Seleccionar la plataforma de transmisión

La plataforma de transmisión del evento fue seleccionada por el área de comunicación de la FCSH, en base a la plataforma con la que usualmente trabajan al momento de realizar eventos de la Facultad, Zoom, por temas de seguridad y evitar cualquier tipo de hackeo. Por ello, se elaboró también un registro previo (Apéndice I) para que solamente los invitados que lo completaran pudieran acceder a la sesión del evento. los demás participantes fueron parte del mismo, desde vía Facebook Live.

Elaborar y enviar invitaciones

Las invitaciones de los expositores fueron redactadas por los organizadores del evento y enviadas a cada uno de ellos desde el correo de la Decana de la FCSH. A su vez, se enviaron invitaciones personalizadas a cada uno de los invitados, representantes de establecimientos de alojamiento turístico y docentes de la carrera de Licenciatura en Turismo, a sus respectivos correos electrónicos.

Difundir del evento

Para la difusión del evento, se diseñó un arte, el cual estuvo a cargo del Área de Comunicación de la FCSH de la ESPOL. Una vez realizado el arte, se procedió a difundir el evento en las redes sociales de la FCSH.

Elaborar el programa del evento

El programa del evento fue realizado con el fin de que todos los espacios en el evento estuvieran cronometrados y así cumplir con el tiempo de duración establecido. Puesto que, al ser un evento ejecutado en una plataforma virtual, se corre el riesgo de que la audiencia pierda el interés si el evento se torna muy extenso.

El programa fue compartido con el comité organizador, área de comunicación y expositores.

CAPITULO 3

3. RESULTADOS

En vías del cumplir con el objetivo 1, los entes reguladores en el presente estudio fueron el MINTUR y la FENACAPTUR. La investigación exploratoria desarrollada a través de entrevistas semiestructuradas estuvo centrada en conocer desde su punto de vista la situación actual que vive el sector turístico. Los resultados más relevantes se pueden encontrar en las siguientes tablas:

Tabla 3.1 Entrevista a MINTUR

MINTUR Entrevistado: Arq. Luis Orquera.	Uno de los sectores productivos más afectados es el turismo, puesto que vende experiencias y vivencias.
	La pandemia ha generado la necesidad de reinventar y hacer propuestas de innovación que le permitan al turismo evolucionar, mantenerse y ser resilientes.
	Las Pymes que han podido incluir el servicio de delivery son las que han podido mantenerse en el mercado. No así aquellas empresas que por motivos de desconocimiento o muy poca familiaridad con la tecnología no han podido hacerlo.
	No todos los subsectores del sector turístico tienen la posibilidad de brindar un servicio delivery para salir adelante. Un ejemplo clave es el sub- sector de alojamiento.
	El tema digital ofrece una serie de beneficios a los sectores productivos que están buscando sostenerse y sobresalir en el mercado.
	Del 100% de la población nacional, el 68% tiene acceso a la tecnología y el otro 32% queda por fuera por carácter económico, cultural o educativo.
	Se están brindando capacitaciones virtuales a artesanos acerca de fabricación, acabados, diseño y a establecimientos de alojamiento en temas de calidad y protocolos de bioseguridad.
	Solo el 25% de las empresas turísticas están formalmente establecidas con conocimientos académicos. Mayoritariamente son empresas familiares donde una sola persona es la que se encarga de todo.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Tabla 3.2 Entrevista a FENACAPTUR

<p>FENACAPTUR Entrevistado: Ing. Holbach Muñetón.</p>	El sector turístico se encuentra paralizado.
	El sector turístico previo a la pandemia había sufrido pérdidas a causa del paro que se dio en el mes de octubre y con la crisis de la pandemia el sector aumento sus pérdidas
	Se necesitan pelear por políticas que favorezcan al sector turístico.
	No hay mayor apoyo por parte del Gobierno y la poca ayuda que existe cuenta con requisitos y condiciones muy limitadas.
	El servicio de delivery ayuda a que las empresas no se encuentren en una peor condición. No obstante, no las saca de números rojos.
	Actualmente es muy difícil que el sector invierta en tecnología puesto que sus prioridades son las grandes deudas en servicios básicos y gastos de nómina.
	La Cámara de Turismo del Guayas realiza eventos virtuales en torno a los temas de innovación en el sector turístico.

Fuente: Elaboración propia (2020).

De los datos obtenidos se pudo reconocer que, entre los subsectores del sector turístico, el de alojamiento está en estado crítico y precisa de ayuda. A causa de esto, se precisó entrevistar a los representantes de 7 establecimientos de alojamiento turístico:

Tabla 3.3 Entrevista a representantes de establecimientos de alojamiento turístico

<p>Representantes de establecimientos de alojamiento turístico Entrevistados: Propietarios y Administradores (Tabla 2.1 y Tabla 2.2)</p>	<p>No se ha obtenido ayuda por parte de los entes reguladores del turismo.</p>
	<p>Se ha recibido muchas capacitaciones en torno a temas de bioseguridad, más no en cuanto al uso de las tecnologías.</p>
	<p>La Cámara de Turismo no ha invitado a participar a los establecimientos de alojamiento de manera directa a los programas de charlas de innovación.</p>
	<p>Las herramientas tecnológicas que suponen una mejoría en los establecimientos están fuera de las posibilidades económicas.</p>
	<p>Se realizan procesos de manera tradicional.</p>
	<p>Se cuenta con páginas web sin botones de pagos en línea.</p>

Fuente: Elaboración propia (2020).

En base a la información recabada se realizó el siguiente análisis:

Tabla 3.4 Análisis de las entrevistas

<p>Entrevistas a MINTUR, FENACAPTUR y Representantes de establecimientos de alojamiento turístico.</p>
<p>Se puede afirmar según la información recopilada que el apoyo que se le brinda a las Pymes del sector turístico no es el suficiente, ni va encaminado a las necesidades que estas presentan. Esto debido a que, actualmente la ayuda que el MINTUR le está brindando a estas empresas se basa en capacitaciones en temas de acabados de productos dirigida a artesanos y en protocolos de bioseguridad para establecimientos de alojamiento turístico; y a su vez, en un aporte económico a través de la campaña ReactívatE Ecuador. Dejando de lado algún tipo de charla o capacitación en torno al uso de las tecnologías que han sido clave en estos tiempos de distanciamiento y aislamiento. Por otro lado, la Cámara de Turismo del Guayas a raíz de la pandemia creó un programa, en el cual se comparten a través de conversatorios las experiencias de propietarios de empresas del sector turístico que han innovado en sus empresas haciendo uso de las tecnologías. Sin embargo, los representantes de los establecimientos de alojamiento turístico manifestaron en su mayoría, no estar al tanto de la organización de estas charlas y no estar satisfechos con el contenido compartido, al no adaptarse a sus necesidades.</p> <p>Desde la Constitución se promulga el acto de digitalizar como un derecho de todos y para todos. Sin embargo, los esfuerzos que la Federación Nacional de Cámaras de Turismo realiza para alfabetizar</p>

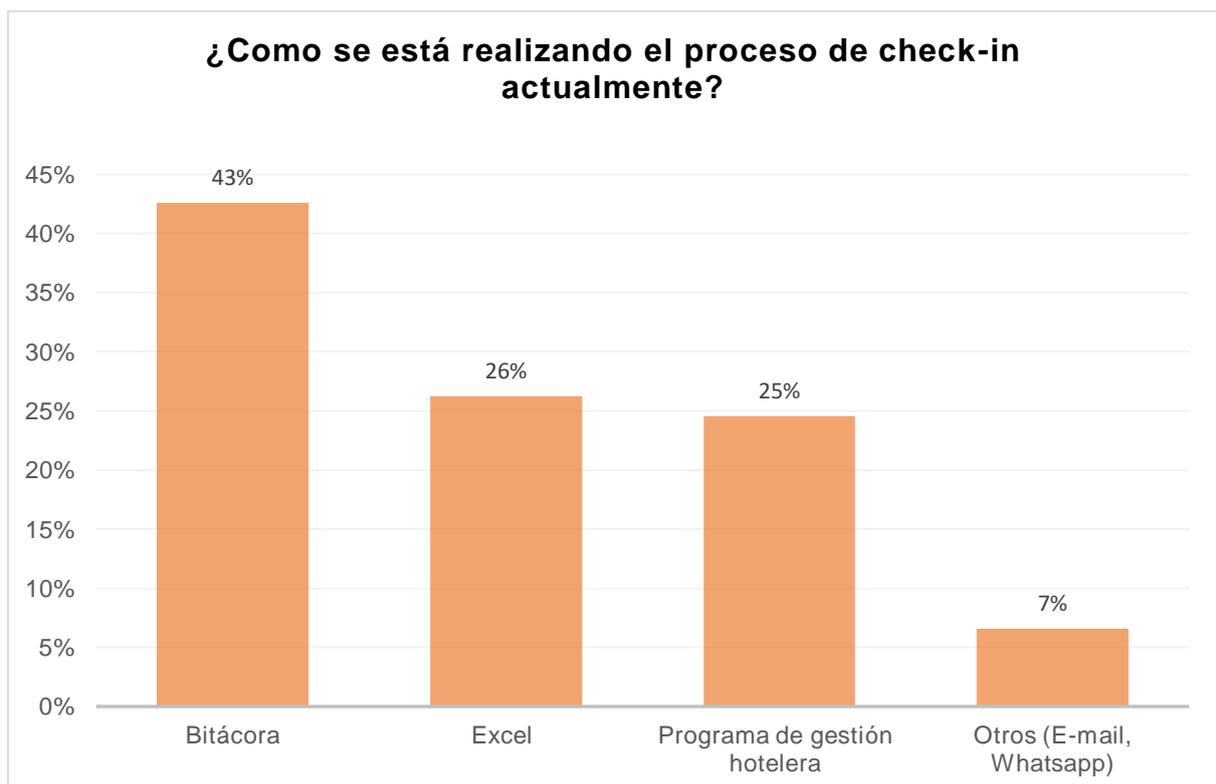
digitalmente se lanzan de manera generalizada, por tanto, no existe una retroalimentación efectiva que garantice un adecuado uso de las TICs por parte de los propietarios de establecimientos de alojamiento turístico.

En medio de este conflicto, los expertos digitales aseguran que sin el uso de la tecnología los propietarios de los establecimientos de alojamiento turístico no pueden promocionarse ni mantenerse en la mente del consumidor. Por ende, es importante que tanto propietarios como administradores conozcan a fondo este tema y pierdan el miedo a los medios digitales.

Fuente: Elaboración propia (2020).

A fin de obtener más información se procedió a encuestar a los 3,860 establecimientos que eran parte de la población finita, aun cuando la muestra era de 350 establecimientos. De estos, tan solo se obtuvo respuesta de 64 establecimientos. Los resultados más significativos se observan a continuación:

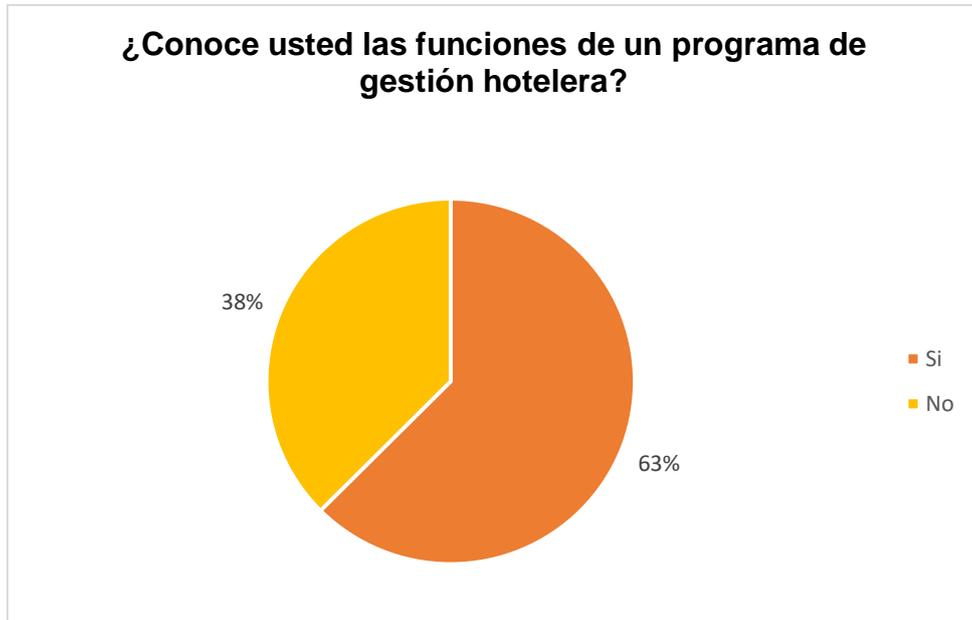
Figura 3. 1 Proceso de Check-in



Fuente: Elaboración propia (2020).

De los establecimientos de alojamiento turístico encuestados, actualmente la mayoría realiza el check-in de manera tradicional, haciendo uso principalmente de: bitácora y Excel.

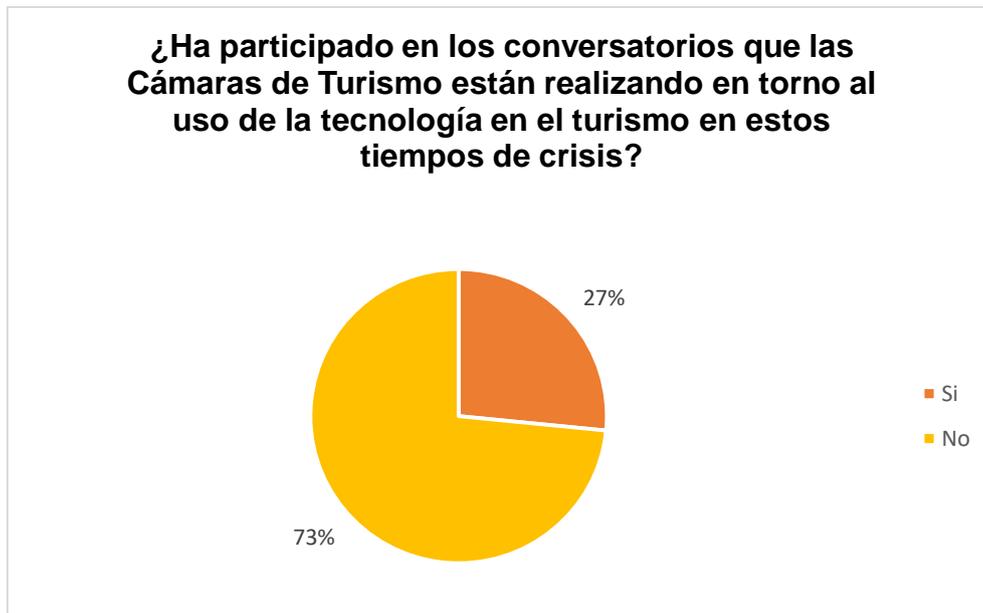
Figura 3. 2 Programa de gestión hotelera



Fuente: Elaboración propia (2020).

Las personas que están a cargo de los establecimientos en su mayoría conocen las funciones de un programa de gestión hotelera. Sin embargo, es necesario recalcar que se obtuvo que una cantidad significativa de propietarios y administradores que aún desconocen del tema.

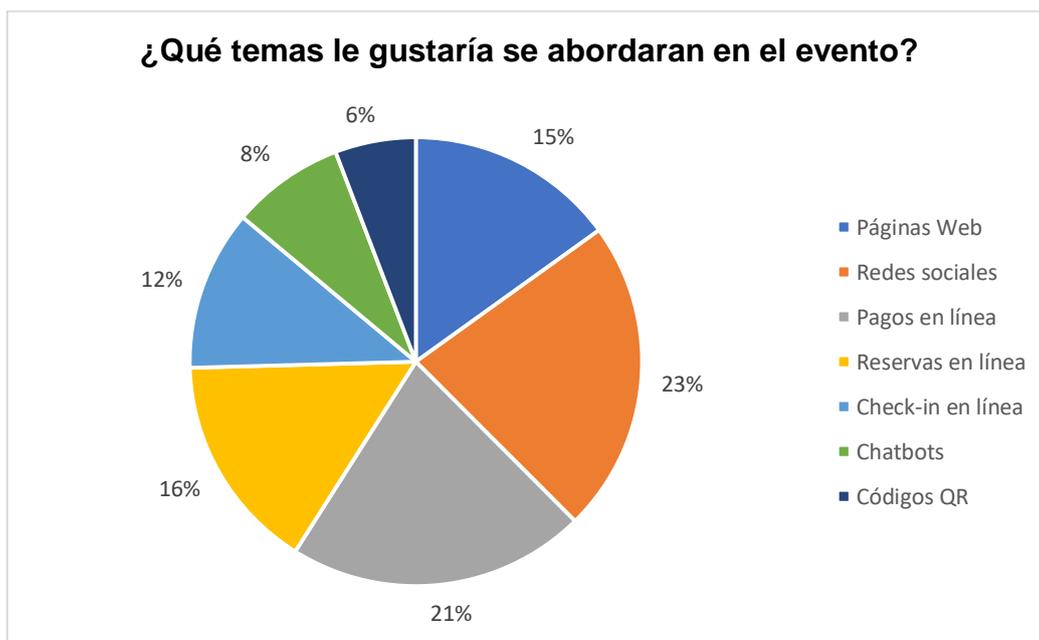
Figura 3. 3 Asistencia a conversatorios de las Cámaras de Turismo



Fuente: Elaboración propia (2020).

Los conversatorios realizados por las Cámaras de Turismo, en los cuales se abordan temas de innovación tecnológica no están siendo observados por los representantes de los establecimientos de alojamiento turístico.

Figura 3. 4 Temas de interés para el evento



Fuente: Elaboración propia (2020).

La mayoría de los interesados en participar en el evento, manifestaron querer conocer acerca de: redes sociales, pagos en línea y reservas en línea.

Esta encuesta permitió realizar el siguiente análisis:

Tabla 3.5 Análisis de la encuesta

Encuesta realizada a representantes de establecimientos de alojamiento turístico
<p>Los establecimientos de alojamiento turístico en el Ecuador no se encuentran del todo digitalizados. A pesar de lo sucedido a causa del Covid-19, la gran mayoría no ha implementado el uso de tecnologías que les permitan mantener el mínimo contacto posible con sus huéspedes y así salvaguardar la vida tanto de sus colaboradores como la de sus clientes. Pues son muchos los propietarios y administradores que hasta el día de hoy optan por manejar los procesos de sus establecimientos de manera tradicional.</p> <p>Actualmente gran parte de los establecimientos de alojamiento turístico cuentan con presencia en redes sociales y en Páginas Web, sin embargo, son contados los que les brindan a sus huéspedes la facilidad de realizar transacciones en línea. Por otro lado, el check-in y check-out se están realizando mediante el uso de bitácoras, al no contar con programas de gestión hotelera. Incluso, existen propietarios y administradores que desconocen acerca de las funciones de estos tipos de programas, evidenciando así la existencia de un analfabetismo digital en ellos.</p> <p>No obstante, fue evidente notar que hay un gran interés en formar parte de eventos que les permitan conocer y aprender sobre las diferentes herramientas tecnológicas que pueden ser aplicadas en el sector turístico para que de esta manera puedan realmente implementarlas. Pues existe un descontento con la información que las capacitaciones que las Cámaras de Turismo, al no obtener información que les sea principalmente útil.</p> <p>Los temas en los que más interés tuvieron son: redes sociales, pagos en línea y reservas en línea.</p>

Fuente: Elaboración propia (2020).

A fin de cumplir con el objetivo 2, para las entrevistas a expertos en temas de digitalización y brechas digitales, se procedió a contactar a expertos en las siguientes áreas: innovación, marketing digital, soluciones de softwares integrales y estudios globales y socioculturales. Las entrevistas realizadas estuvieron enfocadas en identificar las diferentes formas de aplicar las TICs en el sector de turístico y a la vez invitarlos a participar como ponentes en el evento. La información más relevante se muestra en las siguientes tablas:

Tabla 3.6 Entrevista a experto en innovación

Experto en innovación	La problemática de las Pymes hoteleras para lograr una transformación digital radica en un tema presupuestario y cultural, debido al poco conocimiento de nuevas soluciones y servicios que tienen a su disposición y prefieren seguir con la metodología tradicional.
	La cámara de turismo desde la pandemia ha creado un programa vía Facebook que aborda las experiencias de empresarios en la adopción de procesos de transformación digital.
	El internet de las cosas es uno de los facilitadores para la transformación digital.
	La tecnología es el medio para llegar a la transformación y su adopción radica en el sentido común y ganas para el cambio.
	En la transformación digital la clave es el proceso.
	Opciones tecnológicas para venta en línea: WhatsApp, aplicación customizada, comercio web por computadoras o tabletas.
	Las opciones tecnológicas que se adopten dependen del alcance con el que la empresa quiera llegar a cubrir la venta de su servicio o producto.
	No todos los servicios se pueden vender en línea, depende de los entes regulatorios.
	La transformación digital no depende de que una empresa este 100% digitalizada.
	La pandemia fue un impulsor de la transformación digital.
	Los establecimientos durante la pandemia pueden realizar un refrescamiento de marca en redes sociales para mantenerse presente en el consumidor.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Tabla 3.7 Entrevista a experto en Marketing Digital

Experto en Marketing Digital	El mayor reto para digitalizarse es cambiar la estructura de tradicional de trabajo.
	Toda empresa que quiera tener presencia digital debe pasar por las redes sociales.
	Las redes sociales solas no hacen nada, todas las empresas deben hacer inbound marketing.
	Un Website bien diseñado es una buena carta de presentación.
	Desde la pandemia la gente es más digital, busca y paga todo por internet.

	Los gestores de contenido a la medida se posicionan más rápido, puesto que Google reconoce quien está haciendo bien el proceso.
--	---

Fuente: Elaboración propia (2020).

Tabla 3.8 Entrevista a experto en innovación y transformación digital

Experto en innovación y transformación digital	El uso de Google Business y redes sociales son buena opción para digitalizar a corto plazo.
	Servicios en la nube, pagos en línea y páginas web robustas son parte de la transformación a largo plazo.
	Computación en la nube es una buena opción para empresas pequeñas.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Tabla 3.9 Entrevista a experto en estudios globales y socioculturales

Experta en estudios globales y socioculturales	Se debe buscar como disminuir el analfabetismo digital lo más rápido posible.
	Se debe identificar que tan digitalizados se encuentran los establecimientos.
	Se debe decidir en qué temas se debe alfabetizar a los propietarios de los establecimientos de alojamiento.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Tabla 3.10 Entrevista a experto en soluciones de softwares integrales

Experto en soluciones de softwares integrales	Los softwares integrales agilizan procesos que normalmente genera contacto con colaboradores de los establecimientos.
	Son intuitivos y fáciles de manejar.
	Se adaptan a todo tipo de empresa.

Fuente: Elaboración propia (2020).

La información primordial se recabó de estos expertos se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla 3.11 Análisis de entrevistas a expertos

Entrevistas realizadas a expertos digitales.
Las personas durante el confinamiento se volvieron más digitales, buscan y adquieren productos o servicios a través de Internet y esto es algo que difícilmente desaparecerá después de la pandemia. Razón por la cual, las empresas de los diferentes sectores económicos del país se han visto en la necesidad de digitalizar sus procesos para mantenerse en el mercado. Sin embargo, para las Pymes

del subsector de alojamiento no es un proceso tan fácil de sobrellevar, pues, presentan un problema de carácter cultural, basado en el desconocimiento de las nuevas soluciones y servicios que pueden implementar en sus establecimientos y de carácter monetario, debido a la crisis que el sector está viviendo.

Es así como se corroboró la importancia de alfabetizar a los representantes de los establecimientos de alojamiento turístico respecto a herramientas digitales gratuitas y de bajo presupuesto.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Con el propósito de cumplir con el objetivo 3, se realizó la validación del prototipo de baja para iniciar la organización del evento. En la cual se obtuvo lo siguiente:

Tabla 3.12 Resultados de la ficha de validación del prototipo de baja.

Aspectos	Calificación
Conveniencia del prototipo	30/30
Factibilidad en la ejecución del prototipo	26/30
Calidad del prototipo	29/30

Fuente: Elaboración propia (2020).

A su vez, esta validación permitió identificar aspectos positivos, negativos y mejoras previo a la planificación del evento:

Tabla 3.13 Resultados de la Matriz de Feedback del prototipo de baja.

Aspectos positivos	Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Información necesaria para propietarios de establecimientos de alojamiento turístico. • El proceso de ejecución • La voluntad de realizar el proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> • La cobertura del estudio debería ser amplia aun cuando pueda ser segmentada por giro de negocio turístico.
Dudas	Mejoras
<ul style="list-style-type: none"> • ¿El proceso de socialización de la propuesta es participativo e incluyente entre los actores turísticos? 	<ul style="list-style-type: none"> • Las encuestas y entrevistas deberían cubrir todos los sectores de servicios turísticos

Fuente: Elaboración propia (2020).

Acorde a esta información, se pudo obtener que ejecutar un evento de este tipo resultaría factible y de gran ayuda para el sector turístico. Es así, que se comenzó a planificar y organizar el evento detallado a continuación:

Objetivo del evento:

Transmitir información relevante acerca del uso de las TICs a los representantes de establecimientos de alojamiento turístico con el fin de reinventar el turismo en tiempos de Covid-19.

Público objetivo:

Sector empresarial y sector académico.

Fecha y hora

La fecha seleccionada para realizar el evento fue el jueves 20 de agosto de 2020, a las 15h00.

Cronograma de actividades:

El cronograma que se elaboró como parte de la organización del evento es el que se presenta a continuación:

Figura 3. 5 Cronograma de actividades

No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	JULIO				AGOSTO			
			1	2	3	4	1	2	3	4
Antes del evento										
1	Definir el objetivo del evento	Jasmin Reina - Genesis Zurita								
2	Definir el formato del evento	Jasmin Reina Genesis Zurita								
3	Seleccionar plataforma de transmisión	Jasmin Reina Genesis Zurita								
4	Entrevistar posibles ponentes	Jasmin Reina Genesis Zurita								
5	Validar ponentes	Jasmin Reina Genesis Zurita Raizza Maquizaca								
6	Seleccionar ponentes y moderador	Jasmin Reina Genesis Zurita								
7	Solicitar hoja de vida de ponentes seleccionados	Jasmin Reina Genesis Zurita								
8	Solicitar autorización para el evento	Genesis Zurita								
9	Seleccionar fecha y hora	Jasmin Reina Genesis Zurita								
10	Elaborar cronograma	Jasmin Reina Genesis Zurita								
11	Elaborar programa	Jasmin Reina Genesis Zurita								
12	Establecer normas de convivencia	Jasmin Reina								
13	Elaborar presupuesto	Genesis Zurita								
14	Realizar invitación	Genesis Zurita								
15	Diseñar la línea grafica del evento	Carla Hidalgo								
16	Difundir el evento	Carla Hidalgo								
17	Elaborar ficha de registro de participantes	Jasmin Reina								
18	Elaborar encuesta post-evento	Genesis Zurita								
19	Reunión de prueba	Jasmin Reina Genesis Zurita Carla Hidalgo								
20	Asignar roles y actividades del staff	Genesis Zurita								
Durante el evento										
1	Supervisión técnica del evento	Carla Hidalgo								
2	Apertura de la señal	Carla Hidalgo								
3	Aceptar ingreso de participantes	Carla Hidalgo								
4	Bienvenida	Jasmin Reina								
5	Manejo del tiempo y orden del programa	Jasmin Reina Genesis Zurita								
6	Banco de preguntas	Jasmin Reina								
7	Cierre de la señal	Carla Hidalgo								
Después del evento										
1	Lanzar encuesta post-evento	Jasmin Reina								
2	Carta de agradecimiento a ponentes	Genesis Zurita								

Fuente: Elaboración propia (2020).

Temas de interés

Los temas seleccionados en base al interés de los representantes de establecimientos de alojamiento turístico fueron:

Tabla 3.14 Temas de interés para abordar en el evento

Nº	Tema
1	Uso de redes sociales
2	Pagos en línea
3	Reservas en línea

Fuente: Elaboración propia (2020).

Selección de Expositores

Los ponentes seleccionados para el evento son los mostrados a continuación:

Tabla 3.15 Expositores seleccionados para el evento

Nombre	Área de trabajo
P.hD. Vanessa León	Docente de la FCSH y Experta en estudios socioculturales y globales.
Ab. Carmen Prieto	Presidenta de Cono Consultores y Experta en innovación.
M.Sc. Miguel Trujillo	Director de Marketing digital en Monkey Puls BC y Experto en proyectos digitales y comercio electrónico.
Ing. Danilo Reyes	Gerente General de Zeus Tecnología Ecuador y Experto en administración de sistemas de información para hoteles.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Difusión del evento

Para la difusión del evento, el área de comunicación de la FCSH diseño un arte y el resultado fue el siguiente:

Figura 3. 6 Arte del evento



Fuente: Elaboración propia (2020).

Programa del evento

El programa que se elaboró es el detallado a continuación:

Figura 3. 7 Programa del evento

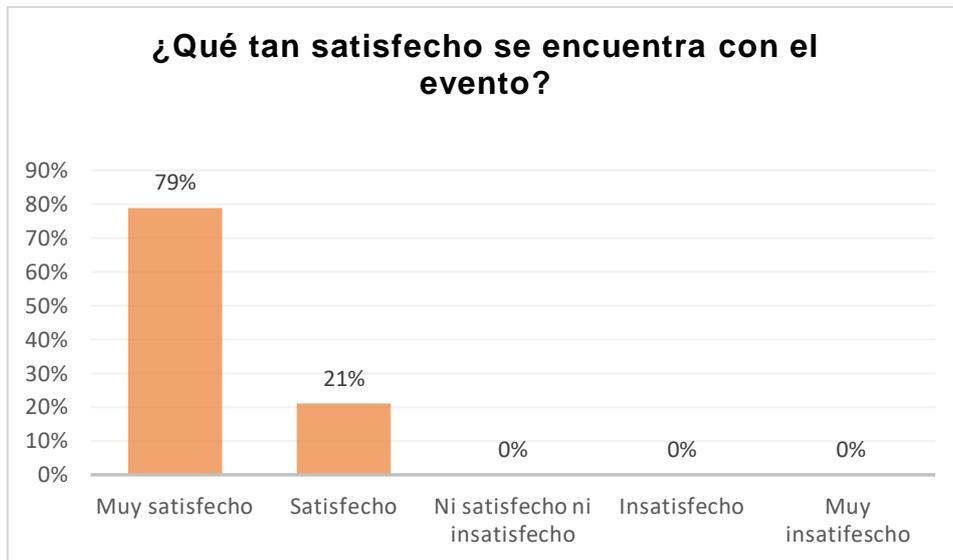
Webinar "Brechas digitales y digitalización del Turismo en tiempos de Covid-19".	
Hora	Actividad
14:50	Registro de expositores e invitados a Zoom
14:55	Apertura de la señal
15h02	Saludo - Moderador
15h05	Palabras de Bienvenida e Inicio del evento - Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas
15h10	Presentación de hoja de vida de Ponente #1
15h12	Intervención Ponente #1: PhD. Vanessa León (10 minutos) / Tema: Brechas digitales.
15h22	Presentación de hoja de vida de Ponente #2
15h24	Intervención Ponente #2: Ab. Carmen Prieto (10 minutos) / Tema: Transformación digital vs Digitalización aplicado a las pymes del sector turístico.
15h34	Presentación de hoja de vida de Ponente #3
15h36	Intervención Ponente #3: MSc. Miguel Trujillo (10 minutos) / Tema: E-commerce y Marketing digital en redes sociales.
15h46	Presentación de hoja de vida de Ponente #4
15h48	Intervención Ponente #4: Ing. Danilo Reyes (10 minutos) / Tema: Programa de soluciones integrales Zeus Tecnología.
15h58	Inicio ronda de preguntas (20 minutos)
16h18	Palabras de Agradecimiento y Clausura del evento
16h23	Despedida del moderador
16h25	Cierre de la señal

Fuente: Elaboración propia (2020).

Validación del prototipo de alta.

La validación del prototipo de alta se desarrolló una vez finalizado el evento, del cual se obtuvieron las siguientes respuestas principales:

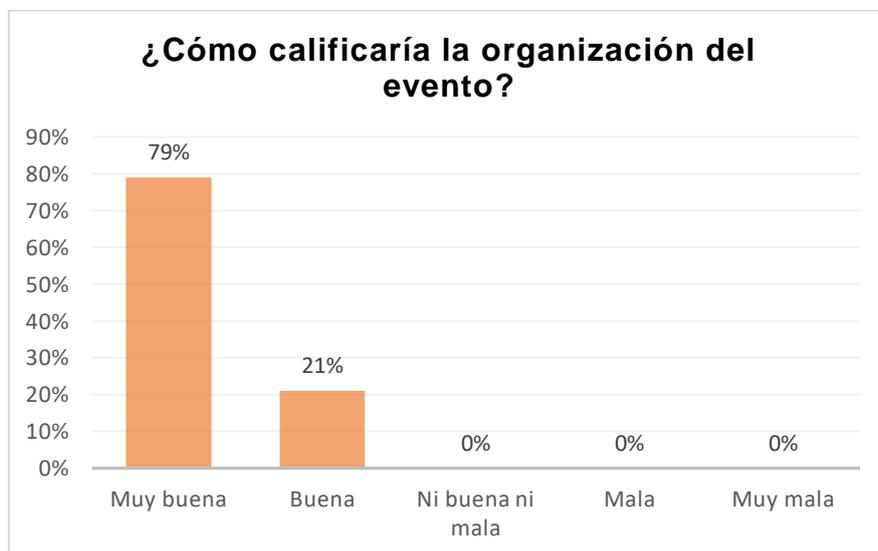
Figura 3. 8 Satisfacción del evento



Fuente: Elaboración propia (2020).

Los invitados y audiencia en su totalidad y de manera general quedaron satisfechos con el evento.

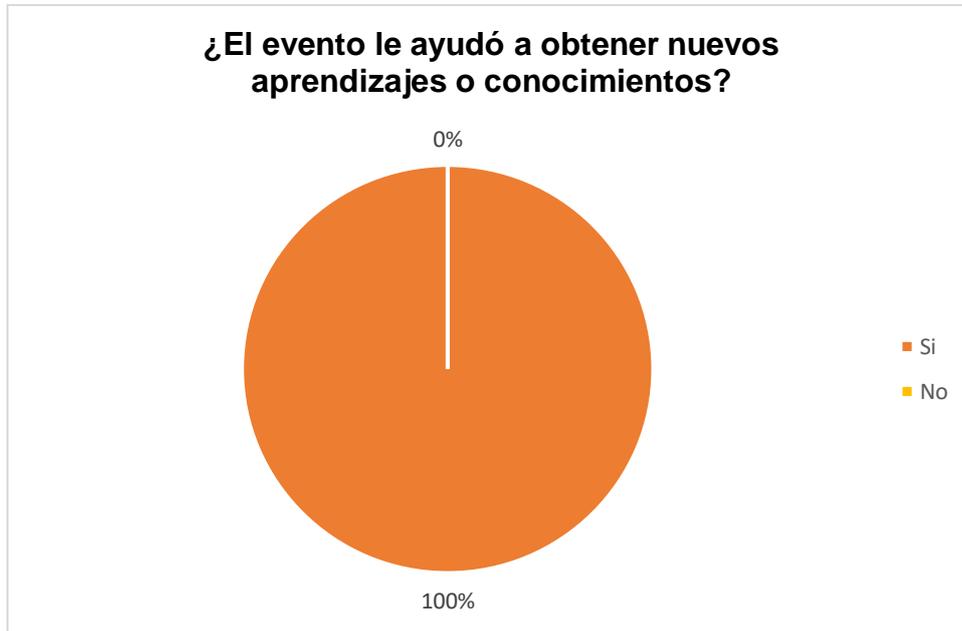
Figura 3. 9 Organización del evento



Fuente: Elaboración propia (2020).

Se pudo observar que el evento estuvo bien estructurado, debido a que la audiencia afirmó estar satisfecha con la organización del evento.

Figura 3. 10 Aprendizaje obtenido



Fuente: Elaboración propia (2020).

En este grafico se muestra el grado de importancia de este tipo de eventos, puesto que, los aprendizajes obtenidos por parte de la audiencia fueron significativos.

Así también, se validó el prototipo con los actores (Apéndice J, K) y esta fue útil para obtener la retroalimentación recopilada en la siguiente matriz de Feedback:

Tabla 3.16 Resultados de la Matriz de Feedback del prototipo de alta.

Aspectos positivos	Aspectos negativos
<p>El contenido</p> <p>La organización</p> <p>La manera de manejar los espacios de cada expositor</p> <p>Claridad de la informacion</p> <p>Espacio a preguntas</p> <p>Temas tratados e importancia dada al sector turistico.</p> <p>La experiencia en base a la que hablaron los expositores.</p>	<p>Problemas con el audio en ciertos momentos</p> <p>Un poco más de interaccion con los participantes</p>
Dudas	Sugerencias
No se efectuaron dudas	Sigasn realizando eventos con las empresas turisticas.

Fuente: Elaboración propia (2020).

CAPITULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar un conversatorio virtual conforme a las necesidades del sector turístico, para lo cual se realizaron encuestas a 350 de los representantes de alojamiento turístico del país. Cuyas respuestas sentaron las bases para la ejecución de un Webinar acerca de las brechas digitales y la digitalización del turismo en tiempos de Covid-19

A continuación, se menciona información en la cual se pudo evidenciar lo siguiente:

- Se identificó que existen analfabetismo digital entre los representantes de los establecimientos de alojamiento turístico
- Existe una atención inadecuada a este subsector por parte de entes reguladores y representantes del sector turístico
- Los representantes de alojamiento Turístico tienen un alto grado de interés en aprender a manejar estas tecnologías comunicacionales.

4.2 Recomendaciones

En base a la experiencia en el diseño de un evento de tipo virtual enfocado en alfabetizar a los representantes de alojamiento turístico y comunidad interesada se realizan las siguientes recomendaciones.

- ❖ Se recomienda realizar entrevistas in situ con los debidos protocolos de bioseguridad, puesto que la información se pueda dar de manera más fluida y rápida.
- ❖ Enviar invitaciones e iniciar la difusión del evento con un tiempo de dos semanas de antelación, dado que, a menor tiempo, menor flujo de participantes.

- ❖ Solicitar las diapositivas de los ponentes previo a los eventos, para evitar contratiempos y estar preparados para cualquier inconveniente que se presente.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, P. (2002). *La brecha digital : situación regional y perspectivas* (Vol. 35). Estudios Internacionales. doi:10.5354/0719-3769.2011.14714
- Bakibinga, P., Bakibinga, E., Bakibinga, S., & Bakibinga, D. (2020). Digital technologies in the COVID-19 responses in sub-Saharan Africa: policies, problems and promises. *Pan African Medical Journal*, 35. doi:10.11604/pamj.suppl.2020.35.2.23456]
- Bossolasco, M., Enrico, E., Casanova, B., & Enrico, R. (2017). Análisis de brechas de accesibilidad, uso y apropiación de las TIC en aspirantes al nivel superior universitario. Retrieved from <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/vir/article/view/1861/1715>
- Cabero, J., & Ruiz, J. (2017). Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. *Ijeri. International Journal of Educational Research and Innovation*. Retrieved from <https://idus.us.es/handle/11441/66918>
- Cañon, R., Grande, M., & Cantón, I. (2016). Brecha Digital: Impacto en el desarrollo social y personal. Factores asociados. *Tendencias Pedagógicas*(28).
- Castillo, E. (2020). *LA BRECHA DIGITAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR PÚBLICA DE LA ZONA 4 DEL ECUADOR: SITUACIÓN ACTUAL, NECESIDADES Y DESAFÍOS*. Salamanca. Retrieved from https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/143700/Elie%cc%81cer%20Castillo_PI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fàbregues, S., Meneses, J., Rodríguez, D., & Hélène, M. (2016). *Técnicas de investigación social y educativa*. UOC.
- Fernández, A. (2017). Innovación y destinos inteligentes: oportunidad para el know how turístico español. *Revista de Economía*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10045/68402>

- Gómez, D., Alvarado, R., Martínez, M., & Díaz, C. (2018). La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. *Revistas UNAM*, 06(16).
doi:<http://dx.doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2018.16.62611>
- ITU. (2019). *Estudio de caso: El ecosistema digital y la masificación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en Ecuador*.
- Loux, K., Oumlil, R., & Sguenfle, M. (2018). Role of digitalization in the strengthening of capacities of students in tourism institutions: case of encg agadir (university of ibn zohr) and ofppt of tata, Morocco. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1(3).
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Juárez: Pearson Educación.
- Ramos, D., & Arévalo, M. (2018). La prevalencia de la sociedad del conocimiento o la sociedad de la información como elementos estructurantes del sistema social. *Prisma Social: revista de investigación social*(20). Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6360027>
- Reuver, M., Sørensen, C., & Basole, R. (2017). *The digital platform: a research agenda*. Retrieved from <http://entsci.gatech.edu/resources/basole-2017-jit-digitalplatform.pdf>

APÉNDICES

5. APÉNDICE A

Guía de entrevista realizada al representante del Ministerio de Turismo del Ecuador.



**MATERIA INTEGRADORA
FCSH**

ENTREVISTA A MINTUR

1. ¿Cuáles son los nuevos retos que debe afrontar el turismo en el Ecuador?
2. ¿A qué se debe el cierre de algunas pequeñas y medianas empresas del sector?
3. ¿Las TIC forman parte de alguna estrategia a tomar por parte del Ministerio de Turismo para guiar o dar pautas a este sector en el uso de estas?
4. ¿Como cree usted que se podría reactivar el sector de alojamiento/turismo?

6. APÉNDICE B

Guía de entrevista realizada al representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador.



MATERIA INTEGRADORA

FCSH

GUÍA DE ENTREVISTA A FENACAPTUR

1. ¿Cuáles son los nuevos retos que debe afrontar el turismo en el Ecuador?
2. ¿A qué se debe el cierre de algunas pequeñas y medianas empresas del sector?
3. ¿Las TIC forman parte de alguna estrategia a tomar por parte de la cámara de turismo con el fin de guiar a este sector en el uso de estas?
4. ¿Cómo cree usted que se podría reactivar el sector de alojamiento/turismo?

7. APÉNDICE C

Guía de entrevista realizada a los representantes de establecimientos de alojamiento turístico del Ecuador.



**MATERIA INTEGRADORA
FCSH**

ENTREVISTA A REPRESENTANTES DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

1. ¿Qué medidas implementaron a raíz de la crisis?
2. ¿Identificaron nuevas líneas de negocios?
3. ¿Han participado en los conversatorios que actualmente están realizando las cámaras de turismo de cada provincia a través de Facebook Live?
4. ¿Han recibido capacitación referente al uso de las TIC y su aplicación en el sector turístico?
5. ¿Previo a la pandemia los procesos en su establecimiento los realizaban de manera tradicional o a través de medios digitales?
6. ¿Actualmente han adquirido nuevas tecnologías o contemplan hacerlo?
7. ¿Cuál es el mayor reto que debe enfrentar en estos tiempos de pandemia?

8. APÉNDICE D

Guía de entrevista realizada a expertos digitales.



MATERIA INTEGRADORA

FCSH

ENTREVISTA A EXPERTOS DIGITALES

1. ¿Cuál es la diferencia entre digitalización y transformación digital de una empresa?
2. Las empresas que quieren transformarse, ¿Deben inicialmente digitalizarse?
3. ¿Cuáles son las tendencias de la digitalización y transformación digital?
4. ¿Cuáles son las barreras que existen al momento de digitalizar y transformar una empresa?
5. Actualmente en estos tiempos de Covid-19 para que las empresas puedan sobrevivir y puedan mantenerse en el mercado, ¿Deberían digitalizarse y/o transformarse? ¿Por qué?
6. Tomando como ejemplo el sector turístico que a nivel mundial y según lo declarado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), es el sector productivo más afectado. ¿Cómo cree usted que podrían sus empresas (hoteles y restaurantes) hacer uso de la tecnología para poder encontrar soluciones que les permitan adaptarse a la nueva realidad a la que el turismo se enfrenta?
7. Tienen entre sus clientes, alguna empresa del sector turístico de la que puedan compartir un caso de éxito.

9. APÉNDICE E

Diseño de cuestionario de la encuesta realizada a los representantes de establecimientos de alojamiento turístico del Ecuador.



**MATERIA INTEGRADORA
FCSH**

CONVERSATORIO VIRTUAL “BRECHAS DIGITALES Y DIGITALIZACIÓN DEL TURISMO EN TIEMPOS DE COVID-19”

Debido al Covid-19, el turismo se ha visto muy afectado. Muchas empresas dedicadas a brindar el servicio de alojamiento han sido obligadas a dar un salto apresurado hacia el uso de tecnologías para poder sobrevivir a la crisis. Por esto es necesario identificar qué tan digitalizado se encuentra su establecimiento actualmente y como estaba previo a la pandemia. Esta encuesta tiene como objetivo conocer los temas que le interesarían aprender en el conversatorio.

Este es un proyecto realizado por estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), en conjunto con la universidad. Su participación es fundamental para poder llevarlo a cabo con éxito, por lo cual agradecemos su sinceridad al momento de responder las preguntas.

La encuesta le tomará aproximadamente 5 minutos. Para comenzar por favor diríjase a la siguiente sección.

SECCIÓN # 1: ANTES DE LA PANDEMIA

1. ¿Cómo realizaban el proceso de check-in?

___ Bitácora

___ Excel

___ Programa de gestión hotelera

___ Otro _____

2. ¿Cuántos años tiene la persona que realizaba el check-in?

-20 años

20-30 años

31-40 años

41-50 años

51-60 años

+60 años

3. ¿Contaba su establecimiento con una página web?

Si

No

4. Si su respuesta anterior fue "Si", Indique si desde la página web los clientes podían

Realizar pagos en línea

Si

No

5. ¿Cómo realizaban los huéspedes las reservas?

Walk-in

Llamadas telefónicas

Correo electrónico

Página web

Otros _____

6. ¿Qué medios utilizaban para promocionar el establecimiento?

Redes sociales

Volantes

Enganchadores

Otros _____

7. Si en la pregunta anterior eligió "redes sociales" como uno de sus medios de promoción, Indique cuáles utilizaba:

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Twitter
- Otras _____

SECCIÓN #2: DURANTE LA PANDEMIA

1. ¿Como están realizando el proceso de check-in?
 - Programa de gestión hotelera
 - Bitácora
 - Excel
 - Otro _____

2. ¿Cuántos años tiene la persona que realiza el check-in?
 - 20 años
 - 20-30 años
 - 31-40 años
 - 41-50 años
 - 51-60 años
 - +60 años

3. ¿Cuenta su establecimiento con una página web?
 - Si No

4. Si su respuesta anterior fue "Si", Indique si desde la página web los clientes pueden realizar pagos en línea.
 - Si No

5. . ¿Cómo están realizando los huéspedes las reservas?

() Muy insatisfecho

3. ¿Cree que la tecnología ha sido una herramienta de ayuda durante la pandemia?

___ Sí

___ No

4. ¿Le gustaría hacer uso de la tecnología para mejorar la experiencia de su huésped?

___ Sí

___ No

5. ¿Estaría interesado en participar en un conversatorio virtual, en el que se le proporcione información de este tipo adaptada a sus necesidades?

___ Sí

___ No

6. Si su respuesta anterior fue "Sí", ¿Sobre qué temas le gustaría aprender?

___ Páginas Web

___ Redes Sociales

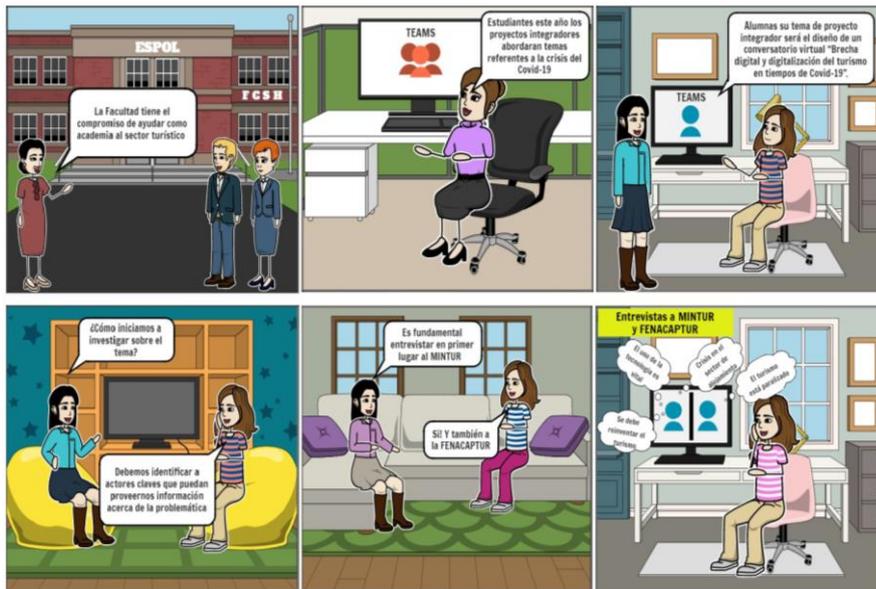
___ Pagos en Línea

___ Reservas en línea

___ Check-in en línea

___ Códigos QR

___ Otro _____



10. APÉNDICE F

Prototipo de baja fidelidad.

11. APÉNDICE G

Ficha de validación del prototipo de baja fidelidad.



espol Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

MATERIA INTEGRADORA

FCSH

Ficha de validación del prototipo de baja

Docente:

Ivonne Martin Moreno

Ciudad: Guayaquil

Tutora:

Raizza Maquizaca

Tema: Diseño de un conversatorio virtual “Brechas digitales y Digitalización del Turismo en tiempos de Covid-19”

Nombre de las personas evaluadas: Fernanda Zurita - Jasmin Reina

Nombre del evaluador:

Cargo del evaluador:

Correo electrónico:

Celular:

	Aspectos	Calificación
1. ¿Qué tan conveniente considera el prototipo?		/5
2. ¿Qué tan factible cree usted que sería ejecutar el prototipo?		/5
3. ¿Cómo calificaría la calidad del prototipo?		/5
	Total	/15

Aspectos	Aspectos	Dudas	Mejoras
Positivos	Negativos		

Firma del evaluador

Cédula

12. APÉNDICE H

Diseño de cuestionario de la encuesta de satisfacción realizada a los participantes del evento.

espol Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

MATERIA INTEGRADORA

FCSH

FORMULARIO DE SATISFACCIÓN DEL WEBINAR “BRECHAS DIGITALES Y DIGITALIZACIÓN DEL TURISMO EN TIEMPOS DE COVID-19”.

- 1. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el evento?**
- () Muy satisfecho
 - () Satisfecho
 - () Ni satisfecho, ni insatisfecho
 - () Insatisfecho
 - () Muy insatisfecho
- 2. ¿Cómo calificaría la puntualidad del evento?**
- () Muy buena
 - () Buena
 - () Ni buena, ni mala
 - () Mala
 - () Muy mala
- 3. ¿Cómo calificaría la organización del evento?**
- () Muy buena
 - () Buena
 - () Ni buena, ni mala
 - () Mala
 - () Muy mala
- 4. Por favor, indique que tan de acuerdo está con la declaración: La duración del evento fue perfecta. (Ni muy largo ni muy corto)**
- () Totalmente de acuerdo
 - () De acuerdo
 - () Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - () En desacuerdo
 - () Totalmente en desacuerdo
- 5. De manera general, ¿Cómo calificaría el desenvolvimiento de los expositores? (Donde 1 es la nota más baja y 5 la más alta)**
- ___1 ___2 ___3 ___4 ___5

6. ¿El evento le ayudó a obtener nuevos aprendizajes o conocimientos?
___Sí _____No
7. ¿Cree usted que aplicaría el conocimiento obtenido en su empresa, negocio, trabajo, emprendimiento, etc.?
___Sí _____No _____Tal vez
8. Por favor, indique 3 cosas que más le gustaron del evento.
9. Por favor, indique si hubo algo que no le gustara del evento.
10. ¿Tiene algún comentario o sugerencia para nosotros?

13. APÉNDICE I

Formulario de registro de los invitados previo al evento.



MATERIA INTEGRADORA

FCSH

REGISTRO DE INVITADOS AL WEBINAR “DIGITALIZACIÓN DEL TURISMO EN TIEMPOS DE COVID-19”.

- 1. Nombre**
- 2. Apellido**
- 3. Edad**
- 4. Correo electrónico**
- 5. Nombre del establecimiento de alojamiento turístico al que representa**
- 6. Cargo que ocupa en el establecimiento de alojamiento turístico**
- 7. Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico:**
 - Hotel
 - Hostal
 - Hostería
 - Hacienda Turística
 - Lodge
 - Resort
 - Refugio
 - Campamento Turístico
 - Casa de Huéspedes
- 8. Provincia donde está ubicado el establecimiento de alojamiento turístico:**
- 9. Ciudad donde está ubicado el establecimiento de alojamiento turístico:**
- 10. ¿Cuál es la red social más utilizada por el establecimiento de alojamiento turístico?**
 Twitter Facebook Instagram
- 11. ¿Con qué nombre o usuario se encuentra el establecimiento de alojamiento turístico en dicha red social?**
- 12. Preguntas para los expositores:**

14. APÉNDICE J

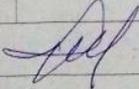
Fichas de validación firmadas por los actores.

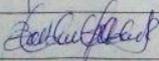
espol Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Validación del prototipo de baja			
Materia Integradora Licenciatura en Turismo			
Docente:		Tutora:	
Ivonne Martin Moreno		Raizza Maquizaca	
Ciudad: Guayaquil			
Tema: Diseño de un conversatorio virtual "Brechas digitales y Digitalización del Turismo en tiempos de Covid-19"			
Nombre de las personas evaluadas: Fernanda Zurita - Jasmin Reina			
Nombre del evaluador: <i>JORGE VARGAS - MACHUCA</i>			
Cargo del evaluador: <i>ADMINISTRADOR</i>			
Correo electrónico: <i>JORGE.VARGAS-MACHUCA</i>		Celular: <i>09162873944</i>	
Aspectos <i>@HOTMAIL.COM</i>		Calificación	
1. ¿Qué tan conveniente considera el prototipo?		5/5	
2. ¿Qué tan factible cree usted que sería ejecutar el prototipo?		4/5	
3. ¿Cómo calificaría la calidad del Prototipo?		5/5	
Total		14/15	
Aspectos Positivos	Aspectos Negativos	Dudas	Mejoras
Firma del evaluador: <i>[Firma]</i>		Cédula: <i>09XXXXXX0</i>	

espol Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Validación del prototipo de baja			
Materia Integradora Licenciatura en Turismo			
Docente:		Tutora:	
Ivonne Martin Moreno		Raizza Maquizaca	
Ciudad: Guayaquil			
Tema: Diseño de un conversatorio virtual "Brechas digitales y Digitalización del Turismo en tiempos de Covid-19"			
Nombre de las personas evaluadas: Fernanda Zurita - Jasmin Reina			
Nombre del evaluador: <i>Angel Segundo Jimenez Sakizac</i>			
Cargo del evaluador: <i>Administrador</i>			
Correo electrónico: <i>angel Jimenez@hotmail.com</i>		Celular: <i>099285734</i>	
Aspectos		Calificación	
1. ¿Qué tan conveniente considera el prototipo?		5/5	
2. ¿Qué tan factible cree usted que sería ejecutar el prototipo?		5/5	
3. ¿Cómo calificaría la calidad del Prototipo?		5/5	
Total		15/15	
Aspectos Positivos	Aspectos Negativos	Dudas	Mejoras
Firma del evaluador: <i>Angel Jimenez</i>		Cédula: <i>09XXXXXX09</i>	

Validación del prototipo de baja			
Materia Integradora Licenciatura en Turismo			
Docente: Ivonne Martin Moreno		Tutora: Raizza Maquizaca	
Ciudad: Guayaquil			
Tema: Diseño de un conversatorio virtual "Brechas digitales y Digitalización del Turismo en tiempos de Covid-19"			
Nombre de las personas evaluadas: Fernanda Zurita - Jasmin Reina			
Nombre del evaluador: Lilia Pinargote			
Cargo del evaluador: Administradora			
Correo electrónico: hoteleliteinternacional@gmail.com		Celular: 0994778901	
Aspectos		Calificación	
1. ¿Qué tan conveniente considera el prototipo?		5 /5	
2. ¿Qué tan factible cree usted que sería ejecutar el prototipo?		4 /5	
3. ¿Cómo calificaría la calidad del Webinar?		5 /5	
Total		/15	
Aspectos Positivos <small>Información importante para la preparación del establecimiento</small>	Aspectos Negativos	Dudas	Mejoras
Firma del evaluador			Cédula 13 200322 01

Validación del prototipo de baja			
Materia Integradora Licenciatura en Turismo			
Docente: Ivonne Martin Moreno		Tutora: Raizza Maquizaca	
Ciudad: Guayaquil			
Tema: Diseño de un conversatorio virtual "Brechas digitales y Digitalización del Turismo en tiempos de Covid-19"			
Nombre de las personas evaluadas: Fernanda Zurita - Jasmin Reina			
Nombre del evaluador: Fabian Alvarado			
Cargo del evaluador: Administrador General			
Correo electrónico: fabianavari@thefacultade.com		Celular:	
Aspectos		Calificación	
1. ¿Qué tan conveniente considera el prototipo?		5 /5	
2. ¿Qué tan factible cree usted que sería ejecutar el prototipo?		5 /5	
3. ¿Cómo calificaría la calidad del Prototipo?		5 /5	
Total		/15	
Aspectos Positivos	Aspectos Negativos	Dudas	Mejoras
Firma del evaluador			Cédula 09 222122 65

15. APÉNDICE K

Trabajo de campo realizado para completar las fichas de validación del prototipo de baja fidelidad.



