



## **Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Prototipo de una aplicación móvil para eventos abiertos al público  
de la ciudad de Guayaquil.

### **PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Nombre de la titulación**

**Licenciado en Turismo**

Presentado por:

Alex Stefano Subía Nugra

Juan Emmanuel Plúas Garzón

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

## AGRADECIMIENTOS

(Alex Subía): agradecimiento a la persona que me indujo en el mundo de los eventos, y ver cómo es entretenido aprender, a mi profesora de la materia de congresos y eventos Cecilia banderas, quien guio y motivo mi pasión por los eventos. A mis padres por apoyarme y guiarme durante toda mi vida. A mi compañero de tesis por soportarme y ser un buen compañero y amigo.

(Juan Plúas): Agradecer en primer lugar a Dios y a mi familia que por tanto tiempo creyó en mí y estuvo en cada momento para no dejarme caer y persistir con mis sueños. A mi padre que me inculcó la semilla de querer mejorar cada día en todos los aspectos y me indujo en la vida laboral, a mi madre por su confianza inagotable y sus palabras de alientos, a mi tía por no dejar que llegue a las clases tarde. A los grandes profesores de la ESPOL, Lady Soto, Ángelo Calderón, Cinthy Veintimilla, Raizza Maquizaca que motivaron a mi promoción en al crecimiento personal y forjar el amor por la carrera.

## DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Alex Subia, Juan Pluas 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”



---

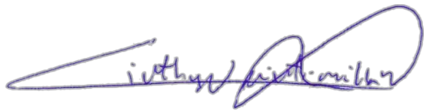
Juan Emmanuel  
Plúas Garzón



---

Alex Stefano  
Subía Nugra

## EVALUADORES



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cinthy Veintimilla', written over a horizontal dotted line.

**Cinthy Veintimilla**  
PROFESOR DE LA MATERIA



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Raizza Maquizaca', written over a horizontal dotted line.

**Raizza Maquizaca**  
PROFESOR TUTOR

## Resumen

La ciudad de Guayaquil es cuna de un sin número de eventos durante todo el año, que por lo general pasan desapercibidos debido a la falta de acceso a su información, inexistencia de una herramienta y a la nueva realidad que vivimos por el COVID-19. El fin del proyecto es contribuir a la reactivación de la economía de nuestra ciudad, crear conciencia de los asistentes como de los organizadores de eventos y, a su vez, transmitir confianza y seguridad en asistir a los mismos. Seguimos un proceso estructurado conformado por varias etapas con el que se obtuvo información acorde al tema; se realizó entrevistas a expertos en el área, con el fin de conocer acerca de la situación actual de los eventos en la ciudad y encuestas a las personas para conocer su postura y sus verdaderas necesidades. Gracias a esto se prototipó una aplicación móvil para eventos de la ciudad de Guayaquil amigable, transparente e intuitiva con el usuario en general. La tasa de retorno del proyecto que se obtuvo es muy acorde con las expectativas generadas al inicio, de mismo modo no se encontró una competencia directa con la aplicación prototipada. En conclusión, es una buena alternativa para generar interés a las personas ya que no existen herramientas similares para nuestra ciudad y además que forma parte de la digitalización de los medios. Se recomienda una vez estructurado y realizado el proyecto, expandirlo a las principales ciudades del país.

**Palabras clave:** prototipo, eventos, economía, aplicaciones

## **Abstract**

*In Guayaquil, there are series of events that are celebrated during the whole year which, generally, are unnoticeable due to the lack of access to information about them, a non-existent tool that provides you details and the new reality that we are living in for the COVID-19. The purpose of the project is to contribute to the reactivation of the economy of our city, create consciousness to the assistants and the event organization committee and, at the same time, transmit trust and security to develop an interest in people for them to go to any event that is held in Guayaquil. We followed a structured process that consisted in many phases, we interviewed experts in the area with the purpose of analyzing the situation of the events in the city in these days and realized surveys to know their points of view and necessities. Then, we designed an app prototype that is intuitive and user friendly using the data recollected. The rate of return for this project is related with the expectations generated at the beginning of the study, also, we did not find any direct competitor to the prototype we designed. In conclusion, this is a good alternative to create interest in people because it is a brand new option in the market and it takes part of the new digitalization of the media. We plan once the project is structured and developed, diffuse it to the whole country.*

**Keywords:** *prototype, events, economy, apps*

## Contenido

CAPÍTULO 1 .....	1
1. Introducción .....	1
Descripción del problema .....	2
1.1 Justificación del problema .....	2
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo General .....	3
1.2.2 Objetivos Específicos .....	3
1.3 Marco teórico.....	3
1.3.1 ¿Qué es un evento?.....	3
1.3.2 Eventos POST-COVID .....	4
1.3.3 Bioseguridad dentro de eventos.....	4
1.3.4 Turismo de ocio.....	4
1.3.5 Software de eventos.....	5
1.3.6 Organización de eventos.....	6
1.3.7 Calidad de un destino turístico .....	6
1.3.8 Turismo de negocios (reuniones corporativas).....	7
1.3.9 Contaminación por eventos.....	7
1.3.10 Marketing de eventos .....	8
CAPÍTULO 2 .....	10
2. Metodología .....	10
2.1 Soluciones.....	10
2.2 División Metodológica.....	11
2.2.1 Aplicación de la División metodológica .....	11
2.3 Personas entrevistadas .....	14
2.4 Encuestas.....	14
CAPÍTULO 3 .....	16

3.	Resultados Y ANÁLISIS .....	16
3.1	Resultado de las encuestas.....	16
3.1.1	Correlación de datos .....	30
3.2	Análisis de las entrevistas .....	31
3.3	Análisis de la situación Actual .....	34
3.4	Propuesta técnica.....	35
3.5	Análisis FODA del prototipo de aplicación.....	38
3.6	Análisis de la competencia .....	39
3.7	Propuesta Económica.....	40
3.7.1	Estado de Pérdidas y Ganancias .....	47
3.8	Validación del prototipo de la aplicación.....	50
3.9	Posición del producto frente a sus competidores .....	51
	CAPÍTULO 4 .....	52
4.	Conclusiones Y recomendaciones.....	52
4.1	Conclusiones .....	52
4.2	Recomendaciones .....	53
5.	BIBLIOGRAFÍA .....	54
6.	ANEXOS .....	55
6.1	Entrevistas realizadas.....	55
6.2	Entrevistas: Cuadro de factores .....	72
6.3	Formato de Entrevistas.....	80
6.4	Formato de Encuestas.....	82
6.5	Formato de preguntas: focus group.....	87
6.6	Cotización de la aplicación: propuesta app eventos .....	88
6.7	Evidencia de las entrevistas .....	90
6.8	Evidencia de la validación (focus group) .....	94
6.9	Evidencias de la validación (experto) .....	94



6.10	Prototipo de la aplicación (alta resolución) .....	95
6.11	Eventos más importantes realizados en la ciudad de Guayaquil (listado)	
	99	

## **Anexo de tablas**

Tabla 2.1	Personas entrevistadas en el área de eventos .....	14
Tabla 3.1.	Características versiones básica y premium .....	37
Tabla 3.2.	Cuadro de competidores con sus características.....	39
Tabla 3.3.	Cotización campaña digital del aplicativo.....	41
Tabla 3.4.	Aspectos de la aplicación.....	42
Tabla 3.5.	Cotización de la inversión inicial .....	43
Tabla 3.6.	Cálculo de Activos fijos y su depreciación .....	43
Tabla 3.7.	Pronóstico del interés a 10 años.....	44
Tabla 3.8.	Datos poblacionales de Guayaquil.....	44
Tabla 3.9.	Pronóstico ingresos de usuarios premium .....	45
Tabla 3.10.	Pronóstico alianzas con empresas de eventos .....	46
Tabla 3.11.	Pronóstico ingresos por publicidad externa .....	46
Tabla 3.12.	Ingresos totales hasta el 10mo año .....	47
Tabla 3.13.	Estado de pérdidas y ganancias .....	48
Tabla 3.14.	Flujo de caja estimado .....	48
Tabla 3.15.	Cálculo del TIR y punto de equilibrio.....	49

## Anexo de gráficos

Gráfico 3.1. Rango de edad de los participantes .....	28
Gráfico 3.2. Sexo de los participantes.....	29
Gráfico 3.3. Provincias de los participantes .....	29
Gráfico 3.4. ¿Reside en la ciudad de Guayaquil? .....	30
Gráfico 3.5. Sector de residencia en Guayaquil.....	30
Gráfico 3.6. Preferencias y motivaciones.....	31
Gráfico 3.7. Asistencia a eventos en los últimos 2 años .....	31
Gráfico 3.8. Concurrencia a eventos en los últimos 2 años .....	32
Gráfico 3.9. Factores de asistencia a eventos .....	33
Gráfico 3.10. Eventos en la actualidad.....	33
Gráfico 3.11. Aspectos importantes de los eventos .....	34
Gráfico 3.12. Información sobre los eventos en Guayaquil.....	35
Gráfico 3.13. Medios de difusión.....	35
Gráfico 3.14. Interés en la aplicación .....	36
Gráfico 3.15. Descripción del evento y organizadores .....	37
Gráfico 3.16. Temáticas de los eventos .....	37
Gráfico 3.17. Protocolos de bioseguridad en el evento.....	37
Gráfico 3.18. Acceso guiado al evento.....	38
Gráfico 3.19. Precios y promociones .....	39
Gráfico 3.20. Opción de reservación.....	40
Gráfico 3.21. Pago por la aplicación móvil .....	40
Gráfico 3.22. Rango de precios para la aplicación móvil .....	41
Gráfico 3.23. FODA del aplicativo .....	51
Gráfico 3.24. División organizacional del trabajo .....	53
Gráfico 3.25. Gráfica del punto de equilibrio .....	63

## **Anexo de Ilustraciones**

Ilustración 1.1: Instalaciones para realizar Congresos y Convenciones. Fuente: Guayaquil es mi destino. ....	7
Ilustración 3.2: Tabla de sistema de correlación lineal.....	31
Ilustración 3.3: Tabla dinámica y grafico de relación entre las variables (interés en la aplicación, sexo, y edad) .....	31

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país muy rico culturalmente ya sean por sus festividades, tradiciones o creencias, por tal motivo siempre hay que contemplar la idea de buscar de algún servicio que permita celebrar dichas festividades de una forma adecuada con respecto a su importancia. Durante todo el año en Guayaquil se celebran una gran cantidad de eventos que por lo general pasan desapercibidos tanto para la población local como para los extranjeros.

Debido a la problemática que los países vivieron alrededor de todo el mundo por el COVID-19, muchas de las actividades que dinamizaban la economía de nuestro país, fueron gravemente afectadas (dentro de ellas, el turismo). Uno de los servicios turísticos más impactados es el de los eventos que debido a la pandemia miles de ellos tuvieron que ser cancelados o pospuestos no solamente a nivel de Guayaquil sino también a nivel nacional. Las medidas asumidas por el Gobierno a través del COE (Comité de Operaciones de Emergencia Nacional) fueron la de suprimir hasta segunda orden todos los eventos hasta un plazo de 180 días argumentando que para esa fecha la curva de crecimiento de la propagación del virus se encuentre controlada. A partir de esa fecha el mencionado organismo en conjunto con los COE cantonales procedieron. (Secretaría de Gestión de Riesgos, 2020)

Por tal motivo, muchas empresas y negocios acoplaron su trabajo a la metodología online, optando por las herramientas que esta les pueda brindar; de igual manera, muchos de los eventos se mudaron a plataformas online para poder perdurar y de esta forma llevarse a cabo; así también en lo que respecta a las actualizaciones en los protocolos de bioseguridad por parte de los COE cantonales y del gobierno, para que puedan utilizarse de manera correcta conforme al desarrollo de la pandemia.

Gracias a este cambio que el mundo ha vivido, el avance tecnológico ha jugado un papel sumamente importante y que durante los últimos años ha sido inminente, la creación de nuevas plataformas, tendencias y en la transición de productos o servicios que han tenido que desarrollarse virtualmente para llegar a

nuevos segmentos de mercados. Por tal motivo se ha decidido crear un modelo de aplicación en la que se presente de manera efectiva la información de los eventos más importantes de la ciudad de Guayaquil durante todo el año, los protocolos de bioseguridad a implementarse y de esta manera volver a dinamizar la economía y motivar tanto a los turistas como a los ciudadanos en asistir y formar parte de las festividades y eventos.

### **Descripción del problema**

La información acerca de los eventos de Guayaquil no llega de manera efectiva a los residentes y turistas causando desinterés de estos y generando poca participación en celebraciones sociales que se realizan en la ciudad.

#### **Efectos:**

- 1: Las personas no pueden agendar con sus actividades.
- 2: Temor o desconfianza a la asistencia de los eventos.
- 3: No se llega a más personas.

#### **Problema:**

Poca participación en los diferentes eventos públicos y privados en la ciudad de Guayaquil.

#### **Causas:**

- 1: No existe información oficial acerca de los eventos que se realizan.
- 2: No existen garantías para la realización de los eventos.
- 3: Mal manejo de la publicidad.

### **1.1 Justificación del problema**

Con este proyecto de investigación se pretende en primer lugar identificar los potenciales eventos que se realicen en la ciudad de Guayaquil y complementarlo con eventos en lugares que cumplan las características para la realización de eventos ante la pandemia.

Durante todo el año en Guayaquil, existen una gran cantidad de eventos que no llegan correctamente a los consumidores deseados, con el modelo de aplicación que se propondrá, tratamos de reactivar la economía en el sector de eventos, que

los turistas y la gente residente se interese un poco más en la totalidad de eventos que existen y que puedan armar un cronograma con respecto a sus facilidades, a su vez acogeremos y presentaremos solamente eventos que tengas bien definidas y aplicadas las medidas de bioseguridad y de calidad debido al problema que seguimos viviendo a lo largo de todo Guayaquil por el COVID 19.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Diseñar un prototipo de aplicación digital que brinde la información detallada de los eventos públicos y privados para así motivar a las personas a conocer e interesarse por los eventos de la ciudad de Guayaquil.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1. Analizar la situación de eventos abiertos al público en la ciudad de Guayaquil de acuerdo con el punto de vista de los principales actores del medio.
2. Identificar el interés del segmento de mercado en asociarse a la aplicación móvil.
3. Bosquejar un prototipo de la aplicación “ConÉCtate” con la información de los eventos que se realizan en la ciudad de Guayaquil de forma efectiva y atractiva para los usuarios de nuestra aplicación.

## **1.3 Marco teórico**

### **1.3.1 ¿Qué es un evento?**

Un evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general. Estos elementos son necesarios a contemplar para la buena ejecución del evento y a su vez garantizar la buena participación entre los actores de un evento, y así lograr hacer una medición sobre el impacto que puede causar, ya sea en el factor ambiental, social, o económico sobre el lugar donde se desarrolla esta actividad. (Jijena, 2018)

### **1.3.2 Eventos POST-COVID**

Hace referencia al visón sobre la posible reunión de grupos de personas ante la situación de distanciamiento social por la pandemia covid-19, generar una propuesta de parámetros y requerimientos a seguir por parte de los invitados durante su asistencia a los eventos que se garanticen un valor agregado de calidad sobre eventos, y garanticen una cultura de evento responsable, por parte de los invitados y el anfitrión.

En Guayaquil aún se tiende a pensar que eventos es solo montar un desfile, sin contemplar las medidas de seguridad e higiene para reducir el impacto ambiental que generan la ejecución de dichos eventos, y ante esta situación de pandemia ver si es recomendable la necesidad de implementar nuevos protocolos, o revisar que tipos de eventos es posible realizar y cuales deben mejorar sus condiciones para que puedan desarrollarse. (MINTUR, 2020)

### **1.3.3 Bioseguridad dentro de eventos**

Se denomina a identificar un conjunto propuestas de acciones que brinden mejor interacción entre los invitados y el entorno en el que se desarrolla el evento, en la no actualidad existen muchos datos en cuestión a medidas que garanticen la buena participación de los invitados, sin embargo, se pueden identificar procesos clave para mantener el distanciamiento y reducir la probabilidad de contagio. (MINTUR, 2020)

### **1.3.4 Turismo de ocio**

Según (Dumazedier, 1971):

El ocio es el conjunto de operaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse; para desarrollar su información o formación desinteresada; su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales.

La principal razón o motivo para comenzar con el turismo es el ocio, este depende de factores como la disponibilidad, carga laboral, etc, para planificar y administrar el tiempo con respecto a las actividades. (Alcívar, 2018)

En la actualidad ante la gran oferta de actividades y destinos turísticos, los consumidores de ocio son mucho más complejos y complicados al momento de seleccionar o elegir alguna actividad ya que exige respuestas rápidas y al momento, que logre la completa interacción con el destino o las atracciones que este ofrece, que la oferta se renueve constantemente, sean innovadores y que se adapten a sus requerimientos y que se utilice tecnología de última generación. (Toapanta, 2012)

El propio consumidor tiene la capacidad de elegir a qué destino irá y que actividades realizará por la oferta de ocio, por un lado, tenemos a los destinos regionales o los locales que se sitúan cerca del lugar de origen del consumidor, oferta actividades muy variadas pero que a su vez le influyen varios factores como: el tráfico, el clima, la duración del traslado, la forma del traslado, etc. Por otro lado, tenemos a los destinos internacionales en los cuales dicho desplazamiento se realiza por un objetivo concreto y realizar actividades con ofertas específicas. El proceso que el consumidor atraviesa para tomar una decisión es mucho más largo, completo y se meditado. (Toapanta, 2012)

### **1.3.5 Software de eventos**

Herramienta informática que tiene como finalidad propiciar la información de uso de interés para los turistas locales o extranjeros, Si hablamos de la definición básica (aplicación definición | móvil definición), las aplicaciones móviles son programas diseñados para ser ejecutados en teléfonos, tablets y otros dispositivos móviles, que permiten al usuario realizar actividades profesionales, acceder a servicios, mantenerse informado, entre otro universo de posibilidades.

En la actualidad la ciudad de Guayaquil existe escasos sistemas de información, siendo “Guayaquil es mi destino” como la única fuente de información, de la cual solo se genera anuncios generales sobre la ciudad.

En la actualidad existe un término para los destinos que hacen uso de las herramientas informáticas, denominado “smart tourism” o “turismo inteligente” que hace referencia a las capacidades tecnológicas de un destino y la habilidad que poseen de entidades turísticas la cual permitan brindar información en tiempo real,



esto implica el uso de plataformas, páginas web, aplicaciones móviles, y redes sociales que permitan facilitar información de manera precisa y actualizada. (Universidad de Alicante, 2017)

### **1.3.6 Organización de eventos**

Hace alusión a las reglas o protocolos cumplidos que se suman necesariamente al momento de ejecutar la práctica y que sirven como herramientas para aquellas personas que son maestros de ceremonias de eventos; consiste en tener en cuenta todos los elementos a necesitar dentro de nuestra planificación estratégica, todos estos pasos van desde la investigación, consulta de la información hasta el día en el que se efectúa dicha celebración.

Esta serie de pasos a seguir involucra el estudio de actores externos que puedan afectar directa o indirectamente la realización de dicho evento, para eso se definen tareas con un orden cronológico que se deben de realizar en el orden establecido para la realización del acto que deseamos celebrar (Otero, 2011)

### **1.3.7 Calidad de un destino turístico**

La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural.

En Guayaquil existe una problemática muy común si ponemos de si la actividad turística de la ciudad dependiera de eventos, ya que en algunos casos existen un poco de desorden en los eventos de carácter social, ya que no existe un compromiso por parte de los invitados al momento del desarrollo del evento, desde un comportamiento inadecuado, inseguridad, hasta la contaminación del espacio y alrededores de donde se realiza el evento. (QuéNoticias, 2019)

### **1.3.8 Turismo de negocios (reuniones corporativas)**

Según la OMT, el Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones) El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias. El término «industria de reuniones», en el contexto del turismo de negocios, reconoce la naturaleza industrial de esas actividades. El turismo de negocios puede combinarse con cualquier otro tipo de turismo durante el mismo viaje.

Los lugares idóneos para realizar congresos, convenciones y reuniones de negocios en Guayaquil son: 1. Centro de Convenciones Simón Bolívar 2. Palacio de Cristal 3. Centro de Exposiciones Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno.



Ilustración 1.1: Instalaciones para realizar Congresos y Convenciones. Fuente: Guayaquil es mi destino.

Otras alternativas que ofrece dicha ciudad son los amplios salones de los importantes hoteles, los mismos que se encuentran correctamente adecuados para realizar este tipo de eventos sean a pequeña o a gran escala. Los hoteles son un importante soporte gracias a que brindan facilidades a sus visitantes al permitirles hospedarse y estar cerca de los lugares en los que se realizarán las convenciones.

### **1.3.9 Contaminación por eventos**

Es la cantidad de basura o desechos producidos en un espacio donde se ha realizado o se va a realizar cualquier tipo de evento, abarca desde reuniones a puerta cerrada con pocos participantes a reuniones públicas de una gran magnitud; esto

debido a la gran concentración de personas en un mismo sitio que hacen uso y consumo de una gran variedad de elementos.

El aumento o disminución de la cantidad de contaminación depende del manejo de la persona organizadora del evento en conjunto con los actores que intervengan como lo son: alimentos y bebidas, equipos y producción, asistentes y demás servicios que se necesiten dependiendo del evento; cada actor debe tener presente siempre el impacto que puede generar, asumir la responsabilidad por reducirlo y a su vez tomar acciones en el momento que lo amerite. (Medina, 2017)

En ocasiones los propios organizadores de los eventos no incluyen dentro de sus logísticas el correcto manejo de los residuos o la propia reducción del impacto en el ambiente, por ende, proceden a desechar los residuos los cuales podrían ser reutilizados o en ciertos casos ser transformados en un producto nuevo. (Medina, 2017)

### **1.3.10 Marketing de eventos**

Son estrategias que se utilizan para crear fuertes vínculos y reconocimiento con respecto a una empresa, marca o simplemente algún acontecimiento como una celebración, evento, etc. Con esto las empresas buscan aumentar y consolidar los vínculos con sus clientes así mismo con sus empleados y con sus proveedores. (Morales, 2015)

Al ser una estrategia versátil y sumamente efectiva las empresas trabajan en manejar correctamente el alcance para transmitir los mensajes deseados en momentos claves y oportunos buscando que se genere valor agregado a largo plazo. (Cabañas, 2018)

Gracias al marketing turístico las empresas pueden resaltar ante las otras, escalar y posicionarse en el mercado, generar buena imagen y a su vez crear experiencias inolvidables para que los clientes se asocien emocionalmente con la marca creando recuerdos que perduren durante mucho tiempo; también es una de las formas más efectivas para poder encontrar a nuestros clientes potenciales y que estos se puedan convertir en “leads” (son los clientes que están interesados en algún producto o servicio y dejan su información para posteriormente ser contactados, recibir toda la información y así se convertir dicho interés en ventas). (Bel, 2020)

Para un correcto plan de marketing en eventos se plantea la situación en 3 pilares principales que ayudarán al éxito del evento, su armonía y equilibrio. Entretenimiento, emoción y el esfuerzo o empuje; gracias al entretenimiento y el esfuerzo o empuje que se genere, se podrá definir el evento y cómo se debe de proceder al momento de realizarlo, que estrategias comunicacionales serán las más efectivas para cautivar la atención de los clientes y su forma de venderlo al público. (MacGuffin, 2018)

# CAPÍTULO 2

## 2. METODOLOGÍA

### 2.1 Soluciones

Para solucionar el problema planteado, existen varias alternativas para que las personas puedan acceder de forma más fácil a la información de los eventos que suscitan en la ciudad de Guayaquil, una de ellas es reactivar y hacer un mejor manejo de la página [www.guayaquilesmidestino.com](http://www.guayaquilesmidestino.com) que si bien es cierto es una página oficial de la municipalidad de nuestra ciudad que, si cuenta con información detallada para el público en general, no ha contado con la suficiente acogida por parte de los extranjeros y propios habitantes de nuestra ciudad, en la actualidad esta página se encuentra en mantenimiento y por momentos no permite acceder a la misma. De igual manera su aplicación móvil no cuenta con el correcto funcionamiento y presenta muchos errores al momento de utilizarla.

Otra de las alternativas que se identificó es la creación de un nuevo portal web que abarque toda la información necesaria de los eventos públicos en nuestra ciudad, con el fin de guiar e incentivar a los interesados a su asistencia a eventos.

Como última alternativa y con la que se trabajará en el proyecto, será la de una aplicación móvil que permita la visualización de los eventos a tiempo real, en donde se presentará la información pertinente de cada uno de los eventos, esto con el fin de que los usuarios tengan comodidad y facilidad de navegación, información a la mano y eventos con todas las medidas de bioseguridad. Es la alternativa más viable debido a que las nuevas tendencias tecnológicas incentivan a la creación de plataformas que ayuden a migrar la información de forma correcta de los periódicos, televisión, radio, etc. Al añadirle una propuesta de valor propia a dicha aplicación e indagar qué es lo que buscan las personas en eventos en la actualidad, se desarrollará un prototipo de aplicación que se acople a las necesidades actuales de los interesados.

## 2.2 División Metodológica

### A) Procesos de identificación de información

#### Etapa 1: Análisis de los *stakeholders*.

Identificar actores:

- ✓ Entrevistas a expertos.
- ✓ Fuentes secundarias.

#### Etapa 2: Identificación y estudio de eventos en Guayaquil

Análisis de oferta:

- ✓ Identificar plan anual de actividades y eventos en Guayaquil.
- ✓ Identificar los eventos con mayor acogida en la ciudad de Guayaquil.

Análisis de la demanda.

### B) Procesos de gestión y ejecución.

#### Etapa 3: Propuesta de control de calidad y bioseguridad.

Análisis de Benchmarking de Bioseguridad.

Plan de bioseguridad a ejecutar.

#### Etapa 4: Modelo a aplicación “el mono fiestero”

*Mock-up* de la aplicación “ConÉCtate”.

Focus Group:

- ✓ Validación del modelo de aplicación.

### 2.2.1 Aplicación de la División metodológica

Se ha dividido el trabajo en dos procesos con dos etapas cada uno, las cuales ayudarán a encontrar y ordenar la información de manera pertinente al trabajo que estamos realizando. El primer proceso será el de identificación en el que hemos juntado las etapas de reconocimiento de la información y actores claves; el segundo proceso será de ejecución y gestión ya que se aplicará la información obtenida en los procesos anteriores para la realización de nuestro prototipo de aplicación para los eventos de la ciudad de Guayaquil. En cada etapa de acción se va a detallar las actividades que realizaremos y a su vez la información que esperamos obtener de las mismas.

La primera etapa o etapa de análisis de los *stakeholders* (del proceso de identificación) se basará en encontrar los principales actores que intervienen en las organizaciones de los eventos en la ciudad de Guayaquil, con el fin de obtener una orientación para entender el rol y la importancia dentro de la concepción, manejo y desarrollo de los eventos; para esto usaremos la técnica de la entrevista a expertos y la información generada de esta etapa servirá para entender desde el punto de vista interno el mundo de los eventos en la realidad guayaquileña y será un punto de partida para la identificación de la mayoría de los eventos y en donde se puede encontrar dicha información. Al ser personas con un gran recorrido en el mundo de los eventos permitirá reconocer, adjuntar o desechar información para el desarrollo de las demás etapas. De esta etapa se obtendrá como resultado un mapa de actores.

Como segundo punto se revisarán fuentes secundarias para complementar la información generada de la entrevista a expertos, se indagará en sitios web, artículos científicos relacionados a desarrollo de eventos en Guayaquil, en libros escritos por personas sumergidas en temas de organización y gestión de eventos.

En la etapa 2, nombrada identificación y estudio de eventos en Guayaquil, se comprobará la existencia de un inventario de eventos para nuestra ciudad. Dentro este punto, se tratarán temas como la identificación de un plan anual de actividades y eventos para reconocer si existen plataformas, cronogramas, libros, *pdf's*, links o algún tipo de herramienta que nos provea información pertinente acerca de los eventos durante todo el año. De igual manera, determinaremos cuáles son los eventos que tienen más acogida en la ciudad de Guayaquil, para evaluar la temática con mayor demanda que se genere en la ciudad, gestión, manejo, público a cuál va dirigido y demás información que nos permita la comparación y el análisis con otros eventos de baja demanda.

Para esto se tomó en consideración el perfil del consumidor (asistente a eventos) para así poder determinar el tipo de demanda que poseen los eventos realizados en Guayaquil. La herramienta que más se acopla a este tipo de recolección de información son las encuestas porque permitirá analizar las características de nuestro sujeto de estudio. En esta etapa el resultado será un estudio de mercado.

En la realización de los eventos es muy importante la seguridad y la experiencia que se pueda brindar a los clientes, por ende, en la etapa 3 le hacemos hincapié a este tema en específico junto con las medidas de bioseguridad para

salvaguardar la integridad física tanto de los clientes, como de los trabajadores operativos, supervisores, proveedores y demás involucrados en la realización del evento.

Esta etapa consistirá en hacer una propuesta sobre los requerimientos que debe cumplir cada evento para que sea parte de la aplicación, de tal manera que al momento de referenciar eventos en la ciudad de Guayaquil se muestren algún tipo de indicador sobre la seguridad de los eventos, mostrando una buena imagen de organización.

Una vez identificado los *stakeholders* y eventos más destacados en la ciudad de Guayaquil se procede a identificar el grado de importancia de los diferentes aspectos que componen un evento (cercanía, buena imagen, precio, entre otros), se hace referencia a todos elementos que complementan la buena percepción del evento y necesarios para verificar la organización del evento, este conjunto de parámetros ayudara tener una referencia sobre algún evento con la finalidad de causar interés en al momento de la selección.

Ante el acontecimiento de pandemia COVID- 19 es necesario identificar un conjunto propuestas de bioseguridad mediante acciones que brinden mejor interacción entre los invitados y el entorno en el que se desarrolla el evento, en la actualidad existen muchos datos en cuestión a medidas que garanticen la buena participación de los invitados, sin embargo, se pueden identificar procesos clave para mantener el distanciamiento y reducir la probabilidad de contagio.

Estos requerimientos para el control de Bioseguridad se obtendrán mediante investigación de benchmarking en ciudades o países que estén reactivando la realización eventos en la actualidad y qué consideraciones son las óptimas a utilizar; gracias a las entrevistas de la etapa uno, se espera también obtener direccionamiento necesario de los actores pertinentes para conocer con qué normativas de calidad realizan su trabajo.

La última etapa consiste en el análisis de los resultados de todas las anteriores etapas, para poder desarrollar un prototipo de aplicación y su objetivo consiste en el bosquejo de una aplicación móvil que facilite la visión de eventos en territorio dado, que muestre eventos abiertos al público de buena referencia, para lo cual se utilizará una plataforma externa para la creación del *mock-up* de la aplicación, este modelo será validado mediante un *focus group* con un conjunto de personas que salgan del



resultado de la identificación del perfil de los interesados en las distintas categorías de eventos.

### 2.3 Personas entrevistadas

**Tabla 2.1 Personas entrevistadas en el área de eventos**

Entrevistado	Cargo que desempeña	Área en la que se desempeña
Raizza Maquizaca	Wedding Planner	Especialista en Eventos
Ángelo Calderón	Director del Buró	
Milton Cassanova	Presidente de la Asociación y Eventos de Catering del Guayas	
Carlos Álvarez	Director Deportivo	M.I. Municipalidad de Guayaquil
Alejandro Andrade	Director Operativo	Escuela de los Chefs
Estuardo Juárez	Gerente de empresa de comunicación y eventos	MediosPlus
Dayana Garcés	Lic. Relaciones públicas y Msc. en organización de eventos y turismo de negocios	Ostelea Ecuador
Ericka Figueroa	Wedding Planner	Ostelea Ecuador
David Faggioni	Director de Marketing	Teatro Centro de Artes

### 2.4 Encuestas

Las encuestas que se realizarán servirán para conocer la opinión de las personas con respecto a la nueva realidad por la pandemia y cuáles son las principales motivaciones para poder asistir a eventos hoy en día en la ciudad de

Guayaquil. Gracias a estos resultados se podrá identificar características principales para nuestra solución inicial de una aplicación de eventos.

Se desarrollará este trabajo mediante un formulario de Google Forms y que será difundido a través de redes sociales.

Al no existir un registro en Guayaquil sobre la totalidad de los eventos o sobre los asistentes a dichos eventos, se optó por aplicar la siguiente fórmula para la población total desconocida:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

e: Margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2} = 384$$

Como resultado de la fórmula aplicada, el número de encuestados será de 384 personas.

# CAPÍTULO 3

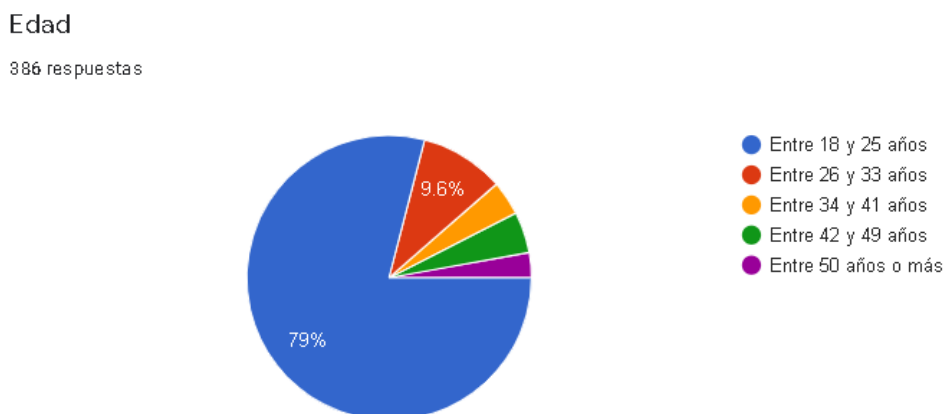
## 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 3.1 Resultado de las encuestas.

Se aplicaron las encuestas a los posibles consumidores de nuestra aplicación entre la fecha del 23 de noviembre y el 29 de noviembre del 2020 a través de redes sociales con el fin de determinar cuáles son las preferencias y motivaciones de dichas personas con respecto a los eventos de la ciudad de Guayaquil

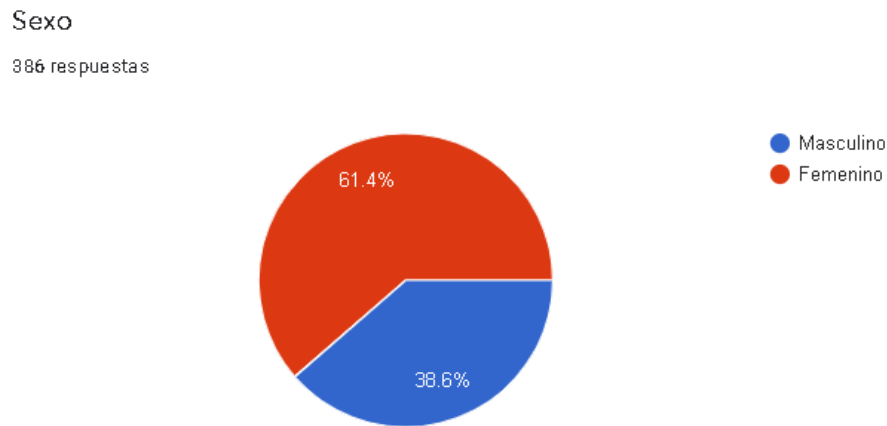
Se obtuvo un total de 386 personas encuestada para realizar el análisis de datos correspondiente.

**Gráfico 3.1. Rango de edad de los participantes**



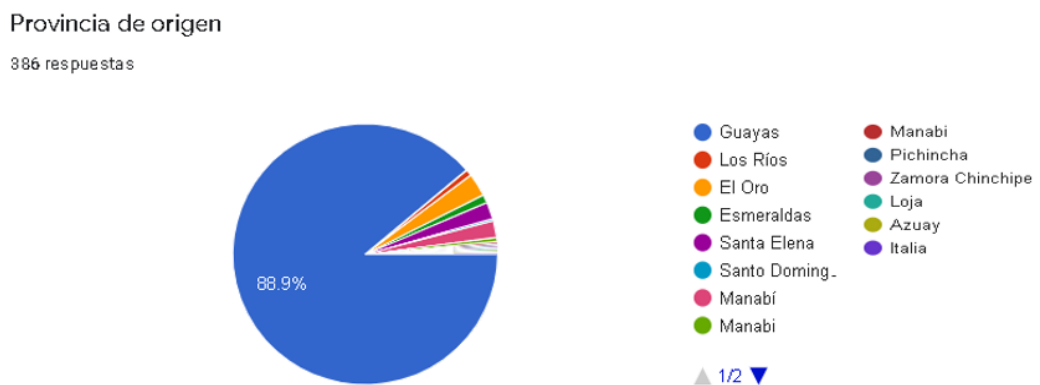
Se puede observar en la gráfica que el grupo predominante de encuestados interesados a asistir a eventos sociales corresponde a las personas que están dentro del rango de edad de entre 18 y 25 años, reflejándose un 79% del total de encuestados que son 305 personas. Como segundo rango, muy alejado del primero corresponde un total del 9.6% encuestados en un rango de edad de entre 26 y 33 años, correspondiendo 37 personas del total de la muestra.

**Gráfico 3.2. Sexo de los participantes**



Del total de personas que se encuestó, con un total de 237 mujeres, el cual es representado en un 61,4%, indica que son el grupo con mayor representación entre los encuestados, por otro lado, solamente 149 personas del sexo masculino llenaron la encuesta.

**Gráfico 3.3. Provincias de los participantes**

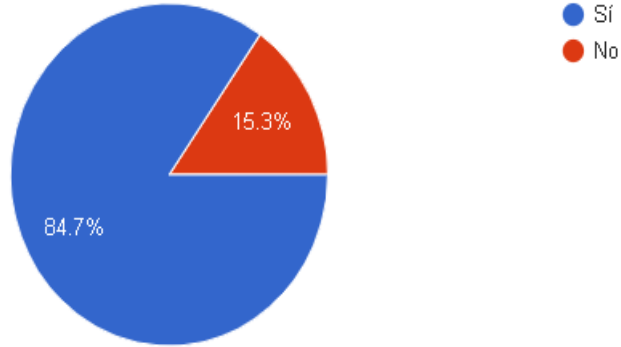


Esta pregunta ayudó a identificar el tipo de demanda a los eventos públicos que se realizan en la ciudad de Guayaquil, si bien es cierto el 88.9% de los encuestados correspondiendo a 343 personas son originarias de la provincia de donde se realizó la encuesta (Guayas), también se puede observar que personas cercanas a la provincia muestran interés en asistir a eventos o asisten a eventos dentro de Guayaquil.

### Gráfico 3.4. ¿Reside en la ciudad de Guayaquil?

¿Reside en la ciudad de Guayaquil?

386 respuestas

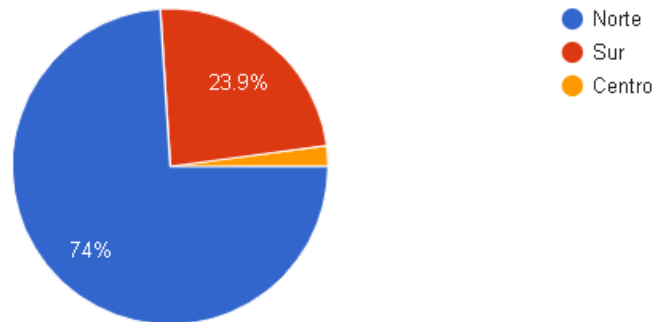


De un total de 386 personas encuestadas, 327 personas residen en la ciudad de Guayaquil, el cual se ve ilustrado en un 84.7%. Mientras que, el grupo de encuestados restantes corresponde a 59 personas, repartidas en las diversas provincias del país. Esto nos indica que hay personas interesadas en otras partes del país que demuestran interés en la asistencia a eventos realizados en la ciudad de Guayaquil.

### Gráfico 3.5. Sector de residencia en Guayaquil

¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil usted reside?

327 respuestas



El 84.7% de las personas que si reside en la ciudad de Guayaquil avanzó a esta pregunta de las cuales el 242 de 327 personas residen en el sector norte de la ciudad de Guayaquil. Estos datos nos ayudan a conocer la realidad y la cercanía de los eventos a los cuales pueden asistir este grupo de personas, al ser

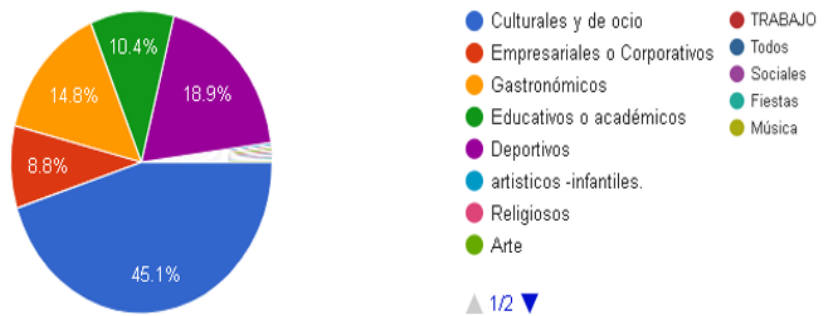
un gran porcentaje de los encuestados podemos tomar en cuenta al sector norte como región predominante en interés de realización eventos.

**Gráfico 3.6. Preferencias y motivaciones**

Preferencias y motivaciones:

¿Cuál de las siguientes opciones de tipos de eventos es de su preferencia?

386 respuestas

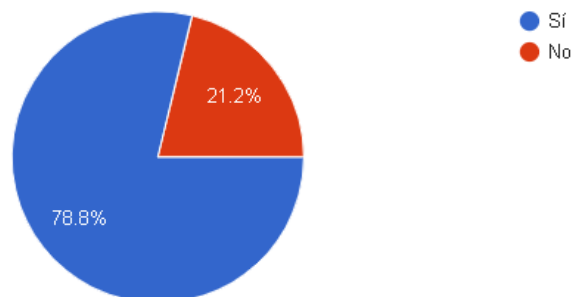


Las personas encuestadas tienden mucho a inclinarse a eventos de tipo culturales y de ocio abarcando un 45.1% del total de la muestra, como segundo puesto la gente toma a los eventos de tipo deportivos por encima de los educativos, gastronómicos o empresariales, siendo este último el que causa menos interés en las personas que llenaron la encuesta.

**Gráfico 3.7. Asistencia a eventos en los últimos 2 años**

¿Ha asistido a algún tipo de evento abierto al público en los últimos dos años?

386 respuestas



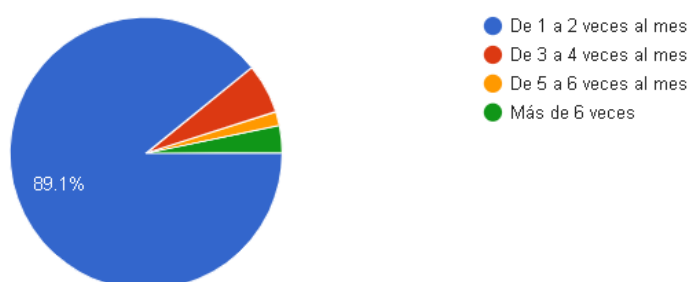
Al proponer un tipo de aplicación móvil que promueve eventos abiertos al público de calidad y con sus respectivas normas, estándares y protocolos nos interesa conocer cuántas personas si asisten activamente a eventos, si estas personas han asistido a eventos abiertos al público en los últimos 2 años y su respectiva frecuencia a los mismos.

El 78.8% de las personas que llenaron las encuestas si han asistido eventos abiertos al público en los últimos dos años.

### Gráfico 3.8. Concurrencia a eventos en los últimos 2 años

¿Cada cuánto tiempo usted asiste a eventos abiertos al público que se realicen dentro de la ciudad de Guayaquil?

304 respuestas

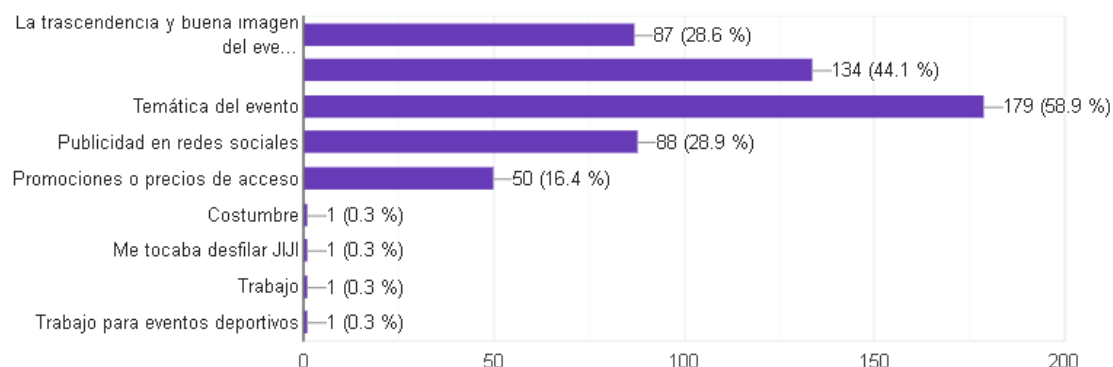


Se hace referencia a la cantidad de eventos que una persona está dispuesta a asistir durante un mes; la gran cantidad de personas que ayudaron a llenar la encuesta solo asiste a eventos en un rango de entre 1 y 2 veces en un mes correspondiendo al 89.1% del total de la muestra, un total de 241 personas; gracias a conocer estos datos podemos realizar diferentes hipótesis o análisis con respecto a la acogida de los eventos dentro de un mes y las fechas más apropiadas para llevarse a cabo. Al ser solamente una o dos veces al mes podríamos darnos referencia de fechas como quincena o fin de mes en donde las personas están más dispuestas a gastar efectivo al haber recibido sus salarios, siendo estas fechas tentativas que se pueden tomar en cuenta para un correcto manejo de un evento correspondiendo a su éxito, nos servirá de referencia para poder brindar las recomendaciones en el siguiente capítulo.

### Gráfico 3.9. Factores de asistencia a eventos

¿Cuál de los siguientes factores incentivó a conocer y asistir a dicho evento?

304 respuestas

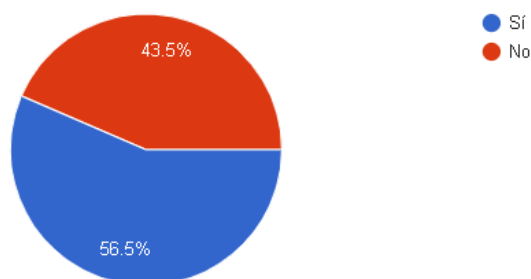


Con los datos obtenidos de la encuesta se puede determinar que el mejor medio por el cual los encuestados se sienten motivados a asistir a un evento, es gracias a las redes sociales y el contenido publicitario que ellas ofrecen, constituyendo un total del 58.7% con respecto a las otras opciones; también en el gráfico podemos observar que las recomendaciones de las personas del entorno influyen mucho en la toma de decisiones; por ende, es una de las formas no pagadas en el que se transmite la información más efectiva, directa y a su vez confiable, este dato representa el 44.1%.

### Gráfico 3.10. Eventos en la actualidad

¿Asistiría en la actualidad a un evento abierto al público con las respectivas medidas de bioseguridad?

386 respuestas



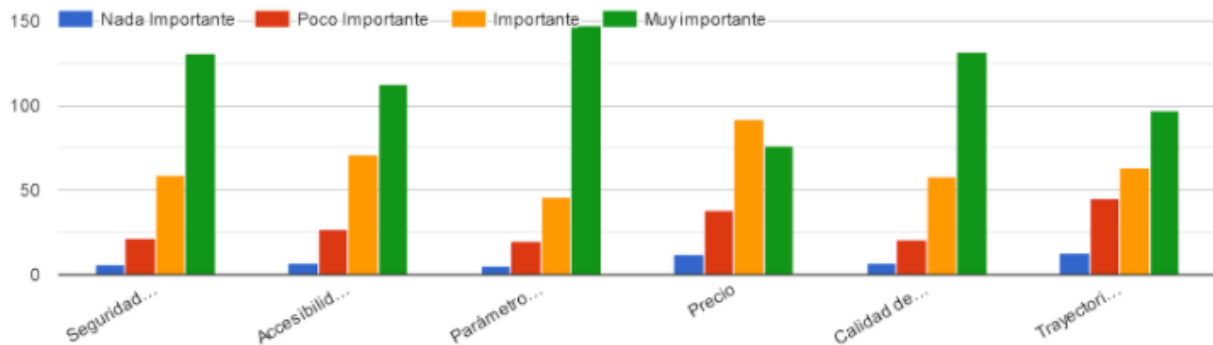
Podemos observar que gracias a la nueva actualidad que se vive por la pandemia la gente es mucho más cautelosa al momento de salir y tomar la iniciativa de asistir a eventos abiertos al público, por ende, en el gráfico se ven datos con menor dispersión y muy ajustados, aunque las medidas de bioseguridad



estén presentes, las personas presentan cierta desconfianza ante las medidas o protocolos aplicados.

**Gráfico 3.11. Aspectos importantes de los eventos**

¿Qué tan importante consideraría los siguientes aspectos para la realización de un evento abierto al público?



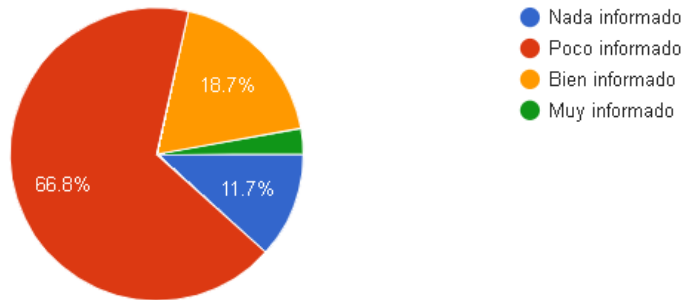
Las personas encuestadas consideran que los aspectos de seguridad (personal de seguridad y buen estado de las instalaciones), accesibilidad y ubicación, calidad del servicio, parámetros de bioseguridad aplicados y la trayectoria e imagen del evento constituyen factores muy importantes que se deben de tomar muy en cuenta al momento de asistir o interesarse por un evento abierto al público. Por otro lado, el aspecto del precio fue considerado como menos importante, por debajo de los aspectos mencionados en las primeras líneas. Esto demuestra que las personas están más pendientes de su seguridad y de la información que se brinde de los eventos para poder confiar en ellos, sin llegar a ser el precio del evento uno de los factores determinantes. Se puede hacer énfasis en que el aspecto con más votos a “muy importante” es el de parámetros de bioseguridad aplicados con un total de 147.

## Aplicación móvil para eventos:

**Gráfico 3.12. Información sobre los eventos en Guayaquil**

¿Qué tan informado está acerca de los eventos de la ciudad de Guayaquil?

386 respuestas

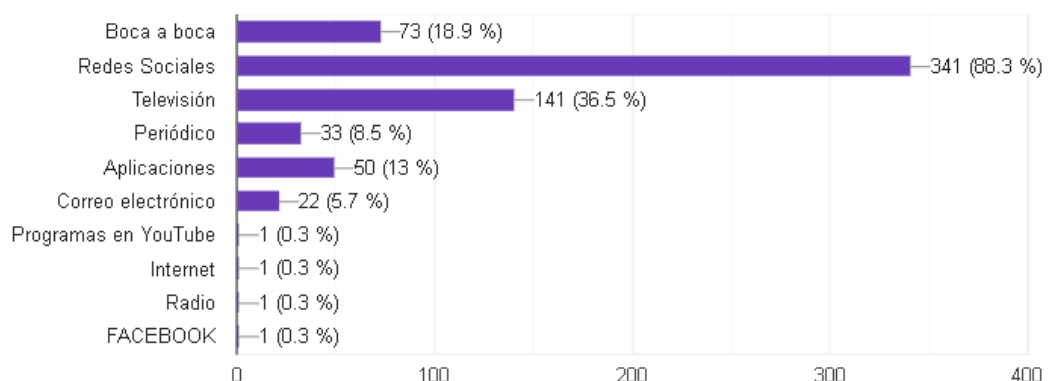


Del muestreo poblacional de la ciudad de Guayaquil, se puede inferir mediante el presente gráfico que, el 68% se considera poco informado sobre los eventos que susciten en la urbe; posteriormente, podemos observar que sólo el 18,7% se consideran bien informados sobre estos, y un 11,7% de personas que se consideran nada informados, desconociendo en su totalidad sobre actividades o eventos que se realicen. Si unimos estos dos grupos (cuya valoración será negativa en base a la información sobre eventos en la ciudad), tenemos un total de 78% de los encuestados que no se informan bien sobre los eventos, lo cual es un primer indicio de los motivos por los cuales las personas desconocen sobre algunos eventos en la ciudad.

**Gráfico 3.13. Medios de difusión**

¿Por cuál canal de comunicación se entera de los eventos que ocurren en la ciudad de Guayaquil?

386 respuestas

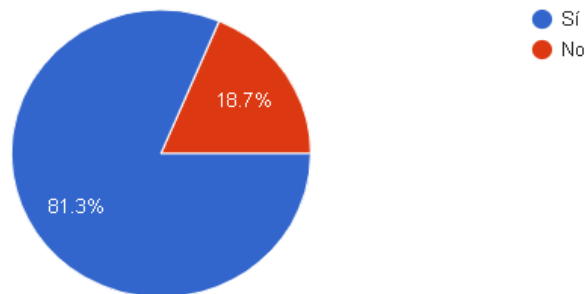


En el siguiente gráfico, se puede observar que el canal de comunicación más puntuado es la opción de las redes sociales, seguida de la televisión, puesto que, en esta alternativa, el usuario tenía como variante “dos medios de comunicación”, por el cual, se sentía con mayor conexión a los anuncios sobre eventos en la ciudad.

### Gráfico 3.14. Interés en la aplicación

¿Estaría interesado en una aplicación móvil que brinde información a tiempo real de los eventos que están siendo realizados en la ciudad de Guayaquil?

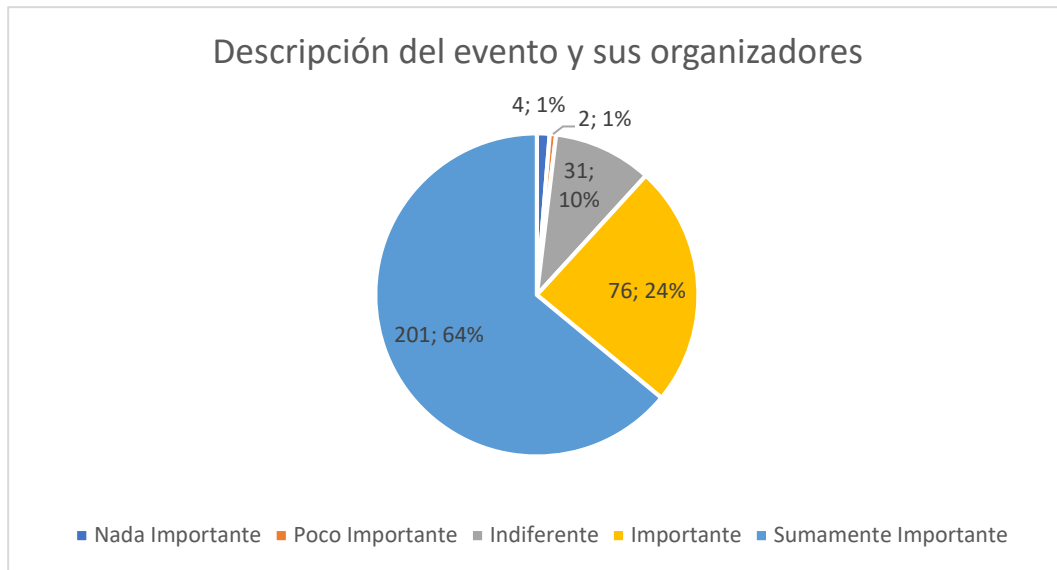
386 respuestas



En este gráfico se puede observar que, de nuestra muestra, el 81,3% está interesado en conocer una app que muestre sobre los eventos que se susciten en la ciudad de Guayaquil, lo cual respalda la propuesta de prototipo a presentar, sugiriendo que esta sea de fácil manejo e intuitiva. El 18,7% de las personas restantes no están interesadas, ya que desconocen los beneficios que esta tendrá en un futuro.

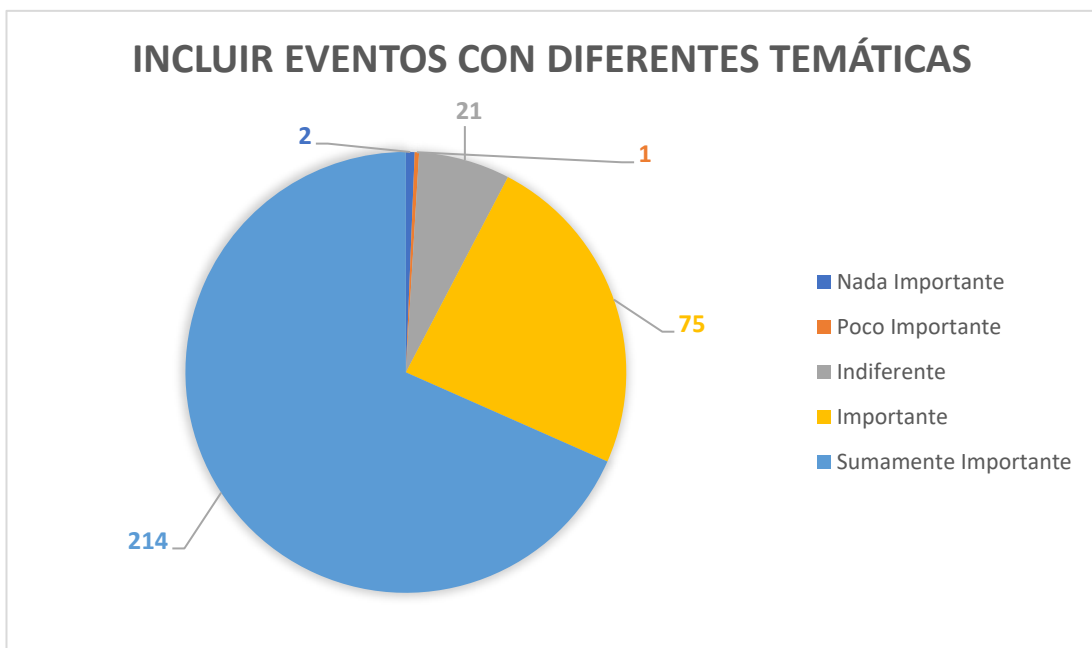
## Aspectos importantes de una aplicación móvil:

**Gráfico 3.15. Descripción del evento y organizadores**



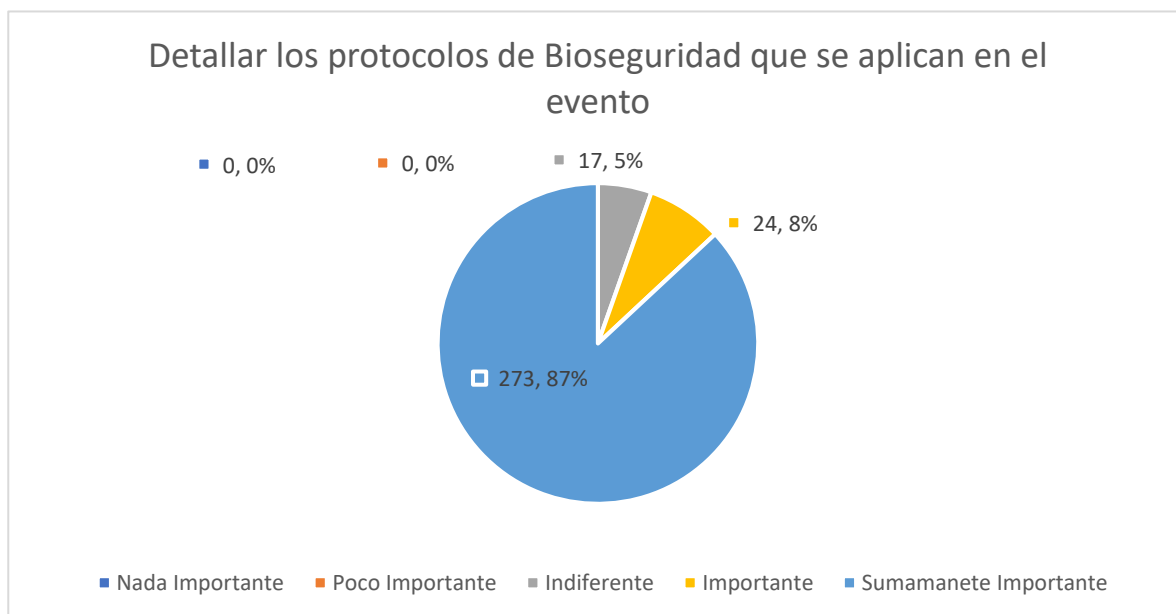
Uno de los aspectos que se propuso fue sobre una sección de la aplicación donde detalle la información del evento (nombre del evento, precio, cláusulas) y también como referencia el nombre de los organizadores o descripción sobre la trascendencia del evento. El 64% de las personas considera la calificación más alta de cinco (sumamente importante) en describir y ser muy detallado tanto en el evento que se va a realizar como de las personas que lo manejan, dirigen y organizan.

**Gráfico 3.16. Temáticas de los eventos**



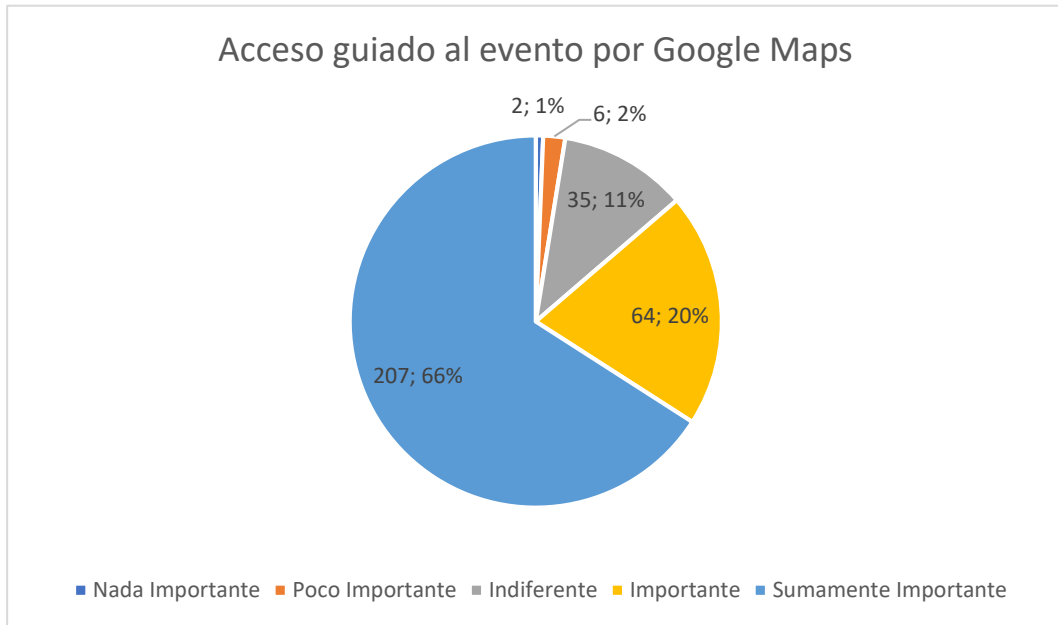
Como se puede observar, el gráfico muestra que el 68,4% considera que la aplicación debe tener diferentes temáticas o categorías para que haya más variedad a la hora de escoger dónde asistir dentro de la ciudad. Es decir, no se apegan a un solo tipo en particular, sino que desean experimentar diversas áreas de los eventos sociales.

**Gráfico 3.17. Protocolos de bioseguridad en el evento**



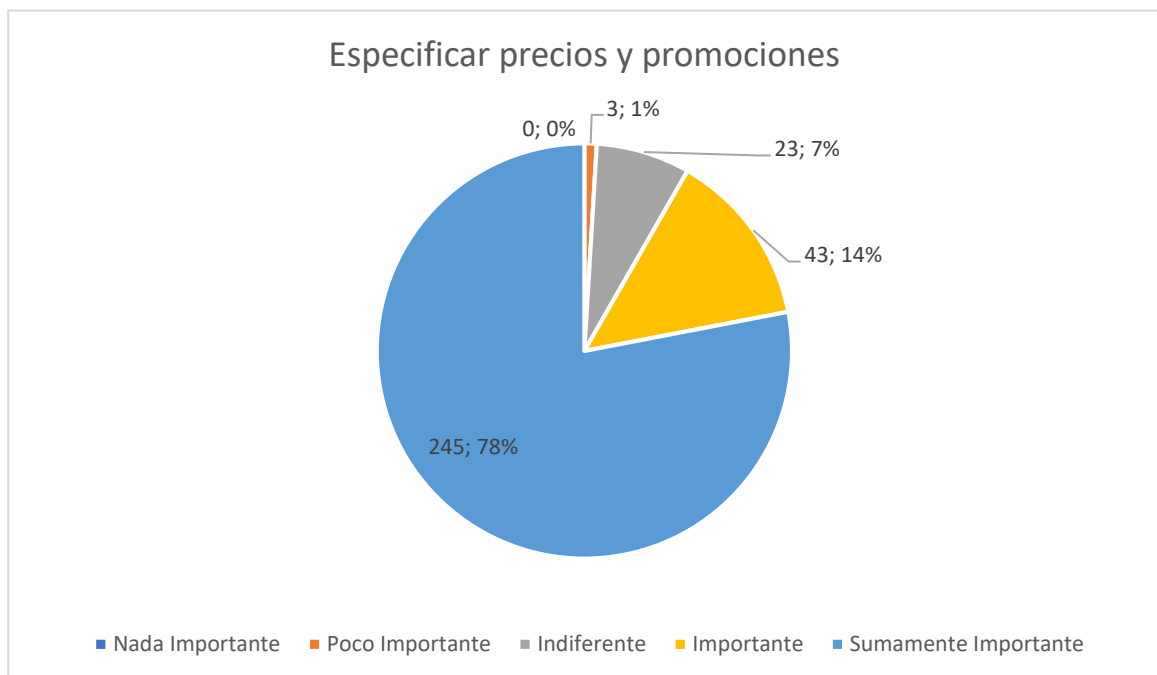
Este aspecto de la aplicación está relacionado con la presencia de protocolos de bioseguridad y qué tan eficaces sean estos. Por esta razón, el 87% de las personas han calificado con la puntuación máxima de 5 (sumamente importante) que se deban detallar los protocolos y lineamientos utilizados en los eventos dentro de la aplicación móvil. Esto, con la finalidad de que los eventos brinden garantías de seguridad y un ambiente cómodo para los asistentes.

**Gráfico 3.18. Acceso guiado al evento**



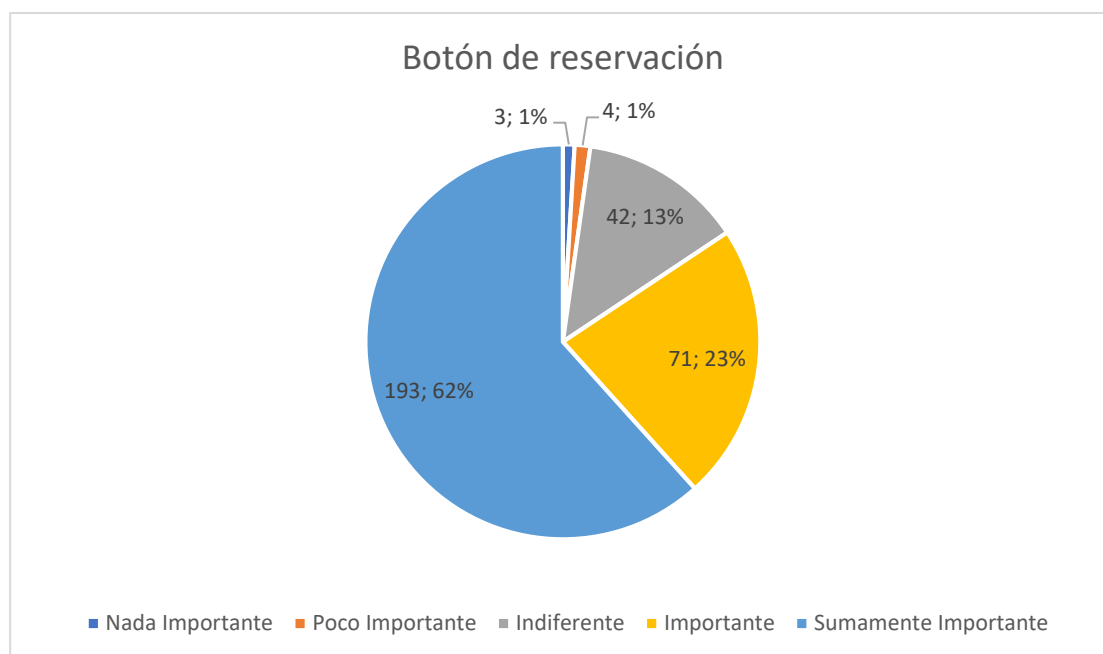
En la categoría de acceso guiado se puede observar que el 66% de las personas han puntuado con la calificación más alta la necesidad de que se incluya esta funcionalidad dentro de la aplicación. La incorporación de esta característica se ha tornado de manera imprescindible en los aspectos a considerar en la plataforma.

**Gráfico 3.19. Precios y promociones**



En este gráfico se ilustra la segunda categoría como la opción más votada, con un 78% de las personas que han calificado con la nota más alta (de cinco) la inclusión de los precios y promociones dentro de la aplicación, la cual les permite tener una percepción de los gastos que podría tener cada uno de los usuarios en la asistencia a los eventos abiertos al público.

**Gráfico 3.20. Opción de reservación**

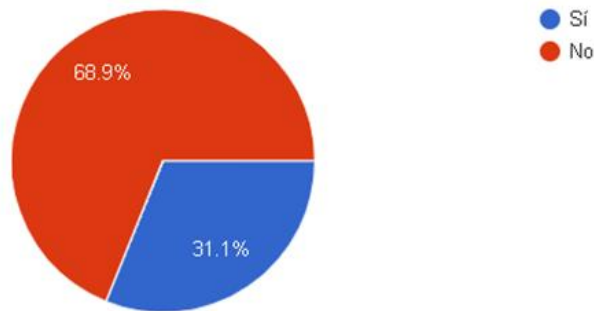


Como se observa la siguiente gráfica, el 62% de las personas indicaron que es de suma importancia tener un botón de reservación para los eventos que se vayan a presentar en la aplicación móvil para eventos de la ciudad de Guayaquil, por lo que de esta forma aseguran su asistencia de una forma segura, rápida y efectiva. Aparte que, en la actualidad, la realización de reservaciones se maneja de forma digital como alternativa frente a la tradicional compra presencial debido a los efectos del COVID-19.

**Gráfico 3.21. Pago por la aplicación móvil**

¿Estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que brinde información sobre los eventos de la ciudad de Guayaquil?

315 respuestas

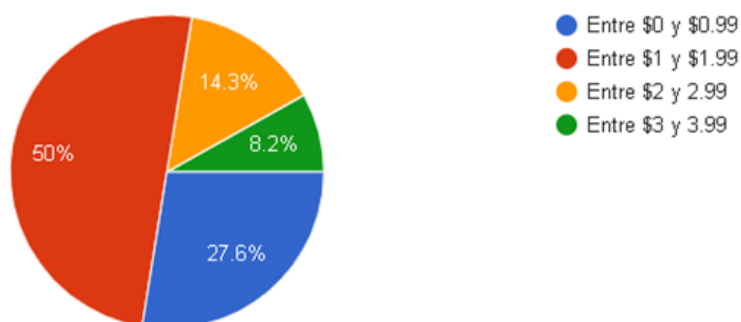


Como se puede observar, el 68,9% de las personas no está interesada en pagar por una aplicación de eventos que brinden toda la información detallada de las actividades o acontecimientos importantes de la ciudad, el otro 31,1% de las personas si están interesadas en pagar por una aplicación.

**Gráfico 3.22. Rango de precios para la aplicación móvil**

¿Cuál es el rango de precio que usted estaría dispuesto a pagar por dicha aplicación?

98 respuestas



En el gráfico se puede observar que el 50% de las personas están dispuestas a pagar y suscribirse por una aplicación móvil por un valor entre \$1 y \$1.99; el 27% están dispuesto a suscribirse por un valor de entre \$0 a \$0,99. Esto indica que las personas desean tener una accesibilidad pertinente y, a su vez, poder contribuir a



una mejora constante en el desarrollo de esta app (dentro de las personas que han mostrado interés en el pago).

### 3.1.1 Correlación de datos

Con la finalidad de entender cuál es la percepción del cliente sobre los eventos de Guayaquil, y conocer que aspectos motivan a los habitantes de asistir a eventos en nuestra ciudad, se ha procedido a comenzar por identificar cual es el interés y quienes representan mayor interés.



Figura 3.1 Interés del muestreo poblacional de la ciudad de Guayaquil

Como observamos en la muestra poblacional de 386 personas de la ciudad de Guayaquil, el 81.1% está interesado en la aplicación, y el otro 38.9% no está interesado en una aplicación para conocer sobre los eventos en la ciudad de Guayaquil.

Para poder identificar una relación entre el grupo que está interesado en la aplicación de eventos y las motivaciones, se ha procedido a realizar un sistema de correlación de 3 variables que son: sexo, edad e interés de la app. Estas fueron tomadas de las encuestas y analizando el sistema de correlación lineal se las identificó; se procedió a realizar una tabla dinámica con su respectivo grafico para reconocer cuáles serían las posibles interpretaciones.

## Matriz de correlación inicial.

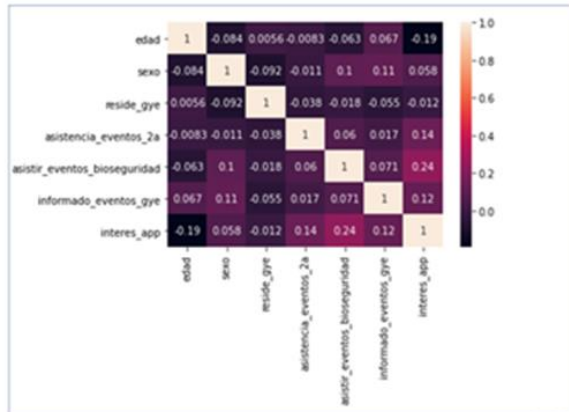


Ilustración 2.2: Tabla de sistema de correlación lineal

sexo	edad	interes_app	conteo
Femenino	Entre 18 y 25 años	No	31
		Sí	153
	Entre 26 y 33 años	No	6
		Sí	9
	Entre 34 y 41 años	No	1
		Sí	7
Entre 42 y 49 años	No	3	
	Sí	11	
Entre 50 años o más	No	7	
	Sí	3	
Masculino	Entre 18 y 25 años	No	15
		Sí	100
	Entre 26 y 33 años	No	4
		Sí	19
	Entre 34 y 41 años	No	3
		Sí	3
Entre 42 y 49 años	No	1	
	Sí	2	
Entre 50 años o más	Sí	1	

## Interés en la aplicación por sexo y grupo de edad.

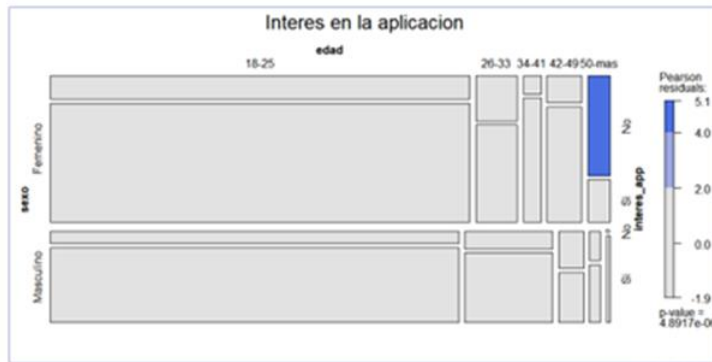


Ilustración 3.3: Tabla dinámica y gráfico de relación entre las variables

(interés en la aplicación, sexo, y edad)

Como se puede observar en la imagen, se muestra que el mayor porcentaje de encuestados son jóvenes entre la edad de 18 a 25 años de sexo femenino, la cual en ambas partes hay aceptación de interés por la aplicación, sin embargo, existe un grupo que es necesidad de estudio debido al sesgo que presenta en cuanto al resto de resultados, y este caso es el grupo de mujeres de 50 años o más, el cual no está interesado en la aplicación.

### 3.2 Análisis de las entrevistas

Con la finalidad de obtener información importante que nos ayude a la construcción de nuestro proyecto de una aplicación para dispositivos móviles sobre

eventos abiertos al público, se determinó entrevistar a personas profesionales en el área de eventos, para conocer aquellos factores necesarios a considerar para plantear una buena propuesta que sea llamativa en el mercado y cumpla con nuestro objetivo. Para lo cual se elaboró un cuestionario de preguntas dividido en 2 secciones: eventos post-covid y eventos abiertos al público en la ciudad de Guayaquil. Estas entrevistas se realizaron entre las fechas del 18 de noviembre y 30 de noviembre del 2020, se puede mencionar los siguientes detalles:

Todos los entrevistados llevan más de 5 años relacionados con la industria de los eventos y hablaron sobre su vasta experiencia y aprendizaje en el sector. Uno de los puntos más importantes que se mencionó en la entrevista fue si nuestros actores estaban de acuerdo con la reactivación a escala de los eventos en la ciudad de Guayaquil. La mayoría de entrevistados mencionaron que sí estaban de acuerdo en que la ciudad retorne progresivamente a la realización de los eventos, mientras que estos sean controlados por organismos o instituciones que tengan más conocimiento y apliquen medidas de bioseguridad. Uno de los entrevistados mencionó que no es posible esta reactivación mientras los ciudadanos y organizadores de eventos no acaten las normas impuestas por los organismos reguladores.

Sobre cómo se logra la bioseguridad en los eventos la mayoría de nuestros entrevistados estuvieron de acuerdo que la mejor manera de lograrlo es la actualización constante en temas de pandemia por parte de los organizadores y personas que asistan a los eventos.

Esto se debe a la necesidad de colaboración de ambas partes para poder realizar los eventos de forma segura y a su vez se respeten los protocolos aplicados. Todos los entrevistados están capacitados en temas de bioseguridad para asegurar de forma correcta la salud de los asistentes y del staff de organizadores mediante el buen manejo de invitados, el distanciamiento social, además del correcto control de los diferentes proveedores. En el caso de la Escuela de los Chefs, se puede mencionar que ellos antes de realizar la feria “Raíces” toman la iniciativa de poder capacitar a los integrantes de cada una de las huecas que participarán en dicha feria, explicar el correcto manejo de los alimentos, clientes y la distribución de los lavaderos, basureros, entre otras.

Algo muy importante que nos llamó la atención fue el desconocimiento de una herramienta que brinde información importante de los eventos enfocados en la ciudad de Guayaquil; se nombraron páginas y aplicaciones como “Guayaquil es mi

destino” o “meet2go” pero ninguna que amplíe a la totalidad de eventos abiertos al público como la propuesta que se consideró. En el caso de “meet2go”, al ser una aplicación a nivel nacional, no abarca la mayoría de los eventos públicos de la ciudad. Se mencionaron hashtags en Instagram que se utilizaban antes, pero la realidad es que Guayaquil no tiene una herramienta, lugar específico o página web que le brinde la información, tanto a los ciudadanos como extranjeros de los eventos que se vayan realizando en la ciudad con su respectiva información.

De misma forma comentaron acerca de cómo debería ser nuestra propuesta de aplicación para mejorar la experiencia de los usuarios al momento de utilizarla, esta recomendación fue que realicemos una app amigable con los usuarios, que sea intuitiva y de fácil manejo, que la información se encuentre de forma completa y sin omisiones.

Con respecto a las modalidades de pagos, prefieren mucho más las suscripciones anuales para abarcar un solo valor al final de dicho tiempo, además recomendaron que brindemos un tiempo de prueba totalmente gratuito para poder familiarizarse con el manejo de la aplicación.

Para un mayor entendimiento de los datos recolectados por las entrevistas se presentará un cuadro con los comentarios más significativos divididos en factores según el tema abarcado. A continuación, se detalla de mejor manera la consideración de dichos factores:

- **Factor de responsabilidad organizacional:** Cumplimiento de capacitación por parte de los organizadores o haber cumplido 3 años de experiencia en eventos en la ciudad de Guayaquil, contar con buen equipo de trabajo y compromiso por brindar un buen evento abierto al público
- **Factor de bioseguridad:** Parámetros que deben cumplir los eventos con la finalidad de evitar en su mayor parte el posible contagio entre el público y el personal del evento
- **Factor social:** La responsabilidad de buena participación por parte del público que asiste al evento con un compromiso para las buenas prácticas de los eventos en la ciudad.
- **Comunicación y marketing:** La responsabilidad de los medios de difusión en la manera de transmitir la información apropiada al público para que pueda informarse y como asistir a los eventos.

- **Tecnología para eventos:** Una identificación de herramientas tecnológicas y sus funciones que puedan ayudar a la posible reactivación de eventos en la ciudad de Guayaquil.

### **3.3 Análisis de la situación Actual**

Se analizaron los datos de los diferentes eventos que se llevaron a cabo en la ciudad de Guayaquil de los últimos dos años (gracias a la investigación de fuentes secundarias). Teniendo en cuenta la realidad que vivimos por la pandemia, muchos de los eventos pensados para este año del 2020 tuvieron que ser cancelados o pospuestos: este es el caso del Fiexpo Workshop & Technical Visit que ante las circunstancias tuvo que ser aplazado para el siguiente año.

Así mismo, un sin número de eventos tuvieron que cambiar toda su planificación, trasladados a fechas futuras que aún no están concretadas o simplemente darse por cancelado; la tendencia de los eventos tuvo que ser modificada y acoplada conforme se fue desarrollando la pandemia, obteniendo de esta manera una migración de los eventos sociales a plataformas digitales.

Un buen ejemplo de este caso es la Feria del Libro (realizada en septiembre de este año) que, pese a las limitantes presenciales por pandemia, tomó la iniciativa de la conversión del evento a uno de modalidad online, el cual garantizaba un acceso rápido y sencillo.

Otra forma evidente en que los eventos se adaptaron al mismo tiempo del desarrollo de la pandemia fue la de capacitación e implementación de medidas de bioseguridad que promuevan la salud e integridad de los asistentes, colaboradores, proveedores, etc. Como buen ejemplo, podemos mencionar la séptima edición de “Raíces” que se desarrolló en el Centro de Convenciones de Guayaquil y se llevó a cabo cumpliendo con todos los protocolos establecidos para la industria de reuniones MICE; la importancia de dicho evento trasciende en que fue el primero en realizarse después del inicio de la emergencia sanitaria, y que, gracias a esto, tuvo que efectuarse de forma “híbrida”, es decir, fue celebrado tanto presencial como virtualmente.

Como Guayaquil no cuenta con un plan anual en el cual consten tantos los eventos abiertos al público como con un registro de eventos de años anteriores, se procedió a crear un formato, en donde se detallan los principales eventos abiertos al

público de la ciudad de Guayaquil, según nuestra consideración. Esto con el fin de poder hacer un mejor análisis con respecto a diferentes parámetros que se consideran esenciales en la determinación de la efectividad de un evento, tales como: lugar, precio, capacidad, medidas o protocolos empleados, modalidades, etc.

Se han hallado patrones en lo que respecta a la accesibilidad a los eventos, puesto que muchos han decidido aplicar diferentes estrategias para así tener un mayor aforo de personas, tales como la reducción de precios o la libre entrada de los asistentes cumpliendo con el máximo estipulado por el organismo competente, en este caso el COE cantonal, en términos de capacidad de personas; esto con el fin de hacer perdurar las tradiciones del evento, conservar su imagen y la importancia que posee para la ciudad.

Un hecho remarcable con respecto a los organizadores de diferentes eventos en nuestra ciudad corresponde a la aplicación obligada de protocolos de bioseguridad, los cuales deben tener un seguimiento para que se efectúen adecuadamente y velen por la seguridad de las personas que son parte de estos (organizadores, asistentes, proveedores).

Anteriormente, se habló de la conversión de los eventos presenciales en eventos híbridos o eventos netamente online, hemos encontrado que actualmente se utilizan muchas más plataformas digitales para transmitir dichos eventos tales como: Youtube, Facebook Live, entre otros, los cuales permiten abarcar una audiencia más amplia, puesto que personas alrededor del mundo pueden ser partícipes de estos, lo cual expande el rango de interacción entre personas, generación de nuevas experiencias y comprensión de nuevos puntos de vista.

### **3.4 Propuesta técnica**

La propuesta técnica que se planteó gira en torno a la problemática de los eventos de la ciudad de Guayaquil, la información no llega de forma efectiva ni atractiva para las personas interesadas en asistir.

Se realizó una propuesta de un prototipo de una aplicación móvil donde detalle los aspectos más importantes del evento como: la categorización de los eventos según su tipo, precio, magnitud, temática del evento, información de trascendencia del evento, y sus respectivos requerimientos y protocolos de bioseguridad para el acceso. Toda esta información se mostrará en una forma

dinámica en el que el usuario- cliente, pueda buscar el tipo de evento según su perfil y sus preferencias. Estos datos y recomendaciones obtenidos de las entrevistas y de las encuestas realizadas a los principales actores, personas relacionadas en eventos y posibles clientes o usuarios jugaron un papel importante para la consideración de los aspectos ya mencionados.

La aplicación consiste en un banco de datos de los eventos que se realicen en la ciudad de Guayaquil mediante alianzas estratégicas con los organizadores de dichos eventos. Para formar parte de la aplicación, los organizadores de los eventos deben de estar comprometidos (tanto de normas de bioseguridad como de buenas prácticas) para asegurar que los asistentes gocen de un excelente servicio y, a su vez, de un recuerdo memorable en conjunto con las medidas y protocolos que salvaguarden tanto la salud de ellos como la del staff del evento.

Generar un compromiso de auto información y de autoaprendizaje en función a cómo se vaya desarrollando la pandemia, con el fin de que los usuarios sientan esta preocupación por parte de los organizadores y genere confianza en asistir a dichos eventos. Al abrir la aplicación, el usuario se encontrará con el mapa de la ciudad en donde se especificará: la ubicación en donde se encuentra (esto mediante el uso del GPS de su dispositivo móvil) y los eventos abiertos al público que se estén llevando a cabo, estén por realizarse o se hayan cancelado en los alrededores del usuario.

Estos a su vez son identificados por colores: amarillo, verde y rojo respectivamente; al seleccionar un evento se va a detallar la información completa, así también los antecedentes y la trayectoria de dicho evento a través del tiempo, las facilidades que se manejan en temas de inclusión, protocolos, vías de acceso y demás.

La organización es sumamente importante para controlar el tiempo que los usuarios desean invertir al momento de asistir al evento y por eso se ha decidido incluir una herramienta que les ayude a facilitar dicho trabajo como sugerencia por parte de los entrevistados. Un calendario en el que los usuarios puedan seleccionar, ordenar y guardar los eventos a los que se desean asistir y, a su vez, la aplicación brindará recordatorios sobre los eventos, alarmas, recomendaciones y las actualizaciones que existan del mismo. A continuación, se detallarán las versiones consideradas por la aplicación:

**Tabla 3.1. Características del aplicativo**

Versión Básica	Versión Prémium
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información detallada de los eventos en la ciudad de Guayaquil.</li> <li>• Búsqueda por voz.</li> <li>• Acceso guiado al evento por Google Maps.</li> <li>• Cambios o actualizaciones del evento.</li> <li>• Calendario y recordatorios.</li> <li>• Mapa a tiempo real de los eventos cercanos al usuario.</li> </ul>	<p>Todo lo incluido de la versión básica y, además:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cero publicidades</li> <li>• Creación del perfil del usuario.</li> <li>• Banco de puntos.</li> </ul>

Al ser solamente el 31.1% de las personas encuestadas que estuvieron interesados en pagar por la aplicación, se consideró plantear dos versiones para su suscripción. El cambio de una versión a otra es menor, ambas conservan la principal propuesta de valor que es la de transmitir efectivamente la información de los eventos de la ciudad de Guayaquil. La ventaja de la versión premium será la de facilitar a los usuarios la creación de un perfil personal en el cual se muestre si es el caso o gusto de la persona los eventos a los que ha asistido, para de esta manera poder realizar comentarios, puntuaciones, sugerencias, recomendaciones de dichos eventos.

Esto principalmente para generar un sentido de pertenencia y satisfacción, que dichas personas tengan el compromiso de exaltar los buenos eventos y de misma manera de denunciar cualquier acto que consideren perjudicial para su correcto disfrute del evento (negligencia de los organizadores o cualquier otro tipo de factor ajeno).

Además, esta versión estará libre de publicidad o anuncios ajenos a la realización de eventos, esto permitirá que los usuarios puedan interactuar libremente y de forma continua sin interrupciones. El banco de puntos es una de las principales novedades que se desea añadir, se otorgará cierta cantidad de puntos a los usuarios



que asistan a los eventos, estos puntos se tomarán a consideración dependiendo de: tipo de evento abierto al público que los usuarios asistan, la duración, el precio, comentarios, calificaciones que el usuario realice, entre otras. Todo esto con el fin de motivar a las personas a asistir a eventos abiertos al público, generar confianza con la veracidad de la información y así poder reactivar la economía de la ciudad de Guayaquil. Estos puntos podrán ser canjeados cada cierta cantidad de tiempo o por temporada que consideremos apropiadas, estos canjes van desde entradas gratis a eventos en la ciudad, fotos con artistas (con su debido protocolo de bioseguridad dentro de los mismos eventos), combos de alimentación dentro o fuera del evento, entre otros.

### 3.5 Análisis FODA del prototipo de aplicación

Gráfico 3.23. FODA del aplicativo



### 3.6 Análisis de la competencia

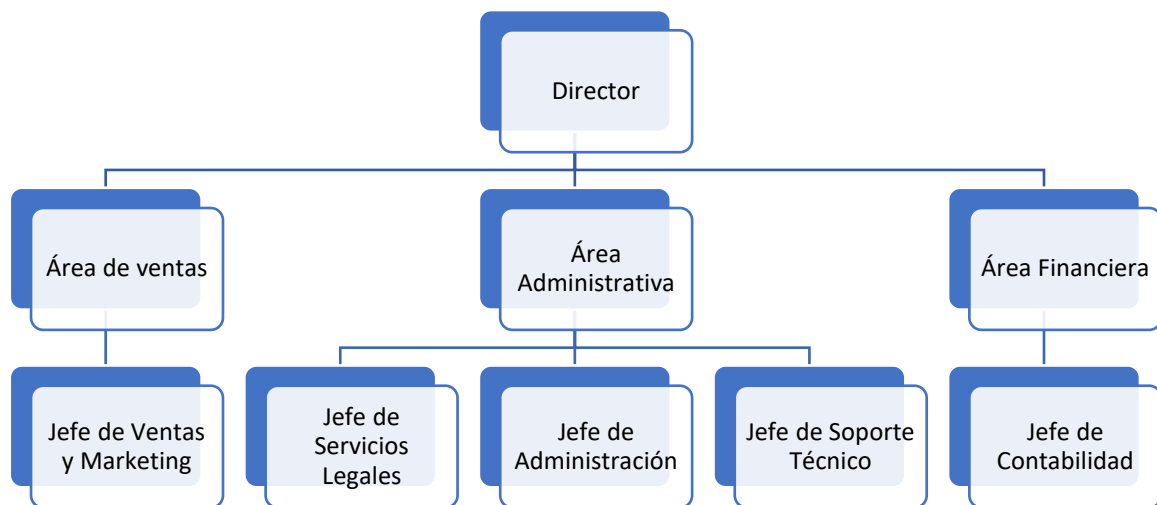
Tabla 3.2. Cuadro de competidores con sus características

Competidor	Análisis
<b>Guayaquilesmidestino.com</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Página propia de la Municipalidad de Guayaquil.</li> <li>✓ No abarca con la totalidad de eventos.</li> <li>✓ Eventos propios o en colaboración con la municipalidad</li> <li>✓ Cuenta con una aplicación móvil:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Muy mala calificación y comentarios en las plataformas de descargas.</li> <li>○ No es compatible con algunas versiones de dispositivos móviles.</li> <li>○ Tiempos extensos de carga de los datos que se presentan.</li> <li>○ Constante aparición de mensajes de error de carga.</li> <li>○ Información no visible.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Meet2Go</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicación de eventos a nivel nacional.</li> <li>✓ Búsqueda de eventos por Google.</li> <li>✓ Venta de entradas</li> <li>✓ En la actualidad solo incluyen un solo evento online que se desarrollará para Guayaquil (Clase de estética de la música).</li> <li>✓ No hacen énfasis en eventos de nuestra ciudad, eventos culturales próximos.</li> <li>✓ Centrados en la difusión de todo tipo de eventos online (clases, videojuegos, conciertos, etc.).</li> </ul>
<b>BuenPlan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicación de eventos a nivel nacional, enfocada en Quito.</li> <li>✓ Manejo y presentación de eventos online.</li> <li>✓ Venta de entradas.</li> <li>✓ No especifica eventos abiertos públicos o relacionados con la municipalidad.</li> </ul>

### 3.7 Propuesta Económica

Para comenzar con nuestra propuesta económica, debemos considerar varios factores previos que permiten conocer si nuestro proyecto es viable o no. Como primer punto, tenemos la división organizacional que tendrá nuestra empresa para reconocer la cantidad de personal y el tipo de profesionales requeridos para comenzar con el desarrollo y mantenimiento de nuestro proyecto.

**Gráfico 3.24. División organizacional del trabajo**



Se han tomado en cuenta todas estas áreas o departamentos para poder constituir nuestra empresa y llevar a cabo las actividades a realizarse de manera pertinente.

#### **Campaña digital de la imagen:**

Al ser una aplicación nueva en el mercado, se debe invertir en la creación de una imagen que transmita toda nuestra propuesta de valor hacia los usuarios. Con esto, se logrará captar la atención de nuestros usuarios potenciales (aquellos que se sienten identificados con nuestra aplicación).

**Tabla 3.3. Cotización campaña digital del aplicativo**

<b>PRESUPUESTO CAMPAÑA DIGITAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO (\$)</b>
<b><u>ANÁLISIS DE NECESIDADES DE LA EMPRESA</u></b>	\$0,00
Estudio de las necesidades	GRATIS
<b><u>CREACIÓN Y CONCEPTO DE LA IMAGEN</u></b>	<b>\$700,00</b>
Idea y concepto del logo	\$350,00
Diseño de Web	\$350,00
<b><u>DESARROLLO</u></b>	<b>\$900,00</b>
Creación Logo tipo	\$300,00
Manual de marca	GRATIS
Línea gráfica	\$300,00
Página Web	\$300,00
<b><u>IMPLEMENTACIÓN DE LA IMAGEN NUEVA</u></b>	<b>\$600,00</b>
Impresión en Papelería	\$300,00
Implementación de página web con nueva línea gráfica	\$300,00
<b>Subtotal libre de impuestos</b>	<b>\$2200,00</b>
<b>IVA</b>	<b>\$264,00</b>
<b>Total (general con impuestos)</b>	<b>\$2464,00</b>

Como se puede apreciar en el cuadro anterior una inversión de \$2,464.00 establece un costo mínimo para poder desarrollar y promover nuestra imagen como empresa, en los cuales se tienen en consideración los materiales de preparación y la compra de un dominio que permita el alojamiento y funcionamiento de nuestra página web.

#### **Desarrollo de aplicación:**

Para poner en práctica el desarrollo de nuestra aplicación se realizó la cotización a una compañía que posee experiencia en el desarrollo e innovación de tecnologías (la cual posee más de 12 años de actividades laborales en el mercado).

A continuación, se detallan los aspectos relevantes y no relevantes en el pago del desarrollo de la aplicación:

**Tabla 3.4. Aspectos de la aplicación**

Incluye	No incluye
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 1 Dominio.com (opcional)</li> <li>✓ Certificado de seguridad</li> <li>✓ Servidor dedicado para acceso ilimitado</li> <li>✓ Base de datos para almacenar información ilimitada</li> <li>✓ Servicio de correo electrónico para enviar mensajes desde la app con el dominio del negocio (opcional)</li> <li>✓ Publicación de la aplicación en Apple Store y Play Store</li> <li>✓ Soporte mensual para que la app este en línea 24/7</li> <li>✓ Soporte del uso de la plataforma en días laborables en horario de 9 am a 6pm</li> <li>✓ Acceso a vistas de la base de datos para uso de la información de su app</li> <li>✓ 10Gb de almacenamiento para imágenes</li> <li>✓ Conexión con Google Maps para búsquedas por cercanía y registro de direcciones</li> <li>✓ Capacitación para uso y administración de la plataforma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseño de logotipo, isotipo o artes para la aplicación.</li> <li>✓ Imágenes</li> </ul>

**Nota:** La aplicación será publicada en la cuenta de ITD de Apple y Play Store y dispondrá de información referente a ITD como desarrollador en los créditos de la APP.

El precio de alquiler de la plataforma para iOS y Android es de \$150 USD. mensuales los cuales deben cancelarse por adelantado, además de un pago anual de \$300 USD. Para obtener la app debe cancelar 4 meses por adelantado y el pago anual. El costo del sistema de facturación electrónica integrado a la aplicación es

dependiendo del número de documentos que requiera a partir de \$20 USD. para 200 documentos, este valor es un pago único y los documentos no tienen caducidad.

### **Inversión Total:**

Para el total de la inversión inicial, se ha considerado cubrir los cuatro primeros meses de trabajo y desarrollo de la constitución de nuestra empresa, en donde se toman en cuenta todas las variables para el correcto funcionamiento durante este período de tiempo.

**Tabla 3.5. Cotización de la inversión inicial**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>Descripción del egreso</b>	<b>Monto de adquisición</b>
<b>Gastos de constitución compañía</b>	\$1.200,00
<b>Capital de trabajo</b>	\$23.211,20
<b>Campaña digital de imagen</b>	\$2.464,00
<b>Inversión inicial para la app</b>	\$920,00
<b>Computadoras</b>	\$3.600,00
<b>Impresoras</b>	\$700,00
<b>Teléfonos</b>	\$175,00
<b>Total inversión inicial</b>	<b>\$32.270,20</b>

### **NOTA:**

En la sección de capital de trabajo, se incluyen rubros como: el sueldo del director, de los trabajadores, arrendamiento del espacio de trabajo, compra de mobiliarios (sillas, escritorio, etc.), internet y servicios básicos. Todo cubierto para los primeros cuatro meses de trabajo.

**Tabla 3.6. Cálculo de Activos fijos y su depreciación**

<b>TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>				
<b>Descripción del Activo</b>	<b>Monto de adquisición (\$)</b>	<b>Años de depreciación</b>	<b>Valor residual (\$)</b>	<b>Depreciación (\$)</b>
Mobiliario (Sillas, escritorios, etc)	\$1.500,00	10	\$150,00	\$135,00
Computadoras	\$3.600,00	5	\$720,00	\$576,00
Impresoras	\$700,00	5	\$140,00	\$112,00
Teléfonos	\$175,00	5	\$35,00	\$28,00
<b>Valor depreciación anual total</b>				<b>\$851,00</b>

En esta tabla se consideró tanto los bienes tangibles como el tiempo en el cuál estos se van a ir depreciando. El valor anual que se tomará en cuenta para los siguientes cuadros de desarrollo financiero será el de \$851.

**Tabla 3.7. Pronóstico del interés a 10 años**

Períodos	Interés	Parte del préstamo	Préstamo pendiente	Flujo del préstamo
<b>1</b>	\$ 3.872	\$ 3.227	\$ 29.043	\$ 7.099
<b>2</b>	\$ 3.485	\$ 3.227	\$ 25.816	\$ 6.712
<b>3</b>	\$ 3.098	\$ 3.227	\$ 22.589	\$ 6.325
<b>4</b>	\$ 2.711	\$ 3.227	\$ 19.362	\$ 5.938
<b>5</b>	\$ 2.323	\$ 3.227	\$ 16.135	\$ 5.550
<b>6</b>	\$ 1.936	\$ 3.227	\$ 12.908	\$ 5.163
<b>7</b>	\$ 1.549	\$ 3.227	\$ 9.681	\$ 4.776
<b>8</b>	\$ 1.162	\$ 3.227	\$ 6.454	\$ 4.389
<b>9</b>	\$ 774	\$ 3.227	\$ 3.227	\$ 4.002
<b>10</b>	\$ 387	\$ 3.227	\$ 0	\$ 3.614

Al no contar con capital propio, se optó por considerar un préstamo, el cual se realizará en el año uno y que se irá cancelando a lo largo de 10 períodos (años); el interés que hemos considerado cubrir para este préstamo será de 12%. En el cuadro se detalla el valor que se cancelará junto al del interés, el préstamo pendiente y cómo se irá reduciendo en cada uno de los periodos hasta llegar a cero. Entrando al tema de ingresos, hemos considerado estos valores para nuestro de posibles usuarios que tendrá nuestra aplicación:

**Tabla 3.8. Datos poblacionales de Guayaquil**

Total de Habitantes en Guayaquil	Población Económicamente Activa (PEA)	Población Estrato medio alto	Población con empleo pleno	Interés de la app
<b>2`698.077</b>	173.2165,434	394.933,719	193.517,5223	<b>38.703,50446</b>

La población de la ciudad de Guayaquil es multiplicada por la población económicamente activa (PEA) de nuestra ciudad que es 64,2% obteniendo el valor que se puede observar en la segunda fila de la segunda columna. De la población económicamente activa solamente el 22,8% se considera dentro del estrato medio alto que es el segmento que hemos decidido elegir para enfocar nuestro proyecto. De este valor obtenido, las personas con un empleo pleno son solo el 49%

obteniendo como resultado 193.517 personas que podríamos considerar para venderle nuestra aplicación. De las entrevistas que se realizó a un total de 386 personas el 30% de ellas, si estuvo interesado en pagar por una aplicación de eventos; hemos decidido ser un poco más conservadores con nuestro direccionamiento de nuestro proyecto y el porcentaje que hemos aplicado en base a nuestras entrevistas será el de 20% obteniendo 38.703 personas interesadas en comprar la versión premium de la aplicación en el primer año.

**Tabla 3.9. Pronóstico ingresos de usuarios prémium**

<b>Pronóstico de ingresos Usuarios Prémium</b>			
<b>PRONÓSTICO DE INGRESOS POR VENTAS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total Ingresos</b>
<b>Año 1</b>	38.703	\$ 0,99	\$ 38.315,97
<b>Año 2</b>	58.055	\$ 1,02	\$ 59.198,17
<b>Año 3</b>	81.276	\$ 1,05	\$ 85.363,77
<b>Año 4</b>	105.659	\$ 1,08	\$ 114.302,08
<b>Año 5</b>	126.791	\$ 1,11	\$ 141.277,37
<b>Año 6</b>	139.470	\$ 1,15	\$ 160.067,27
<b>Año 7</b>	146.444	\$ 1,18	\$ 173.112,75
<b>Año 8</b>	153.766	\$ 1,22	\$ 187.221,44
<b>Año 9</b>	161.454	\$ 1,25	\$ 202.479,98
<b>Año 10</b>	169.527	\$ 1,29	\$ 218.982,10

<b>No. de clientes año 1:</b>	<b>38.703</b>
<b>Precio de venta por huésped:</b>	\$ 0,99
<b>Incremento de precio anual:</b>	0%
<b>Incremento de ventas:</b>	
<b>Al año 2:</b>	50%
<b>Al año 3:</b>	40%
<b>Al año 4:</b>	30%
<b>Al año 5:</b>	20%
<b>Al año 6 en adelante:</b>	10%

Esta tabla nos indica los resultados a esperar en términos de ingresos económicos por parte de la aplicación en el caso de los usuarios premium, con una proyección estimada de 38.703 clientes en el año de lanzamiento. De hecho, en el segmento de “incremento de ventas”, podemos apreciar una parte del ciclo de vida del producto, el cual tendrá su crecimiento exponencial hasta llegar a un número constante de clientes. Esto se evidencia a partir del año 6 en adelante, el cual presenta un 10% de incremento en ventas.



**Tabla 3.10. Pronóstico alianzas con empresas de eventos**

Pronóstico de ingresos Alianzas con empresas de eventos				No. de clientes año 1: <b>48</b>	
PRONÓSTICO DE INGRESOS POR VENTAS				Precio de venta por huésped:	\$ 8,00
AÑOS	Cantidad	Precio	Total Ingresos	Incremento de precio anual:	0%
Año 1	60	\$ 15,00	\$ 900,00	<b>Incremento de ventas:</b>	
Año 2	78	\$ 15,45	\$ 1.205,10	Al año 2:	30%
Año 3	98	\$ 15,91	\$ 1.551,57	Al año 3:	25%
Año 4	117	\$ 16,39	\$ 1.917,74	Al año 4:	20%
Año 5	135	\$ 16,88	\$ 2.271,56	Al año 5:	15%
Año 6	148	\$ 17,39	\$ 2.573,68	Al año 6 en adelante:	10%
Año 7	155	\$ 17,91	\$ 2.783,43		
Año 8	163	\$ 18,45	\$ 3.010,28		
Año 9	171	\$ 19,00	\$ 3.255,62		
Año 10	180	\$ 19,57	\$ 3.520,95		

Mediante alianzas estratégicas con empresas especializadas en eventos, estos cuadros muestran las predicciones de ganancia de la aplicación. En estas, se enfatizan las asociaciones con múltiples entidades que se desempeñen en el área, puesto que, de manera directamente proporcional, a mayor cantidad de aliados, se generan mayores cantidades de ingresos.

**Tabla 3.11. Pronóstico ingresos por publicidad externa**

Pronóstico de ingresos publicidad externa				No. de clientes año 1: <b>60</b>	
PRONÓSTICO DE INGRESOS POR VENTAS				Precio de venta por huésped:	\$ 15,00
AÑOS	Cantidad	Precio	Total Ingresos	Incremento de precio anual:	0%
Año 1	48	\$ 8,00	\$ 384,00	<b>Incremento de ventas:</b>	
Año 2	62	\$ 8,24	\$ 514,18	Al año 2:	30%
Año 3	78	\$ 8,49	\$ 662,00	Al año 3:	25%
Año 4	94	\$ 8,74	\$ 818,23	Al año 4:	20%
Año 5	108	\$ 9,00	\$ 969,20	Al año 5:	15%
Año 6	118	\$ 9,27	\$ 1.098,10	Al año 6 en adelante:	10%
Año 7	124	\$ 9,55	\$ 1.187,60		
Año 8	131	\$ 9,84	\$ 1.284,39		
Año 9	137	\$ 10,13	\$ 1.389,06		
Año 10	144	\$ 10,44	\$ 1.502,27		

Podemos apreciar el crecimiento progresivo anual de los ingresos por publicidad a medida que el aplicativo tenga mayor tiempo de posicionamiento en el mercado. Subsecuentemente, mientras se hace conocida a mayor tiempo, tiene

mayores posibilidades de conseguir patrocinadores en el área, gracias a la difusión en varios medios.

**Tabla 3.12. Ingresos totales hasta el 10mo año**

<b>Total de ingresos para el primer año</b>	<b>\$39.599,97</b>
<b>Total de ingresos para el segundo año</b>	\$60.917,45
<b>Total de ingresos para el tercer año</b>	\$87.577,33
<b>Total de ingresos para el cuarto año</b>	\$117.038,05
<b>Total de ingresos para el quinto año</b>	\$144.518,13
<b>Total de ingresos para el sexto año</b>	\$163.739,04
<b>Total de ingresos para el séptimo año</b>	\$177.083,77
<b>Total de ingresos para el octavo año</b>	\$191.516,10
<b>Total de ingresos para el noveno año</b>	\$207.124,66
<b>Total de ingresos para el décimo año</b>	\$224.005,32

En este cuadro, podemos apreciar la cantidad total de ingresos que se tendrían para la aplicación dentro de un margen de 10 años. Aquí se consideran tanto los ingresos de usuarios premium, publicidad externa y las alianzas con las empresas pertenecientes al sector de los eventos. El valor estimado para el primer año consta alrededor de los \$39.600,00, siendo este un valor positivo para el producto en sus inicios en el mercado.

### **3.7.1 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Para el estado de pérdidas y ganancias se consideraron los costos fijos y el pronóstico de ingresos anuales, como lo indica en la tabla hasta el año diez, cabe recalcar que no se tomó en cuenta los costos variables ya que en los servicios de plataforma se consideran el mantenimiento de manera anual.

**Tabla 3.13. Estado de pérdidas y ganancias**

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ingresos operacionales</b>	\$ 39.600	\$ 60.917	\$ 87.577	\$ 117.038	\$ 144.518	\$ 163.739	\$ 177.084	\$ 191.516	\$ 207.125	\$ 224.005
<b>Costos variables</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Margen de contribución</b>	\$ 39.600	\$ 60.917	\$ 87.577	\$ 117.038	\$ 144.518	\$ 163.739	\$ 177.084	\$ 191.516	\$ 207.125	\$ 224.005
<b>Costos fijos</b>	\$ 79.204	\$ 80.954	\$ 82.769	\$ 84.649	\$ 86.598	\$ 88.617	\$ 90.708	\$ 92.873	\$ 95.114	\$ 97.435
<b>Beneficio antes de participación de empleados</b>	\$ - \$39.604	\$ - \$20.037	\$ 4.808	\$ 32.389	\$ 57.920	\$ 75.122	\$ 86.376	\$ 98.643	\$ 112.010	\$ 126.570
<b>Participación de empleados (15%)</b>	\$ -	\$ -	\$ 721	\$ 4.858	\$ 8.688	\$ 11.268	\$ 12.956	\$ 14.797	\$ 16.802	\$ 18.986
<b>Beneficio antes de impuestos o base imponible</b>	\$ - \$39.604	\$ - \$20.037	\$ 4.087	\$ 27.530	\$ 49.232	\$ 63.854	\$ 73.420	\$ 83.847	\$ 95.209	\$ 107.585
<b>Impuestos (IR 25%)</b>	\$ -	\$ -	\$ 1.022	\$ 6.883	\$ 12.308	\$ 15.964	\$ 18.355	\$ 20.962	\$ 23.802	\$ 26.896
<b>Beneficio después de impuestos o beneficio neto</b>	\$ - \$39.604	\$ - \$20.037	\$ 3.065	\$ 20.648	\$ 36.924	\$ 47.891	\$ 55.065	\$ 62.885	\$ 71.407	\$ 80.689

### 3.7.1.1 Flujo de Caja

En nuestro diagrama de flujo de caja, para el año cero, es considerado el momento en el que se realiza la inversión del proyecto, con un total de \$32,270, y, así se proyectan los ingresos durante los diez años, mostrando como resultado una pérdida durante los próximos tres años y presentando una utilidad en el tercer año, y por ende mostrando los valores de saldo de caja que se obtendrá hasta el año diez.

**Tabla 3.14. Flujo de caja estimado**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>UTILIDAD NETA</b>			-\$ 20.037	\$ 3.065	20.648	\$ 36.924	\$ 47.891	\$ 55.065	\$ 62.885	\$ 71.407	\$ 80.689
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	\$ 32.270										
<b>REINVERSIÓN</b>											
<b>DEPRECIACIÓN</b>		\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851	\$ 851
<b>SALDO DE CAJA</b>	-\$ 32.270	-\$ 38.753	-\$ 19.186	\$ 3.916	\$ 21.499	\$ 37.775	\$ 48.742	\$ 55.916	\$ 63.736	\$ 72.258	\$ 81.540

### 3.7.1.2 Punto de Equilibrio y TIR

Mediante esta herramienta, se hace hincapié en la fiabilidad de realización del proyecto, es decir, mediante el 25,35% anual capitalizable, la inversión que se realizaría en la creación de la aplicación generaría la rentabilidad suficiente para que haya retribución, lo cual resulta conveniente.

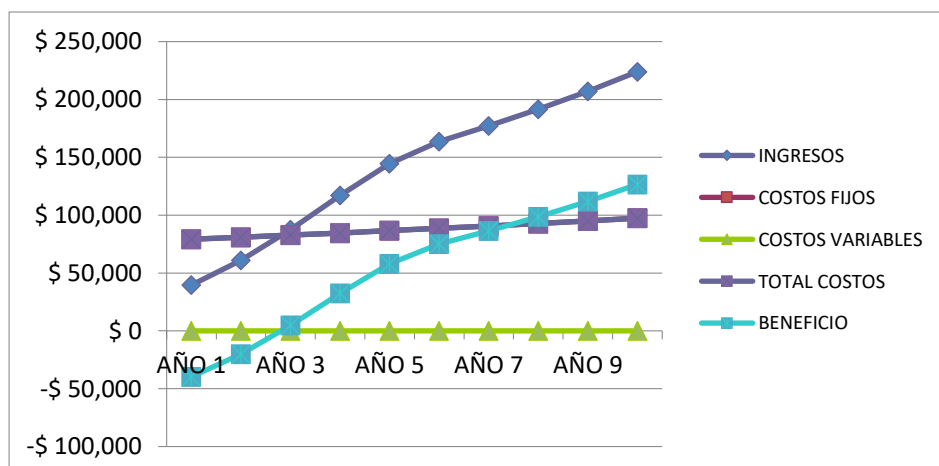
Así también, se obtuvo el valor del VAN, puesto que esta herramienta permite también indicar la fiabilidad del proyecto. El resultado fue de \$ 83,758.70, indicando que el beneficio neto actualizado es mayor a la inversión realizada. Esto se realizaría a partir del tercer año, en el cual se logra el punto de equilibrio del proyecto (cuyo monto es de \$79,204.04). Se considera que el 3er año de la creación del producto es el indicado, puesto que este ya se encuentra posicionado en el mercado.

**Tabla 3.15. Cálculo del TIR y punto de equilibrio**

Variables	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>	\$ 39.600	\$ 60.917	\$ 87.577	\$ 117.038	\$ 144.518	\$ 163.739	\$ 177.084	\$ 191.516	\$ 207.125	\$ 224.005
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 79.204	\$ 80.954	\$ 82.769	\$ 84.649	\$ 86.598	\$ 88.617	\$ 90.708	\$ 92.873	\$ 95.114	\$ 97.435
<b>COSTOS VARIABLES</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$ 79.204	\$ 80.954	\$ 82.769	\$ 84.649	\$ 86.598	\$ 88.617	\$ 90.708	\$ 92.873	\$ 95.114	\$ 97.435
<b>BENEFICIO</b>	-\$ 39.604	-\$ 20.037	\$ 4.808	\$ 32.389	\$ 57.920	\$ 75.122	\$ 86.376	\$ 98.643	\$ 112.010	\$ 126.570

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO:</b>	\$ 79.204,04	<b>VAN:</b>	\$ 83.758,70	<b>Tasa de referencia del Banco Central:</b>	12%
		<b>TIR:</b>	25,35%		

**Gráfico 3.25. Gráfica del punto de equilibrio**



### **3.8 Validación del prototipo de la aplicación**

Esta validación se realizó en la semana del 4 al 8 de enero, la cual constaba en dos partes:

- Validación ante uno de los principales actores: MSc. Angelo Calderón.
- Validación ante un grupo focal de 5 personas: el cual muestra una retroalimentación sobre las características que pueden observar y a su vez realizar acotaciones desde sus puntos de vista.

En la primera parte, se contó con un experto en el área de congresos y eventos. Ante la presentación, se mostró la funcionalidad y estructura de la aplicación, la cual tuvo reseñas positivas por parte del actor principal. Destacó la incorporación de mapas de accesibilidad a la localidad en la que se desarrolla, la ilustración de la información tanto del evento como noticias que se pueden colocar con respecto a eventos o también noticias que ocurran con respecto a los patrocinadores de la aplicación. Se hizo énfasis también en la determinación del perfil mediante preguntas y respuestas que, una vez terminadas, mostrarán tipologías de eventos acorde a la preferencia del perfil.

La funcionalidad por parte del aplicativo se ha indicado que es intuitiva y de fácil manejo, destacando que es una de las primeras cualidades que debería tener para una buena impresión ante el usuario potencial.

Para la segunda validación, se llamaron a 5 personas como parte del público meta a quien se apunta para descargar la aplicación.

Aquellas que conformaron parte del grupo focal estaban en el rango de edad entre 20-28 años. Estos también concuerdan con el punto de vista del director del buró, indican que es accesible y de manejo fácil.

La interacción aplicación-usuario es muy plausible, incluso mostraron interés en la descarga de la aplicación, pero difirieron en la adquisición de la versión premium de la misma. Mientras que unos señalaron que es un medio por el cual te informarías o estarías al tanto de todos los eventos de la ciudad en un solo punto, por otra parte, se indicó que no hay mucha diferencia que motive a la adquisición de la versión gratis de la misma. Tres de cinco personas del focus group acotaron que comprarían la aplicación por un valor aproximado a \$5.

### **3.9 Posición del producto frente a sus competidores**

Si bien en el análisis de la competencia se mostraron páginas webs o aplicativos con características similares (véase la tabla 3.2.), esta aplicación puede realizar una penetración al segmento de mercado de los eventos. Conocer nuestro posicionamiento frente a la competencia nos dará el correcto direccionamiento para saber hacia donde poder avanzar con respecto a nuestra aplicación.

ConECTate presenta las necesidades del cliente condensadas en un solo lugar, por ejemplo:

- Posee compatibilidad con varios dispositivos móviles, lo que presenta un mayor alcance de personas.
- La información y protocolos para seguir también se mostrarían en las características de los eventos alojados en la aplicación.
- Abarca eventos de todo tipo de eventos, los cuales permiten orientarse a diferentes tipos de consumidor,
- Intuitivo y de fácil manejo.

El producto no se encuentra en planos similares con la competencia, aunque comparten características, esta ofrece una perspectiva diferente. Esto es debido a que el producto se adapta a la nueva realidad de la ciudad, con la finalidad de que se lleven los eventos a los usuarios.

Debido a esto, con este aplicativo, pretendemos apuntar a que las personas se sientan seguras al momento de usar y asistir a los eventos; abarcando otros campos y funcionalidades no utilizadas por la competencia.

Es decir, aprovechar al máximo las necesidades encontradas y satisfacer la demanda generada en el mercado. Esto se ve argumentado con el estudio del segmento, en el cual se pretende no cometer los fallos que presentan las competencias al momento de poner en marcha y brindar actualizaciones constantes de la aplicación.

# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

- No existe una herramienta tecnológica, portal web o medio interactivo que brinde la información de los eventos en nuestra ciudad de manera clara, los medios de difusión tradicionales juegan un papel muy importante en el manejo de cierta información relevante de eventos, pero aún cuesta trascender y proyectar dicha información a herramientas que capten aún más la atención de los asistentes. Así mismo esta información no se encuentra a la mano de las personas que deseen investigar, aprender o reconocer la totalidad de los eventos que se puedan desarrollar al año.
- Nuestros posibles competidores con respecto a aplicaciones móviles no están direccionadas y no tienen el mismo enfoque que se le dio a la aplicación prototipada.
- La digitalización de la información y la mudanza de los eventos a plataformas online es una tendencia clara que se ha desarrollado gracias a la nueva realidad vivida por la pandemia. Gracias a esto se pueden seguir desarrollando eventos y continuar con la normalización de la economía del país, además de ser uno de los nuevos medios o forma de crear nuevos proyectos, nuevos emprendimientos o nuevas formas de interactuar con las personas. Así mismo esta digitalización puede generar el aumento de la confianza en las personas por asistir a eventos que se desarrollen presencialmente.
- Las empresas y personas naturales si están interesadas en aplicaciones que puedan aportar y facilitar con el desenvolvimiento de su vida cotidiana, la principal razón es porque están muy acostumbradas a realizar la mayor parte de sus actividades mediante dispositivos inteligentes. El fácil manejo y el ser intuitivo abre las puertas a que lo puedan utilizar una gran cantidad de personas de un rango de edad más amplio. De igual forma empresas creadoras y desarrolladoras de eventos si desean la creación de una aplicación con las características mencionadas en la propuesta de valor del capítulo anterior.

- Se ha prototipado una aplicación acorde con las necesidades de los usuarios como también de las sugerencias y temas a abordar por parte de los actores principales. El resultado es una aplicación amigable e intuitiva con los usuarios, fácil manejo y transparencia con las personas para así despertar el interés en asistir a eventos abiertos al público

## **4.2 Recomendaciones**

Para una mayor facilidad de obtención de la información se debería crear una página web oficial (sea esta institucional, municipal, etc.) que dé referencia a todos los tipos de eventos que se lleven a cabo en la ciudad durante todo el año, para de esta forma poder sacar datos, valores y porcentajes más certeros y reales. Esto para reconocer cuánta gente al año en total se desplaza dentro de la ciudad por eventos, el total de divisas generadas por este sector, comparar estas cifras por meses y ayudar al correcto análisis de dichos datos; con esto la creación o en ciertos casos la difusión de los planes anuales de instituciones dedicadas a los eventos.

El siguiente paso que se debería realizar luego de la creación y desarrollo de la aplicación propuesta en el proyecto, es la expansión continua del alcance de sectores que se encuentran considerados dentro de la aplicación. Lo primero es desarrollarnos y abarcar la mayor parte de eventos en los distintos sectores de la ciudad, luego a los cantones aledaños a Guayaquil para luego abarcar con la región costa y así sucesivamente hasta llegar a abarcar con los eventos abiertos al público de todo el Ecuador.

También se podría abarcar con eventos online abiertos al público de otros países, con el fin de promover la enseñanza y la interculturalidad de los países interesados, esto hará crecer el mercado y por ende mejorará la acogida de la aplicación.

Se considera necesario que se involucren a los artistas locales como herramienta que ayude a promover el talento nacional.



## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Jijena, R. (20 de Noviembre de 2018). *Instituto Mediterráneo de Protocolo*. Obtenido de <https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/>
- MINTUR, E. (27 de Mayo de 2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO\\_INDUSTRIA\\_REUNIONES\\_EVENTOS\\_SOCIALES\\_FINAL.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO_INDUSTRIA_REUNIONES_EVENTOS_SOCIALES_FINAL.pdf)
- QuéNoticias. (27 de Julio de 2019). *Qué!* Obtenido de <https://quenoticias.com/comunidad/cinco-horas-tomo-la-limpieza-de-area-de-parque-samanes-tras-eventos/>
- Secretaría de Gestión de Riesgos, E. (11 de Septiembre de 2020). *Comité de Operaciones de Emergencia Nacional*. Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/Informe-de-Situaci%C3%B3n-No060-Casos-Coronavirus-Ecuador-11092020.pdf>
- Universidad de Alicante, A. (26 de Octubre de 2017). *Repositorio Universidad de Alicante*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>
- Alcívar, I. (8 de Septiembre de 2018). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-ocio-y-tiempo-libre-y-su-relacion-con-el-turismo/>
- Bel, O. (28 de Abril de 2020). *InboundCycle*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-lead>
- Cabañas, S. (30 de Septiembre de 2018). *aloha!* Obtenido de <https://www.alohacreativos.com/blog/marketing-para-eventos>
- Dumazedier, J. (1971). *Ocio y sociedad de clases*. Fontanella.
- Jijena, R. (20 de Noviembre de 2018). *Instituto Mediterráneo de Protocolo*. Obtenido de <https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/>
- MacGuffin. (2018). *MacGuffin*. Obtenido de <https://www.macguffin.es/blog/que-es-el-marketing-de-eventos>
- Medina, D. (15 de Agosto de 2017). *Tecnología Ambiental*. Obtenido de <https://tecnologiaambiental.mx/2017/08/15/contaminacion-eventos-masivos/>
- MINTUR, E. (27 de Mayo de 2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/2020/05/PROTOCOLO\_INDUSTRIA\_REUNIONES\_EVENTOS\_SOCIALES\_FINAL.pdf

Morales, F. (27 de Abril de 2015). *roast brief*. Obtenido de <https://www.roastbrief.com.mx/2015/04/que-es-el-marketing-de-eventos/>

Otero, M. T. (2011). *Protocolo y Organización de eventos*. Barcelona: UOC.

QuéNoticias. (27 de Julio de 2019). *Qué!* Obtenido de <https://quenoticias.com/comunidad/cinco-horas-tomo-la-limpieza-de-area-de-parque-samanes-tras-eventos/>

Secretaría de Gestión de Riesgos, E. (11 de Septiembre de 2020). *Comité de Operaciones de Emergencia Nacional*. Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/Informe-de-Situaci%C3%B3n-No060-Casos-Coronavirus-Ecuador-11092020.pdf>

Toapanta, G. (2012). *GESTIÓN DEL OCIO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO*. Quevedo, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1711/1/Gesti%C3%B3n%20del%20Ocio%20En%20El%20%C3%81mbito%20Tur%C3%ADstico.pdf>

Universidad de Alicante, A. (26 de Octubre de 2017). *Repositorio Universidad de Alicante*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>

## **6. ANEXOS**

### **6.1 Entrevistas realizadas**

**Entrevistado:** MSc. Raizza Maquizaca

**¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa?**

Me baso mucho en eventos sociales, son los que más he organizado.

**¿Durante cuánto tiempo lleva organizando estos eventos?**

Aproximadamente nueve años.

**¿Podría nombrar los últimos 5 eventos que la hayan marcado?**

- La organización de mi boda: se efectuó durante la pandemia y este acontecimiento marcó un replanteamiento de cómo se debería organizar un evento en estos días, implementar nuevas adecuaciones, protocolos, etc.
- PRONACA: este evento constaba para más de 10000 personas, puesto que era orientado exclusivamente para los trabajadores de la empresa. Lo destaco por cómo debió estructurarse: la locación, planificación, el montaje y la movilización de los alimentos fueron los puntos a resaltar.
- Embajada Americana (evento por el 4 de julio): recuerdo que aquí teníamos un arsenal de seguridad porque se tuvo que realizar una contratación externa y añadirla al grupo que se tenía, era el punto prioritario por tener.
- Selección de Fútbol de España: por la organización meticulosa que debía darse, puesto que la selección debía estar inmersa en silencio absoluto para su concentración y charlas técnicas, y justo en la locación donde se debía dar todo esto (Mall del Sol), había mucho ruido. Esto me enseñó un tip que hasta hoy en día lo aplico, el cual es de adaptarse a los acontecimientos que surjan mientras el evento esté en transcurso, no solamente los agentes internos sino externos también, es decir, tener respuestas rápidas a imprevistos que aparezcan.

**¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

Actualmente la ciudad se encuentra realizando eventos, estos dependen mucho del ser humano y de su predisposición a querer cumplir los protocolos establecidos y necesita ver y utilizar sus sentidos para poder engancharse a estos eventos. A esto viene que los latinoamericanos somos muy de tocar, de establecer contacto, por ejemplo, al saludar, y hoy en día esto no se puede hacer. Justo se empezó con los eventos sociales con tipos de reuniones íntimas con una reducción de aforos de acuerdo con la locación. Entonces, Guayaquil ha venido realizando este tipo de reuniones, pero probablemente algunas tengan algún problema porque no se hace un seguimiento de los protocolos a implementar, de hecho, estamos ante un posible cierre de la ciudad nuevamente, porque el porcentaje ha aumentado.

**¿Qué consideraría usted necesario al momento de la realización de este tipo de eventos, los sociales?**

Cada uno de los proveedores inmersos en el evento implemente normas de seguridad, cada uno sabe los reglamentos a seguir de acuerdo con el servicio que está ofertando, que realmente se cumpla: el uso de la mascarilla, lavarse las manos constantemente, el uso del alcohol, distanciamiento necesario. Se habla mucho de una norma social en la cual debemos revisarnos 15 días antes y 15 días para saber si en dicho evento ocurrió un contagio, pero pocas veces se hace este tipo de control o se toman en serio esta situación.

**Conociendo que la bioseguridad es importante tanto para la salud de las personas que asisten al evento como aquellas pertenecientes al staff, ¿cómo cree usted que se llegan a implementar y cumplir estos reglamentos?**

Cada empresa debe ser responsable, aprender a ser socialmente responsables. Así mismo como somos socialmente responsables con los temas ambientales, deberíamos acoplarnos a esta nueva realidad. Por ejemplo, si en nuestra locación se tiene un aforo de 30 y exclusivamente 30 personas, pero bajo la ley solamente se permiten 10, pues se debe tener ese cumplimiento de la ley; puesto que por ello los COE cantonales establecen esta serie de normativas. Más bien, es un llamado a aquellos dueños o proveedores que ofrecen el servicio, de esta forma llegamos al cliente a indicarle lo que debe de hacer. A veces, los proveedores educamos a los clientes.

**¿Usted ha sido capacitada en temas de bioseguridad? Si es así, ¿mediante qué organismo o curso?**

Sí, soy un proveedor certificado por la INIBEP, la cual es una asociación que nos capacita tanto para eventos en general y muy específico para eventos sociales. De una u otra forma, tuvo esa responsabilidad como empresa y llamó a todos sus graduados de este centro: nos pidieron que sigamos 2 cursos adicionales, los cuales eran gratuitos, luego, nos pidieron capacitarnos con cursos correspondientes a la Embajada de Estados Unidos y México. Al terminar estos dos cursos, accedíamos

inmediatamente al curso que impartía el Instituto Iberoamericano Event Planner. De esta forma obtuve el sello de distribuidor autorizado, para poder realizar eventos.

**Entrevistado:** MsC. Ángel Calderón (director del buró)

**¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa?**

Congresos, ferias, todo a nivel corporativo y académico; también cultural y un poco de social. También bodas, aunque no mucho la verdad.

**¿Durante cuánto tiempo lleva organizando estos eventos?**

Desde que estuve en la universidad, comencé a estar involucrado en los eventos durante 6 años. Desde el 2do año estuve dentro del comité organizador, te hablo del 2002 desde mi nivel académico, formalmente.

**¿Podría nombrar los últimos 5 eventos que la hayan marcado?**

- Copinaval: se organizó en el 2005.
- Lacea Lames: organizado en el 2018.
- Festivales turísticos y folclóricos que se han organizado para la carrera de turismo, te los agrupo todos en uno. Por ahora por la pandemia, he realizado eventos virtuales e híbridos.
- Sesiones solemnes realizadas en la ESPOL en el 2002 al 2007, se tenía la presencia del vicepresidente de la república. Me tocó a mí coordinar el protocolo con todos los que estaban tras de escena y solo puedo describirlo solamente como “wow”.
- Vive el Bicentenario: evento virtual realizado el mes de octubre.

**¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

Yo creo que sí, el sector hotelero y el sector privado han invertido y bastante para ofrecer seguridad a la gente, generar eso, confianza y seguridad. Creo que sí, que hay una co-alineación en esas técnicas donde se delinea todo lo que hay que trabajar y todo este trabajo permite que el sector se reactive. Claro que también hay una especie de efecto rebote, las decisiones que se toman a nivel de COE en base a estudios que ellos realizan permiten que la reactivación sea más rápida o no dependiendo de la situación que estemos viviendo.

**¿Qué consideraría usted necesario al momento de la realización de este tipo de eventos, los sociales?**

Trabajar mucho en el mensaje que vas a dar en el evento, la confianza que vas a brindar en lo que estás ofertando, obviamente tienes que implementar protocolos que cada institución los tiene. Pero más enfatizar en el mensaje de la transmisión del mensaje y confianza del evento, que no hay solamente un protocolo para los asistentes del evento, sino también hay protocolos para los organizadores. Mostrar que Guayaquil o la localidad se encuentra preparada para brindar un evento. Además, capacitar al personal para desempeñar estas acciones.

**¿Usted conoce alguna página o alguna herramienta detallada sobre los eventos de Guayaquil?**

Ha habido intentos de poder agrupar los eventos de Guayaquil, pero no se ha dado, no veo una que consolide toda la información que uno requiere: saber a dónde va, aforo, hora, localidad, precio, si incluye accesibilidad para personas con discapacidad, etc. Puede existir, o debe existir una página que disponga la difusión de estos eventos, porque a veces la información no llega a todos.

**¿Entonces usted sí consideraría muy eficientes estos medios de difusión para dar a conocer los eventos a las personas?**

Sí, sí son buenos, el lenguaje que se habla hoy en día es el lenguaje tecnológico, esto debe estar a la mano de todo, la gente debe conocer, quiere conocer al respecto de los eventos y esto debe darse mediante las apps, redes sociales o la

televisión, de hecho, las redes sociales son un medio más rápido de enterarse sobre los eventos.

**¿Usted ha utilizado alguno de estos medios para la realización de sus eventos?**

Sí, lo que son las redes sociales yo las uso, en estos momentos estamos en capacitación sobre la jornada de protocolos para eventos, etc.

**Entrevistado:** MSc. Alejandro Andrade (director operativo de la Escuela de los Chefs)

**¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa?**

Me dedico a todo lo que es operacional, el armar o ayudar a armar o dirigir las huecas. La feria Raíces es gastronómico, simplemente es hablar de huecas. Tenemos estas charlas también donde invitamos a chefs profesionales a que dicten cursos en cómo realizan sus operaciones. En lo que respecta a la feria, nosotros buscamos las huecas (inclusive hay algunas que se repiten porque han sido ganadoras de algunos premios) pero siempre buscamos huecas nuevas, alrededor de 25 a formar parte de Raíces y las capacitamos para la atención al cliente, este año se capacitó para bioseguridad. Además de comunicación, cómo promocionarse en las redes sociales.

**¿Durante cuánto tiempo lleva organizando estos eventos?**

Me considero un cocinero que maneja la parte operativa y administrativa, aparte de la organización de eventos. No hay muchos que manejen estos ámbitos a la vez. Esto lo llevo desempeñando hace muchos años.

**¿Podría nombrar los últimos 5 eventos que la hayan marcado?**

- Tal vez la primera feria gastronómica a nivel nacional, la cual se ha querido replicar muchas veces, en Quito, por ejemplo.
- Feria Raíces, la cual se da de manera anual.

- Con la Prefectura, hicimos un evento en el Parque Histórico, de carácter más reducido.
- Nos invitan o asesoramos, pero de montar eventos, no. Por parte de la Escuela, nos han invitado a eventos, como la visita a las plantaciones de cacao.

**¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

No creo todavía, se está reactivando y se está comenzando con un aforo pequeño. Muchas veces se nos olvida o al parecer estamos muy tranquilos o no pensamos en lo que es en esta pandemia. Yo creo que se puede, pero siempre con esa conciencia que deben tomar esas personas, que sí se puede, se puede dar.

**¿Qué consideraría usted necesario al momento de la realización de este tipo de eventos, los gastronómicos?**

Lo que nosotros tomamos como aspectos más importantes en nuestros eventos, si hablamos de ahora, tenemos que trasladar nuestro evento a la bioseguridad, es inevitable: el uniforme, mascarillas, manipulación de objetos, etc. Podría darse que a lo mejor se haga por estaciones, para que la gente se encuentre distanciada y se establezcan estas limitantes.

**¿Usted considera que es necesario que Guayaquil implemente un tipo de requerimiento en la aplicación en la cual muestre que el evento es apto para su realización en un espacio físico?**

Yo diría que sí, pero teniendo en consideración de que la gente sea consciente de lo que esté haciendo. En este momento, no considero que sea buena medida. Pero se puede promocionar la utilización de buenos protocolos para su correcto funcionamiento. Para lograr esto, las personas deben estar muy concientizadas al respecto.

**Entrevistado:** Lcdo. Carlos Álvarez (director de deportes de la Municipalidad)



### **¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa u organiza?**

En el área deportiva, nosotros nos enfocamos en la construcción de escenarios deportivos y también hacemos masificación deportiva (es decir, la creación de diferentes centros deportivos), no tenemos como objetivo la organización de eventos. Esa es la razón de ser de esta entidad del Municipio; lo que sí realizamos es apoyar a empresas que gestionan eventos, por ejemplo, el Challenger de Tenis “Ciudad de Guayaquil”, a ese evento nosotros lo apoyamos económica e institucionalmente, asimismo, hay otros de la misma índole en los cuales nosotros

### **¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

Los eventos que hemos estado apoyando han sido a puertas cerradas, sin público, en caso del Challenger de Tenis, o la Maratón de Guayaquil, el cual se realizó de carácter virtual y cada uno de los participantes tenía la libertad de recorrer la distancia que quisiera, no fue un evento de reunión. Ni Guayaquil ni ninguna ciudad del mundo está lista para regresar a los eventos masivos por obvias razones.

No hay medidas o protocolos de bioseguridad que nos puedan garantizar al 100% de que no haya un contagio, yo no creo que todavía debamos organizar eventos de carácter masivo. Supongamos que se realice uno en cualquiera de los estadios de Guayaquil, el aforo que se concentre allí estará expuesto al contagio porque tendrá que usar el transporte público, harán fila para comprar una entrada, etc. Conlleva más esta serie de sucesos que el hecho de estar físicamente envuelto en la cancha para estar más expuesto al contagio. Por eso creo que la ciudad aún no está lista para que se gestionen eventos abiertos al público. Iría en contra de la filosofía que promovemos de precautelar, cuidarse, quedarse en casa.

### **¿Usted o su directorio ha sido capacitado en temas de bioseguridad?**

El departamento, como parte del Municipio, ha recibido capacitaciones en temas de bioseguridad, las instrucciones básicas de control. Pero eso es para el control nuestro, del personal: uso de mascarillas, gel y alfombra desinfectantes. En

nuestras masificaciones deportivas, el departamento de control y gestión de riesgos, ellos se encargan de establecer el seguimiento, solamente en esas ocasiones.

**¿Usted conoce sobre alguna aplicación o página web que brinde información detallada de los eventos de Guayaquil?**

El Municipio publica, a través de la Empresa Pública Municipal de Turismo los eventos que va a tener la ciudad. No te podría garantizar que ahí están todos los que se llevarán a cabo, porque eso depende de la comunicación entre los organizadores del evento y que nos faciliten la información a publicar. Hay otras páginas o aplicaciones que son comercializadores de boletos (como TicketMaster o TicketShow) que te dicen lo que ellos están vendiendo, esas son las que yo conozco.

**Según usted, ¿qué tan eficientes son los medios de difusión?**

Ahí se ven envueltos 2 factores: la difusión pagada, eso depende de los medios que contacten para que se patrocine de la manera adecuada, los medios que van a publicar como información, no lo publican tan seguido como debería. Cumple con informar a la comunidad y listo, si tú me hablas de la eficiencia, no podría decirte. Solamente toman medidas de propagar la información y listo.

**Entrevistad(a):** Lcda. Dayana Garcés (relacionista pública)

**¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa u organiza?**

Hola, chicos, qué gusto. Gracias por la entrevista. Mi nombre es Dayana Garcés y yo, de profesión, soy licenciada en Relaciones Públicas. Ejercicio ya la profesión hace más de unos 13 años aproximadamente y tengo una maestría en organización de eventos y turismo de negocios. Realmente, siempre he estado inmersa en los eventos, en el tema de relaciones públicas, pero no 'in house', sino detrás de. O sea, ya cuando todo el evento estaba en temas de *Pía*, los primeros

años después me pareció súper interesante toda la logística que había detrás, toda lo que tiene realmente un evento *Low*, lo divertido, pero también obviamente lo cansado que es un evento, ¿no?

Pero el concepto armar la estrategia, ver la temática, el valor diferenciador y todo eso me llamó mucho la atención. Así que comencé a ser parte de una de las agencias enfocada hacia la organización de eventos. Entonces pude de alguna manera inmiscuirme ya un poquito más de lo que era la organización.

### **¿Podría nombrar los eventos que la hayan marcado de manera personal?**

A ver, en el tema personal, cada experiencia ha sido maravillosa, cada evento. Sin embargo, si te soy sincera he asistido a diferentes tipos de eventos que me han marcado y han sido cuando tienen un fin social. Por ejemplo, estuve en un evento de una marca de telefonía CLARO. O sea, la experiencia es muy bonita, enfocado todo al tema de ventas.

De hecho, soy parte del grupo organizador de un congreso internacional que de hecho se llevó a cabo hace un mes exactamente en Guayaquil y que se llama el Congreso Internacional de Mujeres Real. No es un evento feminista, no es un evento que quiere empoderar solamente a la mujer. Tiene un mensaje detrás de amor propio, de resiliencia, de emprendimiento, que son temas que están en boga. Tuve la oportunidad también de estar en una premier de una película ecuatoriana que se llama *Songs of Men*.

Entonces, en esta diferencia en la vivencia, el networking que tú haces es maravillosa, pero siempre este tipo de eventos que tienen una connotación diferente, son los que más me llaman la atención de los que he podido ser parte.

### **¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

Es evidente que no, realmente yo no apoyaría, como te digo en este evento que nosotros hicimos en Guayaquil, hace un mes exactamente, lastimosamente la gente (y te soy supersticiosa) en el momento de armar, de hacer el evento, del estrés, te quitas la mascarilla. No, no se cumplen las normas de bioseguridad.

En mi caso, por ejemplo, no me contagié. Sin embargo, tengo compañeros que sí se contagiaron, que tuvieron que estar después del evento diez días hospitalizados entonces. Además, este compañero contagió a su papá; la otra compañera tuvo que aislarse en su cuarto porque sus papás son personas vulnerables.

Entonces, a gran escala es imposible porque realmente el virus está latente. Como te digo, al menos de la experiencia que yo tuve acá: el momento de estrés, el correteo de armar todo, de que todo salga bien, de que los invitados cumplan con las medidas sí es mucha responsabilidad de quienes estamos ahí porque no podíamos controlarlos todo el tiempo.

### **¿Usted cómo considera que se pueda lograr esta bioseguridad en los eventos?**

Y por supuesto, o sea, tenemos que estar todos al tanto. Yo soy súper sincera, en mucho tiempo, no veo tantas noticias. Justamente por un tema de salud mental; sin embargo, si tenemos que estar siempre informándonos, queramos o no queramos, es parte de nuestra realidad.

El municipio está insistiendo cada vez en, por ejemplo, el tema de los semáforos, el tema de las restricciones acá en Quito, el tema de pico y placa. Bueno, ahora es a nivel nacional el tema de la restricción vehicular, el protocolo que emitió también el Gobierno en conjunto con el Ministerio de Salud Pública y demás.

Entonces, quiera que no, sí tenemos que estar informados obviamente y ser responsables tanto con nuestra vida como con la de los demás que están a nuestro alrededor.

### **¿Usted conoce sobre alguna aplicación o página web que brinde información detallada de los eventos de Guayaquil?**

A ver, mira, yo creo que realmente Guayaquil está mucho más avanzado en el tema de eventos, sobre todo en el tema de eventos de negocios. Sin embargo, no hay tanta notoriedad o no hay puntos de venta de estos.

### **Según usted, ¿qué tan eficientes son los medios de difusión?**

Como persona que maneje este tema de relaciones públicas, ya no es tan eficiente. La gente ya no ve los canales nacionales, de hecho, muchos de los organizadores me dicen si ese programa es visto o no, entonces es medio lógico o no hacer una campaña a nivel nacional.

Y sí, sí, depende muchísimo a qué público te vas a dirigir. Por ejemplo, si yo voy a hacer un evento exclusivo para personas de 25, 50, 60 años, sí lo hiciéramos con muchísima fuerza en los medios nacionales, porque realmente los abuelitos, los papás todavía se sientan en el televisor. Pero si ya nos orientamos a un segmento más joven, impulsaríamos la promoción en redes sociales.

**Entrevistado:** Lcdo. David Faggioni (director de marketing Teatro Centro de Arte)

**¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa u organiza?**

Sí, claro. Bueno, soy director de Marketing del Teatro Centro de Arte, una organización sin fines de lucro dedicada a fomentar el arte y la cultura en la ciudad y en el mundo con un reconocimiento internacional. La verdad es que nos cogió esta situación, como a todas las organizaciones culturales y artísticas, sin un antecedente. Fue algo completamente nuevo.

Creo que lo hemos sabido manejar de la mejor manera. De hecho, hemos alcanzado algunos indicadores súper interesantes a nivel de Latinoamérica. Por ejemplo, fuimos el primer teatro que trasladó su programación online a este, o sea, su programación de eventos al entorno online. Siempre nos ha caracterizado como institución ser la vanguardia en la ciudad y en el país, en el fomento de la cultura y el arte. Y este año se ha visto reflejada en todas nuestras acciones.

**¿Podría nombrar los eventos que la hayan marcado de manera personal?**

El haber logrado que, en medio de las restricciones dadas por la pandemia, nos aprueben un plan piloto que hemos llamado La Arena, que tomó como referencia un caso de éxito de Inglaterra, donde se realizó un concierto con cubículos o cabinas para mantener el distanciamiento social. Y haber logrado esto, creo que nos representa mucho porque fue un acontecimiento a nivel nacional, con el único espectáculo público que se ha realizado este año.

Desde que llegó la pandemia, este proceso fue de gran aprendizaje; desde el proceso de desarrollo, porque se contemplan otras consideraciones que normalmente para organizar eventos no se toman en cuenta.

Este evento, aparte de toda la logística que normalmente un evento grande, un evento masivo tenía como finalidad la de mantener el distanciamiento social en todo momento. Lo logramos con mucho éxito. Estuvimos bajo la supervisión del COE Cantonal, del COE Nacional, de la Intendencia y todos quedamos muy contentos con el resultado y eso nos ha motivado a seguir organizando más eventos de este tipo

**¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

Creo que demostramos que sí. Obviamente que no puede manejarse el formato tradicional, hay que trabajar sobre estos formatos que están demostrando ser exitosos, que preservan la distancia social, situación que antes no se producía.

La ciudadanía en general, creo que después de todo este proceso, en su gran mayoría ha comprendido la necesidad de protegerse. Yo creo que, en sí, hay incumplimientos, muchas veces más por omisión que por el hecho de que alguien quiera arriesgarse voluntariamente.

Pero es ahí donde los organizadores de las actividades de los locales que estén en funcionamiento deben de ser ese llamado de recordatorio de estas de estas medidas.

**¿Usted cómo considera que se pueda lograr esta bioseguridad en los eventos?**

Sí, realmente nosotros los protocolos los hicimos de la mano de especialistas, los trabajamos con especialistas en bioseguridad y especialistas también en protocolos de seguridad general, o sea, estos eventos, como les comentaba, tuvimos la gran responsabilidad de ser los primeros y los únicos en hacerlo.

La respuesta al público fue favorable. Realmente disfrutamos mucho porque el entretenimiento es una necesidad en medio de estas crisis y para la ciudadanía es muy refrescante volver a tener estas alternativas de entretenimiento.

**¿Usted conoce sobre alguna aplicación o página web que brinde información detallada de los eventos de Guayaquil?**

Actualmente existen las plataformas de comercialización de tickets, de hecho, han tenido más participación algunas de ellas. Antes eran predominantes en el show, hoy hay otras plataformas que también se han sumado y han tenido bastante éxito ahora en el período de eventos en streaming.

Entonces, esto debe tener una plataforma que no solamente sirva para la comercialización de tiques, sino también para un poco dar a conocer las normas de conducta de los diferentes espacios o la normativa que establecen los lugares para cautelar la bioseguridad.

**Según usted, ¿qué tan eficientes son los medios de difusión?**

Bueno, antes de la pandemia era fácil publicitar por Facebook, no más pagabas una tarifa y usted podía publicitar su evento y ponía ciertos parámetros para que tenga un mayor alcance de personas y así puedan interesarse. Pero creo que ahora, no son tan eficientes, sobre todo por el hecho de que las personas no muestran tanto interés en los medios nacionales.

**Entrevistado:** Milton Cassanova (presidente de la Asociación de eventos y catering del Guayas)

**¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa u organiza?**

Bueno, mira, yo a la empresa familiar ya tiene más o menos unos 25 años. La empresa se llama Banquetes y recepciones Milton Casanova, S.A. Este en el cual nos hemos dedicado tiempo a los compromisos sociales. Toda la vida.

Pero desde hace unos doce años, tres años atrás, también somos parte de eventos para empresas. Y asimismo este se apertura del tema de congresos y convenciones, en el cual ya yo me dijo más a lo que es la planificación completa del tema de eventos.

Para el Congreso, que es el cual es nuestro fuerte, siempre dentro de lo que corresponde a la atención dentro de las instalaciones. No me meto en la parte de

hoteles, de coordinación de hoteles, no me meto en la parte de transporte turístico, ni en la publicidad de este, ni en la planificación en tiempos netamente operativos.

### **¿Podría nombrar los eventos que la hayan marcado de manera personal?**

Este año iba a atender tres congresos y iba a tener este año de quinientas de ochocientas y 300 personas, pero con el tema de la pandemia se vieron afectados. El último que atendí fue en octubre del año pasado con la Akshay, que fue el Congreso de Economía, que se dio en español en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas. En el cual se trabajaron tres días y fueron aproximadamente 800 personas.

Este año atendí dos empresas, porque por la pandemia no se puede atender más allá, porque la alcaldesa o la Alcaldía ha prohibido cierto número de personas por rebrotes, etcétera, etcétera. De ahí unos dos eventos empresariales y hemos venido trabajando igual alquiler de ventiladores, aspersores, etc. Alquilamos ese tema para que la gente se sienta un poco más segura dentro de su evento, porque esto de pulverización de agua mezclado con alcohol que le da una sensación de más tranquilidad.

### **¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

Mira, yo soy presidente de la Asociación de Eventos y Catering del Guayas y trabajábamos todas las semanas, conversamos con doña Gloria Gallardo y con la concejal Nelly Puya, designada por la Alcaldía, por la alcaldesa en Empresa Pública de Turismo del Guayas.

Entonces, de la información que manejamos y las encuestas, las estadísticas, las soluciones, las problemáticas que pueden existir, se las conversa semana a semana. Eventos seguros es lo que nosotros como asociación y otro grupo de funcionarios de la Cámara de Turismo del Guayas estamos tratando de hacer, conjunto a la alcaldía.

Esto es una obligación que tiene que darse la reactivación por parte del tema de los eventos. Actualmente ya un 30 por ciento en este año ya cerró sus negocios de los eventos.



Todo el mundo emigra y el problema que nosotros tenemos actualmente o las restricciones que hay a nivel de turismo se lo van a llevar las playas y muchos hoteles no van a tener que vender, muchos locales no van a atender porque no va a haber la cantidad de personas y no existe la motivación para viajar.

**¿Usted cómo considera que se pueda lograr esta bioseguridad en los eventos?**

Los protocolos, pero estamos llegando a un plan que va a ir mucho más allá. Consta en que el dueño del evento me tendrá que dar un listado con el nombre, los dos nombres, los dos apellidos, número de cédula y teléfono de cada invitado el día del evento o previo el día del evento. Ellos deberán presentar su cédula en la entrada para que nosotros en base al listado cojamos, midamos la temperatura y asimismo le vamos llenando el resto y el día y la firma para tener todo el asunto. Y cualquier día que exista el compromiso del cliente de que, si alguien se enfermó, nosotros poder entregar ese listado a las autoridades y hacer un seguimiento, cosa que las autoridades tengan un control y comprueben y vean que nosotros estamos haciendo la forma de las cosas de manera correcta.

**¿Usted conoce sobre alguna aplicación o página web que brinde información detallada de los eventos de Guayaquil?**

Sí existe una que hacen publicidades de empresas de eventos y promociones en ferias de eventos, y la dueña de una de esas es María Eugenia, que estamos en un grupo también. Es una página web de en Quito, una aplicación que está subiendo el tema de eventos seguros. Establece un seguimiento a todo evento, donde uno manda información, pero tiene costo y está destinada para las autoridades.

**Según usted, ¿qué tan eficientes son los medios de difusión?**

En realidad, nosotros nos estamos dedicado más a Facebook. Nosotros somos una empresa de catering y eventos, pero es donde más nos ve la gente, porque no es un producto que tú compras en línea y ya lo tienes. Hay personas que han hecho este asunto, pero no es nada tangible, es algo intangible que tú tienes muchas preguntas y siempre requieres de una, de una entrevista, de una visita al

lugar del evento. Esta consulta para los tiempos de servicio por parte de los clientes. Y sí, generalmente se publicita en redes sociales.

**Entrevistado:** Estuardo Juárez (Gerente de empresa de comunicación y eventos Medios Plus)

**¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa u organiza?**

Bueno, con lo que corresponde al tema de eventos, lo que hemos hecho ahora es que estamos tomando las medidas preventivas, porque nuestros eventos están enfocados al tema de socialización, el de socializar proyectos, obras y este tipo de cosas que es muy difícil que pueda parar, porque sin lugar a duda, es algo que se tiene que seguir.

Entonces, nos hemos visto en la disyuntiva o más bien en la forma de ver cómo ahora podemos seguir haciéndolo y respetando igual las normas de biodiversidad, no la seguridad.

**¿Podría nombrar los eventos que la hayan marcado de manera personal?**

Bueno, hicimos ahorita hace poco un evento en el aeropuerto fue para presentar el futuro aeropuerto que se va a construir aquí en Guayaquil. Este evento fue adentro de las instalaciones.

Se llevó a cabo bajo todas las normas de bioseguridad y se puso una pantalla curva para mostrar qué es lo que iba a hacer. Se hizo un camino en el cual la gente iba a poder ir viendo a través de diferentes paneles cómo ha sido la transición de la aviación dentro de Guayaquil, para no haya mucha aglomeración de gente.

**¿Usted cree que Guayaquil está lista para una reactivación en lo que concierne a los eventos?**

Creo que no todavía, sin embargo, sí vale la pena seguir haciendo eventos pequeños. Tampoco vale la pena arriesgar tanto en el tema de aspecto social, de mantener un contacto con otras personas. Pero sí, creo que tal vez regulando la cantidad de gente que vaya, se puede dar.

**¿Usted cómo considera que se pueda lograr esta bioseguridad en los eventos?**

Eso depende de cada uno de los organizadores del evento, de que cada uno cumpla con conciencia de que está haciendo un evento con total responsabilidad.

Y también de mantenerse más informado, eso va a depender de cada persona que vaya a realizar los eventos y presentar información clara y precisa para poder velar por la seguridad de la gente.

**¿Usted conoce sobre alguna aplicación o página web que brinde información detallada de los eventos de Guayaquil?**

No, no la conozco. O sea, estuvo instaurándose una, creada por el municipio; pero nada de los eventos que en los cuales nosotros trabajamos y eso, o de visitar alguna página donde puedan estar los eventos de Guayaquil.

## **6.2 Entrevistas: Cuadro de factores**

	Factores de responsabilidad organizacional	Factor de bioseguridad	Factor social	Comunicación y marketing	Tecnología para eventos
<b>Msc. Raizza Maquizaca</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ “Depende del tipo de organización, donde dependa mayor tipo de organización”</li> <li>✓ “Apoyo de los actores claves en la industria de los eventos”</li> <li>✓ Apoyo del Manual de buenas prácticas para eventos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacitaciones por parte de los organizadores de eventos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Informar de forma correcta al público</li> <li>✓ Identificar los comportamientos sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identificar aquellas plataformas más importantes a utilizar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Categorizar eventos y crear una forma dinámica para la oferta y la demanda</li> </ul>
<b>Msc. Angelo Calderón (Director del buró )</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Involucrado más de 20 años en temas de eventos.</li> <li>✓ Adaptación de eventos híbridos y online.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se logra la bioseguridad siendo ordenados, disciplinados y conscientes.</li> <li>✓ Curso de la OMS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El sector hotelero y privado ha invertido para generar confianza y seguridad.</li> <li>✓ Mesas técnicas delinean temas para reactivación de los eventos en base a estudios.</li> <li>✓ Desobediencia de las personas genera retraso en las</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transmitir un mensaje de seguridad, por medio de los protocolos que se utilicen, para generar confianza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lenguaje tecnológico, transmitir información por herramientas digitales.</li> <li>✓ Recordatorio y alarmas, accesibilidad y temas de inclusión.</li> <li>✓ Búsqueda por voz.</li> </ul>

			reactivaciones		
<p><b>Msc. Milton Cassanova</b> (presidente de la Asociación de eventos y catering del Guayas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Amplia trayectoria en eventos sociales y más de 13 años en eventos corporativos</li> <li>✓ Pulverización de agua mezclada con alcohol para generar más tranquilidad en los asistentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hacer cumplir los protocolos de bioseguridad en unión con la municipalidad en medida de cómo se desarrolla la pandemia.</li> <li>✓ “Es una obligación que tiene que darse la reactivación de los eventos”</li> <li>✓ Creación de listado de los asistentes a los eventos (nombre, # celular, # de cédula) para realizar seguimientos en caso de contagios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ “El 30% de negocios de eventos han cerrado este año”.</li> <li>✓ Listado de asistentes demostrará que si pueden existir eventos seguros y ayudará a generar confianza a las personas.</li> <li>✓ Respaldo y evidencias del incumplimiento de las normas de bioseguridad por parte de los clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crear resúmenes para las autoridades de todas las partes involucradas en los eventos; ser más transparentes.</li> <li>✓ Abarcar temas que identifiquen a los ciudadanos de Guayaquil.</li> <li>✓ Utiliza más la plataforma de Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Información detallada y manejo de tecnicismos.</li> <li>✓ Manejo y control de competencia desleal. (legalidad en la competencia).</li> </ul>

<p><b>Lcdo. Carlos Álvarez</b> (director del departamento de deportes de la municipalidad )</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Control y masificación deportiva.</li> <li>✓ Apoyo en la gestión de eventos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ “No hay un protocolo que pueda garantizar al 100% que no habrá ni un contagio”.</li> <li>✓ El departamento en el que labora aplica y fue capacitado en temas de bioseguridad.</li> <li>✓ La dirección de control y gestión de riesgo realizan los avalúos y seguimientos en la masificación de los eventos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ “Guayaquil, ni ninguna ciudad del mundo está lista para regresar a los eventos masivos”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No existen medios de difusión deficientes, si no que estos publican los eventos en la medida en la que se los contratan.</li> <li>✓ El organizador del evento genere la suficiente comunicación para tener la cobertura y los asistentes deseados.</li> <li>✓ “No es una responsabilidad del medio de difusión”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La información que se puede entregar a través de la aplicación.</li> <li>✓ Categorización de los eventos.</li> <li>✓ Calendarizarlo por anualidad.</li> </ul>
<p><b>Msc. Alejandro Andrade</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A cargo de la parte operacional de la escuela de los chefs y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brindar capacitaciones antes del evento de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Correcto desarrollo de un evento gastronómico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejo de redes sociales con la información básica del</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Demostrar que se trabajan con entes reguladores para generar confianza y avale</li> </ul>

<p><b>(Director Operativo de la Escuela de los Chefs)</b></p>	<p>de los eventos más importantes que se realicen.</p> <p>✓ Plan de desarrollo operativo y distribución espacial del evento (Backup).</p>	<p>“Raíces” para el correcto manejo de los alimentos, clientes, en temas de bioseguridad, publicidad, comunicación, manejo de redes sociales y familiarizarlos con las áreas de trabajo.</p>	<p>masivo después de la emergencia sanitaria.</p> <p>✓ “Guayaquil se está reactivando los eventos, pero aún no está preparado”</p> <p>✓ Se podrá cuando las personas generen conciencia de la situación actual.</p> <p>✓ Educar a la gente para hacer respetar las medidas y protocolos de bioseguridad.</p>	<p>evento y del aforo permitido, zonas de degustación, acciones permitidas, etc.</p>	<p>los eventos que se realicen.</p>
<p><b>Dayana Garcés</b> <b>(Lic. Relaciones públicas y Msc. En organización)</b></p>	<p>✓ Transición de las herramientas tecnológicas para la realización de eventos.</p>	<p>✓ Generación de protocolos más rigurosos, control de las medidas, aforo.</p>	<p>✓ A gran escala no es recomendable realizar eventos por temas de incumplimiento de</p>	<p>✓ Manejo de influencers llama mucho más la atención, aunque suele ser no orgánico y no es sincero.</p>	<p>✓ Fácil manejo y amigable con los usuarios.</p> <p>✓ Causar expectativas a los usuarios.</p> <p>✓ Correcta comunicación</p>

<p><b>de eventos y turismo de negocios)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejo de relaciones públicas en mano con la realización de eventos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Respetar el uso y del correcto tipo de mascarillas.</li> <li>✓ Crear turnos para desinfección.</li> </ul>	<p>normas y protocolos aplicados.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tomar conciencia de todos los involucrados (organizadores, clientes, proveedores, etc).</li> <li>✓ Crear conciencia de lo que estamos viviendo, la vulnerabilidad.</li> <li>✓ Estar actualizados en temas de pandemia y su desarrollo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No desmerecer los medios de difusión tradicionales.</li> <li>✓ Publicidad en redes genera más enganche en la gente.</li> <li>✓ En Tv, recordar la temática del evento y en qué tipo de programa será publicitado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contenido que se tratarán en los eventos.</li> <li>✓ Captar la atención mediante preguntas.</li> </ul>
<p><b>Ericka Figueroa (wedding planner)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizadora de eventos profesional, 10 años de experiencia.</li> <li>✓ Certificada como planificadora de eventos.</li> <li>✓ Lanzamiento de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Invertir en pruebas rápidas antes de entrar a eventos.</li> <li>✓ Mantener el distanciamiento social en la previa del evento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ "En camino a la reactivación, pero aún no estamos listos".</li> <li>✓ Educación por parte de los usuarios y organizadores de eventos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejo de canales de ventas y distribución.</li> <li>✓ Marketing digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Amigable con el usuario.</li> <li>✓ Facilidad de búsqueda, buen desarrollo tecnológico.</li> <li>✓ Clarificar los eventos que se realicen.</li> <li>✓ Facilidades por ubicación, tiempo real, etc.</li> </ul>



	<p>marcas y emprendedores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Empresa propia, contrata proveedores. (diseña eventos, reuniones con clientes en base a sus necesidades)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desinfección total del salón antes del evento.</li> <li>✓ Informar acerca de los controles de temperatura y demás medidas para evitar complicaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evento seguro depende de ambas partes.</li> <li>✓ Estar informados del desarrollo de la pandemia.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comprar boletos online. (recibos, entradas, código QR).</li> </ul>
<p><b>David Faggioni</b> (Director de Marketing del Teatro Centro de Artes)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se caracteriza por ser la vanguardia de la ciudad y del país.</li> <li>✓ Fomento de la cultura y del arte.</li> <li>✓ Buena capacidad de reacción como institución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Eventos con aforo reducido.</li> <li>✓ Plan piloto "la arena" referenciado de Inglaterra.</li> <li>✓ Concierto con cubículos o cabinas para mantener el distanciamiento social.</li> <li>✓ Creación de sistema de ventas de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Primer teatro de Latinoamérica en reabrir sus puertas luego de la emergencia sanitaria.</li> <li>✓ El teatro "Ha realizado el único espectáculo público luego de la pandemia".</li> <li>✓ Transmitir los protocolos de forma exhaustiva a los clientes ya existe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Primer teatro en Latinoamérica en trasladar sus eventos presenciales a la modalidad online.</li> <li>✓ Las redes sociales el canal más eficiente.</li> <li>✓ Realizar inversiones en la vía pública.</li> <li>✓ Lograr que los eventos se conviertan en un acontecimiento para la ciudadanía.</li> <li>✓ Se realiza un plan de segmentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actualización en virtud de los cambios, transiciones diarias, etc. Horarios, novedades, retrasos.</li> <li>✓ Fuente de información.</li> <li>✓ Eventos con permisos correspondientes.</li> <li>✓ Suscripción anual.</li> </ul>

		<p>tickets para evitar reventas y por ende no irrumpir en el formato de evento seguro.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsabilidad social de los organizadores.</li> <li>✓ Protocolos realizados de la mano con especialistas.</li> </ul>	<p>peligro de incumplimiento por omisión.</p>	<p>n por tipo de evento.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alianzas estratégicas con medios de comunicación.</li> </ul>	
<p><b>Estuardo Juárez</b> <b>(Gerente de empresa de comunicación y eventos Medios Plus)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Empresa 360, activaciones, eventos, BTL, ATL.</li> <li>✓ Eventos enfocados en socialización (Proyectos, obras).</li> <li>✓ Concepto de trabajo, tiempo, presupuesto, proveedores,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicación de distanciamiento, duchas desinfectantes.</li> <li>✓ Introducción de cómo se desarrollará el evento.</li> <li>✓ Duración del evento máximo una hora.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ "Guayaquil no está preparado para la reactivación de eventos. Pero si vale la pena realizar eventos pequeños".</li> <li>✓ Mantenernos informados y transmitir dicho mensaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejo de temas digitales para difusión de eventos.</li> <li>✓ La aplicación que más utilizan para difundir sus eventos es WhatsApp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ "Fechas y horarios para no realizar eventos el mismo día y cruzarme."</li> <li>✓ Seccionar los tipos de eventos.</li> <li>✓ Membresías mensuales.</li> </ul>

	reuniones con clientes, logística.  ✓ Dividir el trabajo por áreas. Buen equipo de trabajo	✓ Desarrollo de eventos al aire libre.			
--	--	--	--	--	--

### 6.3 Formato de Entrevistas

#### **PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS A EXPERTOS:**

Son todas aquellas personas que se han formado educativamente en el ámbito de desarrollo, control, manejo de eventos y que realizan estas actividades tomando en cuenta todos aspectos ya mencionados.

#### **INTRODUCTORIAS**

- ¿Cuál es la categoría de eventos en la que usted se especializa?
- ¿Qué tiempo lleva dedicándose a esto?
- ¿Cuáles son los cinco últimos eventos en los que usted ha participado?

#### **BIOSEGURIDAD**

- ¿Usted cree que Guayaquil está listo para la reactivación a escala de los eventos? ¿Por qué?
- Ante la actual pandemia ¿Qué considera usted necesario tomar en cuenta al momento de realizar un evento?
- Conociendo que la bioseguridad de eventos es muy importante para salvaguardar la salud tanto de los asistentes como del staff del evento ¿Cómo considera que se logra esta Bioseguridad?
- ¿Usted se ha capacitado en temas de bioseguridad para eventos?
- Bajo su perspectiva ¿Cómo miden el éxito de un evento?

#### **APP DE EVENTOS**

- ¿Conoce usted de alguna herramienta o página que brinde información detallada acerca de los eventos en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Tiene conocimiento acerca de un plan anual de eventos que maneje nuestra ciudad?
- ¿Qué tan eficiente cree usted que son los medios de difusión para publicitar los eventos de la ciudad de Guayaquil?
- ¿Por cuál medio usted considera los eventos llegan más rápido a los asistentes? Y ¿Cuál utiliza usted?
- ¿Qué funcionalidad le parecería más imprescindible al momento de prototipar la aplicación de eventos?

## **LUGARES DONDE SE REALIZAN EVENTOS ABIERTO AL PÚBLICO**

### **INTRODUCTORIAS**

- ¿Qué tipos de eventos abiertos al público se han realizan en los últimos dos años?
- ¿Nos puede nombrar cinco eventos de éxito de los últimos 2 años que usted recuerde?
- ¿Cuál fue la forma de venta de dichos eventos? ¿Alguna herramienta digital que haya utilizado para llegar a publicitar dichos eventos?

### **BIOSEGURIDAD**

- ¿Usted cree que Guayaquil está listo para la reactivación a escala de los eventos?
- Ante la actual pandemia en caso de una posible realización de eventos ¿Qué factores considera usted necesario tomar en cuenta al momento de realizar dicho evento?
- Conociendo que la bioseguridad de eventos es muy importante para salvaguardar la salud tanto de los asistentes como del staff del evento ¿Cómo considera que se logra esta Bioseguridad?
- ¿Se han capacitado en tema de bioseguridad para eventos?
- ¿Qué protocolos están tomando en cuenta para realizar eventos?
- Bajo su perspectiva ¿Cómo miden el éxito de un evento?

## **APP DE EVENTOS**

- ¿Conoce usted de alguna herramienta o página que brinde información detallada acerca de los eventos en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Tiene conocimiento acerca de un plan anual de eventos que maneje nuestra ciudad?
- ¿Qué tan eficiente cree usted que son los medios de difusión para publicitar los eventos de la ciudad de Guayaquil?
- ¿Por cuál medio usted considera los eventos llegan más rápido a los asistentes? Y ¿Cuál utiliza usted?
- ¿Estaría interesado en formar parte de una aplicación de eventos que brinde información detallada de eventos que apliquen normas de bioseguridad?
- ¿Qué funcionalidad le parecería más imprescindible al momento de utilizar la app de eventos?
- ¿Estaría dispuesto a pagar por una suscripción o membresía a una aplicación móvil que brinde información sobre los eventos que usted(es) realicen?
- ¿Qué tipo de suscripción se acopla más con la cantidad de eventos que realizan?
- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una membresía en nuestra aplicación?

### **6.4 Formato de Encuestas**

Este formulario es realizado por estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral para el desarrollo de la materia integradora, teniendo como fin recolectar información acerca de las motivaciones de los ciudadanos y personas extranjeras al momento de considerar su asistencia a los eventos de la ciudad de Guayaquil en el nuevo contexto de la pandemia.

De antemano muchas gracias por contestar las siguientes preguntas con total honestidad.

**Sección 1:** Perfil del invitado.

1. Edad:

a. 18-25    b)26 – 33    c)34 – 41    d) 42 - 49    e)50 o mas

2. Sexo:

a) femenino

b) masculino

3. Provincia de origen (En caso de no ser de ninguna de estas provincias, escriba el nombre de la provincia a la cual pertenece; en caso de ser extranjero escriba el país de donde usted es originario).

A) Guayas

B) Los Ríos

C) El Oro

D) Esmeraldas

E) Santa Elena

F) Santo Domingo

G) Manabí

H) Otro

4. ¿Reside en la ciudad de Guayaquil? Si su respuesta es sí continúe a la pregunta 5, si su respuesta es no avance a la pregunta 6.

a) si    b) no

5. Sector de Guayaquil en donde reside:

a) norte    b) centro    c) sur

**Sección 2:** Preferencias y motivaciones

6. ¿Cuál de las siguientes opciones de tipos de eventos es de su preferencia?

a) Cultural y de ocio

b) Empresariales o corporativos

c) Gastronómico

d) Educativos o académico

- e) Deportivo
- F) otro (Detalle)

7. ¿Ha asistido a algún evento público durante los dos últimos años? Si su respuesta es sí continúe con la siguiente pregunta caso contrario avance a la pregunta 9 (Para su fácil interpretación ponemos a continuación ejemplos de eventos abiertos al público: Conciertos, desfiles, teatros, ferias, etc.)

- a) Sí    b) No

8. ¿Cada cuánto tiempo usted asiste a eventos abiertos al público que se realicen dentro de la ciudad de guayaquil?

- A) 1 a 2 veces al mes
- B) 3 veces al mes
- C) 4 veces al mes
- D) más de 5 veces al mes

9. ¿Cuál de los siguientes factores incentivó a conocer y asistir a dicho evento? (Seleccione máx. 2)

- a) La trascendencia y buena imagen del evento
- b) Recomendaciones de familiares, amigos, etc.
- c) Promociones o precio
- d) Temática del evento
- e) Publicidad en redes sociales
- F) Otro

10. ¿Asistiría en la actualidad a un evento abierto al público con las respectivas medidas de bioseguridad? Si su respuesta es sí por favor continúe con la siguiente pregunta, caso contrario avance a la siguiente sección.

- a. Si      b) No

11. ¿Qué tan importante consideraría considera usted los siguientes aspectos dentro de un evento público? Marque con una X según su consideración

Aspecto	Poco importante	Regular	Importante	Muy importante
Seguridad (personal de seguridad, buen estado instalaciones)				
Accesibilidad (acceso a discapacitados) y ubicación				
Parámetros de bioseguridad				
Precio				
Calidad del servicio				
Trayectoria e imagen del evento (trascendencia, impacto, y renombre)				

### **Sección 3:** Aplicación

12. Dentro de esta escala ¿Qué tan informado está acerca de los eventos de la ciudad de Guayaquil?

- a. Nada informado
- b. Poco informado
- c. Bien informado
- d. Muy informado



13. ¿Por cuál canal de comunicación se entera de los eventos que ocurren en la ciudad de Guayaquil? Máximo dos opciones

- a. Boca a Boca
- b. Redes Sociales
- c. Televisión
- d. Periódico
- e. Aplicaciones
- f. Correo electrónico
- g. Otros (Especifique)

14. ¿Estaría interesado en una aplicación móvil que brinde información a tiempo real de los eventos que están siendo realizados en la ciudad de Guayaquil? Si su respuesta fue “Sí” continúe con la pregunta 14 del formulario, de ser “No” su respuesta envíe el formulario.

- a. Sí b) No

15. ¿Cuán importante son estos aspectos dentro de una aplicación móvil que brinde información sobre los eventos que se realicen en la ciudad de Guayaquil? Califique del 1 al 5 en donde 1 es “nada importante” y 5 es “muy importante”

Característica	1	2	3	4	5
Descripción del evento y sus organizadores					
Incluir eventos con diferentes temáticas					
Detallar los protocolos de bioseguridad que se aplican en el evento					
Acceso guiado por Google Maps					
Botón de acceso para reservación					

16) ¿Estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que brinde información sobre los eventos de la ciudad de Guayaquil?

- A) Sí    B) No

17) ¿Cuál es el rango de precio que usted estaría dispuesto a pagar por dicha aplicación? (La Aplicación móvil incluye un mapa a tiempo real de los eventos que se están o están próximos a realizarse cerca de la ubicación en donde se encuentran los interesados, información del evento y de las medidas de bioseguridad aplicadas, se le enviarán notificaciones de los eventos de su preferencia, si es el caso el precio y los puntos de ventas de las entradas para los eventos.)

- A) Entre \$0 y \$0.99  
B) Entre \$1 y \$1.99  
C) Entre \$2 y 2.99  
D) Entre \$3 y 3.99

## 6.5 Formato de preguntas: focus group

- ¿Cuán sencillo le parece la interacción de la aplicación presentada?
- ¿Qué tal le parece el manejo de la información de la aplicación presentada?
- ¿Qué funcionalidad les parece más importante al momento de utilizar esta aplicación de eventos?
- ¿Se sienten identificados con el nombre de nuestra aplicación? Y ¿Por qué?
- ¿Estaría dispuesto a usar la aplicación ?
- ¿Se suscribiría a la versión premium?
- ¿Qué recomendación tiene usted para la aplicación?

## 6.6 Cotización de la aplicación: propuesta app eventos

# PROPUESTA APP EVENTOS CLOUD

---

La presente propuesta detalla los servicios de alquiler de una plataforma para app de eventos.

### **Antecedentes.-**

ITD dispone de un plataforma para sitios web que permite una administración sencilla, potente y segura con las siguientes características:

- Servidor dedicado con capacidad para soportar miles de visitas diarias, con tecnología que constantemente se actualiza y está protegido contra ataques de hacking
- Soporte para mantener el servicio activo todos los días del año

En el siguiente enlace se muestran los tipos de sitios web actuales [www.sitiowebprofesional.com](http://www.sitiowebprofesional.com)

La propuesta incluye el alquiler de esta tecnología incluida una app a medida para el cliente.

### **Detalle de la Plataforma.-**

#### Sistema de administración

El sistema de administración se accederá vía web, no se dispondrá de una app para la administración y tendrá las siguientes opciones:

- Resumen de visitas mensuales a la app.
- Administración de categorías.
- Administración de locaciones, para configurar áreas y lugares: incluye cuatro tipos de eventos: online, locación con sillas, locación con autos, locación con mesas.
- Administración de eventos, opción para registro de clientes premium.
- Administración de clientes, con opción para clientes premium para adquirir entradas con anterioridad.
- Administración de pedidos.
- Administración de mensajes a los usuarios de la app.
- Administración de métodos de pago.

#### App de Eventos

Se implementará una app que funcionará en iOS y Android con las siguientes funcionalidades:

- Presentación de Inicio
- Registro e Inicio de sesión de usuarios solo con correo electrónico y clave
- Opción para clientes premium
- Registro de métodos de pago con pago en línea
- Búsqueda de eventos ordenados por cercanía y opción para búsqueda por voz
- Detalle del Evento con ubicación en Google Maps

- Opción para comprar entradas con pago en línea

#### Módulos Adicionales

- Facturación Electrónica integrada con la venta desde la app con un sistema de facturación electrónica en línea para emitir Facturas, Liquidaciones de compra, Notas de crédito, Retenciones y Guías de remisión.

### **Detalle de Servicios.-**

El arrendamiento de la plataforma incluye:

- 1 Dominio .com (opcional)
- Certificado de seguridad
- Servidor dedicado para acceso ilimitado
- Base de datos para almacenar información ilimitada
- Servicio de correo electrónico para enviar mensajes desde la app con el dominio del negocio (opcional)
- Publicación de la app en Apple Store y Play Store
- Soporte mensual para que la app este en línea 24/7
- Soporte del uso de la plataforma en días laborables en horario de 9 am a 6pm
- Acceso a vistas de la base de datos para uso de la información de su app
- 10Gb de almacenamiento para imágenes
- Conexión con Google maps para búsquedas por cercanía y registro de direcciones
- Capacitación para uso y administración de la plataforma

No incluye:

- Diseño de logotipo, isotipo o artes para la app
- Imágenes

La app será publicada en la cuenta de ITD de Apple y Play Store y dispondrá de información referente a ITD como desarrollador en los créditos de la APP.

### **Tiempo de entrega.-**

El tiempo de entrega de la app es de 40 días laborables una vez realizado el pago del primer mes y de la anualidad.

### **Costos y Forma de Pago.-**

El precio de alquiler de la plataforma para iOS y Android es de \$150 USD. mensuales los cuales deben cancelarse por adelantado, además de un pago anual de \$300 USD. Para obtener la app debe cancelar 4 meses por adelantado y el pago anual.

El costo del sistema de facturación electrónica integrado a la app es dependiendo del número de documentos que requiera a partir de \$20 USD. para 200 documentos, este valor es un pago único y los documentos no tienen caducidad.

## Garantía y Soporte.-

El servicio incluye una garantía de funcionamiento durante todos los meses contratados y soporte para mantener el sistema en línea, además se podrán implementar funciones adicionales y se analizarán si pueden tener costo o no.

## Proyectos realizados.-

Tenemos una amplia experiencia en desarrollo de sistemas web tales como:

- Sistema de facturación en línea: [www.ifactura.com.ec](http://www.ifactura.com.ec)
- Sistema de ecommerce: [www.ordenbox.com](http://www.ordenbox.com)
- Sistema para clases en línea para la empresa PLM Ecuador: [www.cursovirtualsvvacunas.com](http://www.cursovirtualsvvacunas.com)

Implementaciones basadas en web y móvil:

- Aplicación para ventas con viajeros (en desarrollo)
- BoticApp para boticas Barcia: [boticapp.com](http://boticapp.com)
- Sistema de Visitadores Médicos con video conferencia
- App para viajeros

## 6.7 EVIDENCIA DE LAS ENTREVISTAS

a) MsC. Angelo Calderón



b) Lcdo. Carlos Álvarez



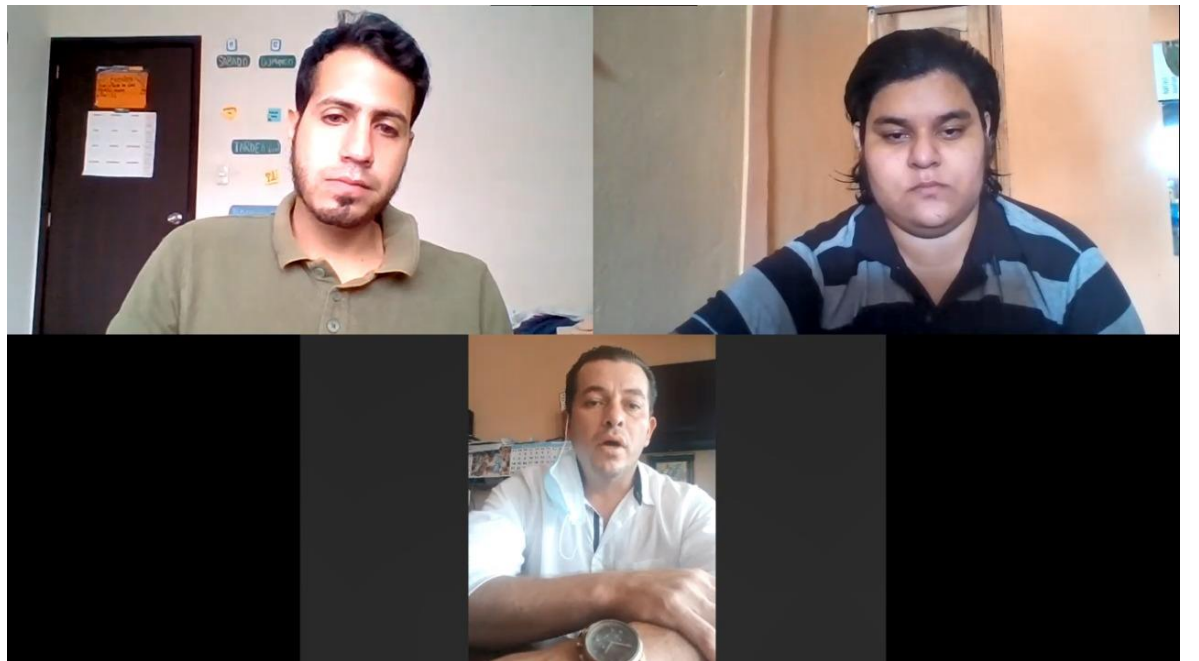
c) MsC. Alejandro Andrade



d) Gerente Estuardo Juárez



e) MsC. Milton Cassanova



f) Lic. Dayana Garcés

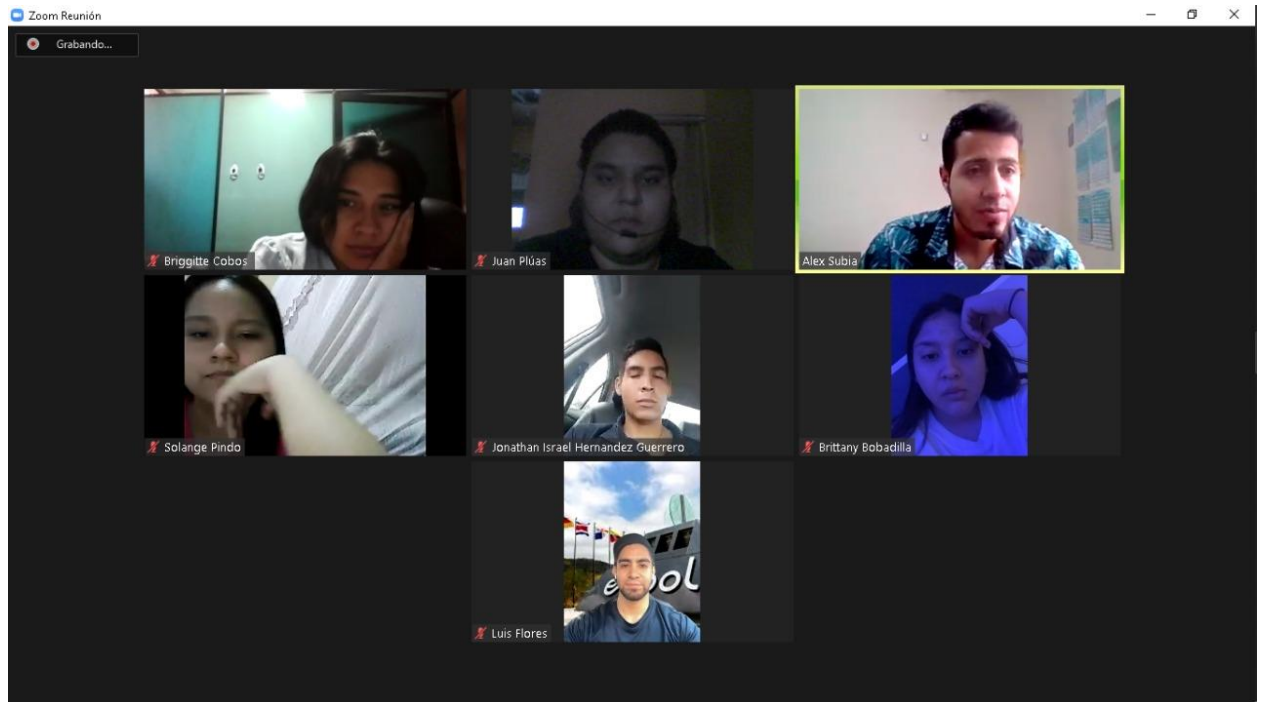


g) Ericka Figueroa (wedding planner)



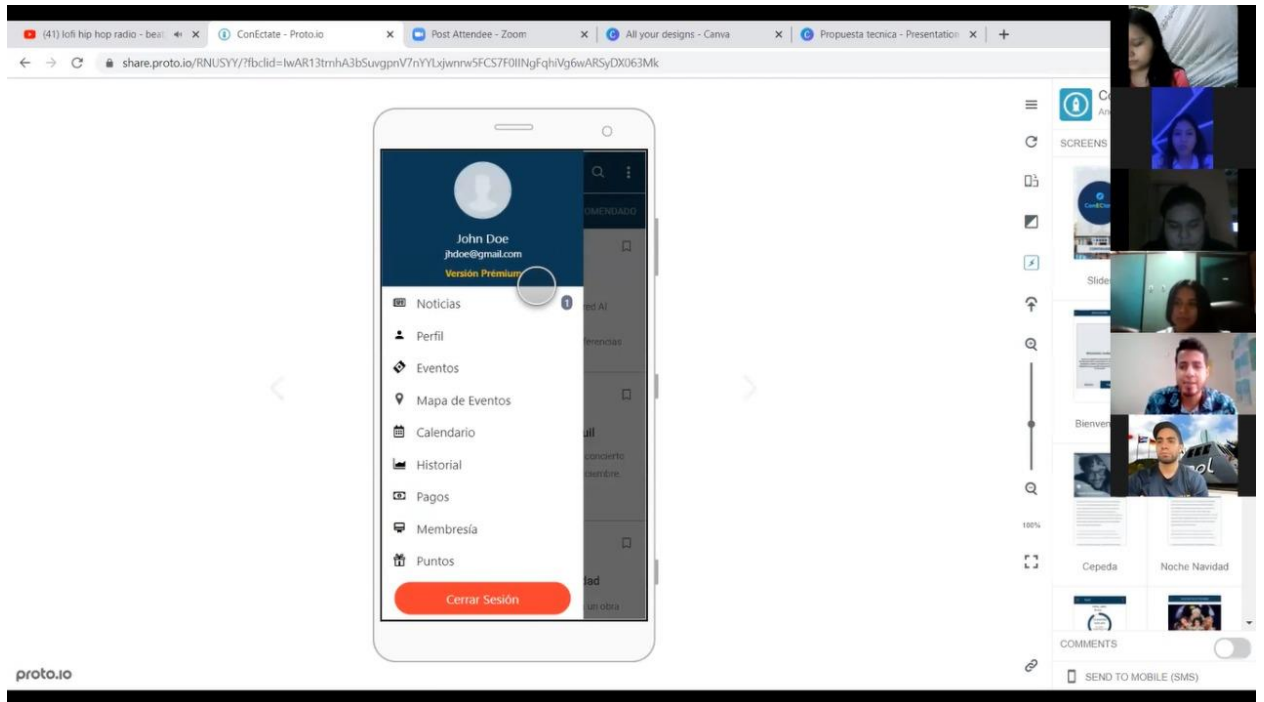


## 6.8 EVIDENCIA DE LA VALIDACIÓN (focus group)



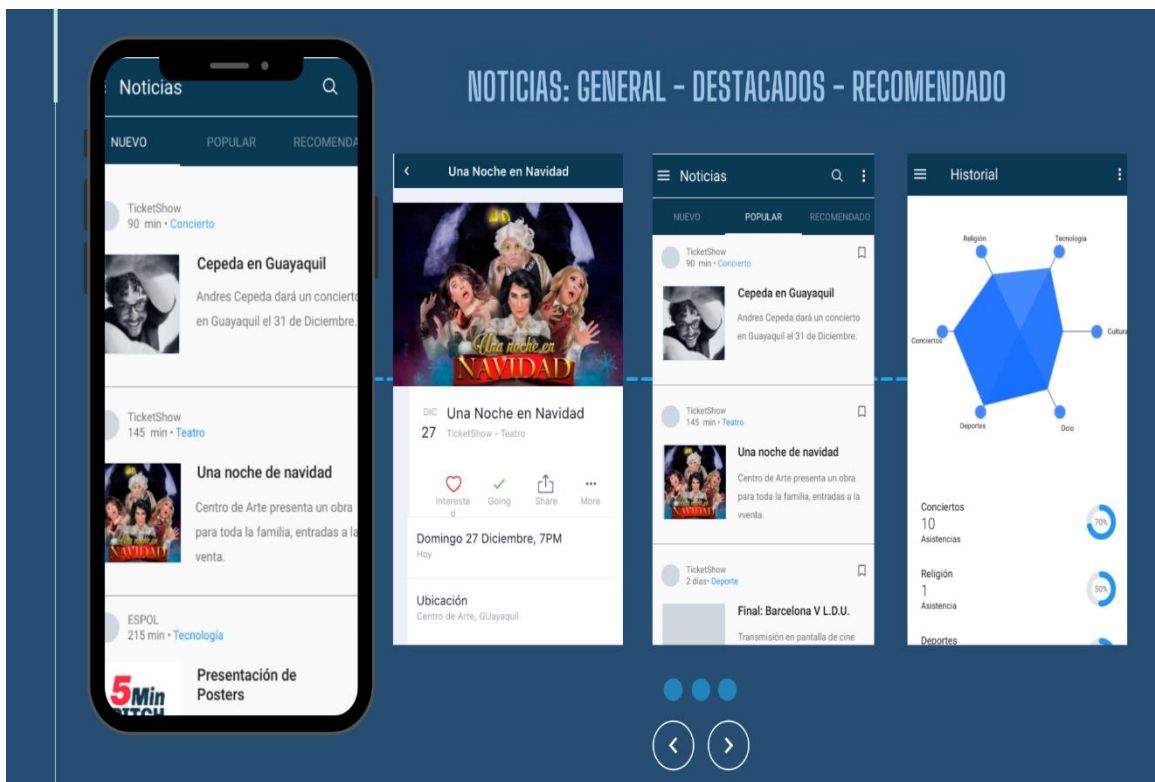
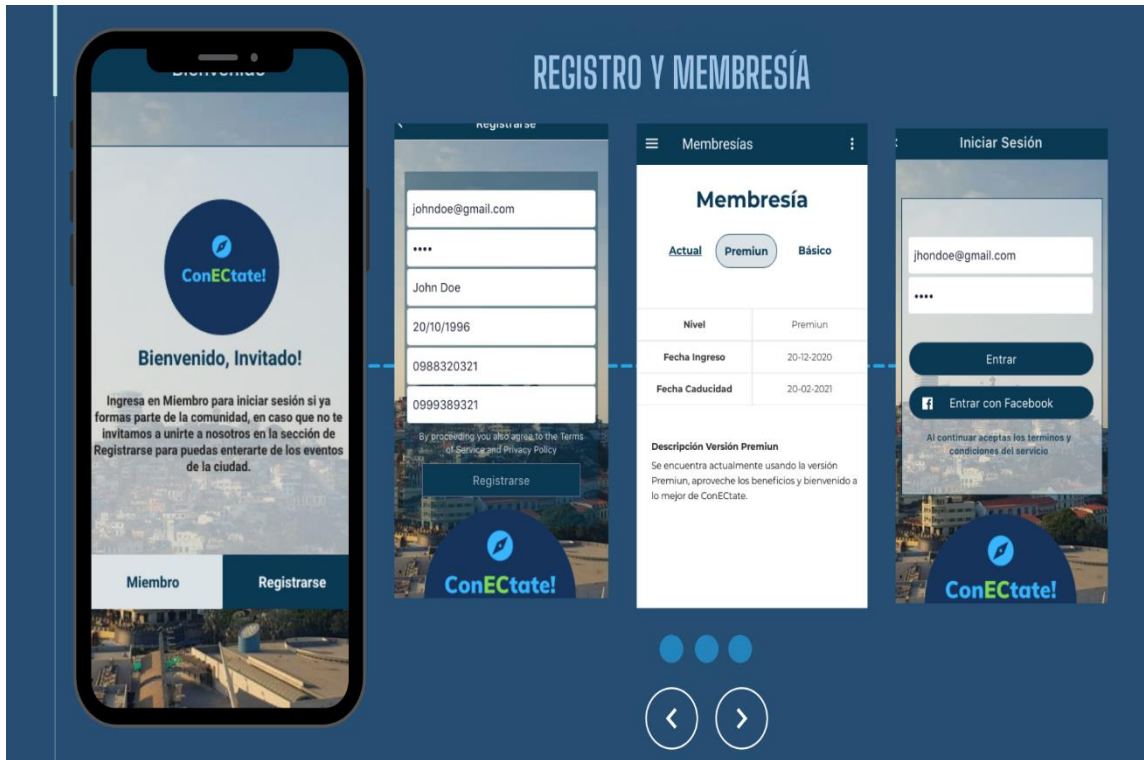
## 6.9 Evidencias de la validación (experto)





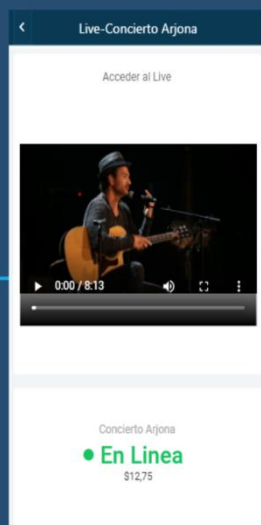
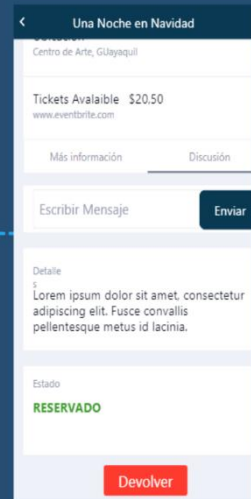
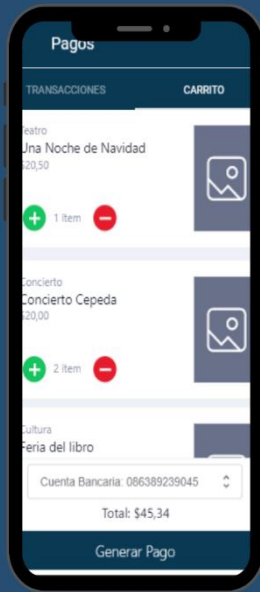
## 6.10 Prototipo de la aplicación (alta resolución)

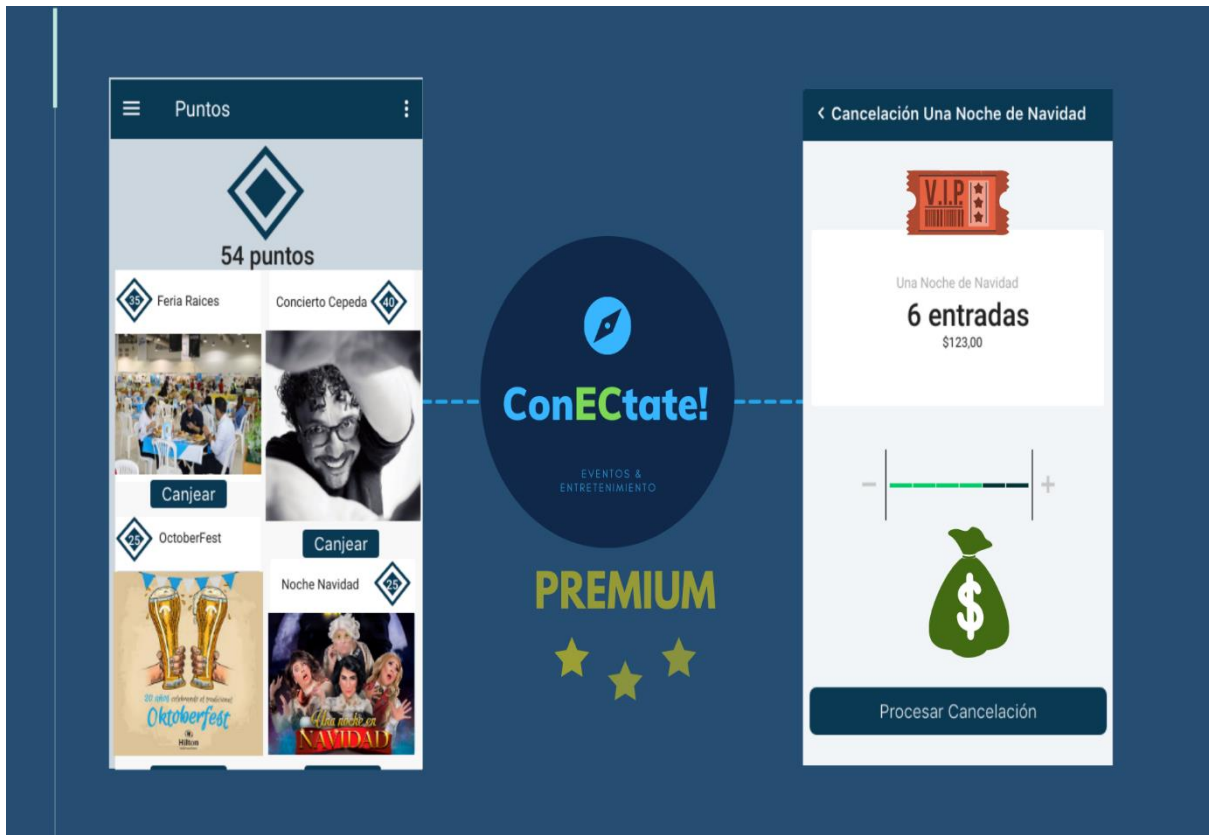






# RESERVAS Y PAGOS







## 6.11 Eventos más importantes realizados en la ciudad de Guayaquil (listado)

 <p><b>FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DIGITAL</b></p> 	<p>Nombre: Feria Internacional del libro de Guayaquil.</p>
	<p>Lugar: Virtual</p>
	<p>Cover: Gratis previo registro</p>
	<p>Tema: Exposición comercial, feria, conversatorio y exposición de libros.</p>
	<p>Fecha: Del 24 al 27 de Septiembre 202</p>
	<p>Observaciones: \$4 para adultos, \$2 discapacitados y tercera edad, Gratis niños hasta 9 años (para el 2019)</p>
<p>Fuente: <a href="https://www.libroguayaquil.com/">https://www.libroguayaquil.com/</a></p>	
	<p>Nombre: Feria Inmobiliaria</p>
	<p>Lugar: Centro de Convenciones de Guayaquil</p>
	<p>Cover: \$1</p>
	<p>Tema: Mayor oferta del sector inmobiliario</p>
	<p>Fecha: Del 21 al 25 de Octubre</p>
	<p>Observaciones: Aforo limitado solo para el 30%</p>

	<p>Nombre: Concierto presencial y virtual de la orquesta filarmónica municipal de Guayaquil</p>
	<p>Lugar: Teatro Centro de Artes</p>
	<p>Cover: Libre</p>
	<p>Tema: Concierto por el mes de las Artes</p>
	<p>Fecha: Viernes 7 de Agosto del 2020</p>
	<p>Observaciones: Entrada libre hasta completar con el 30% del aforo. Transmisiones por YouTube y Facebook live</p>
	<p>Fuente: <a href="https://www.teatrocentrodearte.org/evento/486/concierto-presencial-virtual-orquesta-filarmonica-municipal-guayaquil.html">https://www.teatrocentrodearte.org/evento/486/concierto-presencial-virtual-orquesta-filarmonica-municipal-guayaquil.html</a></p>
	<p>Nombre: Pregón Cívico</p>
	<p>Lugar: Plaza Centenario</p>
	<p>Cover: Gratis</p>
	<p>Tema: evento cultural: Conmemoración de los 200 años de libertad</p>
	<p>Fecha: Jueves 01 de Octubre del 2020</p>
	<p>Observaciones: 30% del Aforo permitido por el COE cantonal</p>
	<p>Fuente: <a href="https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/09/29/nota/7995796/guayaquil-agenda-eventos-octubre-bicentenario-fiestas">https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/09/29/nota/7995796/guayaquil-agenda-eventos-octubre-bicentenario-fiestas</a></p>



	<p>Nombre: Obra teatral musical "La Fragua de Vulcano"</p>
	<p>Lugar: Teatro Centro de Artes</p>
	<p>Cover: gratis</p>
	<p>Tema: Obra monumental para conocer la historia del 9 de Octubre de 1982</p>
	<p>Fecha: Sábado 3 de Octubre</p>
	<p>Observaciones: Presencial con el 50% de aforo permitido por el COE</p>
	<p>Fuente:  <a href="https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/09/29/nota/7995796/guayaquil-agenda-eventos-octubre-bicentenario-fiestas">https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/09/29/nota/7995796/guayaquil-agenda-eventos-octubre-bicentenario-fiestas</a></p>
	<p>Nombre: <b>'Guayaquil es mi Destino en Carnaval'</b></p>
	<p>Lugar: empezara desde Av 9 de octubre</p>
	<p>Cover: gratis</p>
	<p>Tema: <b>Moulin Rouge</b>, por el emblemático sitio de diversión nocturna de París, Francia; <b>Roma</b> y se destacará el <b>Coliseo Romano</b> y un caballero con sus armaduras en un carruaje.</p>
	<p>Fecha: 22 de febrero del 2020</p>
<p>Observaciones: Este desfile recorrerá 4 kilómetros aproximadamente, inspirado en tradiciones europeas.</p>	

	<p>Fuente:  <a href="https://www.expreso.ec/quayaquil/carnaval-2020-son-eventos-realizaran-5404.html">https://www.expreso.ec/quayaquil/carnaval-2020-son-eventos-realizaran-5404.html</a></p>
	<p>Nombre: <b>Aqua Expo 2020</b></p>
	<p>Lugar: Centro de Convenciones</p>
	<p>Cover: autoridades de gobierno, representantes gremiales, empresas relacionadas al sector camaronero</p>
	<p>Tema: temas de interés e importancia para el sector acuícola</p>
	<p>Fecha: del 24 al 26 de noviembre del 2020</p>
	<p>Observaciones: medidas de bioseguridad que se implementaron para la Aqua Expo, como túneles de desinfección, toma de temperatura, control del aforo mínimo, entre otras.</p>
<p>Fuente:  <a href="https://www.eluniverso.com/noticias/2020/1/24/nota/8060260/aqua-expo-2020-inauguracion-sector-camaronero-tecnologia-innovacion">https://www.eluniverso.com/noticias/2020/1/24/nota/8060260/aqua-expo-2020-inauguracion-sector-camaronero-tecnologia-innovacion</a></p>	
	<p>Nombre: <b>TEDxPeñas</b></p>
<p>Lugar: Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC).</p>	
<p>Cover: libre</p>	

	<p>Tema: enfocado en "ideas que merecen ser difundidas"</p>
	<p>Fecha: 15 de nov del 2018</p>
	<p>Observaciones: contaron con presencia de expositores internacionales</p>
	<p>Fuente:  <a href="https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/11/15/nota/7051308/quayaquil-sede-conferencias-tedxpenas">https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/11/15/nota/7051308/quayaquil-sede-conferencias-tedxpenas</a> </p>
	<p>Nombre: <b>Homenaje a Doña Fresia Saavedra</b></p>
	<p>Lugar: Teatro Centro de Arte</p>
	<p>Cover: gratuito</p>
	<p>Tema: homenaje a la reina del pasillo ecuatoriano</p>
	<p>Fecha: 4 de diciembre del 2020</p>
	<p>Observaciones: por motivos de pandemia tuvo que ser postergado de su fecha prevista.</p>
<p>Fuente:  <a href="https://www.guayaquilesmidestino.com/apps/#/evento/homenaje-dona-fresia-saavedra-reina-del-pasillo-ecuatoriano">https://www.guayaquilesmidestino.com/apps/#/evento/homenaje-dona-fresia-saavedra-reina-del-pasillo-ecuatoriano</a> </p>	
	<p>Nombre: XIII GALAS GUAYAQUILEÑAS</p>
	<p>Lugar: Teatro Centro Cívico Eloy Alfaro</p>

	Cover: libre
	Tema: Representacion de la moda guayaquileña a través del tiempo
	Fecha: sábado 16 de marzo del 2020
	Observaciones:
	Fuente: <a href="https://www.guayaquilesmidestino.com/en/node/2057">https://www.guayaquilesmidestino.com/en/node/2057</a>
	Nombre: FESTIVAL EN HOMENAJE AL RUISEÑOR DE AMÉRICA: JULIO JARAMILLO
	Lugar: Teatro Centro Cívico Eloy Alfaro
	Cover: libre
	Tema: Show artístico recordando sus éxitos musicales
	Fecha: 22 de febrero del 2020
	Observaciones: Conto con la participación de otros artistas.
	Fuente: <a href="https://www.guayaquilesmidestino.com/en/node/2057">https://www.guayaquilesmidestino.com/en/node/2057</a>
	Nombre: Desde el Alma
	Lugar: Estadio modelo Alberto Spencer
	Cover: desde \$50



Tema: concierto de Chayanne

Fecha: 08/06/2019

Observaciones: el concierto se realizó en el norte de la ciudad de Guayaquil de manera presencial, sin problemas

Fuente:  
<http://topshows.ec/>



Nombre: de sal tierra

Lugar: via virtual

Cover: \$12

Tema: concierto

Fecha: 02 de octubre del 2020

Observaciones: el concierto se realizó de manera virtual

Fuente: <http://topshows.ec/>

Nombre: Mise en Place'

Lugar:



Cover: \$5

Tema: Evento Gastronómico

Fecha: 09/06/2019

Observaciones: La iniciativa de la Escuela Culinaria de Américas permitirá mostrar al Ecuador y su infinita riqueza culinaria, aseguró Felipe Álava, coordinador Zonal 5 del Ministerio de Turismo. “Gracias a su privilegiada ubicación geográfica poseemos una diversidad de microclimas y con ello una gran variedad de especias y productos”, destacó.



Nombre: Feria del libro

Lugar: Centro de convenciones

Cover: \$ 4 para adultos, \$ 2 para la tercera edad y personas con discapacidad y entrada gratuita para niños de hasta 9 años. (I)

Tema: exposición de libros

Fecha: del 25 al 29 de septiembre del 2019

Observaciones: A la fiesta literaria se sumó Condorito y sus amigos, un performance dedicado a Herman Melville, y una intervención de Jonathan Luna, quien le puso música a uno de los poemas de Medardo Ángel Silva, como un homenaje al poeta en el centenario de su muerte.

Fuente: sitio oficial El Universo : <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2019/09/25/nota/7534570/arranco-feria-libro-guayaquil>



Nombre: Comi Con
Lugar: Centro de convenciones de guayaquil
Cover: desde \$12 hasta \$140
Tema: evento cultural: feria de exposición
Fecha: del 23 al 25 de Agosto
Observaciones:
Fuente: Ticket Show : <a href="https://www.ticketshow.com.ec/pages/synopsis.aspx?evento=6434">https://www.ticketshow.com.ec/pages/synopsis.aspx?evento=6434</a>



Nombre: FERIA DE GUAYAQUIL
Lugar: Centro de Convenciones
Cover: gratis
Tema: Feria De Exposicion
Fecha: del 28 de nov al 1 de diciembre 2019
Observaciones: Feria de emprendimiento
Fuente: ExpoplazaEcuador