

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanística

Diseño de un prototipo de App orientada hacia el turismo receptor
para la Prefectura del Guayas

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en turismo

Presentado por:

Castro Balladares Richard Alberto

Castro García Andrea Belén

Guayaquil - Ecuador

Año: 2023

Dedicatoria

A mi familia, en especial a mi madre, Sandra, mi soporte incondicional a lo largo de toda mi vida. A mi padre Luis, en el cielo. A Stefanie, por sus consejos, motivación y apoyo. A mis profesores a lo largo de la carrera, gracias por los aprendizajes compartidos a lo largo de 4 años.

Richard Castro

Este proyecto quiero dedicarlo a Dios, mi madre, Vicente, a mi familia y amigos por acompañarme, dar de su tiempo y apoyo en cada una de las visitas y fases que tuve durante el proyecto de la materia integradora. A mis profesores, por su enseñanza y dedicación que dan en cada clase.

Andrea Castro

Agradecimientos

Nuestro más sincero agradecimiento a los responsables de los GAD locales en Guayas que accedieron a compartir información valiosa como insumos para nuestra propuesta. A cada persona que participó y colaboró con nosotros en el proceso de recolección de datos en el marco de esta investigación.

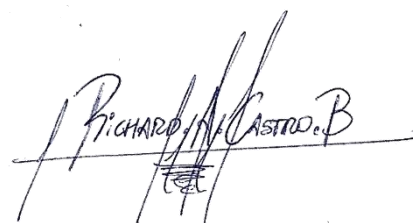
Andrea y Richard

Declaración Expresa

“Los derechos de titularidad y explotación, me(nos) corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; (nombre de los participantes) y doy(damos) mi(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”



Andrea Castro García



Richard Castro Balladares

Evaluadores

Nombre del Profesor

Mathías Pecot

Nombre del Profesor

Sebastián Calle Lituma

Resumen

El siguiente proyecto surge debido a la insuficiencia de información actualizada para los atractivos turísticos de la provincia de Guayas, en la cual las principales fuentes de consulta son las páginas de internet y redes sociales, en donde la información de un atractivo turístico no se actualiza, por ende, el usuario que accede a esta información no se informa adecuadamente. Así, se podrá incidir en la experiencia de los viajeros y, por consiguiente, el incremento de los flujos turísticos. La propuesta central de este proyecto consiste en diseñar el prototipo para una aplicación móvil, por lo cual se requiere conocer la percepción que tienen los ecuatorianos acerca del turismo en Guayas. identificar las principales funcionalidades que debería tener una aplicación móvil para el turismo y validar la interfaz de la aplicación móvil. Se emplearon herramientas de *Design thinking* que, en conjunto con una investigación de mercados, permitieron complementar los hallazgos en función de mostrar atractivos turísticos, planta turística, acontecimientos programados, mapas y panel con funciones para el usuario, incluida la gamificación en la app. El proyecto es una sola una pieza de un sistema en el cual se deben realizar las debidas inversiones para dinamizar la actividad turística en Guayas.

Palabras Clave: características complementarias, información, atractivos turísticos, gamificación.

Abstract

The following project arises due to the insufficiency of updated information for the tourist attractions in the province of Guayas, in which the main sources of consultation are the internet pages and social networks, where the information of a tourist attraction is not updated, therefore, the user who accesses this information is not adequately informed. Thus, it will be possible to influence the experience of travelers and, consequently, the increase in tourist flows. The central proposal of this project consists of designing the prototype for a mobile application, for which it is necessary to know the perception that Ecuadorians have about tourism in Guayas. identify the main functionalities that a mobile application for tourism should have and validate the interface of the mobile application. Design thinking tools were used that, together with market research, allowed to complement the findings based on showing tourist attractions, tourist plant, scheduled events, maps and a panel with functions for the user, including gamification in the app. The project is just one piece of a system in which proper investments must be made to boost tourism in Guayas.

Keywords: complementary characteristics, information, tourist attractions, gamification

Índice general

Evaluadores.....	VI
Resumen	6
Abstract.....	7
Capítulo 1.....	XI
1.1 Introducción.....	10
1.2 Descripción del problema.....	13
1.3 Justificación del problema.....	16
1.4 Objetivos.....	17
1.4.1 Objetivo general.....	17
1.5 Marco teórico.....	18
Capítulo 2.....	25
2.1 Metodología.....	25
2.1.1 Marco metodológico para el objetivo específico 1	25
2.1.2 Marco metodológico para el objetivo específico 2	31
2.1.3 Marco metodológico para el objetivo específico 3	35
2.2.1 Metodología para el análisis financiero	37
CAPÍTULO 3	38
3. Análisis y discusión de resultados	38
3.1. Resultados para el objetivo específico 1	40
3.2. Resultados para el objetivo específico 2	59
3.3. Resultados para el objetivo específico 3	63
3.4 Discusión de los resultados	79
3.5 Análisis financiero	80
CAPÍTULO 4	80
4. Conclusiones y recomendaciones	80
4.1. Conclusiones	82
4.1.1 Conclusiones para el objetivo específico 1	82
4.2. Conclusiones para el objetivo específico 2	82
4.3. Conclusiones para el objetivo específico 3	84
4.2. Recomendaciones	86
Anexos:	88
Referencias	126

Figura 1 - Resultados de búsqueda “Inés María Guayas” en GoRaymi	15
Figura 2 Opciones de restaurantes en Milagro, Guayas, en la web de Viajando X	15
Figura 5 - Mapa mental que resume la estructura del marco metodológico del proyecto.....	25
Figura 7 - Criterios de rigor de la investigación cualitativa	39
Figura 8 - Criterios de ética de la investigación cualitativa	40
Figura 9 - Matriz de poder e influencia	41
Figura 10 - Infografía ilustrativa para hallazgos en mapas de empatía en Guayas	42
Figura 11 - Gráfico de lista continua del Vision cone del acceso a información turística Guayas	44
Figura - Análisis de tipos de turismo en Guayas	45
Figura 12 - Hallazgos de storytelling al hacer turismo de Guayaquil a Simón Bolívar	47
Figura - Gráfico de Venn apilado que permite apreciar causas relacionadas a la necesidad central....	59
Figura - Lista de pirámide con los How might we? para el diseño de la app.....	60
Figura - Benchmarking comparativo entre 5 apps de viajes.....	61
Figura – Nube de palabras con ideas para apps de turismo	62
Figura – Resultados pregunta 1	63
Figura - Resultados pregunta 2.....	64
Figura - Resultados pregunta 3.....	64
Figura - Resultados pregunta 4 de focus group	64
Figura - Resultados pregunta 5 de focus group	66
Figura - Resultados pregunta 6 de focus group	66
Figura - Resultados pregunta 7 de focus group	67
Figura – Resultados pregunta 8 de focus group.....	67
Figura - Tendencia de satisfacción de usuario testeando la app móvil.....	77
Figura - Presupuesto final para diseñar las funcionalidades de app móvil.....	80
Figura - Sailboard Retrospective del proyecto de app "Visita Guayas"	80
Figura - Resumen de los lugares visitados y recomendados	105
Figura - Aplicaciones turísticas más descargadas sobre turismo en Ecuador.....	106
Figura - Desglose gastos operacionales visitas de campo	115
Figura - Costo de peaje por visitas para planificación turística	115
Figura - Presupuesto para el Diseño de la interfaz gráfica de la app móvil en Figma.....	117
Figura - Cotización de fotografías para la app móvil	118
Tabla 1 - Análisis “AEIOU” del turismo en los cantones de Guayas (2023).....	27
Tabla 2 – Análisis de tendencias basado en Google Trends.....	36
Tabla 3 - Análisis Peers-Observing-Peers de los cantones del Guayas.....	37

Diseño de un prototipo de App orientada hacia el turismo receptor para la Prefectura del Guayas

Capítulo 1

1.1 Introducción

Este proyecto de investigación está dirigido a crear un diseño de prototipo de aplicación móvil que permita a la Prefectura del Guayas que los posibles usuarios, ya sean visitantes del día o turistas, puedan tener acceso a información relevante sobre los principales atractivos o destinos, así como de los establecimientos de la planta turística e instalaciones (infraestructura) de la provincia.

La propuesta surge debido a que no se encuentra información clara y precisa de lugares que podrían ser visitados y que sean recomendados por una fuente confiable, ya sea porque las reseñas en páginas web o redes sociales son antiguas y por ende no son sometidas periódicamente a actualización, o porque no hay referencias a determinados sitios de visita, además que es difícil determinar qué tan confiables son las reseñas que se proveen en internet, el principal medio de consulta de los usuarios. Lo que se espera es que los visitantes que arriben o que vivan en Ecuador puedan realizar diversas actividades de turismo, ocio y recreación a lo largo y ancho de la geografía guayasense.

Diseñar un prototipo de app móvil para el turismo de Guayas constituye una estrategia para incidir en la mejora de los flujos de visitas, la experiencia del usuario y visibilizar los emprendimientos de la provincia. Con un adecuado análisis de las necesidades de los diferentes usuarios se puede implementar un producto que logre satisfacer a visitantes nacionales y extranjeros (demanda turística). El método permitirá a los potenciales usuarios acceder a información verificada acerca de los destinos y atractivos turísticos, así como su planta turística, equipos e instalaciones para ofrecer un producto capaz de incidir positivamente en los flujos turísticos debido a su eficiencia.

La provincia del Guayas posee en sus 25 cantones una basta cantidad de recursos y atractivos naturales en los cuales se pueden realizar varias modalidades de turismo: de aventura, ornitológico, de salud, ecoturismo, agroturismo, naturaleza, sol y playa, náuticos. Además, se cuenta con diversos recursos culturales como gastronomía, ferias y eventos, acontecimientos deportivos, arquitectura, museos, étnicos. Con el adecuado aprovechamiento de estos recursos se puede impulsar el turismo gastronómico, experiencial, de negocios, vivencial, religioso, comunitario, entre otros.

Por su parte, la Prefectura del Guayas promociona en su página web 8 categorías concernientes a tipos de turismo: de ocio y diversión, gastronómico, aventura, fotográfico, ecológico, cultural, agroturismo, sol y playa. Rigiéndose a lo estipulado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), esta categorización es imprecisa, pues no todas son reconocidas como modalidades de turismo sino como actividades propias de la dinámica turística, como el caso de la fotografía.

Guayaquil, capital de Guayas, es la ciudad más poblada de Ecuador y, además de contar con terminales de buses interprovinciales, dispone de un aeropuerto internacional que recibe vuelos de varios países del mundo. Esto representa una oportunidad para que los turistas extranjeros puedan dirigirse a distintos destinos turísticos en Guayas, donde la calidez de la comunidad receptora y los eventos anuales también pueden cautivarlos.

En cuanto a conectividad a través de internet, Guayas concentra el 30% del total a nivel nacional de usuarios. En Ecuador hay 13 millones de perfiles en la red social Facebook, 9 millones en TikTok y 6 millones de cuentas en Instagram, según Mentino Ecuador (2022). Se evidencia que, al ser las redes sociales las principales fuentes de información para consultar información de los destinos turísticos que se desean visitar, existe una oportunidad para que la prefectura del Guayas, por medio de una herramienta digital institucional, provea la data necesaria para que la demanda real y potencial del turismo puedan mejorar su experiencia.

En el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), esta investigación se alinea con el ODS 8, que se relaciona con el trabajo decente y crecimiento económico, cuyas metas consisten en incrementar el Producto Interno Bruto, anualmente; aumentar la productividad de la economía a través de su diversificación; fomentar micro, pequeñas y medianas empresas; promover generación de empleo pleno para mujeres, jóvenes y personas con discapacidad, impulsar políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que promueva la cultura y los productos locales. (United Nations, s.f)

El prototipo de la aplicación turística móvil contribuirá en fomentar ordenada e integralmente la actividad turística en Guayas, y con ello, la dinamización de la economía mediante el impulso del agroturismo, turismo rural, experiencial y vivencial como las modalidades de turismo más relacionadas con las principales actividades económicas guayasenses: agricultura y ganadería. Entre los beneficios que genera el turismo sostenible está la contribución al crecimiento económico. En Ecuador, el turismo a nivel nacional representó, para 2019, el 2.28% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 1.30% para 2021 (BCE, 2023), como consecuencia de la pandemia del COVID-19 (Revista Gestión, 2023). La dinamización de la economía en el sector turístico posibilita la creación de empleos además de incidir en la mejora de la calidad de vida, el cuidado y apreciación del patrimonio natural como cultural. (Monsalve-Peláez, M., Tovar-Meléndez, A., & Salazar-Araujo, E., 2023)

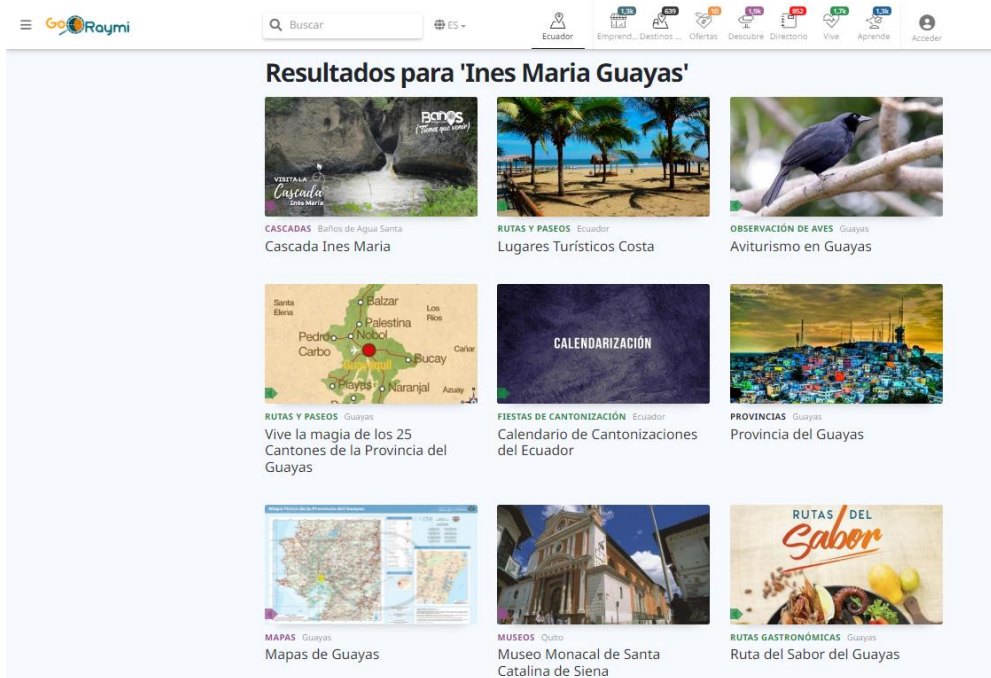
También, los 9 y 17 se entrelazan en este proyecto. El ODS 9 impulsa la innovación tecnológica en la app móvil, mejorando productos y servicios al agregar valor en estos, y ampliando el acceso a la tecnología en países en desarrollo. Por otro lado, el cumplimiento de programas requiere de asociaciones inclusivas que permitan cumplir objetivos sobre la base de principios y valores centrados en las personas y el planeta, lo cual promueve el ODS 17 por medio de alianzas inclusivas a nivel global, regional, nacional y local para alcanzar objetivos sostenibles basados en principios humanos y ecológicos. (United Nations, s.f)

Tanto Prefectura de Guayas como los prestadores de servicios turísticos locales pueden, mediante un trabajo conjunto, aprovechar la app móvil para captar la atención de turistas y excursionistas que tienen intenciones de dirigirse a Guayas mediante estrategias mancomunadas como la gamificación en un aplicativo móvil, la cual es definida como “el uso del juego en contextos no lúdicos con el fin de potenciar la motivación, el esfuerzo y la fidelización de los turistas” (Díaz y Correa, 2017, p.73, como se citó en Olbrich y Fusté -Forné, 2023, p.9). Gamificar es la oportunidad para recorrer diversos sitios de visita a lo largo de una ruta o corredor turístico inmersos en un itinerario, mientras se busca en código QR de forma tradicional o por medio del uso se utilizan tecnológicos medios como la realidad virtual, especialmente en atractivos culturales. (Olbrich y Fusté -Forné, 2023, p. 14)

1.2 Descripción del problema

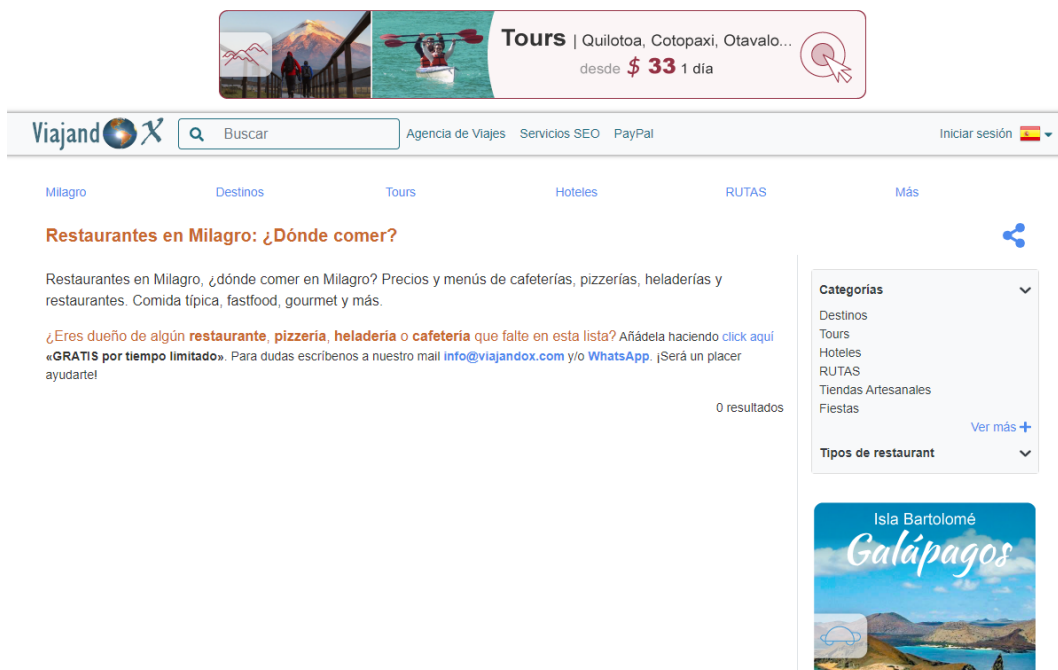
El acceso a información referente al turismo en la provincia del Guayas es muy limitado y deficiente, considerando las fuentes informativas actuales. De acuerdo con la analista senior de promoción turística para la prefectura del Guayas (2023), la provincia no cuenta con una guía turística desde 2013, último año en el cual la información estaba actualizada. Entonces, para que los usuarios que utilizan dispositivos digitales con conectividad a internet planeen viajar hacia la provincia del Guayas, deben emplear las redes sociales como TikTok o Instagram o la búsqueda a través de páginas en línea como Google, GoRaymi, ViajandoX, Trip Advisor, entre otros, con el fin de hallar la información relacionada con los recursos, atractivos turísticos y demás actividades relacionadas con el ocio y la recreación.

Figura 1 - Resultados de búsqueda "Inés María Guayas" en GoRaymi



Nota: La figura corresponde a una captura de pantalla, junio 23 de 2023.

Figura 2 Opciones de restaurantes en Milagro, Guayas, en la web de Viajando X



Nota: La figura corresponde a una captura de pantalla, junio 23 de 2023.

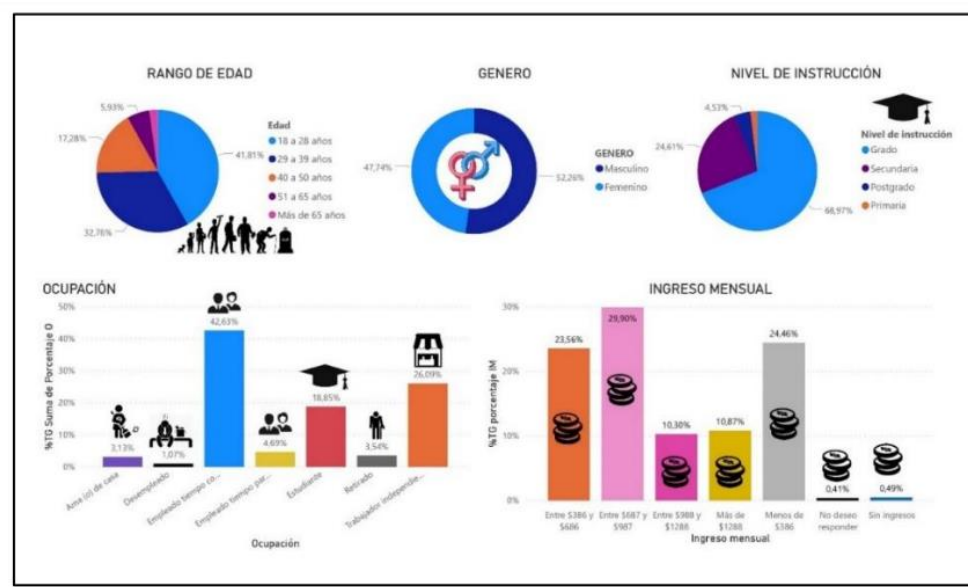
Debido a la falta de información, los viajeros deben llevar dinero en efectivo ya que muchos lugares turísticos no aceptan pagos electrónicos. La insuficiencia de información también limita su capacidad de acceder a datos oficiales sobre el territorio que desean visitar (de un gobierno autónomo descentralizado o una agencia nacional o local del turismo) que permitan conocer: las generalidades del territorio; vías, rutas y medios de acceso; tiempo estimado de viaje; precios y modalidades de pago, descripción del recurso turístico, atractivo turístico, establecimiento turístico; facilidades existentes; tips de viaje; reseñas y recomendaciones hechas por otros visitantes y/o turistas; números de teléfonos de emergencia, entre otros.

Sin una herramienta que reúna y provea los requerimientos mencionados, no será posible incidir positivamente en la satisfacción de los turistas y visitantes que se dirigen hacia Guayas.

Sobre los turistas, tanto nacionales como internacionales que recibe la provincia, se describen sus perfiles a continuación:

Figura 3

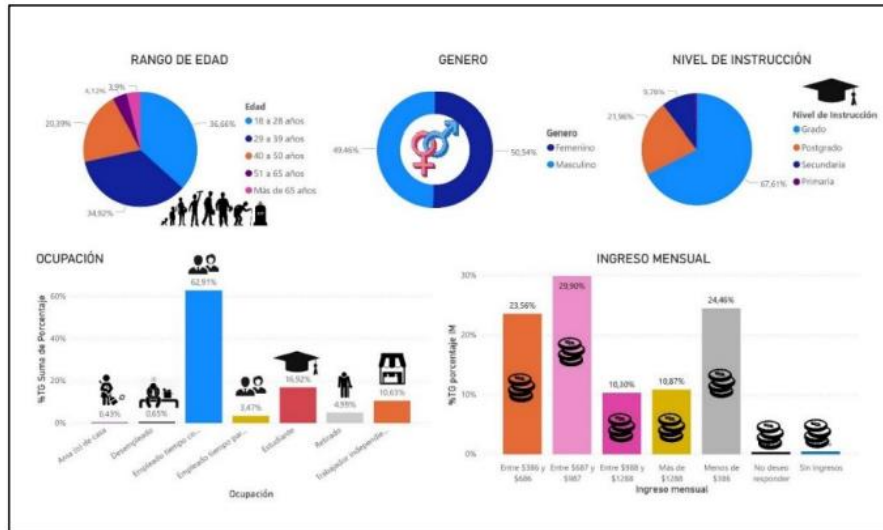
Perfil del Turista nacional, 2021.



Nota: La figura corresponde al Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia del Guayas-
Dirección Provincial de Turismo

Figura 4

Perfil del Turista internacional, 2021.



Nota: La figura corresponde al Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia del Guayas- Dirección Provincial de Turismo

Se evidencia que estos dos segmentos del mercado ostentan la instrucción, ocupaciones o profesiones e ingresos mensuales promedio acordes a hacer uso de un aplicativo móvil que complemente y mejore su experiencia como usuarios.

1.3 Justificación del problema

Los cantones de Guayas se caracterizan por la insuficiencia de puntos de información turística, inseguridad en algunos sectores de los cantones de Guayas o deterioro en ciertas vías de acceso que podrían causar inconvenientes al movilizarse hacia otros sitios de visita. Dentro de las fortalezas que se destacan en Guayas está su gastronomía, que se caracteriza por la elaboración de comida a base de plátano, queso, arroz, mariscos, cacao, azúcar y maíz. Por esta razón, una aplicación móvil que muestre datos relevantes, que sea dinámica y amigable con el visitante que llega a la provincia del Guayas, ayudaría a promover el turismo por medio de la cultura, naturaleza y productos locales que oferta cada uno de los cantones.

Así mismo, las aplicaciones móviles han tenido mucho auge en los últimos años y han sido en el sector del turismo tienen sus atributos principales tales como búsqueda en el mapa, conocer el clima del lugar donde se encuentra, información necesaria del destino o elementos de la planta turística que pueden servir para satisfacer la experiencia del usuario a través de la interactividad en su diseño que es importante, al igual que su facilidad de uso y la utilidad (Do, H. N., Shih, W., & Ha, Q. A., 2020). También, se puede encontrar otras características que las hacen tener diferenciación entre distintas apps en turismo, por ejemplo: consejos de viaje, elaboración de itinerarios, cambiar el idioma, incentivos, estadísticas o números de emergencia.

Por medio del diseño de la aplicación móvil se puede llegar a más personas que se sientan motivados a visitar lugares nunca conocidos por medio de una herramienta donde se podrá hacer comentarios e influir en el comportamiento de otros visitantes (Hua, N., Li, B. & Zhang, T., 2020).

1.4 Objetivos

A continuación, se establecen los objetivos de este trabajo.

1.4.1 Objetivo general

Diseñar el prototipo para una aplicación móvil que permita a los turistas nacionales y extranjeros un acceso ágil y preciso a los atractivos turísticos de la provincia del Guayas a partir del 2024, por medio de un mockup con las características requeridas por el usuario.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Reconocer la percepción que tienen los ecuatorianos acerca del turismo en la provincia del Guayas incluidos sus recursos, emprendimientos y atractivos turísticos, además de la seguridad y mecanismos de información hacia los turistas y visitantes.
2. Identificar las principales funcionalidades que debería tener una aplicación móvil para el turismo en la provincia del Guayas según el criterio de los usuarios digitales.
3. Validar la interfaz de la aplicación móvil para el turismo de Guayas por medio de interacciones presenciales y virtuales del prototipo digital con usuarios de Guayas y de otras provincias.

1.5 Marco teórico

La propuesta de un aplicativo móvil para el turismo necesita un sistema turístico sólido en el cual cada uno de sus subsistemas se adhiere a la dinámica propia de la actividad turística. El concepto de sistema turístico integra un conjunto de elementos que componen y comprenden al turismo como un todo, para describir sus impactos en un determinado territorio. De estos se destacan los propuestos por Boullón en 1991, en donde se relacionan a la oferta y demanda turística; el de Acerenza en 1997, en el cual se analizan al destino emisor y el destino receptor; y el de Molina, en 1980, que consta de los subsistemas: superestructura, demanda, comunidad receptora, atractivos, equipamiento e instalaciones o infraestructura. Este último sistema es uno de los más utilizados en la academia como enfoque básico para comprender las materias introductorias en las licenciaturas de turismo, pues aborda la actividad turística desde 6 ejes subyacentes al mismo. Así, los recursos geográficos turísticos son, según OMT (2011, como se citó en Cohen y Benseny, 2016) *“Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda”*, y, que gracias a la planificación y el quehacer de la actividad turística, se transforman en atractivos turísticos luego de un proceso de evaluación en el cual intervienen tres variables básicas: aptitud, disponibilidad, atractividad (Varisco et. al, 2014). El conjunto de atractivos turísticos que forma parte de la oferta turística de un territorio necesita como base de la infraestructura, la cual comprende obras y servicios que impulsan la actividad económica de una determinada localidad, pudiendo ser de uso común o de uso turístico.

La prevalencia de los atractivos turísticos y la infraestructura en el turismo son determinantes para que la demanda turística decida a qué destinos acudir. Según Mathieson (1990, como se citó en Varisco, 2013) la demanda turística es el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia, y se clasifica en demanda efectiva (que realmente viaja) y demanda potencial (que tiene intenciones de viajar).

Mientras, la comunidad receptora está representada por la población local de los territorios donde se lleva a cabo la actividad turística, y la gobernanza o superestructura, es el subsistema concerniente a los entes públicos, privados y organismos civiles con poder y responsabilidad para planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico y que requiere que existan mecanismos de articulación entre los diferentes sectores para poder cumplir sus funciones (Varisco, 2013).

El turismo receptor o receptivo es una modalidad de turismo que abarca las actividades realizadas por un visitante o residente fuera del país de residencia, como parte de un viaje turístico receptor o de un viaje turístico interno (UNTWO, 2008). Al darse los desplazamientos hacia otros destinos, las estadísticas de turismo receptor se nutren y permiten conocer cómo se conforman los flujos turísticos, es decir, la cantidad de turistas que realizan movimientos o procesos ante lugares o monumentos turísticos de un lugar determinado (Alonso, 2016, como se citó en Sánchez y Vásquez, 2020). Los proyectos relacionados con el uso de las tecnologías de la información y comunicación permiten conocer y corroborar la incidencia existente en el desarrollo de un software o aplicativo móvil en el incremento de los flujos turísticos, así como lo propusieron, en Perú, Sánchez y Vásquez (2020):

“La app móvil TourLand mejoró el flujo turístico en la Dirección Desconcentrada de Cultura de la Libertad 2019. Se aplicó una metodología ágil conocida como Scrum, el cual consiste en dividir el desarrollo, en iteraciones de trabajo llamados Sprint”.

1.5.1 Análisis del marco legal:

Ley de Propiedad Intelectual, Derechos de Autor y Derechos Conexos (LPI)

La Ley de Propiedad Intelectual, Derechos de Autor y Derechos Conexos (2006) de Ecuador es el cuerpo legal que protege las aplicaciones móviles como obras de ingenio en el ámbito literario o artístico. Los derechos de autor salvaguardan, entre otras, a las aplicaciones móviles, reconocidas en la ley como programas de ordenador, a lo largo de la vida del autor intelectual y, con extensión a sus causahabientes hasta 70 años después del deceso del autor. El alcance de esta ley involucra también a las fotografías o videos que sirvan como insumo de aplicaciones móviles.

A continuación, se explican los aspectos más relevantes de la LPI en Ecuador:

- **Obras protegidas:** Las aplicaciones móviles se consideran obras de ingenio en el ámbito literario o artístico, por lo que están protegidas por la ley de derechos de autor.
- **Duración de la protección:** Los derechos de autor de las aplicaciones móviles se extienden a lo largo de la vida del autor intelectual y, una vez fallecido, se extienden a sus causahabientes hasta los 70 años después del deceso.
- **Derechos del autor:** El autor o titular del programa de ordenador tiene los derechos morales y patrimoniales sobre la obra. Los derechos morales incluyen el derecho a la paternidad, a la integridad y a la divulgación. Los derechos patrimoniales incluyen el derecho de reproducción, de distribución, de comunicación pública, de transformación y de alquiler.
- **Derechos del usuario:** El usuario que haya adquirido lícitamente el software de ordenador se compromete a usar el programa de forma éticamente responsable. Entre las facultades exclusivas del usuario se incluyen la copia de seguridad, la fijación en la memoria interna del aparato y la adaptación para uso personal.

- Registro de marcas: El producto resultante de una obra categorizada como programa de ordenador será en sí misma una marca. Para el registro de marcas de aplicaciones móviles, la solicitud debe acompañarse con los documentos requeridos por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (26 de mayo de 2021)

La protección de los derechos de autor de las aplicaciones móviles en Ecuador, incluidos sus insumos como imágenes y fotografías profesionales, es similar a la protección de otros tipos de obras de propiedad intelectual. Los autores de aplicaciones móviles tienen derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, que deben ser respetados por los usuarios.

La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LOPDT) es un cuerpo legal en la legislación ecuatoriana en vigencia desde 2021, cuya finalidad es garantizar el ejercicio del derecho a la protección de datos personales, el acceso y decisión sobre la información y su correspondiente protección, regulados a través de mecanismos de tutela. Los datos concernientes al contacto de profesionales y los datos de comerciantes, además de representantes y accionistas de personas jurídicas y servidores públicos, direcciones postales o electrónicas, números de teléfonos profesionales y, exclusivamente para los servidores públicos, el histórico y vigente de la declaración patrimonial y su respectiva remuneración, son datos de acceso público y susceptibles a ser tratados. Su alcance no comprende a personas que: utilizan los datos en actividades domésticas; fallecidas; que ejerzan actividades periodísticas; en tratamiento de datos cuya normativa esté regulada de igual o mayor a la de gestión de riesgos, seguridad o defensa del Estado; bases de datos establecidas para prevenir infracciones de índole penal, así como su investigación, detección o posterior enjuiciamiento; y datos para la identificación de personas jurídicas.

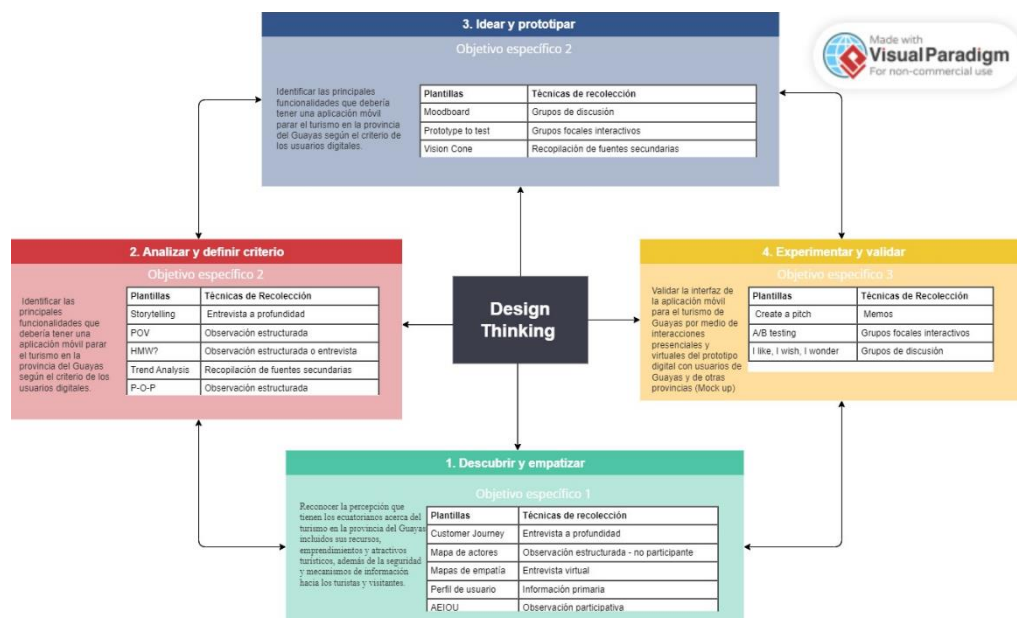
La aplicación de la Ley comprenderá el tratamiento de datos personales efectuado en cualquier parte del territorio nacional a los domiciliados en Ecuador. Así mismo, la ley establece definiciones para los conceptos clave relacionados con el tratamiento de datos personales, como: datos personales, tratamiento de datos personales, responsable del tratamiento, encargado del tratamiento, consentimiento, etc. Mientras que, el tratamiento de datos personales es legítimo siempre que se dé a cabo con el consentimiento del titular, por una obligación legal, por orden judicial, o en cumplimiento de una misión realizada en interés público. Finalmente, el consentimiento constituye la base legítima para el tratamiento de datos personales, el cual deberá ser libre, específico, informado e inequívoco, además de permitirle al titular revocar en cualquier momento dicha autorización.

Los datos proporcionados por el usuario mediante los permisos concedidos hacia los aplicativos móviles para hacer uso de todas las funcionalidades posibles deberán estar sujetos a un trato ético y no poner en riesgo la integridad de los internautas de apps móviles que dan su autorización al tratamiento de datos, particularmente a los datos de contacto del titular del dispositivo móvil. Los usuarios tienen derechos sobre sus datos personales, incluyendo el derecho a acceder a ellos, el derecho a rectificarlos o eliminarlos, y el derecho a oponerse a su tratamiento. El producto resultante de este proyecto deberá cumplir con la ley de protección de datos de Ecuador, utilizando medidas de seguridad para proteger ciberseguridad para con los usuarios, incluyendo el cifrado de datos y el acceso restringido a la información.

Capítulo 2

2.1 Metodología

Figura 3 5 - Mapa mental que resume la estructura del marco metodológico del proyecto



2.1.1 Marco metodológico para el objetivo específico 1

El objetivo específico 1 de este proyecto es:

Reconocer la percepción que tienen los ecuatorianos acerca del turismo en la provincia del Guayas incluidos sus recursos, emprendimientos y atractivos turísticos, además de la seguridad y mecanismos de información hacia los turistas y visitantes.

Posteriormente, se buscó resolver dudas en torno a las siguientes interrogantes:

- ¿Qué actores se involucran en la actividad turística de Guayas? ¿Cómo lo hacen?
- ¿Qué piensas los visitantes en general acerca de Guayas?
- ¿Qué se requiere en Guayas para recomendar viajar con plena certeza?
- ¿Cómo es el perfil de los visitantes que se dirige hacia Guayas?

Para dar respuesta a la formulación de preguntas de orientación hacia el objetivo específico 1, se usaron las siguientes herramientas de *Design thinking*:

Mapa de actores:

El mapa de actores fue importante para enlistar las instituciones, ya sean públicas o privadas, o grupos de personas con un determinado nivel de influencia en el proyecto del diseño de la app para Guayas. Luego, se identificaron las funciones y roles que cumplen mediante el análisis de poder e interés para proceder a la ubicación de acuerdo con el cuadrante en el cual corresponden. (Loza Ibarra, 2021). El mapa de actores sociales se definió con el fin de identificar a los diversos *stakeholders* en la actividad turística en Guayas y que posteriormente estén involucrados en la dinámica de uso de la aplicación móvil.

Mapas de empatía

Se utilizaron para entender al cliente, al usuario e informantes claves, percibir sus sentimientos y empatizar con sus acciones. Permite entender mejor donde están los dolores o problemas del usuario o sus potenciales ganancias o beneficios. Es usado para identificar sentimientos, pensamientos y actitudes para comprender sus necesidades. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020). Gracias a estos, se pudo indagar en los pensamientos de los usuarios abordados, quienes supieron manifestar sus preocupaciones en relación con el turismo en la provincia, además de identificar fortalezas u oportunidades de mejora cuando se les consultó que sentían, veían, escuchaban, pensaban de Guayas.

AEIOU Analysis

Es una técnica que por sus siglas en español significa “Actividades, Espacio, Interacción, Objetos y Usuarios”. Se usó para recabar hallazgos a través de la investigación etnográfica en territorio durante los meses julio y agosto, por los autores de este trabajo. AEIOU análisis puede servir como fuente de inspiración para nuevas ideas. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020). Una ínfima parte del análisis AEIOU se desarrolló a través de la consulta de fuentes bibliográficas, para complementar la información documentada en los sitios de visita, en el contexto de la actividad turística realizada en: Daule, Naranjal, Salitre, Milagro, Simón Bolívar, entre otros.

Storytelling

La herramienta “Storytelling” se utiliza para hablar con las personas y tener empatía para formular historias profundas. Resume los resultados de las fases de “Entender” y “observar” y discutir en equipo sobre los hallazgos, ideas y resultados. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020)

Se utilizó para documentar la experiencia de una visitante quien quedó inconforme en una visita a uno de los cantones de Guayas, pues no contaba con los medios necesarios para llegar a los atractivos turísticos del cantón, ubicados en la zona rural. Ella se encontraba en la zona céntrica de la urbe.

Trend Analysis

Esta herramienta explora tendencias y sus puntos de contacto. Visualiza la gran correlación entre las tendencias y discusión con el equipo o clientes, de cómo las tendencias interaccionan. Hay que evitar puntos de vista muy simplistas, subjetivos y monocausales y encontrar un acercamiento holístico. Para esto se debe sacar relaciones causales de las

tendencias y sacar conclusiones sobre el posible significado de la tendencia. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020)

Peers observing peers.

Esta técnica explora el comportamiento y las necesidades de los usuarios de manera natural y discreta. Se obtiene un mejor entendimiento del problema o define el desafío del diseño. “*Peers observing peers*” es útil en casos donde las entrevistas no son posibles.

(Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020)

La plantilla “*Peers-observing-peers*” fue utilizada para identificar las necesidades y comportamientos que se han dado en los cantones que fueron visitados para conocer la realidad de cada uno de ellos. Permitted comprender mejor los problemas. Además, se complementó con la ayuda de la matriz de Potencialidad y la matriz de vocación Turística.

Matriz de Potencialidad turística

“El potencial turístico es la capacidad que presentan los recursos de una localidad para lograr satisfacer turísticamente a los visitantes, este potencial se lo determina mediante un análisis que permite reconocer los aspectos intrínsecos del atractivo que den pie a desarrollar una modalidad turística específica.” (Zhingri, K. B. S., Zúñiga, C. E. T., & Iñiguez, M. P. C. , 2020)

Potencialidad Turística	
Análisis de la demanda Turística y superestructura del territorio (FX)	
Factores	Valor
Afluencia Turística (AT)	40%
Marketing Turístico (MK)	30%
Superestructura del Turismo (ST)	30%
Total	100%
Análisis de la oferta turística e infraestructura del territorio (FN)	
Factores	Valor
Recursos turísticos	40%
Planta Turística	20%

Tipologías del turismo	20%
Infraestructura	20%
Total	100%

Matriz de Vocación turística

Según Bravo (2021), que por conclusión de la definición de vocación turística refiriéndose a varios autores que la describieron, la vocación turística incluye los recursos tanto naturales como culturales que puedan ser visitados, deben tener infraestructura y contar con establecimientos turísticos. Además, con actores sociales cualificados que aporten al sector turístico desde sus competencias.

Vocación Turística	
Factores y Variables "Aptitud Territorial" (AT)	
Factores	Valor
Recursos Turísticos	40%
Infraestructura	30%
Equipamiento e Instalaciones Turísticas	30%
Total	100%
Factores y Variables "Capacidad" (CA)	
Factores	Valor
Capacidad de atención	20%
Grado de planificación Turística	20%
Afluencia Turística Actual	20%
Publicidad y Promoción	20%
Importancia Turística	20%
Total	100%

Vision Cone

El *vision cone* permitió establecer qué producto o alternativa daba solución a la necesidad en el pasado, qué o quién lo da en el presente y que se prevé que ocurra a futuro. En torno a la búsqueda de información de los cantones con sus respectivos recursos o atractivos turísticos por visitar, en conjunto con los establecimientos de la planta turística existentes, se identificó el contexto de la búsqueda de información turística en el pasado, presente y futuro. La solución de una aplicación turística móvil representa una oportunidad para mejorar el presente, mientras se crean las condiciones para transformar la experiencia en el mediano y largo plazo con el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

User personas:

A través de esta herramienta se identificó el prototipo de usuario que visita Guayas con fines turísticos. Para su aplicación, se procedió a la consulta en fuentes bibliográficas en la fase de empatización de *Design thinking*, pero también se estableció un *user persona* a través de la investigación de mercados cuantitativa, recolectando datos sobre perfil de usuario. Se establecieron las siguientes características de potenciales internautas de la app:

- Género
- Edad o rango etario
- Frecuencia de viaje
- Con quién viaja
- Medios de transporte
- Intereses
- Motivaciones internas de viajes

- Preferencias en turismo

2.1.2 Marco metodológico para el objetivo específico 2

El objetivo específico 2 del presente informe de proyecto es:

Identificar las principales funcionalidades que debería tener una aplicación móvil para el turismo en la provincia del Guayas según el criterio de los usuarios digitales.

En esta sección se indagó, tanto en análisis de campo como en análisis de fuentes bibliográficas, aspectos orientados a dar respuesta a las siguientes preguntas, relacionadas con el objetivo específico 2:

- ¿Cuál es la necesidad de los usuarios que debe satisfacer este proyecto?
- ¿Cómo y para que lograr solucionar dicho requerimiento?
- ¿Cuál es la vocación y potencialidad turística de Guayas?
- ¿Cómo se pueden diseñar soluciones para satisfacer de los usuarios?
- ¿Cómo se origina el actual vacío que persiste y motiva a satisfacer una necesidad?
- ¿Cómo se pueden identificar *insights* o hallazgos que agreguen valor a la propuesta?
- ¿Qué se evidencia en el presente en relación con la propuesta de solución y cómo transformar la realidad para beneficio y satisfacción de los usuarios a futuro?

Para tal motivo, se describen las siguientes herramientas de *Design thinking*:

Point of view

El análisis Point of view (POV) es una herramienta de la metodología de Design thinking que, declarando un problema, permite idear de forma orientada hacia objetivos (Friis y Yu Siang, 2019). Su estructura es la siguiente:

Usuario _____ necesita _____ para _____

En el contexto de este proyecto, fue empleado para identificar usuarios y su respectiva necesidad, los cuales se establecieron por parte de la Prefectura del Guayas, y un porqué, este último asociado a un insight o hallazgo, identificado en la fase de descubrimiento y empatización con los usuarios en el presente trabajo. Así, se obtuvo el siguiente POV.

Los **turistas nacionales y extranjeros** que se dirigen a Guayas necesitan **una aplicación turística móvil** para acceder a información relevante y actualizada sobre los recursos y atractivos turísticos, eventos y prestadores de servicios turísticos en Guayas porque **desean maximizar su experiencia turística** y tomar decisiones informadas de viaje.

- **Usuarios:** turistas nacionales y extranjeros que se dirigen a Guayas
- **Necesidad:** una aplicación turística móvil para acceder a información relevante y actualizada sobre los recursos y atractivos turísticos, eventos y prestadores de servicios turísticos en Guayas
- **Insight:** desean maximizar su experiencia turística y tomar decisiones informadas de viaje.

5 Why's

Sirve para entender la situación y las verdaderas causas de los problemas. Esta técnica puede ser usada para explorar experiencias críticas y funciones de un problema en una forma más profunda. También se la puede usar en la fase de testeo para ya que podría ayudar a entender más exactamente que funciones y experiencias trabajadas podrían ser adaptadas o descartadas. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020)

How might We?

Para Jociute (2022), el “How might we” (HMW) o, en español, “cómo podríamos” es el punto de partida del proceso de resolución de problemas, al ofrecer nuevos ángulos para enfocarse en la problemática, fomentando un pensamiento basado en soluciones per se, en lugar de soluciones, al mismo tiempo de cuestionarse por qué hacer o cambiar algo, mientras se realiza un llamado a resolver el cómo hacerlo.

Se utilizó el análisis HMW en función del POV establecido anteriormente en este trabajo.

Al considerar las opciones propuestas en el HMW en las fases de ideación y validación del proyecto, se procura diseñar un producto acorde a la necesidad del usuario, en sintonía con los requerimientos del cliente del proyecto.

Encuestas a usuarios

Las encuestas a usuarios se efectuaron para ampliar los insights obtenidos durante la generación de empatía, hallados por medio de los empathy maps correspondientes a la sección 2.1.1. Además, se precisaron preguntas relacionadas a:

- Los diversos recursos y atractivos turísticos en la provincia
- Frecuencia y preferencias de visita
- Tipologías de turismo favoritas por los usuarios.

El cuestionario elaborado como insumo para las encuestas se presenta en la sección de anexos.

Mood board

Se empleó esta herramienta con el fin de solucionar la necesidad del cliente a través de la orientación y apoyo visual a partir de imágenes, fotografías y demás materiales en el proceso de diseño de interfaz gráfica de la aplicación móvil. Los insumos empleados en esta sección del proyecto fueron las imágenes de las aplicaciones móviles de turismo a nivel internacional, empleadas en este trabajo para el análisis benchmarking.

2.1.3 Marco metodológico para el objetivo específico 3

El objetivo específico 3 de este proyecto es:

Validar la interfaz del prototipo de la aplicación móvil para el turismo de Guayas por medio de interacciones presenciales y virtuales del prototipo digital con usuarios de Guayas y de otras provincias.

En esencia, en esta etapa del proyecto se buscó dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la línea gráfica más apropiada para la aplicación turística móvil?
- ¿Cómo plasmar de la imaginación a la realidad la interfaz del aplicativo?
- ¿A través de qué plataformas diseñar la solución para el proyecto?
- ¿Qué técnicas o instrumentos son los más apropiados para validar el prototipo?
- ¿Qué hacer en el caso de hallar errores durante el prototipado de la solución?
- Entre 2 opciones de funcionalidades, ¿qué resulta más conveniente?

A continuación, se describe las herramientas empleadas en esta sección:

A/B testing

La herramienta A/B testing compara dos o más variantes para encontrar las preferencias de los usuarios o clientes. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020). Fue empleado en el marco del prototipado de este proyecto para presentar a los usuarios encuestados en grupos focales 2 posibles soluciones y que ellos elijan solo una, así se pudo corregir errores relacionados a las características de la aplicación, el tipo de fuente, colores, funcionalidades de cada comando, enlaces a sitios externos, entre otros.

I like, I wish, I wonder.

Traducido al español como “me gusta, deseo, me pregunto”, la plantilla de design thinking I like, I wish, I wonder sirve para proveer retroalimentación constructiva por parte del equipo, validando diferentes opciones. (Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L., 2020)

Esta técnica permitió a los autores de este trabajo obtener una oportuna para recibir retroalimentación por parte de los usuarios con los cuales se validó el prototipo. Aquí, los comentarios recibidos fueron en referencia a lo que más gustó a los usuarios consultados acerca del prototipo, lo que se deseó cambiar o mejorar, y las sugerencias o el “qué pasaría si”.

Customer Journey Map (CJM)

Esta plantilla permitió acercarse al usuario visualizando sus pensamientos, acciones, emociones y sensaciones que se dan cuando el visitante interactúa con el lugar de destino. González (2022) afirma que el CJM “ayuda a las empresas y a los equipos de marketing a entender lo que los clientes buscan, cómo lo quieren y cuándo lo quieren” (p.112). Para esta herramienta, se recreó el escenario en el cual el usuario emplea la app antes, durante y después de su viaje, para valorar la satisfacción interactuando con el prototipo como si se tratase de una situación real en sus viajes.

Investigación de mercados

Es una técnica que permite adquirir datos de una investigación y así poder optar por una decisión que no cause problema y evitar riesgos. (Beuzeville Barria, 2021). Mediante el uso de la calculadora **Raosoft** conocemos que, para una población de 25 cantones, usando una técnica de muestreo con:

Margen de error = 7%

Nivel de confianza = 95%

Tamaño de población = 4 300 000 (infinita, para efectos estadísticos)

Distribución de respuesta = 50%

Tamaño de muestra = 195

El tamaño de muestra recomendado es de **195**. Es decir, se debe elaborar un cuestionario que dé respuesta a las preguntas u objetivos específicos de la investigación de mercados para realizar un total de 195 encuestas a turistas nacionales que cumplan con el filtro de selección establecido al inicio en este inciso. Ante la limitación de recursos financieros y de tiempo, el método sugerido para realizar el muestreo es el de bola de nieve, tipo de muestreo no probabilístico que se utilizó para los participantes potenciales participantes que cumplan con características específicas. En este caso, debían ser personas que estén dispuestas a descargar una aplicación móvil de turismo de la provincia del Guayas y que su intención sea de visitar los atractivos turísticos de cada uno de sus cantones. Además, los integrantes iniciales de la investigación podían reclutar a otros participantes para realizar el estudio.

2.2.1 Metodología para el análisis financiero

En función del tiempo establecido por el cliente (lapso de 4 meses), se planteó un presupuesto para el diseño del aplicativo, así como su implementación y mantenimiento anual. La proforma se socializó con el cliente, para su aprobación.

Cabe destacar que, entre los costos presupuestados, no se incluyen los asociados a desarrollar la app, ni publicarla en las tiendas de aplicativos móviles (Google Play y App Store), ni la promoción gestionada por el GAD provincial en medios digitales, debido a que estos rubros no correspondieron al alcance del proyecto.

El presupuesto se dividió en 3 áreas:

Planificación turística: realizada por los autores del proyecto, para identificar y contrastar el catastro turístico provincial con los atractivos turísticos y acontecimientos programados, en interacciones con la comunidad receptora y representantes de los gobiernos locales. Estos atractivos y evento contarán con visibilidad en la aplicación.

Diseño gráfico: el software elegido para diseñar será **Figma**. Los autores del proyecto recibieron asesorías de una profesional de diseño gráfico de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), y los rubros detallados corresponden a consultorías mas no a jornada de trabajo tradicional.

Fotografías profesionales: cumpliendo con lo estipulado en el capítulo 1, en el pleno del marco legal del proyecto, los insumos de la aplicación deben ser de autoría propia. Por ende, la Prefectura de Guayas, en caso de no contar con un banco de fotos actualizado de destinos turísticos, debe incurrir en este gasto para nutrir la interfaz gráfica de la app con contenido multimedia.

CAPÍTULO 3

3. Análisis y discusión de resultados

A continuación, se presentarán resultados de las investigaciones realizadas en fuentes de consultas bibliográficas, en investigaciones de campo y a través de la interacción directa e indirecta con la población establecida en el marco de la investigación de mercados.

Los resultantes se sustentan en los siguientes criterios de rigor y ética de la investigación cualitativa:

Figura 74 - Criterios de rigor de la investigación cualitativa



Nota: elaboración propia.

Figura 85 - Criterios de ética de la investigación cualitativa



Nota: elaboración propia.

3.1. Resultados para el objetivo específico 1

El primer objetivo específico de este proyecto trató sobre reconocer la percepción que tienen los ecuatorianos acerca del turismo en la provincia del Guayas, incluidos sus recursos, emprendimientos atractivos turísticos, seguridad, y mecanismos de información hacia los visitantes.

Nivel de influencias de actores sociales en el proyecto de la app móvil

Basado en el nivel de influencia y poder en torno al diseño, desarrollo y uso de la aplicación móvil de turismo para Guayas, se obtuvo el siguiente resultante reflejado en la matriz de poder e influencia:

Figura 96 - Matriz de poder e influencia



Nota: eje horizontal indica influencia, eje vertical indica poder. Elaboración propia

Revelaciones acerca de Guayas y el turismo en la provincia

A través de los mapas de empatía a 5 tipos de usuarios se obtuvieron las siguientes revelaciones en común relacionadas con Guayas:

Figura 7 10 - Infografía ilustrativa para hallazgos en mapas de empatía en Guayas

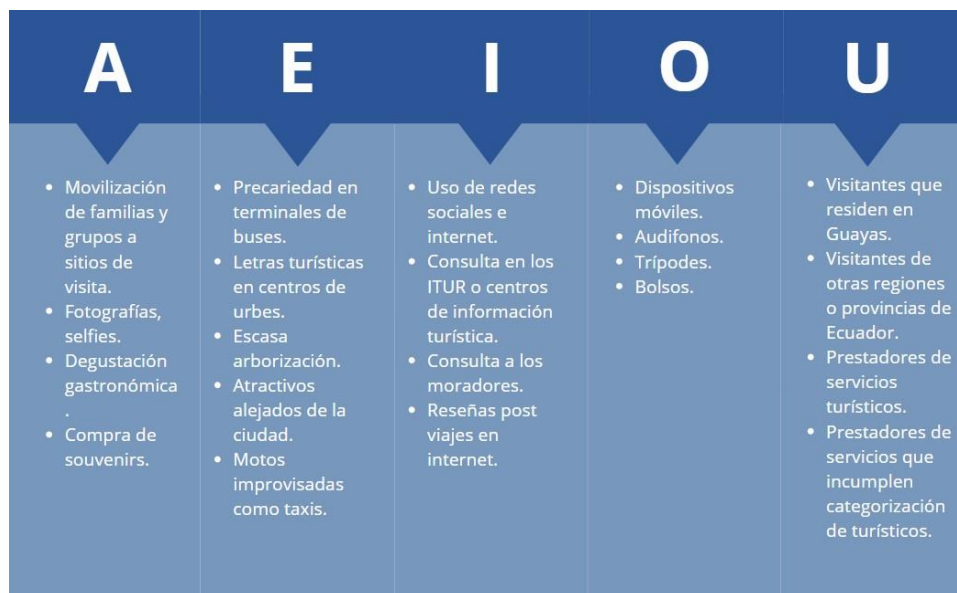


Nota: Elaboración propia.

¿Qué se evidencia en la provincia de Guayas?

Se obtuvo del análisis AEIOU lo siguiente:

Figura 8 - Análisis AEIOU para el turismo en Guayas



Nota: Aspectos evidenciados en visitas de campo e investigación en fuentes bibliográficas.

Elaboración propia.

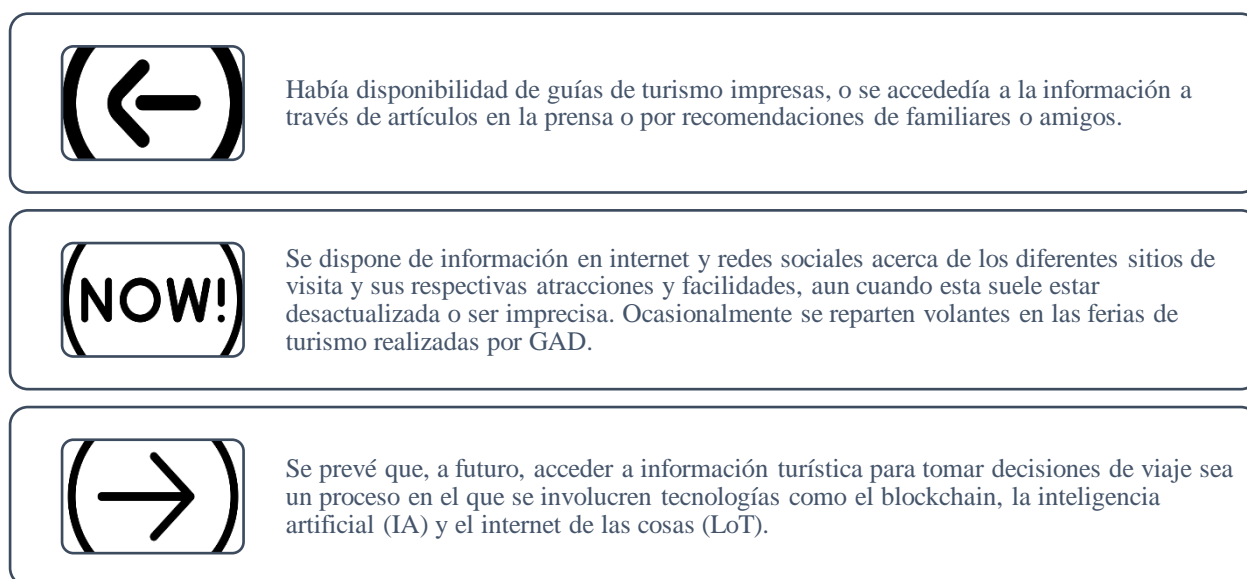
Análisis de tendencias

La plantilla de Análisis de tendencias permitió analizar las tendencias en las aplicaciones móviles que más usan las personas de los países que más visitan Ecuador según el Ministerio del Turismo, como son Estados Unidos, España Perú y Colombia. También, se analizaron las tendencias en Ecuador, debido a que se requiere conocer los gustos o afinidades de los turistas nacionales. Para este análisis se usó la herramienta de *Google Trends* para conocer lo que buscan o desean conocer la mayoría de las personas. Las principales indagaciones fueron en temas de tecnología, aplicaciones móviles, viajes y sostenibilidad.

Métodos de búsqueda de información turística del pasado, presente y futuro en Guayas

Orientado a describir cronológicamente el acceso a información turística y la planificación de viajes en y hacia Guayas por parte de los viajeros, se identificó el siguiente contexto a través de la herramienta *vision cone*:

Figura 118 - Gráfico de lista continua del Vision cone del acceso a información turística Guayas



Nota: representado, de abajo hacia arriba, un recuento temporal de forma ascendente.

Elaboración propia.

Comportamiento de los viajeros y su interacción en los cantones de Guayas:

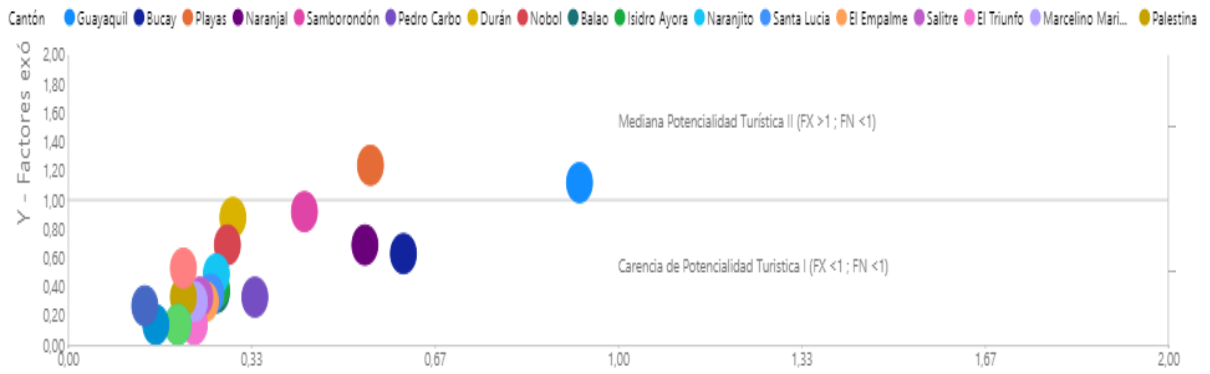
Por medio de la técnica “*Peers observing peers*”, la cual requirió el trabajo de campo por parte de los autores de este trabajo. Se identificaron fortalezas de los cantones de Guayas en torno a tipologías de turismo y condiciones en las que se encuentran los atractivos turísticos de Guayas, las cuales se explican en la tabla 2 y se profundizan en los anexos de este trabajo.

Figura 9 - Análisis de tipos de turismo en Guayas

Categorías (turismo)	Cantones
Sol y playa	Playas, Guayaquil
Del Sabor	Balao, Balzar, Naranjal, Guayaquil, Salitre, Bucay, Nobol, Playas, El Triunfo, Lomas de Sargentillo, Jujan
Bienestar	Naranjal, Guayaquil, Bucay
Arte y Cultura	Guayaquil, Yaguachi, Samborondón, Santa Lucia,
Aventura	Bucay, Guayaquil
Náuticos	Naranjal, Nobol, Guayaquil, Samborondón
Vivenciales	Bucay, Guayaquil, Milagro, Pedro Carbo, Marcelino Maridueña, El Empalme, Naranjito. Yaguachi, Salitre.
Naturaleza	Guayaquil, Bucay, Colimes, Naranjal

Nota: fortalezas evidenciadas en visitas de campo en junio y julio de 2023. Elaboración propia.

Suma de Factores endógenos y Suma de Factores Exógenos por Cantón

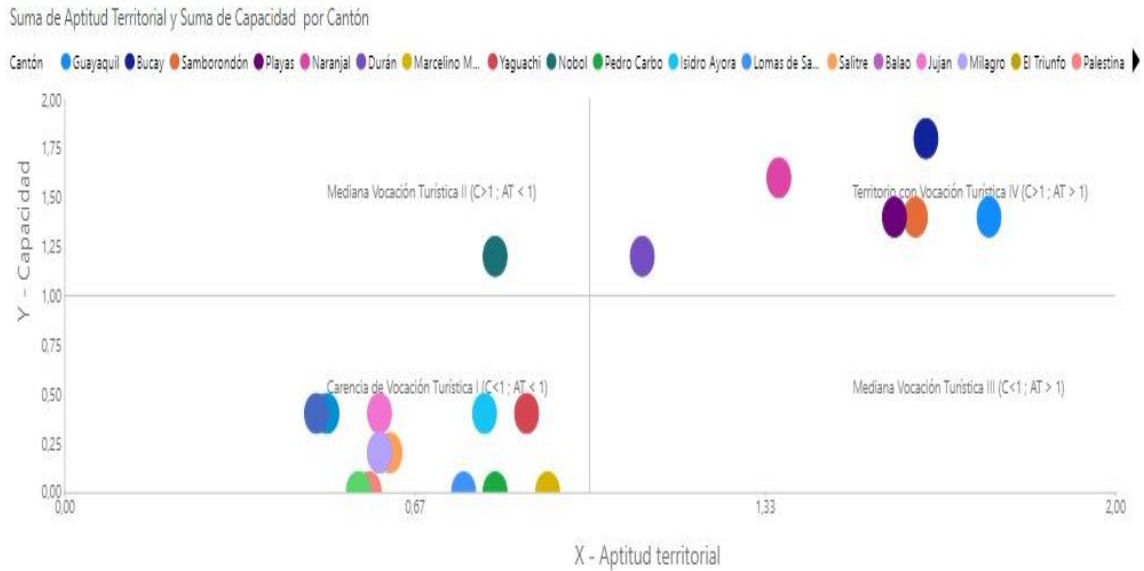


Fuente: Elaboración propia

Los cantones con potencialidad mediana son Guayaquil y Playas.

Figura - Vocación

Los cantones con mayor vocación turística son Guayaquil, Samborondón, Bucay, Playas, Naranjal y Durán.



Fuente: Elaboración propia

Interpretando las experiencias de los viajeros

Por medio de un *storytelling* a “Estefanía”, viajera guayasense, se obtuvieron los siguientes hallazgos en torno a la rutina de viaje hacia un cantón de Guayas.

Figura 1210 - Hallazgos de *storytelling* al hacer turismo de Guayaquil a Simón Bolívar

"En la terminal de buses (Guayaquil) la información de los destinos no basta para estar completamente informados, aun cuando el usuario no haga todas las preguntas pertinentes en boletería".

"Es frecuente que el tránsito hacia un determinado atractivo turístico no forme parte del recorrido del autobús que parta desde el terminal terrestre".

"La información disponible en redes sociales deja en evidencia que, al no explicarse, dan paso a supuestos que se dan por sentado y terminan siendo erróneos".

"En el territorio o por medio de la información de la web, no se proporcionan las distancias desde Guayaquil o un determinado cantón hacia un sitio de visita".

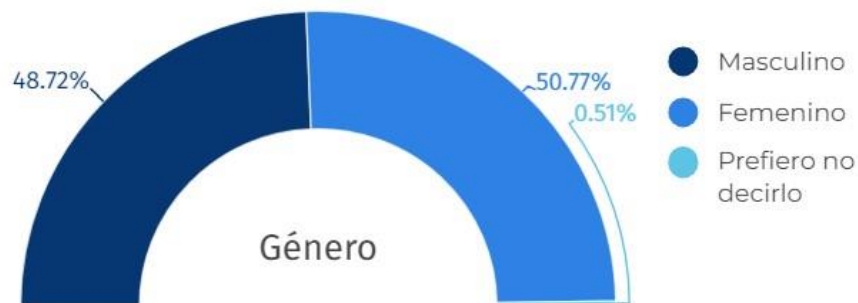
Nota: Elaboración propia.

Perfil de los viajeros

Mediante un cuestionario en el marco de la investigación de mercados se determinaron las siguientes características del perfil de viajero:

Género

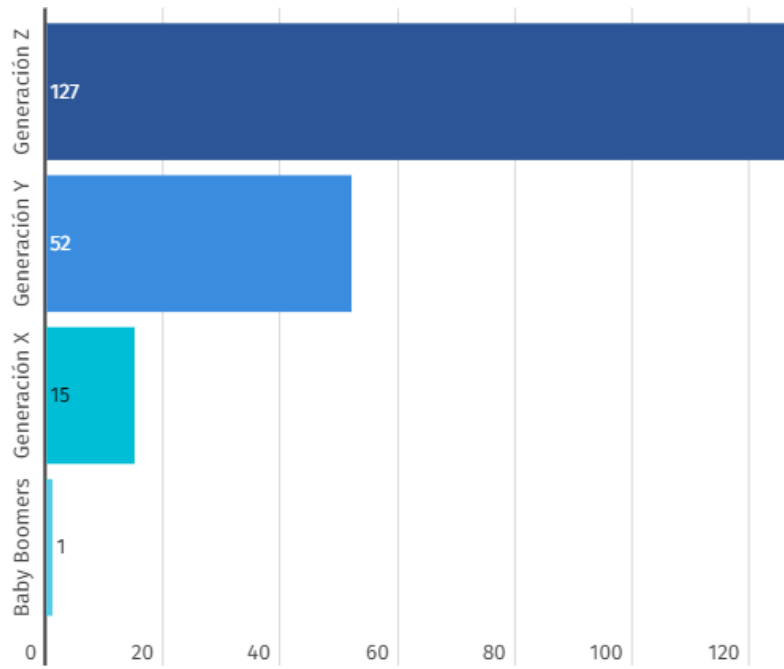
Figura 34 - Género



Fuente: Elaboración propia

Rango generacional

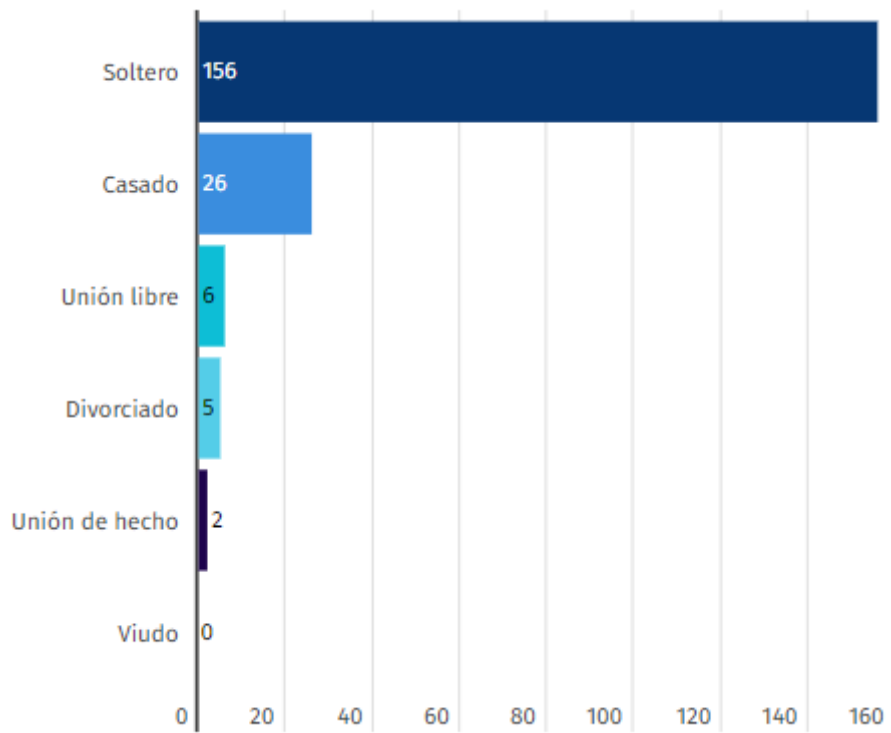
Figura 35 - Edad



Fuente: Elaboración propia

Estado civil

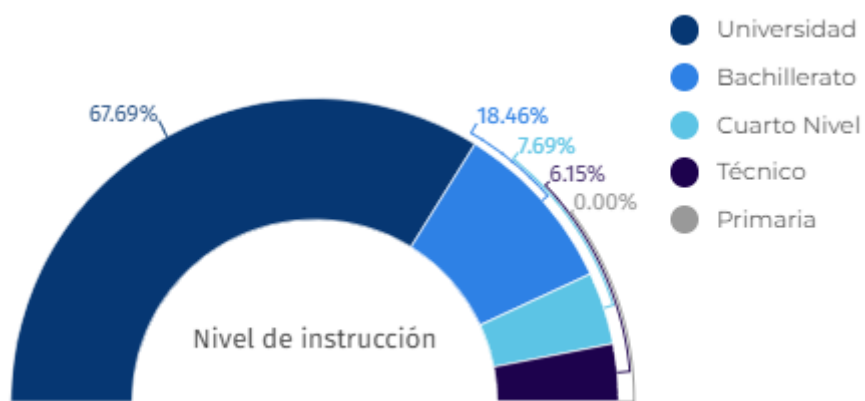
Figura 36– Estado civil



Fuente: Elaboración propia

Instrucción

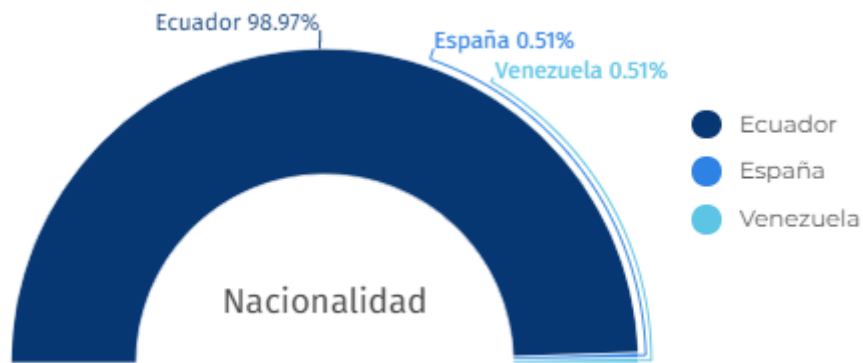
Figura 37 - Nivel de instrucción



Fuente: Elaboración propia

19. Nacionalidad

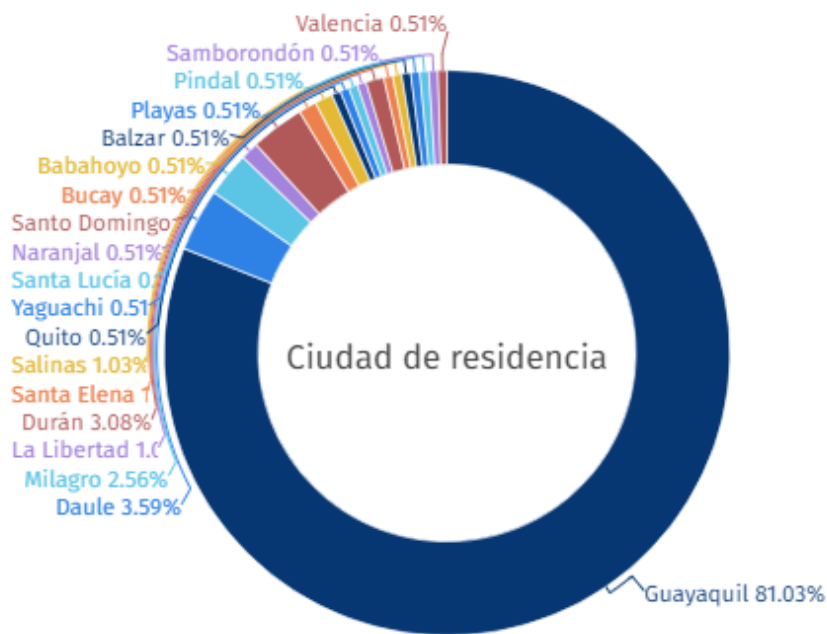
Figura 38 - Nacionalidad



Fuente: Elaboración propia

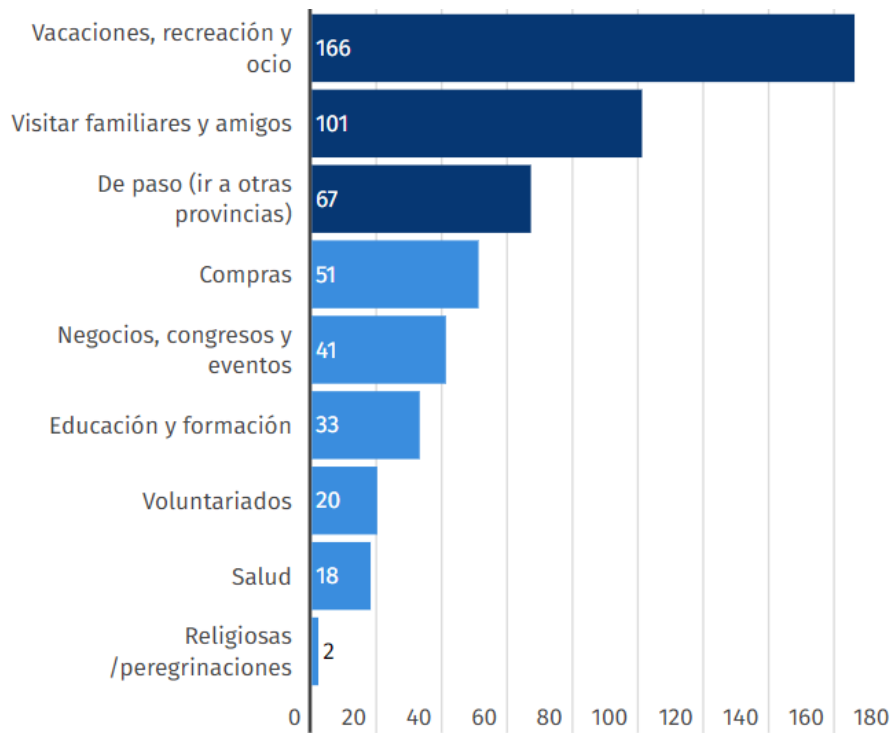
Residencia

Figura 39 – Ciudad de residencia



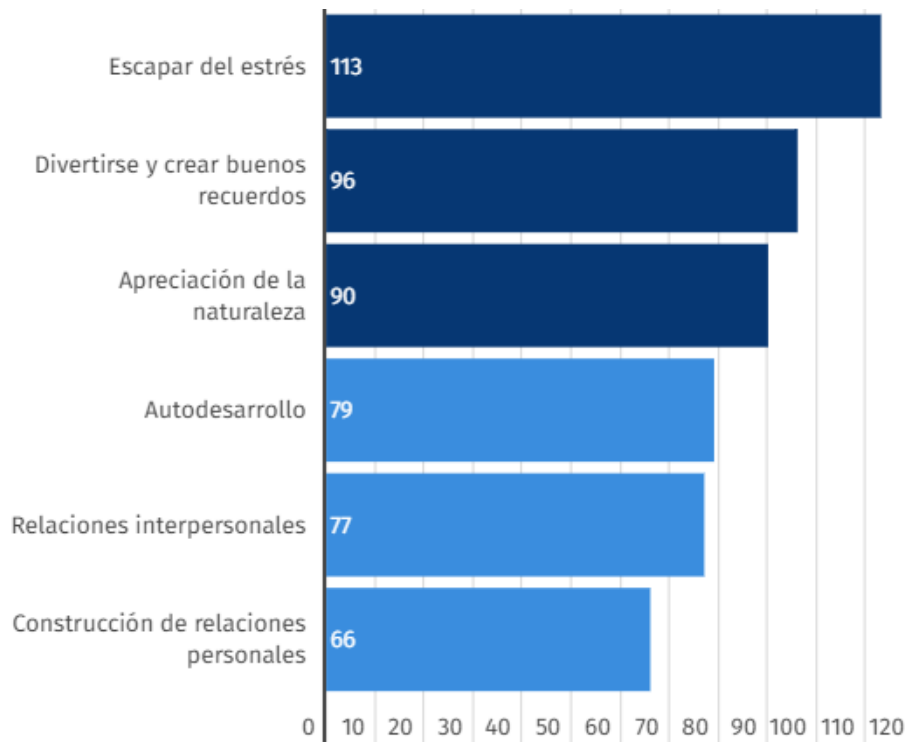
Fuente: Elaboración propia

Razón de viaje



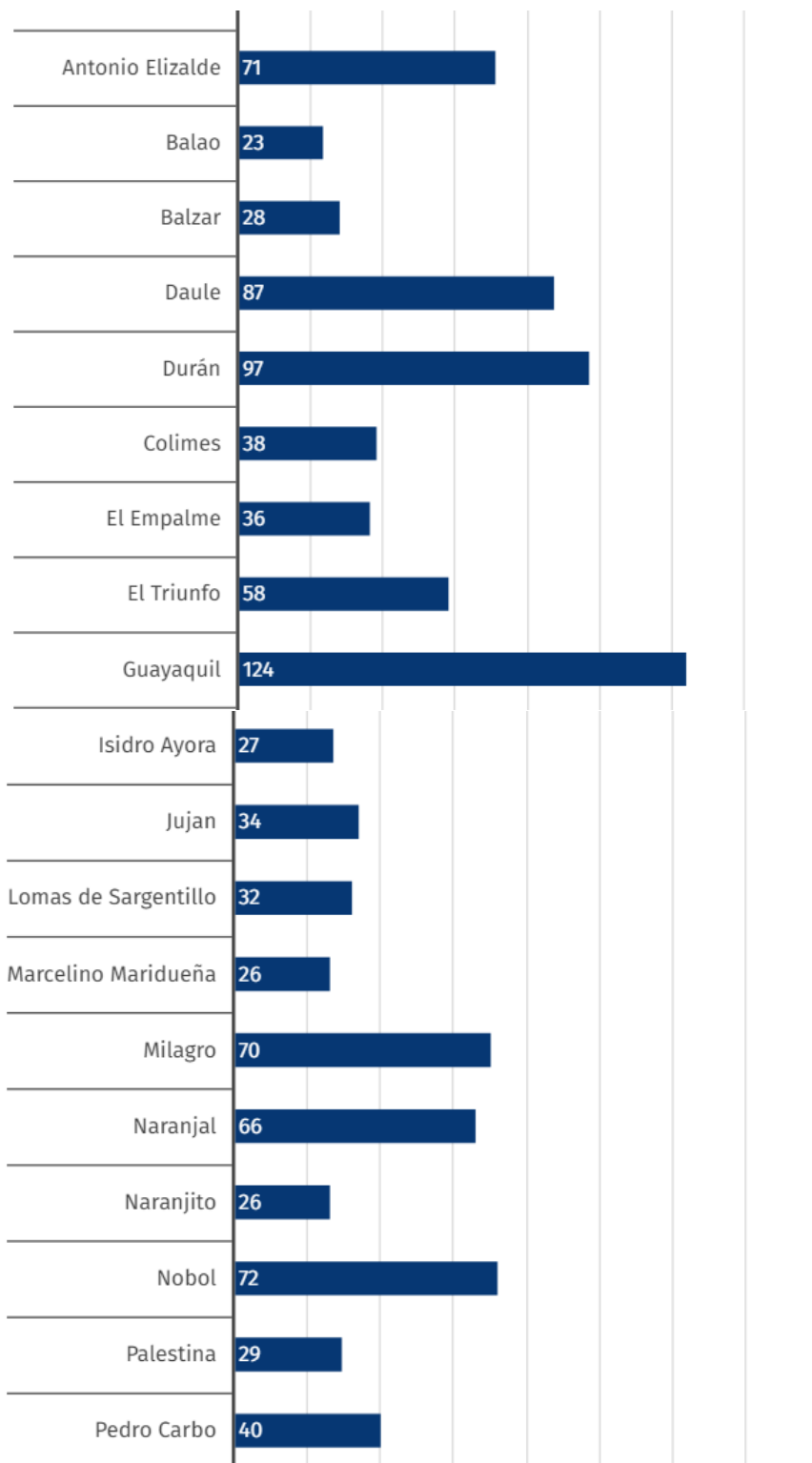
Fuente: Elaboración propia

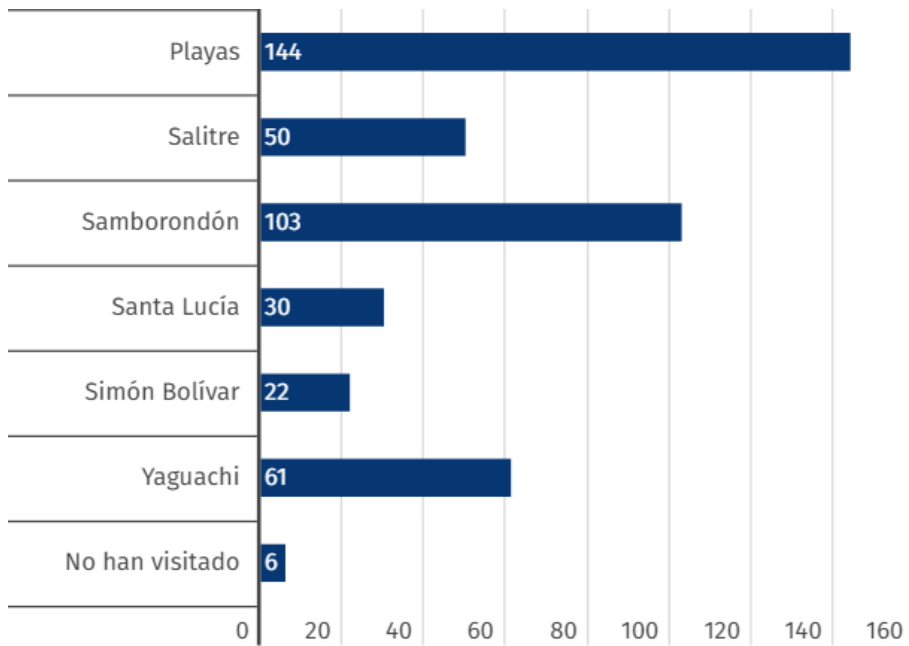
Motivaciones internas de viaje



Fuente: Elaboración propia

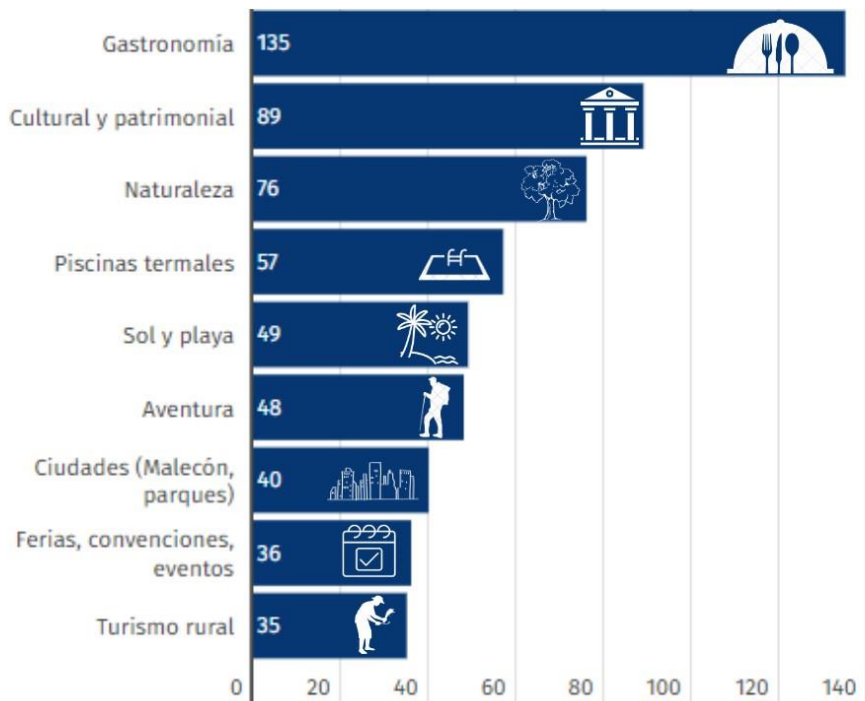
Los cantones que más ha visitado





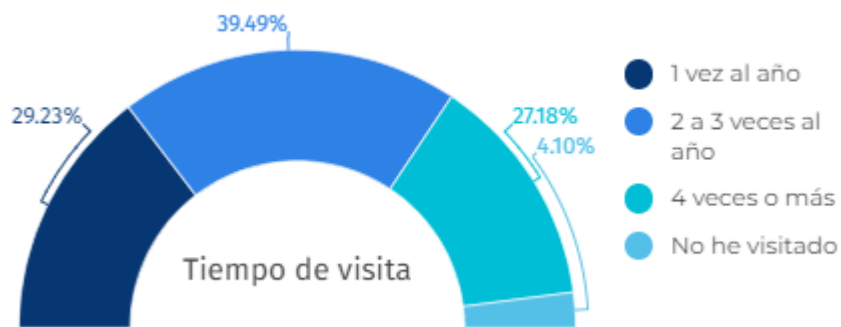
Fuente: Elaboración propia

Tipos de turismo preferidos



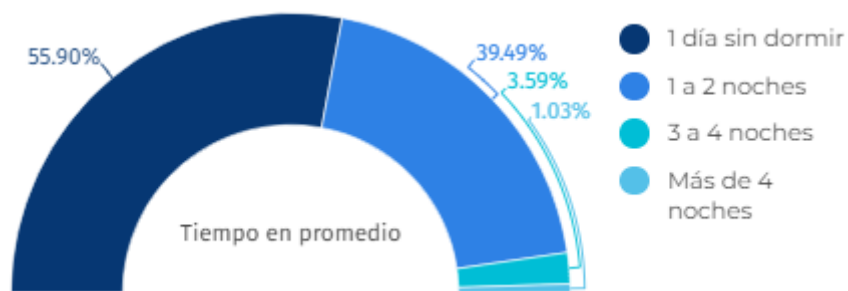
Fuente: Elaboración propia

Frecuencia de viaje



Fuente: Elaboración propia

Tiempo de pernoctación



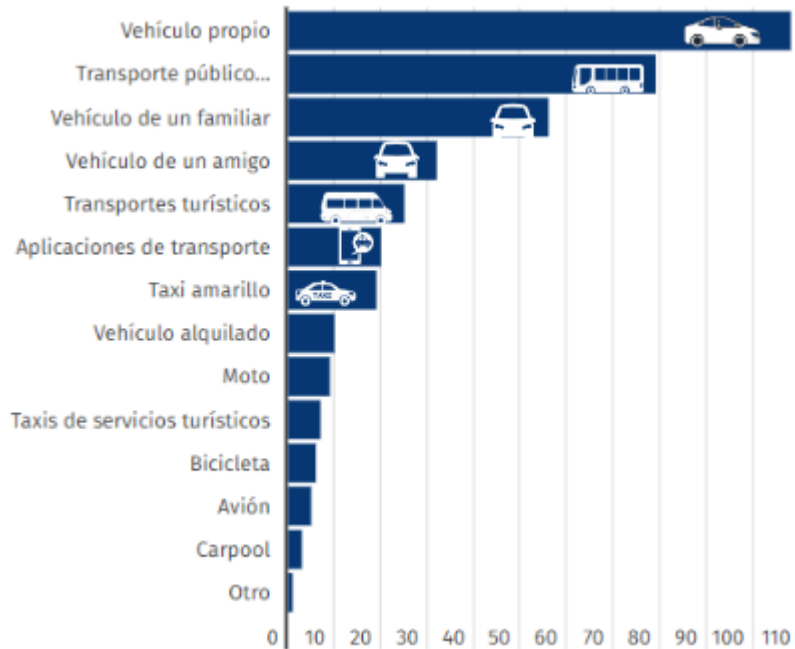
Fuente: Elaboración propia

Hospedaje



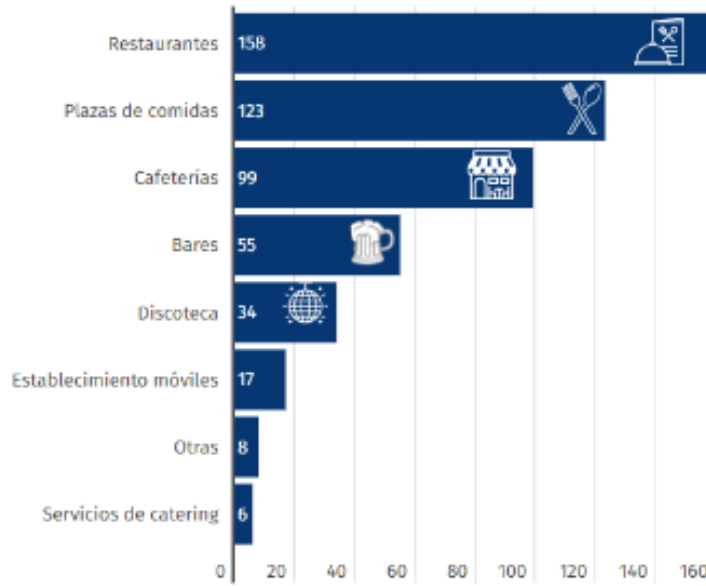
Fuente: Elaboración propia (2023)

Medios de transporte



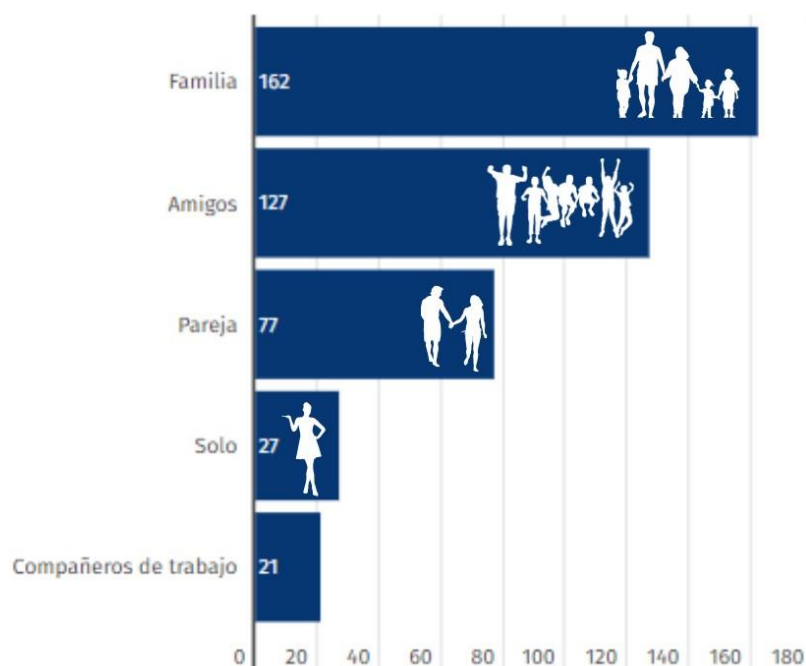
Fuente: Elaboración propia (2023)

Restauración



Fuente: Elaboración propia (2023)

¿Con quién viaja?



Fuente: Elaboración propia (2023)

Análisis de resultados del componente D – Perfil del viajero

El perfil viajero es tanto de hombres y mujeres con un rango de edad entre 20 a 29 años, representando el 65% de la población total conformando la generación Y o también conocida como “*Millennial*” que se caracterizan por ser nativos digitales. La mayoría de ellos son solteros, tienen título universitario y son de la ciudad de Guayaquil. Su razón principal de viaje es cuando tiene vacaciones y sus motivaciones internas son escapar del estrés, apreciar la naturaleza, divertirse y crear buenos recuerdos. Los cantones que más visita son Playas, Samborondón y Antonio Elizalde. Las actividades turísticas que prefieren son principalmente gastronómicas, culturales, patrimoniales y de naturaleza. La frecuencia con la que viajan es de 2 a 3 veces al año y prefieren ser visitantes del día, aunque también pernoctan de 1 a 2 noches en establecimientos de alojamiento como hoteles. Prefieren ir a restaurantes y viajar en auto propio con su familia o amigos.

3.2. Resultados para el objetivo específico 2

El segundo objetivo trató sobre identificar las principales funcionalidades que debe tener una app móvil para el turismo. Herramientas de “*Design thinking*”, investigación de mercados y un benchmarking de las aplicaciones móviles en Ecuador y del exterior permitieron obtener los siguientes aprendizajes:

La raíz de las necesidades del prototipo de app móvil de turismo

Al cuestionarse los 5 Why’s partiendo desde la necesidad inicial de una aplicación móvil turística para los viajeros que deseen dirigirse a la provincia del Guayas se concluyó que la ausencia de un mecanismo para integrar a los stakeholders es la raíz de la necesidad de diseñar una app para el turismo provincial.

Figura 11 - Gráfico de Venn apilado que permite apreciar causas relacionadas a la necesidad central



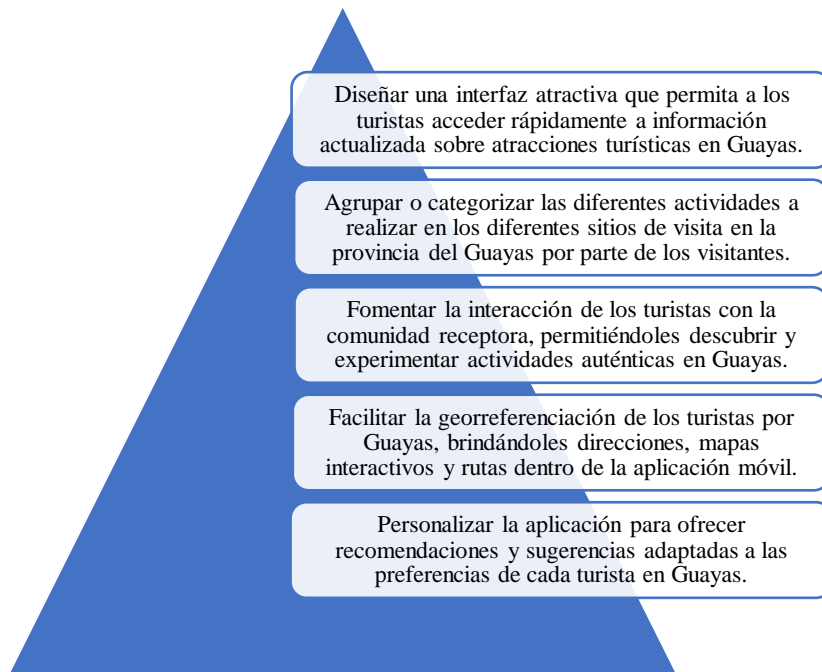
Nota: la figura detalla, de arriba hacia abajo, la necesidad y las causas subyacentes.

Elaboración propia.

¿Cómo podríamos mejorar la experiencia del turista mediante una app móvil?

Los siguientes cuestionamientos acerca de “cómo podríamos nosotros” (*How might we?*, en inglés) fueron establecidos en el marco del diseño de un aplicativo móvil para realizar turismo en Guayas.

Figura 12 - Lista de pirámide con los *How might we?* para el diseño de la app



Nota: leer cada pregunta con un “cómo podríamos” al inicio. Elaboración propia

Indagando en las características de propuestas similares

Figura 13 - Benchmarking comparativo entre 5 apps de viajes

Acerca de las aplicaciones					
	Características	Lugares turísticos	Ubica Ecuador	Visit Cuenca	Toyota go
Información	Año de lanzamiento	2018	2018	2019	2021
	Año de actualización	2023	2018	2019	2023
	Descargas	5k	5k	5k	10 k
	Megabytes	8.7 MB	1.6 MB	20 MB	25 MB
	Opiniones	4.1	3.5	2.0	4.7
	Sistema Operativo	Android 8.1.0	Android 8.1.0	Android 8.1.0	Android 8.1.0 y 12

Nota: Elaboración de los autores.

Por medio de un benchmarking se analizaron características y funcionalidades de aplicativos de turismo a nivel nacional. Se pudo determinar que el deslizamiento es vertical, la cantidad de iconos va de 5 a 10, las letras suelen estar superpuestas en algunas fotografías, ciertos aplicativos permiten la interacción a través de la realidad aumentada, otros manejan un menú lateral, el sistema de georreferenciación más usado es Google Maps, se puede iniciar sesión mediante redes sociales o correo electrónico y la primera vista está dada por los servicios de los establecimientos de la planta turística. En la sección de anexos se detalla dicha información.

Idear gráficamente la aplicación móvil

Un *moodboard* permitió a los autores de este trabajo orientar la solución de este proyecto a las necesidades de los usuarios y las tendencias del mercado de aplicaciones móviles de turismo. Se adjunta en las sección de anexos el *moodboard* correspondiente.

Figura 14 – Nube de palabras con ideas para apps de turismo



Eventos programados
Diseño atractivo
Comunidad de usuarios
Tipos de turismo
Funciones complementarias
Reseñas de atractivos
Teléfonos de emergencias
Cantones de la provincia
Íconos y símbolos
Fotos y videos
Gamificación

Nota: Elaboración propia.

3.3. Resultados para el objetivo específico 3

El tercer objetivo trató sobre la validación de la aplicación móvil por medio de interacciones presenciales y virtuales del prototipo. Validar requería, previamente, diseñar. Para la corroboración del arquetipo se realizó un *focus group* o grupo focal con un total de 10 personas, mitad mujeres y mitad hombres en la calle Panamá, donde se mostraron fotos del prototipo de la aplicación y para dar a conocer las características que debe cumplir el producto final. Los participantes debían cumplir las siguientes condiciones: estar interesados en descargar una aplicación móvil de turismo y estar dispuestos a recorrer Guayas.

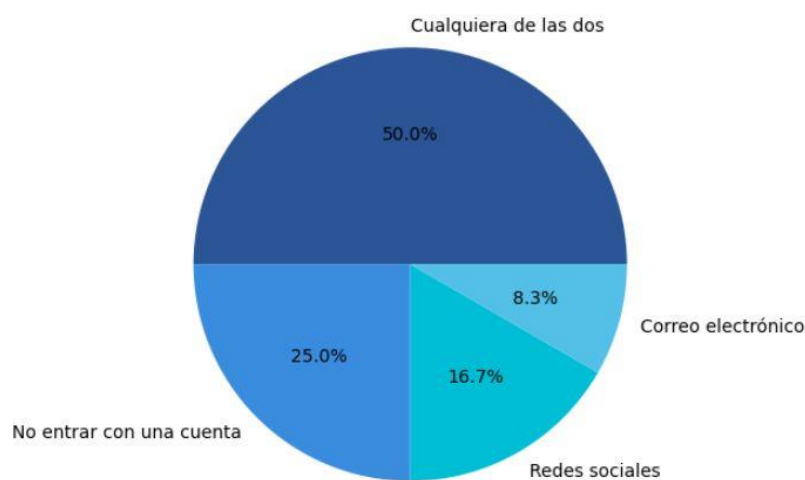
¿Qué prefieren los usuarios?

En la sección de anexos de este trabajo se encontrarán los bocetos usados para el testeo de la app, los cual permitió obtener los siguientes resultados en torno a la interfaz gráfica del aplicativo mediante un *A/B testing*:

Grupo Focal

1. ¿Por cuál de los siguientes medios prefería iniciar sesión en la app “Visita Guayas”? Por favor, escoja una opción:

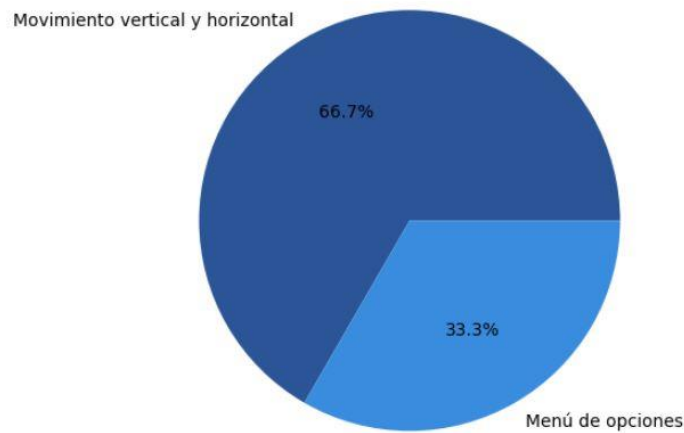
Figura 15 – Resultados pregunta 1



Fuente: Elaboración de los autores

2.- ¿Cómo usted preferiría ver las opciones de la aplicación “Visita Guayas”? Por favor, escoja una opción.

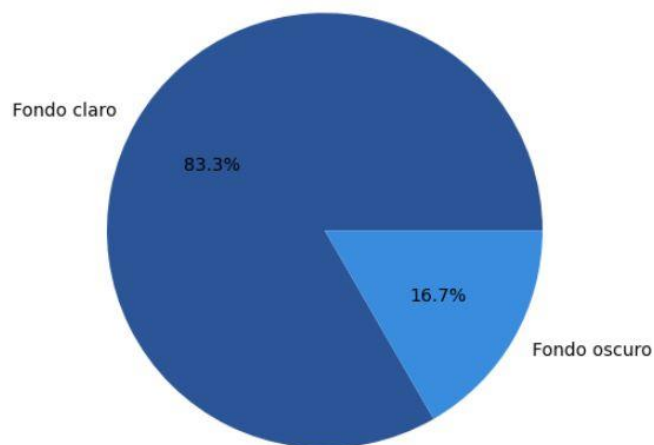
Figura 16 - Resultados pregunta 2



Fuente: Elaboración de los autores

3. - ¿Qué tipo de color de fondo prefiere para la aplicación “Visita Guayas”? Por favor, escoja una opción:

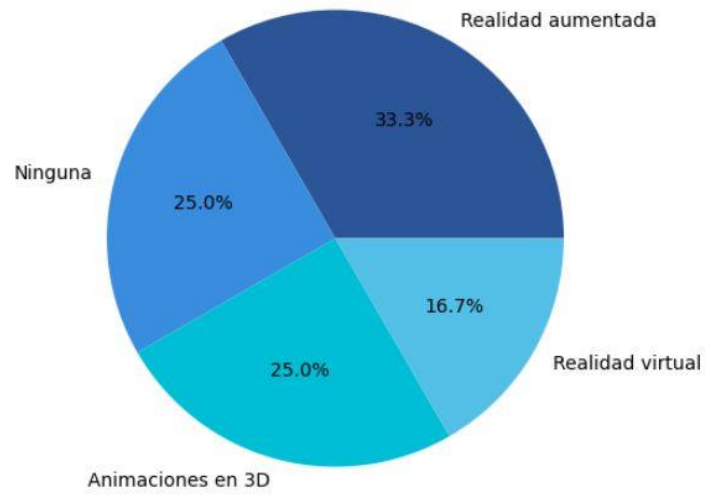
Figura 17 - Resultados pregunta 3



Fuente: Elaboración de los autores

4.- ¿Qué tipo de experiencias interactivas le gustaría que tenga la app? Por favor, escoja una opción:

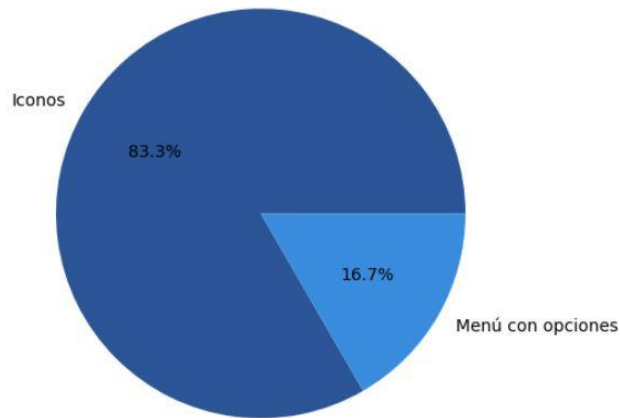
Figura 18 - Resultados pregunta 4 de focus group



Fuente: Elaboración de los autores

5.- ¿Prefiere dar “click” en los iconos o tener un menú con opciones para ver la información? Por favor, escoja una opción:

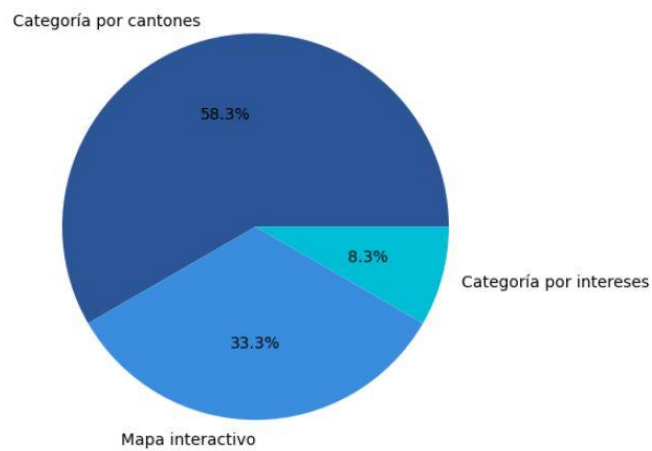
Figura 19 - Resultados pregunta 5 de focus group



Fuente: Elaboración de los autores

6.- A continuación, le voy a mostrar 3 imágenes y me va a indicar ¿Cómo desea que se vea menú de inicio en la pantalla? Por favor, escoja una opción:

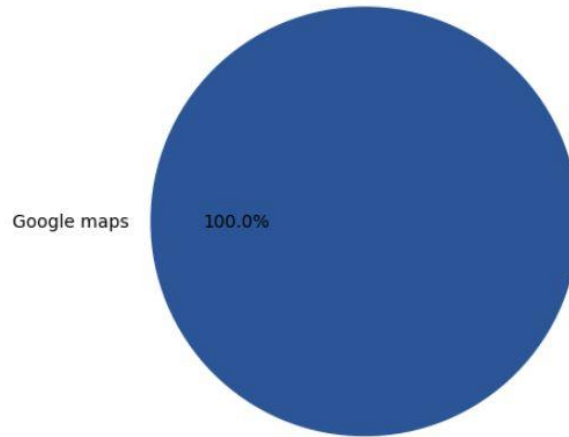
Figura 20 - Resultados pregunta 6 de focus group



Fuente: Elaboración de los autores

7.- ¿Cuál es el tipo de aplicación de mapas que les gustaría que se enlace? Por favor, escoja una opción:

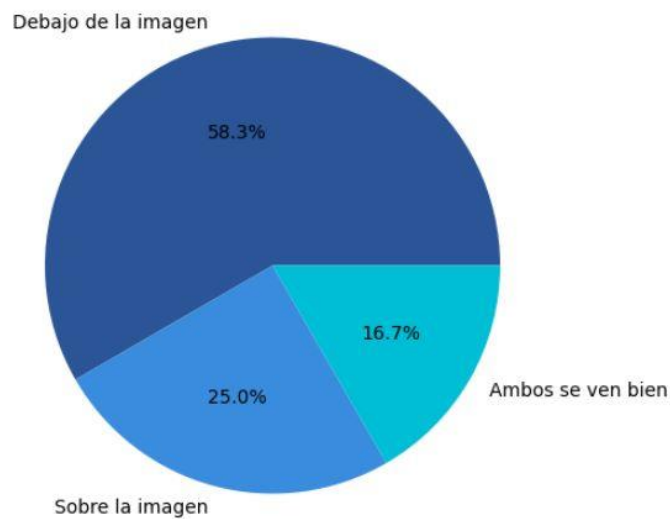
Figura 21 - Resultados pregunta 7 de focus group



Fuente: Elaboración de los autores

8. Tipología de letra: A continuación, se presentan 2 imágenes correspondientes a la forma de presentar los títulos en las secciones de una app móvil turístico. ¿Cuál diseño es más llamativo para usted respecto a los títulos?

Figura 22 – Resultados pregunta 8 de focus group

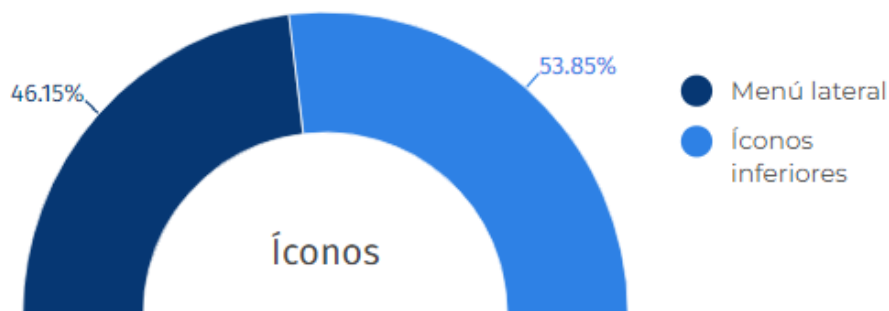


Fuente: Elaboración de los autores (2023)

Sección A. Funcionalidades

1.- ¿Preferiría que los iconos se encuentren dentro de un menú lateral o en la parte inferior para navegar en la aplicación? Por favor, escoja una opción:

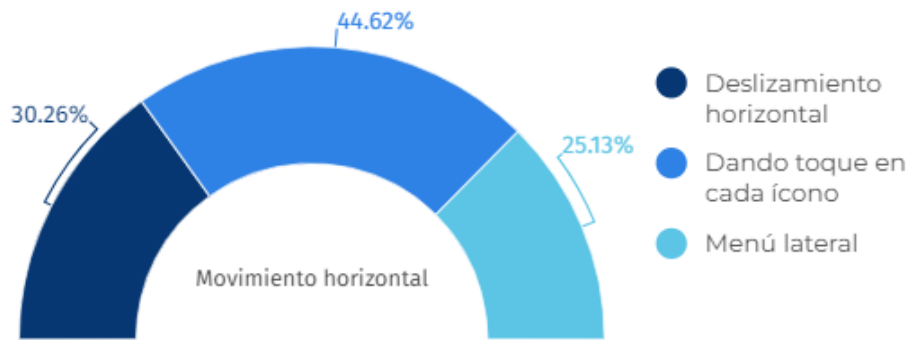
Figura 20 - Íconos



Fuente: Elaboración propia (2023)

2.- ¿Cómo usted preferiría navegar con estos iconos externos (categoría, calendario, mapa, subir contenido y perfil) en la aplicación “Visita Guayas”? Por favor, escoja una opción:

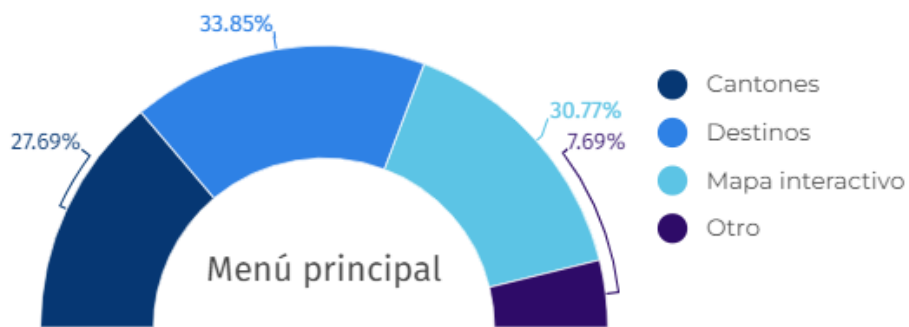
Figura 21 - Movimiento horizontal



Fuente: Elaboración propia (2023)

3.- ¿Cómo desea que se vea menú de inicio en la pantalla? Por favor, escoja una opción:

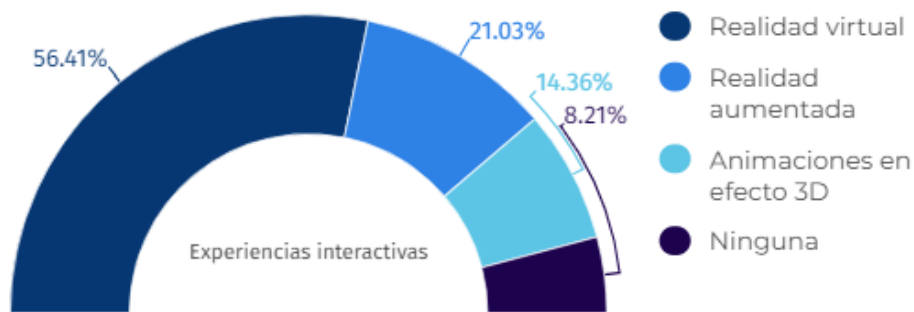
Figura 22 - Menú



Fuente: Elaboración propia (2023)

4.- ¿Qué tipo de experiencias interactivas le gustaría que tenga la app? Por favor, escoja una opción:

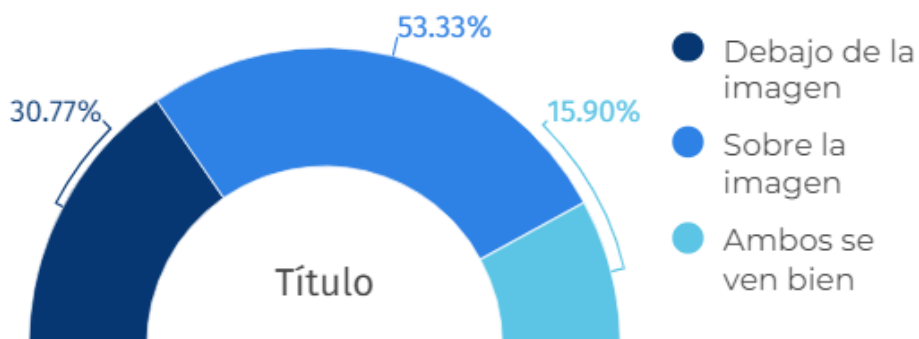
Figura 23 - Experiencias interactivas



Fuente: Elaboración propia (2023)

5. A continuación, se presentan 2 imágenes correspondientes a la forma de presentar los títulos en las secciones de una app móvil turística. ¿Cuál diseño es más llamativo para usted respecto a los títulos? Por favor, escoja una opción:

Figura 24 - Título



Fuente: Elaboración propia (2023)

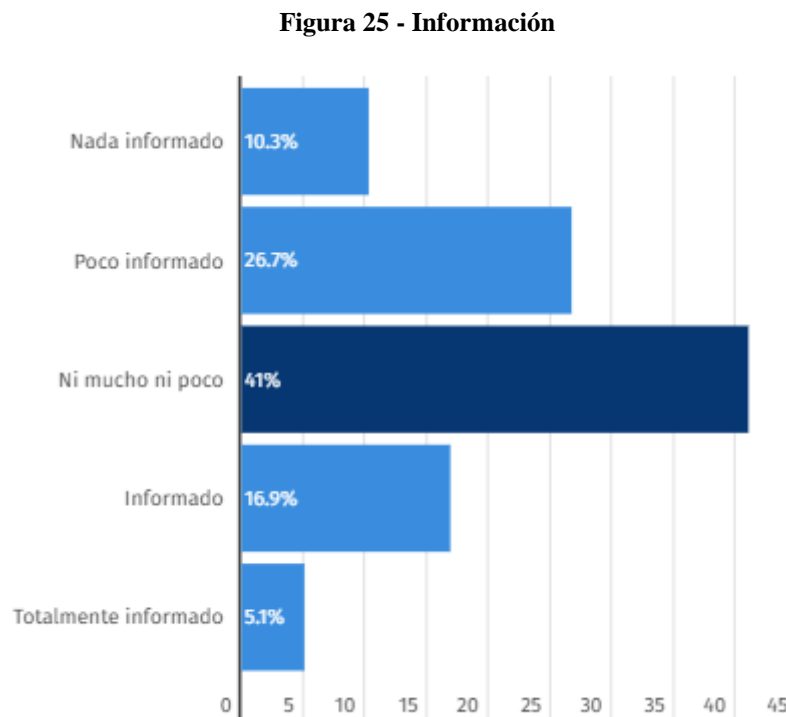
Resultados de la sección A - funcionalidades

Para que la aplicación sea más amigable con el usuario, se realizaron preguntas enfocadas de acuerdo con sus gustos y preferencias. EL 53.8% prefiere que la aplicación tenga íconos en vez de un menú desplegable. Para la navegación dentro de la app, el 44.62 % le gustaría que la app permita moverse dando un toque en cada ícono. El menú principal es por los 9 tipos de experiencias turísticas que tiene la provincia del Guayas que son Vivencial,

Gastronómica, Arte y cultura, Congresos y eventos, Bienestar, Aventura, Naturaleza, Náutico, Sol y Playa. El 56.41 % le gustó que la aplicación tenga un tipo de experiencia interactiva como la realidad virtual. El 53.33 % le pareció que las letras de los títulos se verían mejor sobre las imágenes.

Sección B. Características complementarias de la aplicación móvil

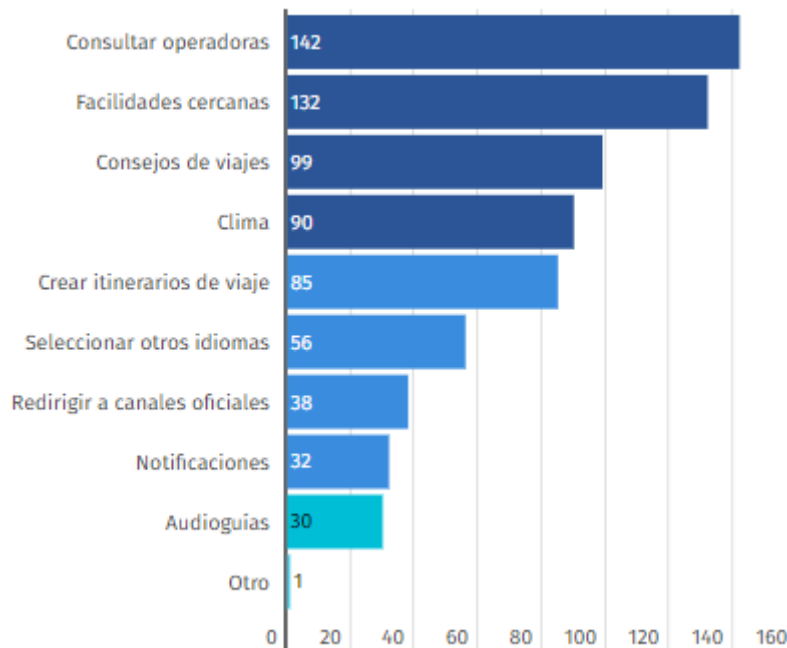
6.-¿Qué tan informado se encuentra sobre los lugares o actividades turísticas (eventos, fiestas cantonales) de Guayas? En la escala del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.



Fuente: Elaboración propia (2023)

7.-De las siguientes características relacionadas con los sitios de visita ¿Cuáles considera las más importantes para mostrarse en la app “Visita Guayas”? Por favor, escoja hasta 4 opciones que considere las más importantes:

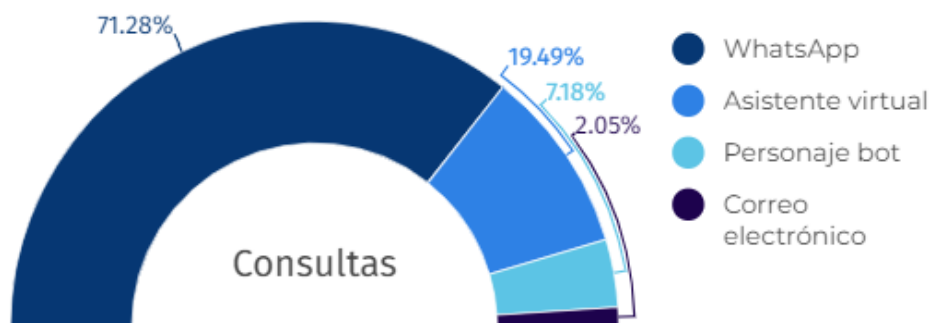
Figura 26 - Características complementarias



Fuente: Elaboración propia (2023)

8.- ¿Preferiría que en caso de consultas a los prestadores de servicios (operadoras turísticas, etc) que se den dentro de la aplicación sean por medio de? Por favor, escoja una opción:

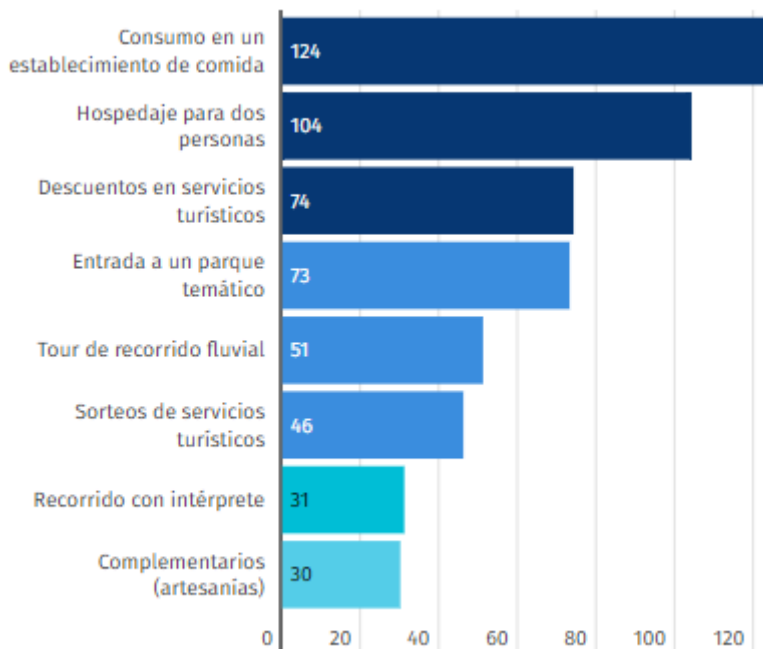
Figura 27 - Consultas



Fuente: Elaboración propia (2023)

9.- ¿Qué tipos de incentivos considera que se debería recibir por fidelización hacia la app? Puede seleccionar hasta 3 opciones que considere más importantes:

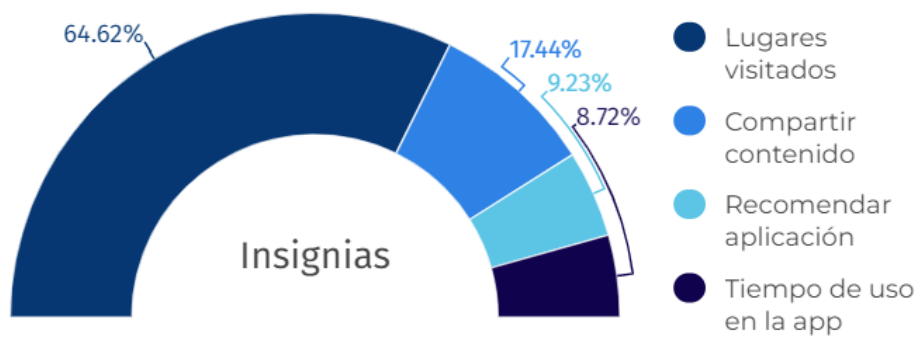
Figura 28 - Incentivos



Fuente: Elaboración propia (2023)

10.- ¿Cuál debería ser la forma de obtener una Insignia en la app móvil “Visita Guayas”? Por favor, escoja una opción:

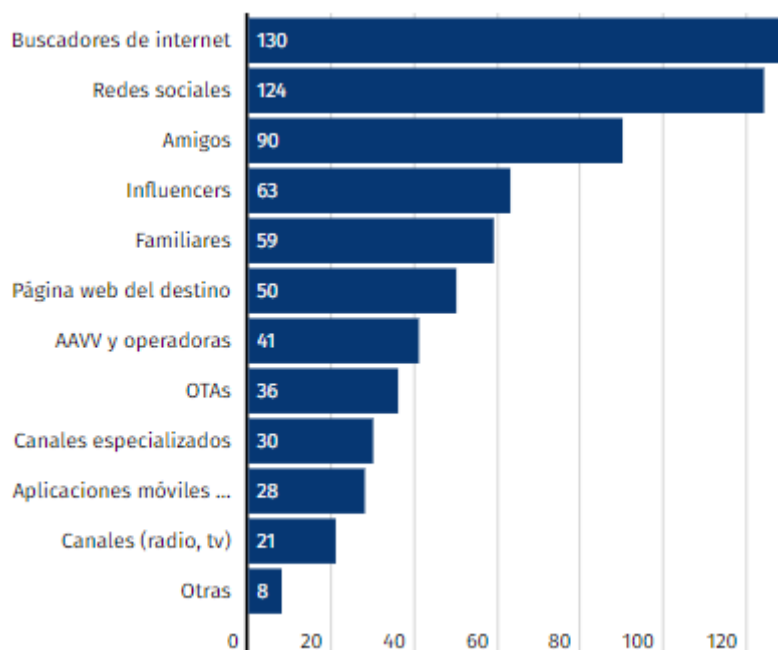
Figura 29 - Insignias



Fuente: Elaboración propia (2023)

11.- ¿Dónde ha buscado información para visitar algún cantón de la provincia del Guayas? Puede seleccionar más de una opción:

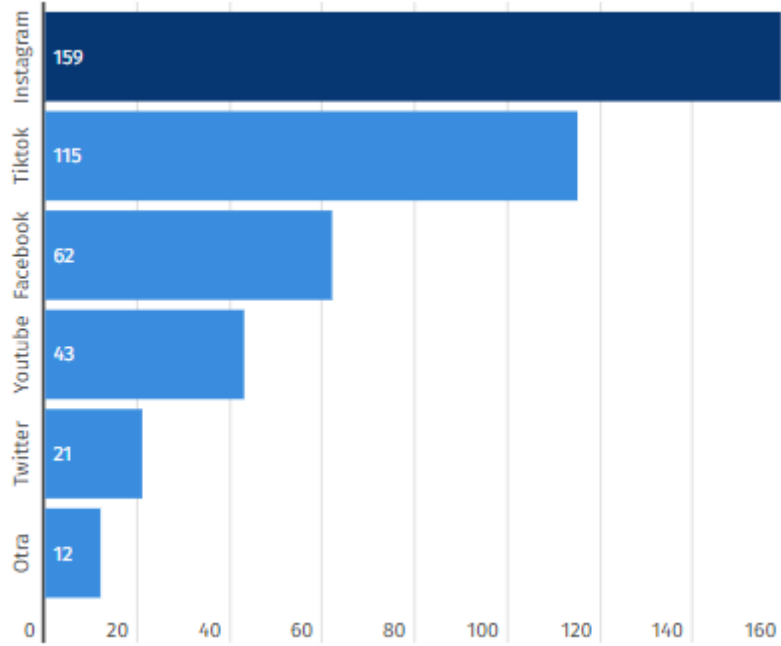
Figura 30 - Búsqueda de información



Fuente: Elaboración propia

12.- ¿Cuál considera usted la mejor red social para obtener información turística? Puede seleccionar más de una opción

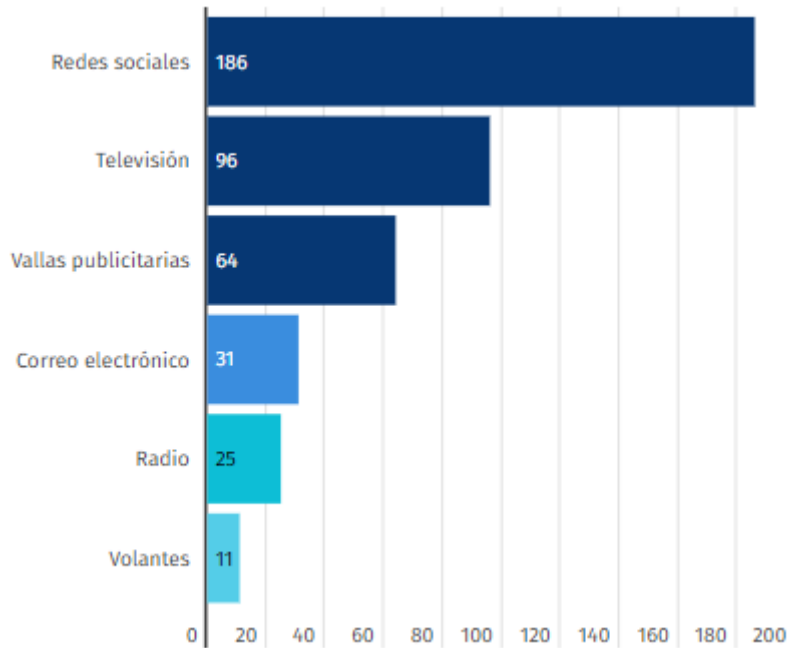
Figura 31 – Red social



Fuente: Elaboración propia

13.- ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría que se promocióne la aplicación móvil de “Visita Guayas”? Puede seleccionar 3 opciones que considere más importantes:

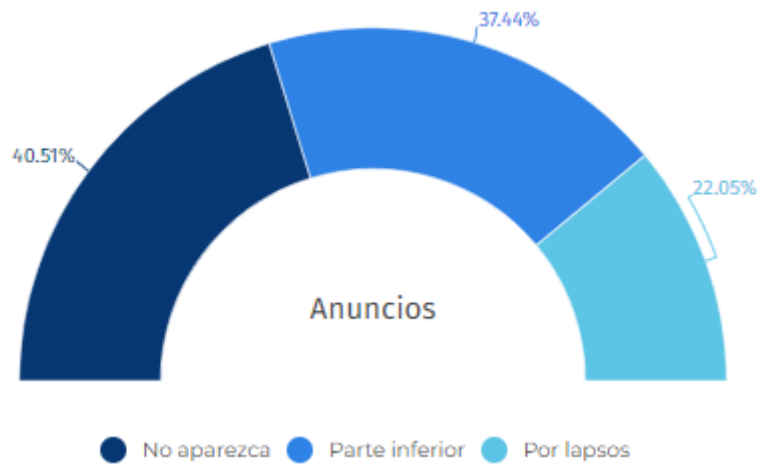
Figura 32 – Medio de comunicación



Fuente: Elaboración propia

14.- ¿Cómo preferiría que se visualicen los anuncios publicitarios en la aplicación?

Figura 33 - Anuncios



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultados de la sección de Características complementarias

La mayoría de los encuestados consideran que se encuentran medianamente informados sobre los atractivos turísticos en la provincia del Guayas. Dentro de las características complementarias que debe tener la aplicación, nos basamos en las características que encontramos en el “*benchmarking comparativo*” de las cinco aplicaciones de turismo más utilizadas en Ecuador y de otros países. Dando como resultado que necesitan los usuarios principalmente, consultar las operadoras, facilidades cercanas, consejos de viajes y el clima. Las consultas prefieren que sean por medio de un número de celular que tenga la aplicación WhatsApp.

Con el fin de lograr que la fidelización de los usuarios, se darán insignias por lugares visitados y que recibirían incentivos o motivaciones dentro de la aplicación por medio de descuentos en establecimientos de comidas y alojamiento.

Análisis de resultados de la sección de Promoción

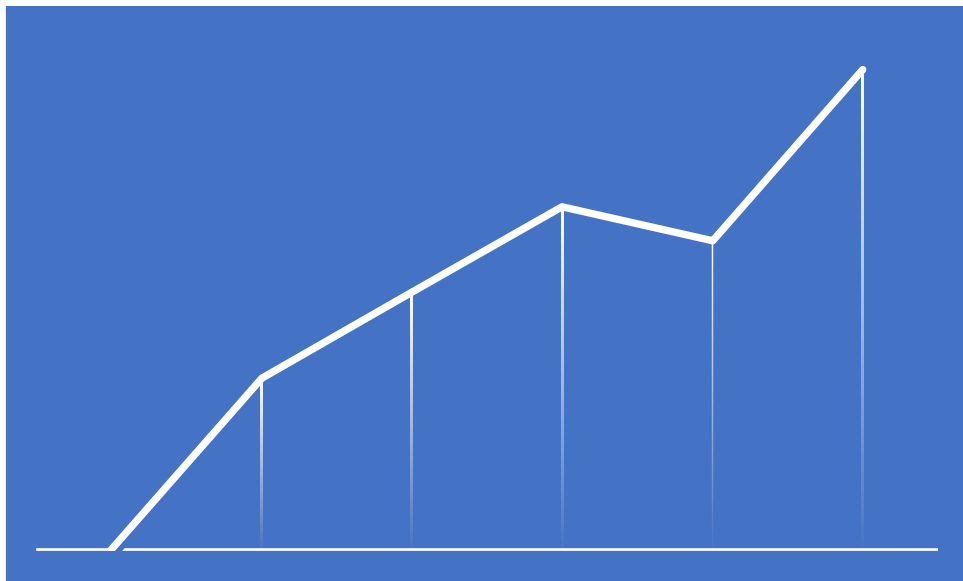
Dentro de los resultados obtenidos en la sección de promoción, el 66.66 % utiliza buscadores de internet para obtener información del cantón que quiere visitar. Además, considera que la mejor red social para es Instagram y preferían que se promocioe la aplicación “Visita Guayas” a través de redes sociales, televisión y vallas publicitarias. Por último, el 40.51% prefiere que no aparezca ningún tipo de anuncio publicitario durante el uso de la app.

Experiencias de usuario testeando la aplicación

Con la herramienta *Customer Journey Map* se identificaron las emociones en el siguiente escenario: la visitante, “Estefanía” (nombre protegido), descarga y utiliza una App diseñada por la Prefectura del Guayas y ESPOL antes, durante y después de su visita:

Figura 23 - Tendencia de satisfacción de usuario testeando la app móvil

[00]



Nota: se muestra de izquierda a derecha el uso de la app Visita Guayas antes, durante y después del viaje. Elaboración propia

3.4 Discusión de los resultados

Con los resultados obtenidos se puede corroborar que planificar un viaje hacia la provincia del Guayas es necesario debido a la imprecisión evidenciada en las fuentes de consulta bibliográficas.

La experiencia de visitar Guayas tiene muchas aristas que van desde la búsqueda de información, el tránsito por las calles y caminos vecinales, los recursos y los atractivos disponibles, las facilidades inherentes a los atractivos turísticos. Potenciar el turismo en Guayas requiere la acción mancomunada de los actores involucrados en todas sus áreas de injerencia. El diseño del aplicativo móvil es sólo un paso, importante, para la consecución de la mejora de los indicadores de turismo en la provincia.

Por otra parte, las expectativas evidenciadas en el grupo focal realizado para este proyecto permitieron recoger las opiniones de los usuarios para trabajar en un prototipo que será susceptible a mejora, tanto por las recomendaciones de los potenciales usuarios como por las sugerencias establecidas por el cliente.

3.5 Análisis financiero

En la proforma no se incluyen los costos asociados a desarrollar y mantener la aplicación debido a que no forman parte del alcance del proyecto. No obstante, el tomador de decisiones debes ser consciente que se deben asumir costos cuando se dé la transición de diseñar la interfaz de la aplicación a desarrollar el producto que estará alojado en las tiendas virtuales de aplicación, y que por ende estará sujeto a cancelar una tasa anual por permanecer en la tienda y funcionar en los dispositivos móviles.

Figura 24 - Presupuesto final para diseñar las funcionalidades de app móvil

Actividades operacionales	Costo
Peaje	\$ 31
Gasolina	\$220
Servicio de Transporte	\$ 200
Servicio de internet (3 operadoras)	\$ 32
Alimentación	\$115,75
Subtotal de actividades operacionales	\$598,75
Materiales de papelería (Impresiones)	\$5
Consultoría (diseño en Figma)	\$ 330
Fotografías profesionales	\$ 8085
Total, Presupuesto Diseño App móvil	\$9018.75

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 4

4. Conclusiones y recomendaciones

En la siguiente sección se definirán las conclusiones obtenidas a lo largo del proyecto y las recomendaciones sugeridas por usuarios potenciales, informantes claves e inclusive el cliente del proyecto.

Figura 25 - *Sailboard Retrospective* del proyecto de app "Visita Guayas"

Sailboard Retrospective



Nota: figura que detalla oportunidades y amenazas en el desarrollo de la app. Elaboración propia

4.1. Conclusiones

4.1.1 Conclusiones para el objetivo específico 1

El cumplimiento del primer objetivo de este proyecto, reconocer la percepción que tienen los ecuatorianos acerca del turismo en la provincia del Guayas, incluidos conocer los recursos, emprendimientos atractivos turísticos, seguridad, y mecanismos de información hacia los turistas y visitantes, dio lugar a identificar fortalezas y debilidades en torno al desarrollo de la actividad turística en la provincia de Guayas, documentada en las plantillas de *Design thinking* empleadas en esta investigación mediante visitas de campo de los autores del proyecto. Hay algunos cantones que cuentan con niveles considerables de vocación turística, mientras que, en otros, este factor podría mejorar a futuro. Al identificar la vocación turística de cada uno de los cantones guayasenses, se concluyó que, además de la capital de Guayas, Guayaquil, los cantones con mayor potencial para convertirse en destinos turísticos son Bucay, Samborondón, Playas y Naranjal.

4.1.2 Conclusiones para el objetivo específico 2

Para evaluar las funcionalidades que debe tener una aplicación móvil se realizó investigación de fuentes secundarias de información y también entrevistas con profesionales en el ámbito de la informática con experiencia en el diseño y desarrollo de aplicaciones móviles para empresas. El análisis comparativo, llevado a cabo mediante un *benchmarking* de 142 aplicaciones diseñadas y desarrolladas en el lapso de los últimos 10 años en varias provincias de Ecuador, permitió determinar que solo 43 siguen vigentes en la tienda Google Play, es decir, el 29%. Además, se tomó en cuenta 5 aplicaciones de turismo de otros países para conocer sus principales características de las cuales diez tenían en común, demostrando lo esencial que debe tener una aplicación móvil. Existen tanto funcionalidades restringidas como personalizadas para el usuario. Las funcionalidades restringidas fueron consultadas para conocer el alcance que se podría tener dentro de la aplicación mientras que las

personalizadas fueron consultadas en el formulario para conocer las preferencias de las personas, así obteniendo la forma de navegación que los usuarios prefieren comparándolas con las de aplicaciones de redes sociales.

Mediante las herramientas de *Design thinking* abordadas en este proyecto y otras técnicas de recolección de información como encuestas y grupos focales en el marco de la investigación de mercados, las aplicaciones móviles de turismo deben proveer a los usuarios información relacionadas con los atractivos turísticos, dónde y qué comer, sitios de visita para cada cantón de la provincia, facilidad de cercanas, condiciones climáticas, tips de viaje, calendarios y eventos, ubicación geográfica de los atractivos y rutas de viaje, medios de transporte disponibles, dónde hospedarse, operadoras de turismo que comercializan productos en la provincia de Guayas, números de emergencia a contactar ante cualquier eventualidad, configuración de usuario, enlazar las redes sociales al uso del aplicativo, incentivos para usar la app.

No obstante, estas características podrían variar o ser más específicas en torno al tipo de usuario, tales como opciones para facilitar la legibilidad de la información, reproducción mediante audio hoy de la información o búsqueda de la misma a través de una entrada de voz en lugar de texto, sitios seguros de visita para todo tipo de visitantes sin temor a la exclusión o discriminación, especificación por categorías de los establecimientos de la planta turística: estrellas (alojamiento), tenedores / tazas (restauración), tipos (agencias de viajes y transporte turístico).

4.1.3 Conclusiones para el objetivo específico 3

Para dar cumplimiento al objetivo específico 3 del proyecto se realizó la validación del prototipo, efectuado primero mediante un grupo focal y después a través de una sección (5 de las 30 preguntas) del cuestionario de preguntas que constituyó una investigación de mercado requerida por la Dirección Provincial de Turismo como parte del objetivo específico 2. Dentro de las necesidades de información, se evaluó las funcionalidades tales como interfaz, tipografía, navegación y experiencias interactivas como son la realidad virtual, realidad aumentada o las imágenes en 3D. También, las características internas que debe tener la aplicación y que se dan en el producto aumentado o también llamado “la flor de los servicios” en los elementos que mejoran el servicio como consultas, excepciones, atención y cuidado. A través de esta técnica, el servicio al final permitirá diferenciarse de las demás aplicaciones móviles.

Las redes sociales son el canal que prefieren los usuarios tanto para buscar información de atractivos turísticos como para registrarse en otras aplicaciones que requieren crear una cuenta de usuario. La validación tanto con el cliente, informantes claves y potenciales usuarios del aplicativo móvil han permitido establecer la pertinencia del cómo organizar debidamente la información a consumirse en la app, estableciendo inicialmente un menú con 5 funcionalidades principales:

En el primer menú el internauta podrá visualizar “Destinos”, correspondientes a 9 tipologías de turismo, que luego darán paso a visualización de cantones en donde se puede hallar o realizar dichas actividades, la siguiente vista dirigirá hacia los atractivos turísticos para, finalmente, dirigir al usuario a una reseña de dicho sitio o actividad, en la cual se podrá acceder a información relacionada al clima, ubicación geográfica, horarios de visita, recomendaciones de viaje, entre otros. Las sugerencias fruto de las validaciones con los distintos actores involucrados en el diseño, desarrollo y uso del aplicativo móvil se orientan a

permitir la búsqueda por palabras claves en esta función, para evitar para evitar que el usuario realice *scroll* de manera constante, ahorrando así tiempo en la interacción con la app.

Una segunda funcionalidad en el menú hace referencia a la sección eventos, donde los usuarios podrán acceder a información relacionada con acontecimientos programados, categorizados por: cantonización, feriados, eventos. Aquí, los ejercicios de validación han sido de utilidad para sugerir la búsqueda por cantones, nombres del evento, o fechas, evitando que el usuario tenga que hacer *scroll* para ahorrar tiempo en la interacción con la app.

Aunque al validar la herramienta de georreferenciación favorita por los usuarios para acceder a los atractivos turísticos y sus determinadas rutas se sugirieron algunas opciones, Google Maps constituye la favorita por los potenciales navegantes de la aplicación.

Una cuarta funcionalidad del menú integraría 2 funciones: el acceso al contacto de los establecimientos de la planta turística, tales como: alojamiento, restauración, transporte turístico, agencias de viajes y operadores de turismo (incluyendo esta a la guianza o interpretación); y también el acceso a números de emergencia. Aquí se concluye que, el icono a emplear sea lo suficientemente intuitivo para evitar confusiones, como por ejemplo, usar un icono que contenga el botón “más”, pues esto es interpretado por el potencial usuario de la aplicación como una opción para subir contenido, en lugar de acceder a otras funcionalidades integradas en una sola función.

Finalmente, una quinta herramienta en el menú de usuario debe permitirle acceder hay información relacionada con un programa de insignias para fidelizar el uso de la app, así como una opción para consultar que dicen o hacen los demás usuarios registrados en la aplicación, en actividades diversas como reseñas de visitas, y compartir desde sus redes sociales información como imágenes o vídeos que puedan visualizarse en la interfaz del aplicativo sin necesidad de estar alojadas en este, para así no consumir almacenamiento en la

aplicación, siendo esta última operatividad una opción que permita enlazar los contenidos que se suban en redes sociales como TikTok o Reels de Instagram mediante el uso de una etiqueta: #VisitaGuayas, la cual corresponde al nombre de la marca turística de Guayas y a su vez el nombre sugerido para la aplicación móvil por parte del cliente de proyecto.

4.2. Recomendaciones

La creación de una aplicación móvil para la promoción turística de la provincia del Guayas constituye sólo una parte de las acciones que se deben emprender para el impulso de la actividad turística en la provincia de Guayas. Se requiere el trabajo mancomunado tanto del sector público como del sector privado, siendo responsabilidad del primero el desarrollo de las obras en materia de infraestructura vial, agua potable, alcantarillado, conectividad a internet y seguridad, así como la construcción de un marco legal sólido a nivel turístico que promueva, ordenadamente, la transición de la informalidad hacia la formalidad de los establecimientos de la planta turística y emprendimientos turísticos; mientras que la responsabilidad y el riesgo del sector privado se manifiesta mediante la inversión necesaria para emprender o mejorar sus empresas de turismo.

Por otra parte, el diseño de un prototipo de aplicación móvil orientado hacia el turismo receptor para Guayas se justifica debido a la preferencia que demuestran los guayasenses y ecuatorianos por el uso de dispositivos móviles y redes sociales para buscar información turística de los destinos antes de viajar hacia los destinos. Esta afirmación ha sido debidamente evidenciada en el presente trabajo. El uso de un aplicativo móvil para el turismo debe estar enfocado en proveer la información suficiente y actualizada acerca de los atractivos turísticos, facilidades cercanas (hospitales, estación de policías), eventos o actividades que se realizan en Guayas. Otras funcionalidades muy útiles para el viajero son

las de consultar la georreferenciación y también acceder a contenido multimedia que le permita conocer mejor el entorno de los sitios de visita. Para el caso de estas dos últimas funcionalidades, el beneficiario de este proyecto (Prefectura del Guayas) hoy deberá incurrir en costos operativos para que los usuarios de la aplicación puedan usar sin ninguna limitante estas herramientas las veces que ellos crean necesario para acceder a la información, esto debido a que son sitios de alojamiento de información externa a la cual se puede acceder, sin limitantes, mediante el cobro de una tarifa. No es recomendado diseñar un sistema propio de posicionamiento global ni permitir que el propio internauta pueda subir fotografías o vídeos a la aplicación si se quiere evitar que la misma incremente su peso y por ende disponga de mayor capacidad de almacenamiento del dispositivo móvil a ser instalado, lo cual representa una desventaja para la vida útil del aplicativo en el dispositivo móvil del usuario, el cual podría desinstalarlo si al hacer una relación de beneficio de la aplicación y almacenamiento en su dispositivo el resultado es desfavorable. Además, la app debería apuntar hacia una interacción similar a la que se da en redes sociales como Instagram o Facebook, para que los usuarios registrados puedan crear comunidades y esto pueda influir incluso en decisiones como la integración de grupos para viajar o la mejora del posicionamiento e imagen de los atractivos turísticos por medio de las recomendaciones y valoraciones de los usuarios que interactúan entre sí.

La consecuencia obtenida en el cuestionario de preguntas elaborado para la investigación de mercados de este proyecto da cuenta que en posibles actualizaciones del aplicativo móvil, una vez que éste haya sido desarrollado, se podrían realizar cambios como la posición del menú de inicio, los títulos correspondientes a los atractivos turísticos, el tipo de deslizamiento en la pantalla y algunas funcionalidades secundarias en la aplicación, todo esto debido a el equilibrio que existe en los resultados de ciertas preguntas de las encuestas realizadas.

Una de las estrategias para fidelizar el uso del aplicativo móvil, además de que la información provista sea fácil de entender, útil y legible para el usuario, es la gamificación. La propuesta para enganchar al visitante con el aplicativo móvil requiere la colaboración entre los establecimientos turísticos y la Prefectura de Guayas para que el usuario pueda hacer uso del programa “Insignias” y acceder a los servicios promocionales como incentivos propuestos en la app conforme su score en la app se lo permita. Escanear un código QR para registrar la visita es la estrategia recomendada para acumular puntos, aunque también existen otras estrategias que podrían involucrarse en esta funcionalidad, como reseñar, comentar hoy compartir en redes sociales imágenes o videos de los atractivos que se visualiza harían hoy en una sección de la aplicación.

Adaptar las funcionalidades a las nuevas demandas de los usuarios es una labor que requerirá un estudio del mercado. En el estudio de mercado propuesto para este proyecto, se recomienda integrar a futuro algunas tecnologías emergentes, tales como la realidad aumentada, siempre que la capacidad de respuesta de los dispositivos móviles en los cuales se realiza la descarga del aplicativo permita interactuar con dicha funcionalidad. De igual manera, el diseño responsivo, entendido como la capacidad que tiene la aplicación para rotar junto con el dispositivo celular (horizontal y verticalmente) constituye una interacción en la cual se podrían apreciar mejor ciertas funcionalidades en la app, tales como la reproducción de imágenes o vídeos de los atractivos turísticos o los mapas con sus respectivas rutas y facilidades aledañas a los sitios de visita

Anexos:

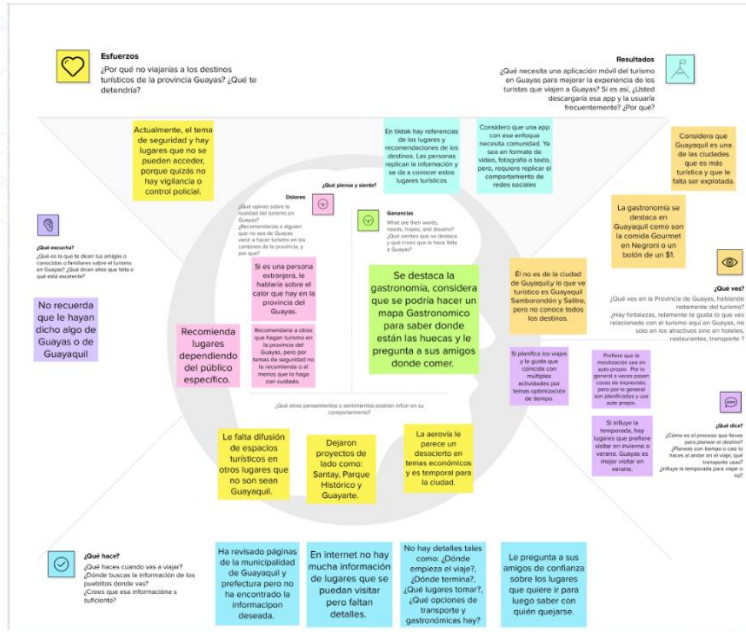
Anexo 1. Mapas de empatía

Mapa de empatía - Neythan León

Mapas de empatía

Neythan León

Ingeniero en Ciencias Computacionales
Trabaja en la compañía tecnológica danesa AlfaPeople, partner Gold de Microsoft como Desarrollador de aplicaciones digitales.



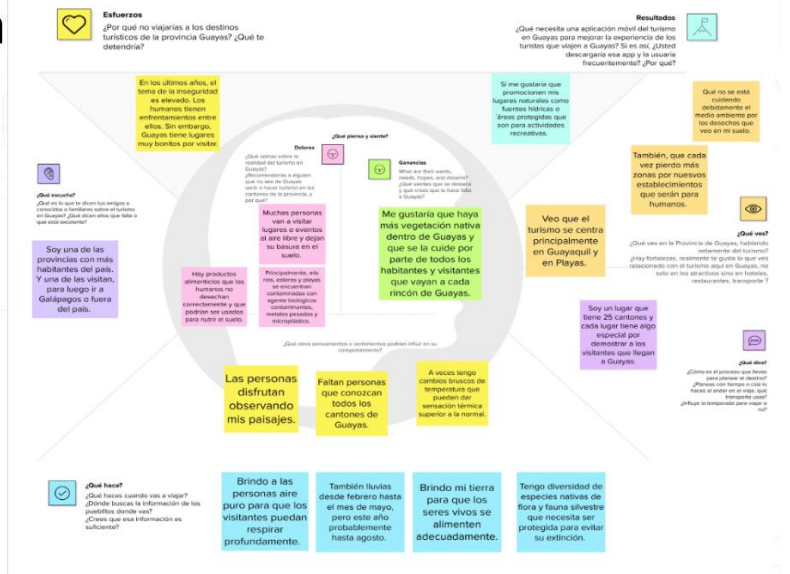
Fuente: Elaboración propia (2023)

Mapa de empatía - Naturaleza

Mapa de empatía

Naturaleza

Guayas

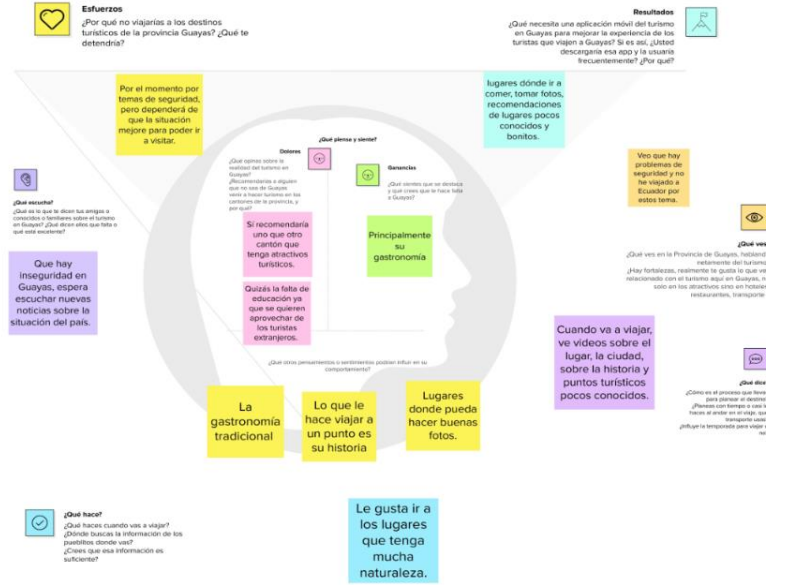


Fuente: Elaboración propia (2023)

Mapa de empatía - Blanca Abadie

Mapa de empatía

Blanca Abadie
Turista extranjera

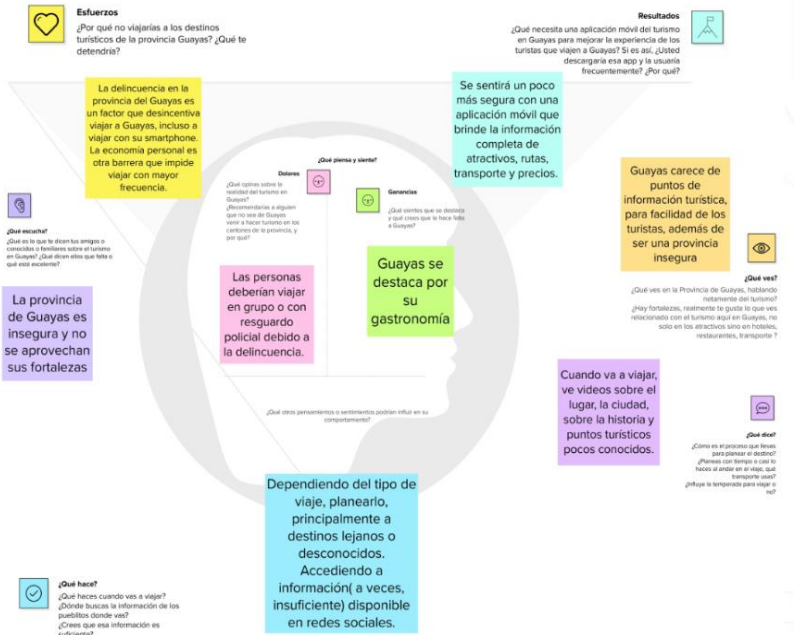


Fuente: Elaboración propia (2023)

Mapa de empatía - Flora Quiñonez

Mapa de empatía

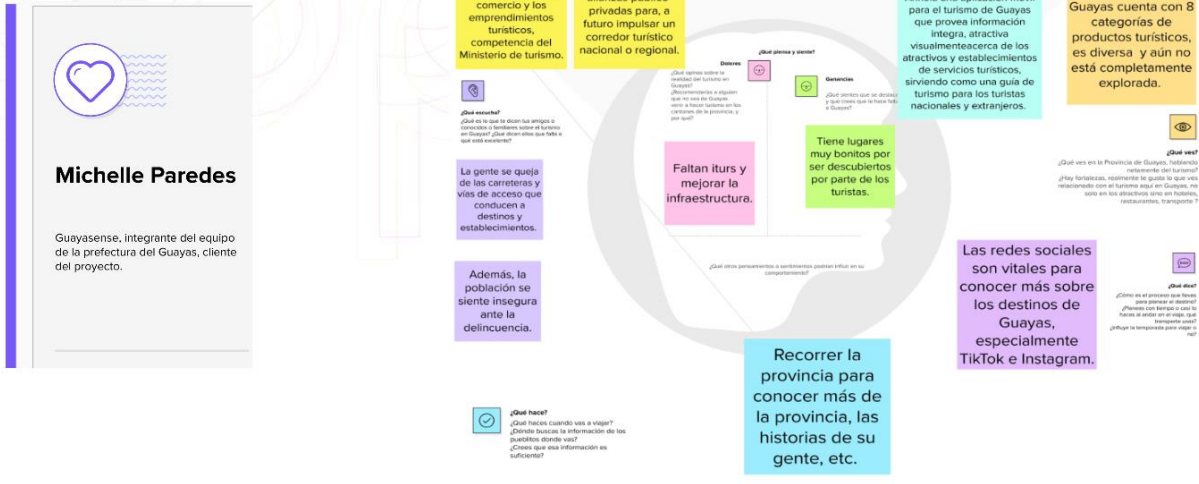
Flora Quiñonez
Esmeraldeña, residente en Guayaquil, Millennial y viajar es uno de sus principales intereses.



Fuente: Elaboración propia (2023)

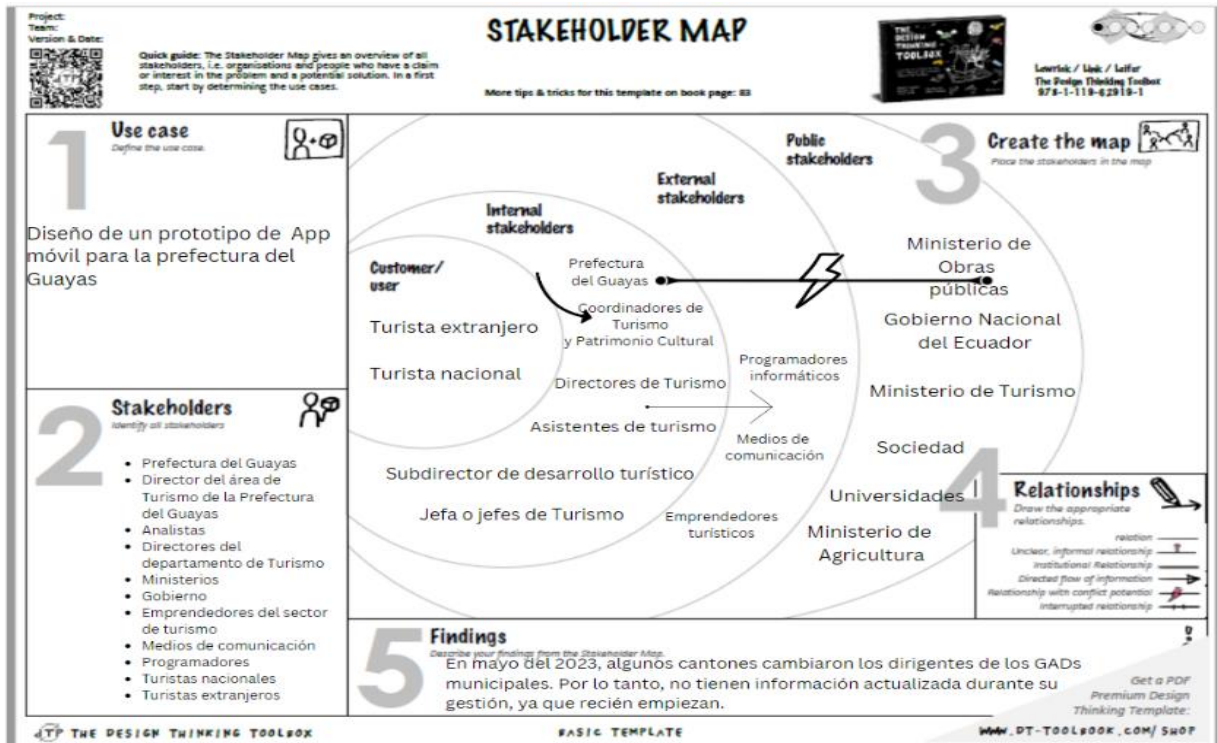
Mapa de empatía - Michelle Paredes

Mapa de empatía



Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 2. Mapa de actores



Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 3. AEIOU Analysis

<p>1 Research Research on the user</p> <p>Activities What activities do they carry out?</p> <p>Environment What does the environment look like?</p> <p>Interaction How do the systems interact with one another?</p> <p>Objects What objects and devices are used?</p> <p>User Who are the users?</p>	<p>2 Observation on site and documentation Observe the user/customer and use the ARIQU questions for documentation.</p> <p>3</p> <p>Visitas, generalmente en familia, a recursos y atractivos turísticos; compras; tomar fotografías.</p> <p>Terminales de buses en Milagro, Durán, Guayaquil. Aeropuerto en Guayaquil. Algunas vías sin asfaltar. Extensiones agrícolas. Escasa arborización en las urbes.</p> <p>Los usuarios usan su celular para consultar redes sociales y blog de turismo para consultar información de los sitios de visita</p> <p>Los turistas y visitantes usan dispositivos móviles, bolsos, audífonos, trípodes.</p> <p>Turistas, prestadores de servicios turísticos, comunidad receptora</p>	<p>4 Findings Gains new insights</p> <p>Las personas que visitan los distintos cantones de Guayas van en familia y generalmente lo hacen feriados o fechas festivas. Utilizan sus teléfonos móviles para tomar fotos o buscar los lugares que desean visitar. Algunos prefieren ir en auto propio o también parten desde las terminales de buses.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

THE DESIGN THINKING TOOLBOX BASIC TEMPLATE WWW.DT-TOOLBOOK.COM/SHOP

Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 4. User persona

PERSONA/USER PROFILES

Project: Team: Version & Date: Quick Guide: The description of a typical person who is a potential user/customer of a solution helps to maintain a consistent understanding of a target audience. The persona is named and described as precisely as possible. More tips & tricks for this template on book page: 97

Name of persona
Determine name, sex and age. Add more attributes.

Description of the persona
Describe the fictitious character.

Influencer
Who are the influencers?

Trends
What are the driving forces and trends (in future)?

Moodboard/sketch
Do a moodboard or draw a sketch that visualises the user/customer.

Use cases/application scenario
Describe all use cases in the context of the problem.

Jobs to be done
Which tasks are supported by the product?

Problems/pains
What are the difficulties, problems, frustrations, pains?

Gains
What makes the user happy?

Solange Franco García

Guayaquileña de 38 años que le gusta salir los fines de semana en familia a visitar lugares cercanos en Guayas para comer o conocer.

Vio en redes sociales que promocionaban una app para poder llegar a los lugares turísticos que muestra la prefectura y así obtener descuentos o beneficios en productos o servicios.

La tendencia es que va en Instagram que la Prefectura promociona el turismo en Guayas.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

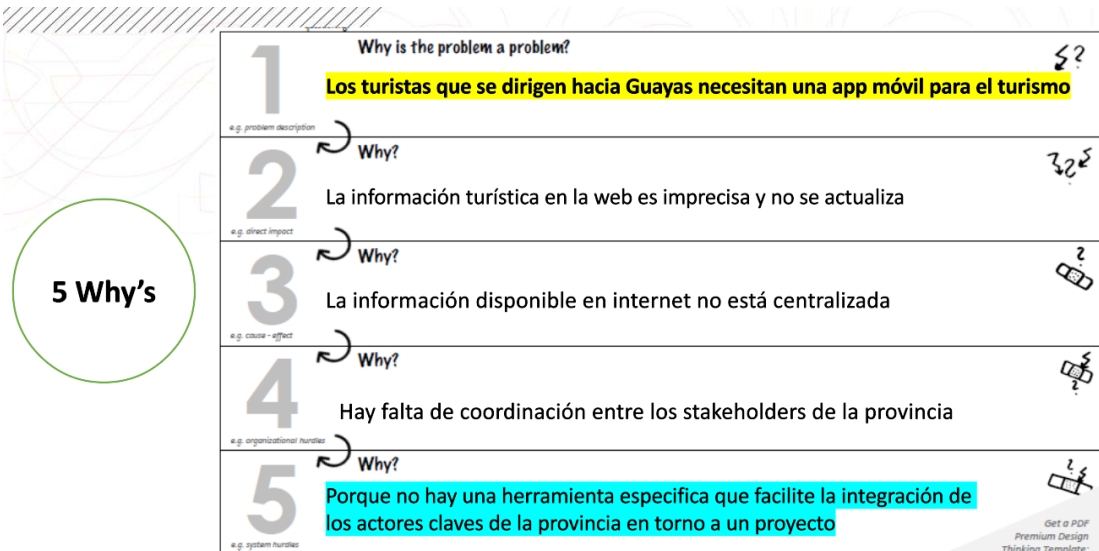
99

100

THE DESIGN THINKING TOOLBOX BASIC TEMPLATE WWW.DT-TOOLBOOK.COM/SHOP

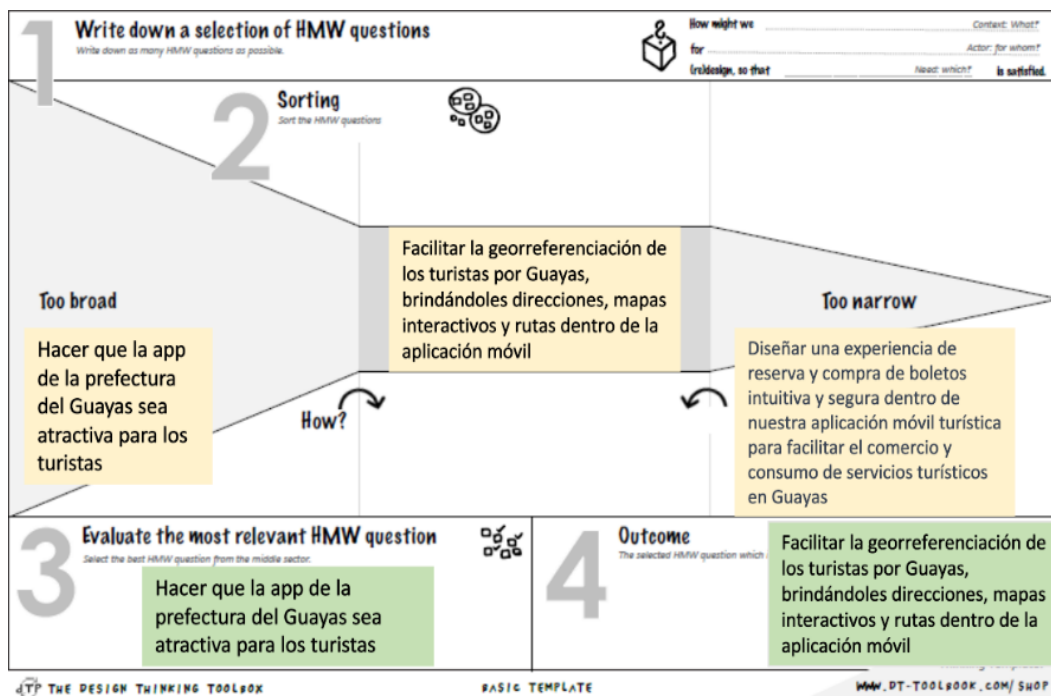
Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 5. 5 WHYS?



Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 6. How might we?



Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 7. Storytelling

Project:
Team:
Version & Date:

STORYTELLING

Lewrick / Link / Leifer
The Design Thinking Toolbox
978-1-119-62919-1

Brief instructions: For the use of storytelling in the communication of insights, e.g. from the phase of understanding and observing, four steps can be taken. First the users are described, the quotations are written down and then interpreted and conclusions drawn from them.

More tips & tricks for this template on book page: 129

1 User <i>Describe the person</i>	2 Quotes <i>Add important quotes to the person.</i>	3 Meaning <i>Interpret the statements</i>	4 Conclusion <i>What's the conclusion?</i>
<p>Stefanie, 34 años, Daule</p> <p>Storytelling de mi visita fallida a Bella Isla e Inés Maria El domingo 18 de junio salí temprano en la mañana desde el terminal terrestre de Guayaquil hacia Simón Bolívar. Antes de viajar busqué información sobre los atractivos turísticos de Simón Bolívar, que queda cerca de Milagro y que fue el lugar donde vivió por un tiempo mi abuelito. Las páginas que consulté fueron ViajandoX, GoRaymi e Instagram, además de preguntar a mi abuelita, mis tías que viven en Milagro sobre Simón Bolívar. Identifiqué que la Playita Inés Maria y la Finca Bella Isla eran los atractivos de allá, y fui. Tomé una ruta en el terminal, El Señor de los Milagros, pregunté si avanzaba a Simón y me dijeron que sí. El viaje duró 2 horas, \$3 por persona, y como viaje con un acompañante se hicieron \$6. Era pasando Milagro y Mariscal Sucre. Eran aproximadamente las 12.30pm cuando decidí acudir a un comedor atrás del Damiro, que queda al frente del Municipio. Todo bien, fuimos a pie con mi acompañante. Cuando regreso al centro, donde están las letras turísticas, allí a la vuelta donde almorzamos, nos dispusimos a viajar a Inés Maria y Agua Bella, pero para mi sorpresa algunos moradores me decían que estaba lejos y que solo se llegaba en mototaxi. Al preguntar a los conductores de motos, no me querían llevar porque "eso por allá está feo", debido a la delincuencia, y también porque la vía de acceso tenía unos baches. Encontré un mototaxista que me dijo que nos llevaba a mi y mi acompañante por una tarifa de \$25, ida y vuelta, pero solo pasar por ahí, no quedarse. Si no, me cobran \$7 por persona. En mi bolsillo solo tenía \$35 y temía quedarme sin nada para regresar a Guayaquil. Yo pensaba que a los dos sitios donde iban estaban cerca de donde me dejaba el bus provincial, pero nada que ver, a parte no había señalética por allí que indique la distancia hacia Inés Maria desde el centro. Y en TikTok sí recuerdo que vi un video de una cuenta donde hacían el paseo del centro a la Finca en motos, pero como eran motos pensé que eran un grupo de amigos que tenían motos propias, luego me di cuenta de que ellos pidieron el flete y pagaron para viajar hasta allá. Incluso un conductor me dijo que el viaje duraba unos 40 minutos en moto. Fue una mala experiencia, la información que consulté no me ayudó del todo.</p>	<p>“</p>	<p>Los principales atractivos turísticos en Simón Bolívar están lejos del centro de la ciudad, no son sitios recomendados por la comunidad debido a la inseguridad y llegar hasta allí es complicado sino se cuenta con vehículo particular.</p>	<p>La información en internet y redes sociales no sugiere recomendaciones para viajar seguros hacia los atractivos turísticos en Simón Bolívar.</p>

Get a PDF
Premium Design
Thinking Template:
www.dt-toolbook.com/shop

Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 8. Trend Analysis

2 Visualize the trends
Work out a kind of subway map of trends.

Colombia
Tecnología: Teléfonos inteligentes Android y One Plus, Seguridad informática, guardar contraseñas en Chrome
Viaje: permisos de viaje para niños, viáticos, entretenimiento
Sostenibilidad: Objetivos y Economía circular

Center

España
Tecnología: Google Pixel, One Plus de Android, IA, Reloj inteligente, Robot que funciona con Android, Capas de Google Maps
App: Fifa, descuento Nike, Omegle
Viaje: Bono de viaje, París, Mochila de viaje en Amazon, Japón, Tailandia

EEUU
Tecnología: RA, Apple watch, videojuegos, Google Pixel
Viaje: Egipto, Jordania, cruceros desde miami, viajes a medio oriente, mochila
APP: Chatgpt, Wonder Arte IA, YouTube, Mpis snow parking, wizz app, Free flight tracker

Perú
Tecnología: Inteligencia artificial, Voicebox, llamadas de Whatsapp de desconocidos, música en las notas de Instagram.
APP: YouTube, film app, Tu ruta app, Omegle, Indrive
Viaje: mochila de viaje, compañero de viaje, agencia Flores, Minisou
Sostenibilidad: ambiental, social, desarrollo sostenible

Ecuador
Tecnología: IA
Viaje: Buen viaje, elaborar un programa
App: Ecuabet app, Google flights app
Sostenibilidad: ambiental y desarrollo

2

Megatrends
Create a collection of relevant megatrends

YouTube, Apps de vuelo, IA, sostenibilidad, viajes a países de Medio oriente y Europa, compra de mochilas para viaje.

5

Affinity chart
Create an affinity chart with the brand themes.

Tecnología:

- RA
- IA
- Videojuegos
- Apple watch
- Google pixel
- Teléfonos inteligentes
- Seguridad informática

Sostenibilidad

- Ambiental
- Social
- Desarrollo sostenible
- Economía circular
- Objetivos

App

- YouTube
- Film app
- Chatgpt
- Wonder arte IA
- Free flight tracker
- Descuentos en marcas de ropa
- Apps de citas
- Apps de movilidad

4 Attributes and trend topics
Search for correlations and overlaps

En países como España y EEUU buscan destinos como viaje, mientras que en países de América Latina, accesorios para los viajes.

Get a PDF
Premium Design
Thinking Template:
www.dt-toolbook.com/shop

Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 9. Peers-observing-peers

1	Location Where did it take place? Duration When and how long did it take place? Persons Who and which function/task was observed?	Description of the situation What is the context of observation? Corroborar la información brindada de los atractivos por parte de la prefectura del Guayas	
2	Observations Describe exactly what happens. De los lugares visitados hasta el momento que son Guayaquil, Samborondón, Salitre, Daule, Nobol, Balao, Naranjal, Milagro y Simón Bolívar, la mayoría dependen de sus balnearios que son formados por ríos. Además, cuentan con complejos recreativos o haciendas. Todos ofrecen su gastronomía típica y definida. La mayoría de las vías de primer orden se encuentran en buen estado, sin embargo, hay ciertos lugares que son de difícil acceso. En Milagro y Simón Bolívar, mencionan los moradores el tema de la inseguridad. También, se observó un conflicto de territorio en Las siete cascadas por invasión de territorio y de ciertas personas en colaborar.	Comments and interpretation Interpret the behaviors. Cantones que tienen balnearios o fuentes donde pueden bañarse los turistas: Salitre, Naranjal, Samborondón, Daule, Nobol y Balao. Gastronomía: Cangrejos: Balao y Naranjal Bollos de pescados de agua dulce: Salitre Secos: En todos los cantones Encebollado: Guayaquil	
3	Comments of the team Amend the surveillances of other observers and discuss the differences. La prefectura en una reunión mencionó que hay ríos que tienen altos niveles de coliformes fecales que no podrían ser recomendados para los turistas. El territorio en conflicto sigue en términos legales por esa razón, no están recomendando visitar ese atractivo.	4 Inseguridad: Simón Bolívar y Milagro Vías de segundo orden en mal estado: Milagro, Naranjal y Balao	4
5	Findings Derive conclusions and insights. What observation surprised? What can be learned from this? Los cantones de la provincia del Guayas se caracterizan por su agricultura. A lo largo de la carretera se puede apreciar diversos cultivos como el cacao, banana, plátano, arroz y frutales. Cuentan con bastantes fuentes hídricas como ríos y esteros, de las cuales se obtienen pescados y mariscos para la elaboración de los platos típicos.	4 Get a PDF Premium Design Thinking Template: www.DT-TOOLBOOK.COM/SHOP	

Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 10. Encuesta a usuarios

¿En qué ciudad vive?

Rango de edad (recomendación para la recolección de datos estadísticos de la OMT)

10 – 19 años (adolescentes)

20 – 30

31 – 40

41 - en adelante

Género

Femenino

Masculino

Prefiero no decirlo

¿Ha visitado otros cantones en Guayas los últimos dos años?

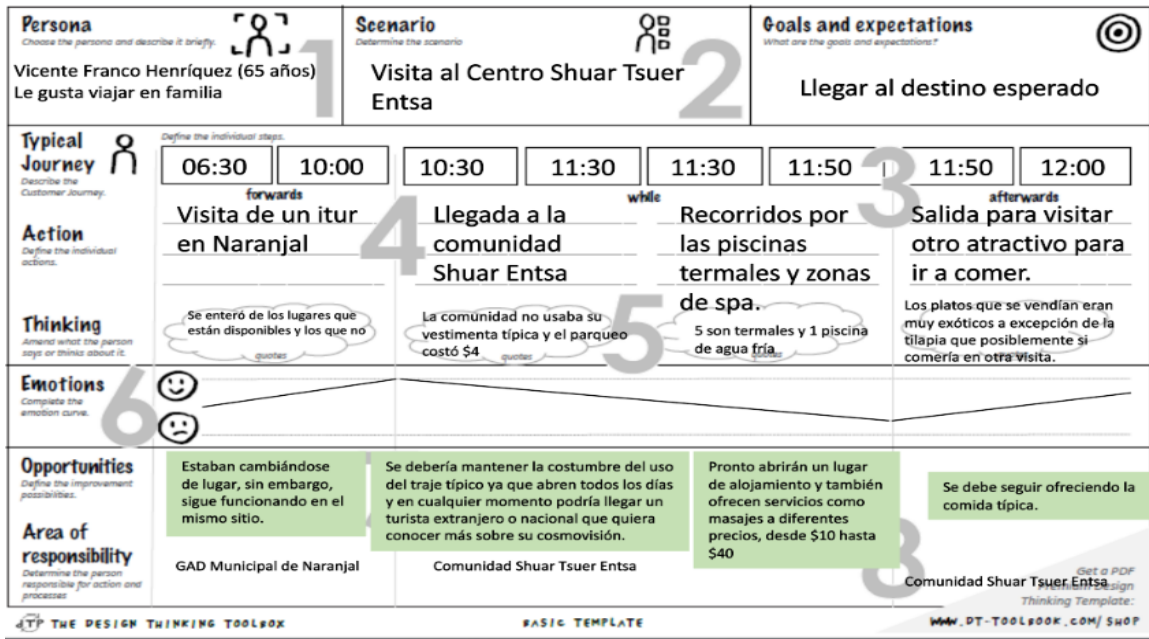
Sí

No

Cuestionario de preguntas para formulación de encuestas, enlace directo: [Encuesta a turistas nacionales.docx](#)

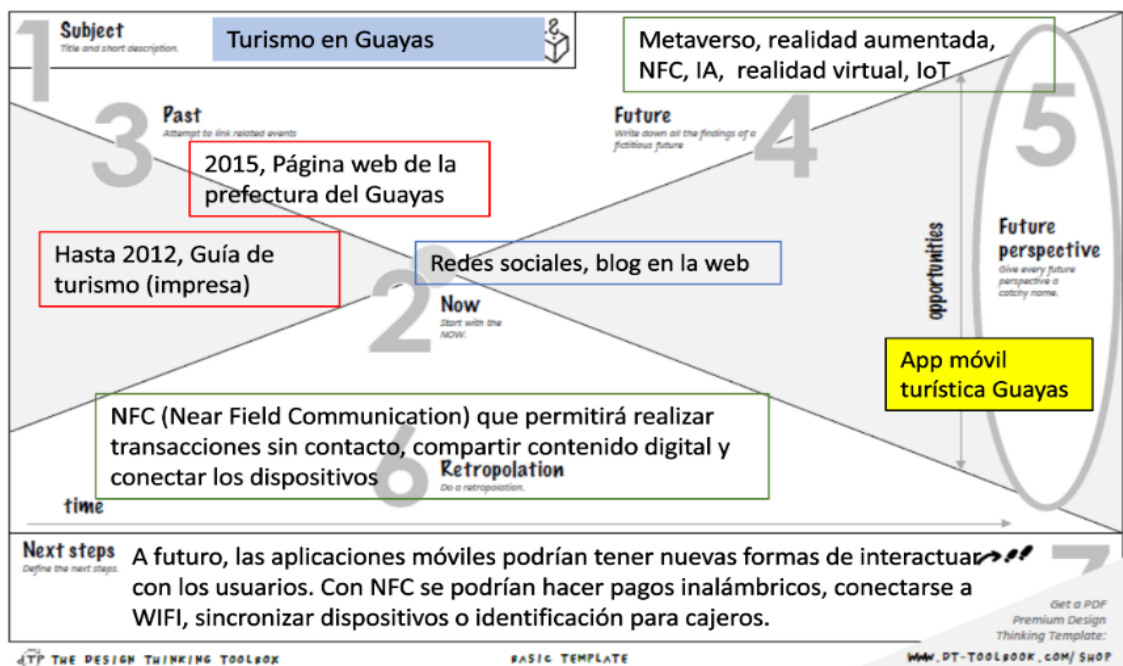
Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 11. Customer Journey Map



Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 12. Vision Cone



Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 13. A/B Testing

A/B TESTING

Project: _____
 Team: _____
 Version & Date: _____

Quick guide: The A/B test can be used as a stand-alone test or as an extension of a test from a prototype. The A/B test is a simple way to test two variants of a prototype in parallel, for example. The test of the prototype usually answers a question with different characteristics.

More tips & tricks for this template on book page: 233

THE DESIGN THINKING TOOLBOX

Lowrick / Lik / Lifer
 The Design Thinking Toolkit
 978-1-119-62919-1

Learning objectives What are the learning goals? <h1>1</h1>	Customer segments Which test groups are used for testing? <h1>2</h1>
How should it be tested? What does the prototype or experiment look like? <h1>3</h1>	
Test results Evaluation of test results <h1>4</h1>	Findings Which variant suits best the preferences of the customer segment? <h1>5</h1>

Get a PDF
 Premium Design
 Thinking Template:
www.DT-TOOLBOOK.COM/SHOP

THE DESIGN THINKING TOOLBOX BASIC TEMPLATE

Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 14. I like, I wish, I wonder

I like, I wish, I wonder

Project: _____
 Team: _____
 Version & Date: _____

Quick Guide: We need feedback on the entire Design Thinking process. It serves to improve prototypes, stories and business models. The tool "I like, I wish, I wonder" is particularly suitable for sensitive projects.

More tips & tricks for this template on book page: 239

THE DESIGN THINKING TOOLBOX

Lowrick / Lik / Lifer
 The Design Thinking Toolkit
 978-1-119-62919-1

PROTOTYPE / TEAM	1 I LIKE ... I like... What was good?	GET FEEDBACK 2 I WISH ... I wish... What could be improved?	3 I WONDER ... I wonder... What else could be done?	FURTHER IDEAS 4 WHAT IF ... What if... What other possibilities are there?
Team / prototype Team name or prototype? AA/BB/CC				
Team / prototype Team name or prototype? AA/BB/CC				
Team / prototype Team name or prototype? AA/BB/CC				

Get a PDF
 Premium Design
 Thinking Template:
www.DT-TOOLBOOK.COM/SHOP

THE DESIGN THINKING TOOLBOX BASIC TEMPLATE

Fuente: Elaboración propia (2023)

Anexo 15. Cantón Naranjal



Reserva Ecológica Manglares Churute, en Naranjal



Comunidad Shuar-Entsa, Naranjal



Sopa de Cangrejo, Naranjal



Complejo Turístico "El Refugio", Salitre



Tradiciones: Talabartería don Viterbo, en Salitre.



Cazuela de mariscos en Plaza gastronómica "La Bocana", Salitre

Anexo 17. Cantón Bucay



Hacienda La Danesa, Bucay



Comunidad shuar, Bucay



Fritada, Bucay

Anexo. 18 Cantón Guayaquil



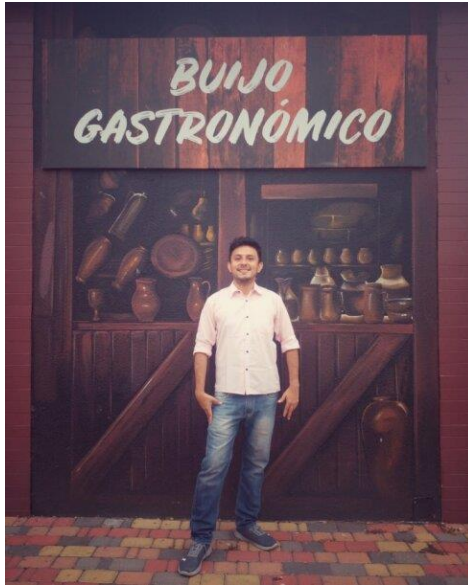
Calle Numa Pompilio Llona, Barrio Las Peñas, Guayaquil



Guatita, “El Rincón del café”, Guayaquil



“La Perla”, Malecón 2000, Guayaquil



Buijo Histórico, Samborondón



Parque Histórico, Samborondón

Anexo.20 Cantón El Empalme



Buscando un Bamsusario según recomendación de ViajandoX, en Daule Peripa, El Empalme



Caldo de gallina criolla, El Empalme

Anexo 21. Yaguachi



Bandejas de madera y asadero de piedra volcánica, Yaguachi



Cone, Yaguachi



Bolón mixto de cuero de chancho, Yaguachi

Anexo 22 Cantón Playas



Playa de Engabao, Villamil Playas

ANEXO 23

Figura 26 - Resumen de los lugares visitados y recomendados

Cantones	Atractivos o lugares	Actividades
Balao	Complejo JD Balao	Eventos
Balzar	Catedral Católica San Jacinto de Balzar	Turismo religioso
Bucay	Comunidad Shuar de Bucay, cascadas Armadillo, El Deseo, El Recuerdo, Piedra Blanca y el Mirador de la Virgen	Turismo de naturaleza y aventura
Colimes	Florecimiento de Guayacanes en haciendas durante la temporada	Turismo de naturaleza
Durán	Isla Santay	Turismo náutico y de ecoturismo
Daule	Malecón del cantón Daule	Visita al monumento del arroz
El Empalme	N/A	N/A
Guayaquil	Escultura cinética como pez en el agua, monigotes gigantes, Malecón del Salado, Malecón Simón Bolívar, Paseo de los escritores, Barrio las Peñas, Plaza de la música, Vitral la Historia de Guayas y Quil, Puerto Santa Ana, Cerro Blanco, Parque Lago	Turismo cultural, acuáticos, parques temáticos, restaurantes, museos, esculturas, arquitectura, Turismo de naturaleza

Isidro Ayora	Puesto de confección y venta de hamacas, tortillas de maíz horneadas en leña, palanquetas de maíz(humitas)	Gastronómico
Jujan	Rey Park, fritada	Parque temático, Gastronómico
Lomas de Sargentillo	N/A	N/A
Marcelino Maridueña	Museo de Marcelino Maridueña	
Milagro	Ruta de Viveros	
Naranjal	Centro shuar Tsuer Entsa, Comuna San Miguel de aguas termales	
Naranjito		
Nobol	Garza Roja Parque Cultural, Maduro con cuajada, Santuario Narcisa de Jesús	Gastronómico, Cultural
Palestina		
Pedro Carbo	Sombreros de paja Mocora y artesanías de madera	Cultural
Playas	Playa El Delfín, manglar de Data Villamil, Iglesias de Puerto El Morro, Malecón de Playas, Playa Varadero, Puerto Engabao, Plaza Gastronómica San Alejo y Área de Recreación Playas de Villamil.	Turismo Gastronómico, Sol y Playa y de naturaleza.
Salitre	Plaza gastronómica de Salitre	Gastronómico
Samborondón	Buijo Histórico, Parque histórico	Turismo Cultural, Turismo de Naturaleza, Ecoturismo
Simón Bolívar	N/A	N/A
Yaguaci	Obelisco Batalla de Cone, Gruta de la Virgen María, Basílica Catedral Católica San Jacinto de Yaguachi	Turismo Cultural

ANEXO 24

Figura 27 - Aplicaciones turísticas más descargadas sobre turismo en Ecuador

Aplicaciones turísticas más descargadas sobre turismo en Ecuador					
	Características	Lugares turísticos	Ubica Ecuador	Visit Cuenca	Toyota go
Interfaz	Deslizamiento	Vertical	Vertical	Vertical	Vertical
	Cantidad de iconos	26	10	5	6
	Colores de fondo	Blanco	Blanco	Blanco	Negro
	Colores de la app	azul y amarillo oscuro	rojo coral	rojo	rojo oscuro

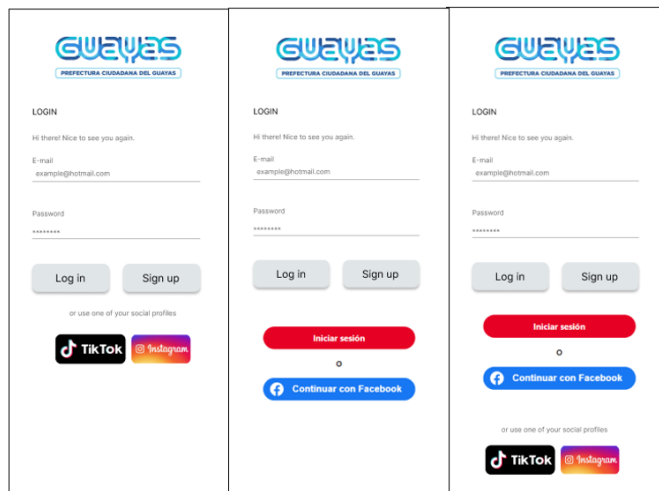
	Letras en las imágenes	Debajo	Sobre	Sobre	Sobre
	Experiencias interactivas	N/A	Realidad virtual	Realidad aumentada	N/A
	Barra de menú lateral	Sí	Sí	No	Sí
	Imágenes	Excelente calidad	Excelente calidad	Excelente calidad	Excelente calidad
Geolocalización	Mapa	Google maps	Open Street Map	Mapbox	Google maps
Integraciones	Acceso a redes sociales de la app	No	Facebook, Instagram, Twitter y Pinterest	No	Facebook, Youtube e Instagram
	Iniciar sesión directo	Gmail	No	No	Facebook y Gmail
Personalización	idioma	Español	Español	Inglés y español	Español
	Inicio	Destinos/ tours y principales ciudades	Servicios de la planta turística	Servicios de la planta turística	destinos turísticos
	Presentación del inicio	Imágenes	Iconos	Imágenes	Imágenes

Nota: Elaboración de los autores

ANEXO 25

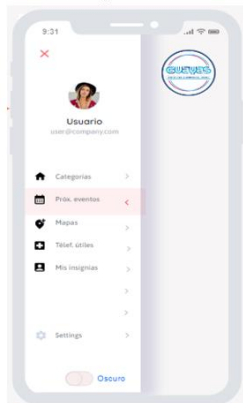
Preguntas del focus group

1. ¿Por cuál de los siguientes medios prefería iniciar sesión en la app “Visita Guayas”? Por favor, escoja una opción:



- 2.-¿Cómo usted preferiría ver las opciones de la aplicación “Visita Guayas”? Por favor, escoja una opción:

De manera que se de click en el menú



Todo horizontal y vertical (de izquierda a derecha y viceversa)



3.- ¿Qué tipo de color de fondo prefiere?



4.- ¿Qué tipo de experiencias interactivas le gustaría que tenga la app? Por favor, escoja una opción:



Realidad virtual
(ver lugares desde el celular)



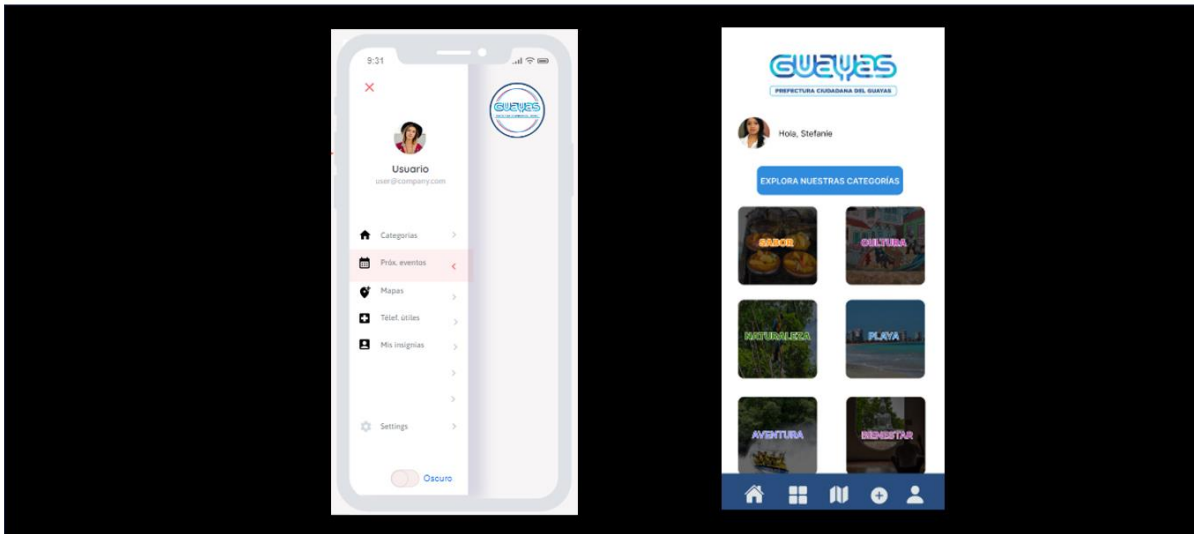
Realidad aumentada



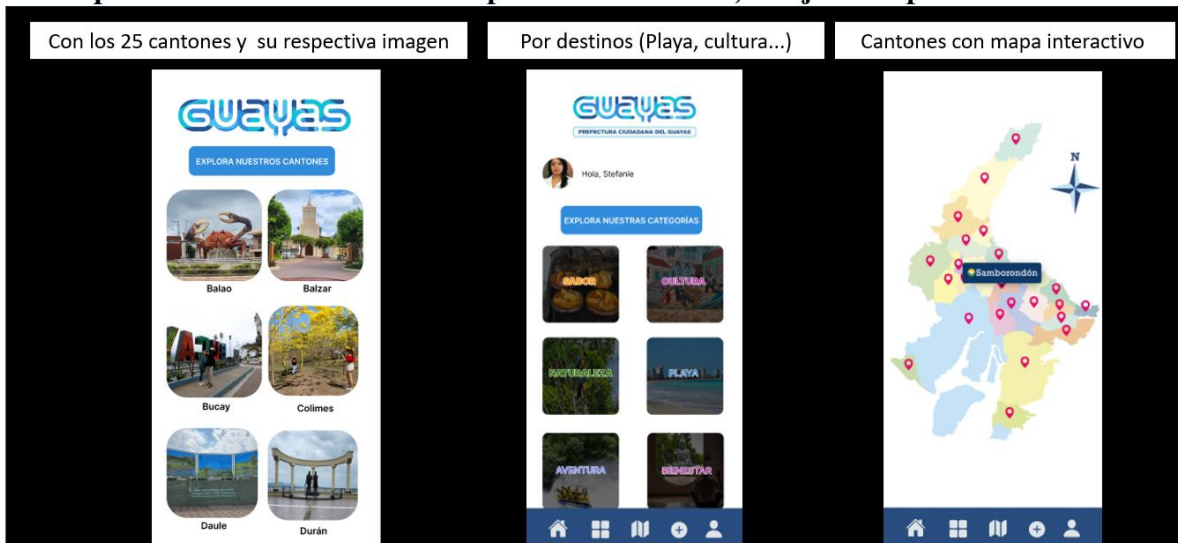
3D (Imágenes tridimensionales)



5.-¿Prefiere dar “click” en los iconos o tener un menú con opciones para ver la información? Por favor, escoja una opción:

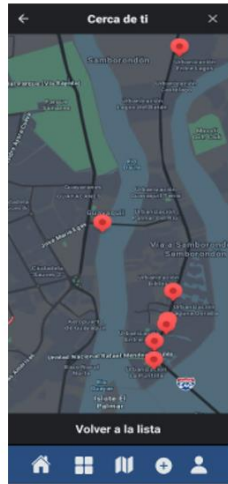


6.- A continuación, le voy a mostrar 3 imágenes y me va a indicar ¿Cómo desea que se vea menú de inicio en la pantalla? Por favor, escoja una opción:



7.-¿Cuál es el tipo de aplicación de mapas que les gustaría que se enlace? Por favor, escoja una opción:

Waze



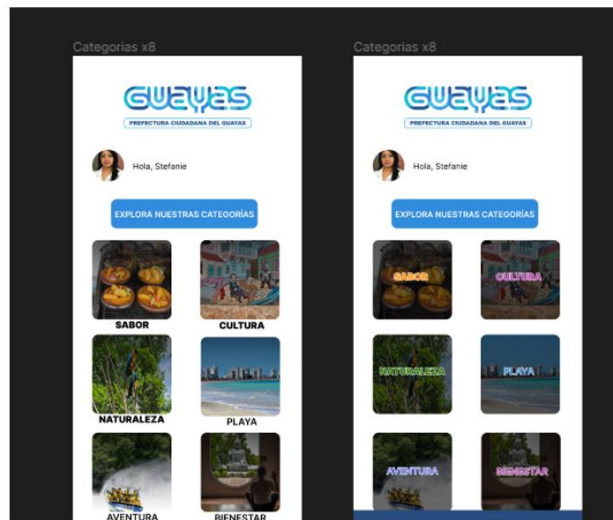
Google maps



Street map- Mapa de calle



8. Tipografía en títulos de categorías



ANEXO 26

Preguntas del cuestionario:



Formulario – Encuesta del visitante

Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL

Objetivo. - La Dirección Provincial de Turismo de la Prefectura del Guayas y el grupo consultor de estudiantes de la Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL) de la carrera de turismo conformado por Andrea Castro y Richard Castro desean conocer información del perfil de usuario, las funcionalidades, promoción y características requeridas para la creación de un aplicativo móvil de turismo dirigido a los visitantes nacionales y extranjeros.

Confidencialidad. - Los datos recolectados en la encuesta son de carácter anónimo. La participación es voluntaria y toma 10 - 15 minutos aproximadamente.

Perfil participante. - Debe cumplir las 2 condiciones:

- Interesado en descargar una app móvil de turismo.
- Interesado en visitar los cantones de la provincia del Guayas.

Sección A. Funcionalidades

A continuación, le voy a mostrar una serie de imágenes del prototipo y usted me va a indicar cuál es de su agrado respondiendo las siguientes preguntas:

1.- **Movimiento:** ¿Preferiría que los íconos se encuentren dentro de un menú lateral o en la parte inferior para navegar en la aplicación? Por favor, escoja una opción:

- a. Íconos dentro del menú lateral
- b. Íconos en la parte inferior

2. **Movimiento horizontal de los íconos:** ¿Cómo usted preferiría navegar con estos íconos externos (categoría, calendario, mapa, subir contenido y perfil) en la aplicación "Visita Guayas"? Por favor, escoja una opción:

- a. haciendo un deslizamiento horizontal con el dedo para ir al ícono que está a lado.
- b. Moverse dando toque con el dedo en cada ícono
- c. Dando un toque con el dedo en un menú lateral para ir a cada ícono

3.- ¿Cómo desea que se vea menú de inicio en la pantalla? Por favor, escoja una opción:

- a. Con los cantones y su respectiva imagen
- b. Por actividades turísticas (playa, cultura, gastronomía)
- c. Por mapa interactivo con los cantones

4.- ¿Qué tipo de experiencias interactivas le gustaría que tenga la app? Por favor, escoja una opción:

- a. Realidad virtual
- b. Realidad aumentada
- c. Animaciones en efecto 3D
- d. Ninguna

5. A continuación, se presentan 2 imágenes correspondientes a la forma de presentar los títulos en las secciones de una app móvil turística. ¿Cuál diseño es más llamativo para usted respecto a los títulos? Por favor, escoja una opción:

- a- Títulos debajo de la imagen
- b- Títulos sobre la imagen
- c- Ambos se ven bien
- d- Ninguno me gusta

Sección B. Características complementarias de la aplicación móvil

6.- ¿Qué tan informado se encuentra sobre los lugares o actividades turísticas (eventos, fiestas cantonales) de Guayas? En la escala del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

- a. 5 - Totalmente informado
- b. 4 - Informado

- c. 3 - Ni mucho ni poco
- d. 2 - Poco informado
- e. 1 - Nada informado

7.- De las siguientes características relacionadas con los sitios de visita ¿Cuáles considera las más importantes para mostrarse en la app "Visita Guayas"? Por favor, escoja hasta 2 opciones que considere las más importantes:

- a. Clima
- b. Consultar operaciones de turismo, agencia, alojamiento, tores de guía, restaurantes y transportación turística
- c. Facilidades cercanas (Hospitales, cajeros, Estación de policía, etc.)
- d. Selección otros idiomas
- e. Consejos de viajes
- f. Audioguías
- g. Crear un itinerario de viaje
- h. Notificaciones y recordatorios enlazado a un calendario
- i. Redirigir a otras páginas (canales oficiales de los GADs locales)
- j. Otros: _____ (especificar)

8.- ¿Preferiría que en caso de consultas a los prestadores de servicios (operadores turísticos, etc) que se dan dentro de la aplicación sean por medio de? Por favor, escoja una opción:

- a. WhatsApp (Que se pueda redirigir al número de WhatsApp directo de prestadores de servicios turísticos (operadores, agencias, hoteles, restaurantes)
- b. Que exista un asistente virtual o chatbot chat interactivo
- c. Un personaje Bot que le ayude con las indicaciones
- d. Correo electrónico

9.- ¿Qué tipos de incentivos considera que se debería recibir por fidelización hacia la app? Puede seleccionar hasta 3 opciones que considere más importantes:

- a. Consumo en un establecimiento de comida
- b. Tour de recorrido fluvial
- c. Entrada a un parque o complejo temático
- d. Hospedaje para dos personas por una noche
- e. Recorrido con intérprete o guía especializado en Patrimonio turístico.
- f. Complementarios (artesanías)
- g. Descuentos en servicios turísticos
- h. Sorteos en servicios turísticos
- i. Otros (especificar)

10.- ¿Cuál debería ser la forma de obtener una insignia en la app móvil "Visita Guayas"? Por favor, escoja una opción:

- a. Por lugares visitados
- b. Por compartir contenido
- c. Por recomendar aplicación
- d. Por tiempo de uso en la app

Elaborado por:
Andrea Belén Castro García: andrea@espol.edu.ec
Richard Alberto Castro Ballalares: richard@espol.edu.ec

Sección C - Promoción

11.- ¿Desde las siguientes informaciones para visitar algún cantón de la provincia del Guayas? Puede seleccionar más de una opción:

- a. Agencia de viajes y operadores de turismo
- b. Agencias de viajes en línea (Booking, Expedia, Airbnb...)
- c. Aplicaciones móviles de turismo
- d. Buscador de Internet (Google, Bing...)
- e. Canales de comunicación (radio, tv, prensa escrita)
- f. Canales especializados de turismo (Blog, revistas digitales o impresas...)
- g. Influencers
- h. Página web del destino
- i. Recomendaciones de amigos
- j. Recomendaciones de familiares
- k. Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik tok, Twitter...)
- l. Otros _____

*En caso de responder más sociales ir a la pregunta 18, sino respondan redes sociales ir a la pregunta 19.

12.- ¿Cuál considera usted la mejor red social para obtener informaciones turísticas? Puede seleccionar más de una opción:

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Tik Tok
- d. YouTube
- e. Twitter
- f. Otra (cuál) _____

13.- ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría que se promocione la aplicación móvil de "Visita Guayas"? Puede seleccionar 3 opciones que considere más importantes:

- a. Televisión
- b. Radio
- c. Vallas / publicidad exterior
- d. Redes sociales (Instagram, Facebook, Tik tok...)
- e. Volantes
- f. SMS
- g. Correo electrónico

14.- ¿Cómo preferiría que se visualicen los anuncios publicitarios en la aplicación?

- a. Parte inferior de la pantalla
- b. Toda la pantalla por lapsos de 5/10/15 segundos
- c. De ser posible, que se aparezca publicidad en la app

Sección D - Perfil del viajero

15.- Género

- a. Femenino
- b. Masculino
- c. Prefiero no contestar
- d. Otro _____

16.- ¿Qué edad tiene usted? _____

17.- Estado civil

- a. Casado
- b. Divorciado
- c. Soltero
- d. Unión libre
- e. Unión de hecho
- f. Viudo

18.- Nivel de instrucción

- a. Primaria
- b. Bachillerato
- c. Tercer nivel Técnico o tecnológico
- d. Tercer nivel Universidad
- e. Cuarto Nivel

19.- Nacionalidad

20.- ¿En qué ciudad vive? _____

21.- ¿Cuál sería la razón principal de sus visitas en la provincia del Guayas? Encija hasta 3 opciones:

- a. Vacaciones, recreación y ocio (asistencia a eventos culturales o deportivos, playas, etc...)
- b. Visitar familiares y amigos
- c. Turismo (visita otros provincias)
- d. Educación y formación (realización de cursos)
- e. Salud
- f. Religión/peregrinaciones
- g. Compras
- h. Voluntariado
- i. Negocios y motivos profesionales (vender servicios o productos, ser parte de congresos, conferencias etc...)

22.- ¿Cuáles serían las motivaciones internas que le impulsan a visitar Guayas? Por favor, encija hasta 3 opciones:

- a. Auto-desarrollo (independencia, conocerse mejor, paz, adquirir nuevas perspectivas o aprendizajes)
- b. Relaciones interpersonales (construye y fortalece la relación con familiares y amigos, recordar vacaciones pasadas)
- c. Construcción de relaciones personales (conocer gente nueva, diferentes culturas)
- d. Escapar del estrés diario o rutina
- e. Apreciación de la naturaleza
- f. Divertirse y crear buenos recuerdos

23.- ¿Cuáles fueron los cantones que visitó en los últimos cinco años? Puede seleccionar más de una opción.

(Si vive en Guayas, no seleccione la letra correspondiente a su ciudad o cantón)

- a. No he visitado ningún cantón de la provincia de Guayas
- b. He visitado todos los cantones de la provincia de Guayas
- c. Balao
- d. Bazar
- e. Bucay
- f. Colimes
- g. Donsa
- h. Durán
- i. El Empalme
- j. El Triunfo
- k. Ciudad de Orosquieta
- l. Orosquieta rural (El Merro, Ponerja, Ido Pinar...)
- m. Indio Ayora
- n. Jipijapa
- o. Lomas de Saraguro
- p. Marcelino Meriñán
- q. Milagro
- r. Naranjal
- a. Naranjal
- t. Nohel
- u. Palmarina
- v. Pedro Carbo
- w. Playas
- x. Salinas
- y. Samborombón
- z. Santa Lucía
- aa. Simón Bolívar
- bb. Yaguachi

24.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en una futura visita en cualquier cantón de la provincia del Guayas? Puede seleccionar hasta 3 opciones:

- a. Comer platos típicos o degustar la gastronomía
- b. Visitar lugares culturales y patrimoniales (Museos, monumentos, arquitectura, religión)
- c. Visitar piscinas termales o complejos turísticos
- d. Ir a ciudades (malecones, parques, recorridos en las zonas céntricas y alrededores en las ciudades)
- e. Ir a ferias, convenciones, congresos y eventos
- f. Sol y playa
- g. Naturaleza y aventura (avistamiento, senderismo, flora y fauna entre otros...)

Elaborado por:
Andrés Belán Castro García: andresbc@espol.edu.ec

- h. Turismo rural (agroturismo, recorridos fluviales, haciendas)
- i. Otras: _____
25. ¿Cada cuánto tiempo visita los cantones dentro de la Provincia del Guayas por motivos de turismo? Por favor, escija una opción:
- 1 vez al año
 - 2 a 3 veces al año
 - 4 veces o más al año
 - No ha visitado otros cantones dentro de la provincia del Guayas aparte de Guayaquil en los últimos cinco años
- ¿Razones por las que no ha visitado en los últimos cinco años? (Pregunta libre) _____
26. ¿Cuándo usted visita otros cantones, ¿cuánto tiempo en promedio hace actividades turísticas? Por favor, escija una opción:
- Visitó solo por 1 día sin dormir
 - Durante 1 a 2 noches
 - 3 a 4 noches
 - Más de 4 noches
27. ¿Desde se hospedó? Puede seleccionar más de una opción:
- Café
 - Compartimiento turístico
 - Casa de huéspedes
 - Casa de un familiar
 - Casa de amigos
 - Hacienda turística
 - Hotel
 - Hostal
 - Hostería
 - Aplicaciones de Alquiler de casas (Airbnb, Vrbo)
 - Otras: _____
28. ¿Cuáles han sido sus medios de transporte durante sus visitas? Puede seleccionar más de una opción:
- Aplicaciones de transporte (Uber, Indriver, Didi)
 - Autón
 - Bicicleta
 - Carpool
 - Moto
 - Servicios de transportes turísticos
 - Taxi amarillo
 - Taxis de servicios turísticos
 - Transporte público (Cooperativa, buses, metrovía, aerovía)
 - Vehículo propio
 - Vehículo alquilado
 - Vehículo de un amigo
 - Vehículo de un familiar
 - Otras (especificar): _____
29. ¿Qué tipo de establecimientos de alimentos visita? Puede seleccionar más de una opción:
- Bares
 - Cafeterías
 - Discotecas
 - Establecimientos móviles
 - Fleas de comidas (no se encuentran dentro de un centro comercial)
 - Restaurantes
 - Servicios de catering/ prestación externa de alimentos preparados en un evento
 - Otras: _____
30. ¿Con quién viaja al hacer turismo? Puede seleccionar más de una opción:
- Amigos
 - Compañeros de trabajo
 - Familia
 - Parja
 - Solo

ANEXO 27

Customer Journey Map

	ESCENARIO	OBJETIVOS:
Persona	Karen Noboa Estudiante Viaje por placer	El visitante descarga y utiliza una App diseñada por la Prefectura del Guayas y ESPOL antes, durante y después de su visita.
Typical Journey	El usuario adquiere una experiencia significativa al planear y hacer su viaje mediante la app, por ende, la usará con frecuencia y la recomendará a terceros	Compartir experiencia de viaje y retroalimentación de la app
Actions	Buscan información de atractivos turísticos Buscar información de restaurantes, alojamiento Consultar eventos próximos	Para georreferenciación, utilizar mapa en la app Consultar números de emergencia, si se requiere
Emotions	Valoración positiva	Valoración positiva

Valoración neutral

Opportunities	Búsqueda de atractivos por palabras Ver todos los restaurantes posibles	Usar más tipos de mapas y que la referenciación sea muy precisa	Que permitan también críticas constructivas en comentarios de reseñas de los atractivos e incrementen los incentivos
----------------------	----------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ANEXO 28

Desglose de gastos operaciones en salidas de campo para investigación cualitativa

Figura 28 - Desglose gastos operacionales visitas de campo

Fecha	Visita de Campo	Gasolina	Peaje	Servicio de transporte	Lunch	Internet
30/05/2023	Samborondón, Salitre, Nobol y Daule	20	4	20	12	0
15/06/2023	Naranjal y Balao	20	6	20	10	0
22/06/2023	Yaguachi, Samborondón, Daule y Durán	20	2	20	5	4
27/06/2023	Santa Lucía, Palestina, Colimes y Balzar	40	2	20	10	0
28/06/2023	El Empalme	20	1	20	15	0
02/07/2023	El Triunfo, Naranjito y Bucay	20	4	20	15	0
07/07/2023	Samborondón y Guayaquil	20	0	20	15	6
14/07/2023	Jujan, Marcelino M., Simón Bolívar y Milagro	20	4	20	10	0
21/07/2023	Isidro Ayora, Pedro Carbo y Lomas de Sargentillo	20	4	20	16,25	22
29/07/2023	Playas	20	4	20	7,5	0
	Total	220	31	200	115,75	32

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 29

Figura 29 - Costo de peaje por visitas para planificación turística

Visita de campo: Samborondón, Salitre, Daule y Nobol			
Fecha	Hora	Estación de peaje	Valor total
30/05/2023	7:30:00	Estación peaje Samborondón	1
30/05/2023	00:00:00	Estación peaje Daule	1
30/05/2023	00:00:00	Estación peaje Daule	1

30/05/2023	00:00:00	Estación peaje Samborondón	1
		Subtotal	4
Visita a Naranjal y Balao			
15/06/2023	7:41:00	Estación de peaje Boliche	1
15/06/2023	8:35:27	Estación de peaje Naranjal	1
15/06/2023	9:35:28	Agente de Retención	1
15/06/2023	13:45:55	Agente de Retención	1
15/06/2023	16:59:58	Estación de peaje Naranjal	1
15/06/2023	17:53:36	Estación Peaje Boliche	1
		Subtotal	6
Visita de campo Yaguachi, Samborondón, Daule y Durán			
22/06/2023	7:43:52	Estación peaje Yaguachi	1
22/06/2023	00:00:00	Estación peaje Yaguachi	1
		Subtotal	2
Visita de campo a Santa Lucía, Palestina, Colimes y Balzar			
27/06/2023	6:26:32	Estación de peaje Chivería	1
27/06/2023	14:18:16	Estación peaje Colimes	1
27/06/2023	17:05:50	Estación peaje Guayas Norte	1
		Subtotal	3
Visita de campo a El empalme			
28/06/2023	15:38:16	Estación de peaje Guayas Norte	1
28/06/2023	16:30:19	Estación de peaje Colimes	1
28/06/2023	17:25:23	Estación peaje Chivería	1
		Subtotal	3
Visita de campo a Bucay. El Triunfo y Naranjito			
02/07/2023	7:24:00	Estación de peaje Boliche	1
02/07/2023	8:21:44	Estación de Peaje Triunfo	1
02/07/2023	11:04:28	Estación de Peaje Naranjito	1
02/07/2023	14:28:03	Estación de Peaje Triunfo	1
		Subtotal	4
Visita de campo a Jujan, Simón Bolívar, Milagro y Marcelino Maridueña			
14/07/2023	8:49:29	Estación de peaje Yaguachi	1
14/07/2023	15:35:13	Estación de peaje Boliche	1
14/07/2023	00:00:00	Estación de peaje Boliche	1
14/07/2023	00:00:00	Estación de peaje Yaguachi	1
		Subtotal	4

Visita de campo a Isidro Ayora, Pedro Carbo y Lomas de Sargentillo			
21/07/2023	8:08:27	Estación de peaje Chivería	1
21/07/2023	8:50:54	Estación de peaje Cadena	1
21/07/2023	9:11:48	Estación de peaje Cadena	1
21/07/2023	14:14:44	Estación de peaje Chivería	1
		Subtotal	4
Visita de campo Playas			
29/07/2023	7:40:25	Corredor vial de la Costa Cviaico - Chongón	1
29/07/2023	8:22:55	Corredor vial de la Costa Cviaico - Playas	1
29/07/2023	00:00:00	Corredor vial de la Costa Cviaico - Playas	1
29/07/2023	00:00:00	Corredor vial de la Costa Cviaico - Chongón	1
		Subtotal	4
		Total	31

Nota: Elaboración de los autores

ANEXO 29

Desglose de gastos del diseño gráfico del prototipo de aplicación

Figura 30 - Presupuesto para el Diseño de la interfaz gráfica de la app móvil en Figma

Cantidad	Descripción	Días	Costo unitario	Costo total
Análisis/Levantamiento de datos				
1	Creación de Wireframes	1	25	25
Diseño/Boceto				
1	Desarrollo de apariencia	1	25	25
	Desarrollo de componentes visuales			
1	Desarrollo de experiencia del interfaz	2	25	50
Creación del prototipo				
1	Creación de front-end	3	25	75
Desarrollo y prueba				
1	Prueba UI/UX funciona de app	2	25	50
	Subtotal			225
	Gastos administrativos			15
	Imprevistos			22,5
	Utilidad			67,5
	TOTAL			\$330

Nota: proforma hecha por SN. estudiante de diseño gráfico en Espol.

ANEXO 30

Desglose de gastos para producir fotografías profesionales como insumos de la app

Figura 31 - Cotización de fotografías para la app móvil

Cantidad	Concepto	Detalle	Precio Unitario	Precio Final
1	Producción	Logística. Plan de trabajo Cronograma. 100 fotografías editadas de paisajes.	\$5,600	\$5,600
11	Postproducción	Beneficiarios locales y actividades claves	\$2,200	\$2,200
1		Entrega de un disco duro de al menos 1 TB que incluya el material	\$285	\$285
			Total	\$8,085

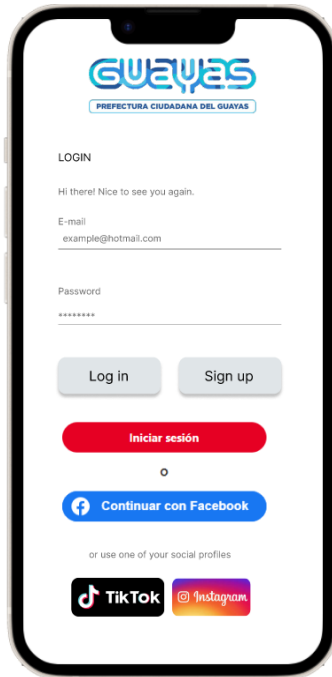
Nota: proforma realizada por Ángel Bayona, fotógrafo profesional de Ecuador.

ANEXO 31

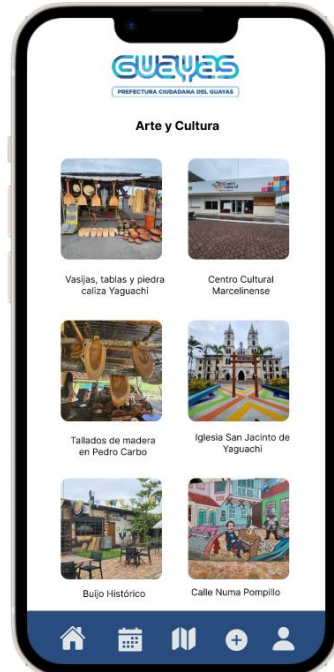
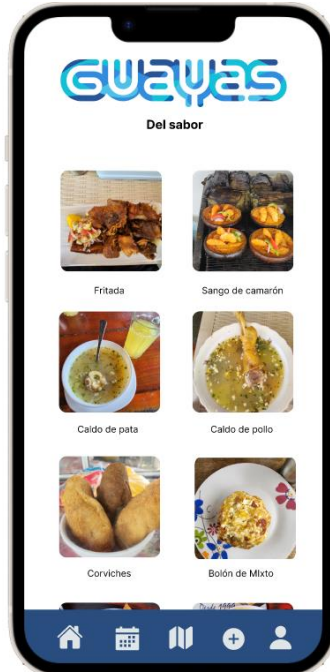
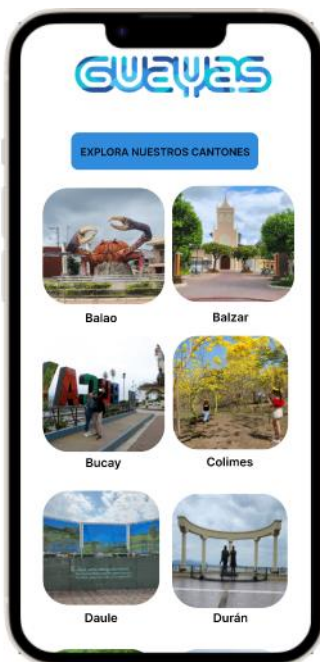
Prototipo de alta resolución:

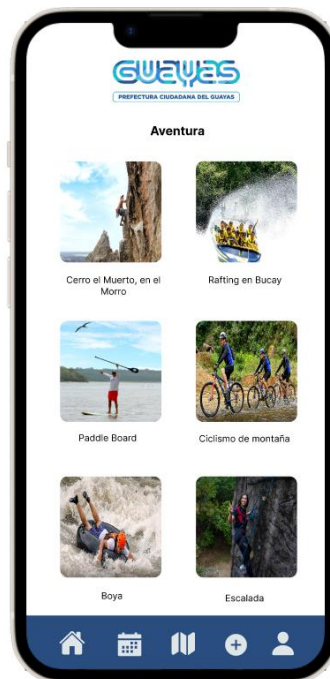
Al abrir la aplicación





Botón inicio de la app: Categorías de turismo



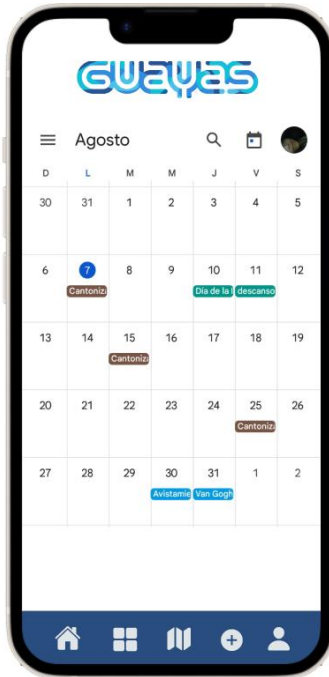


Al abrir una de las categorías de turismo:

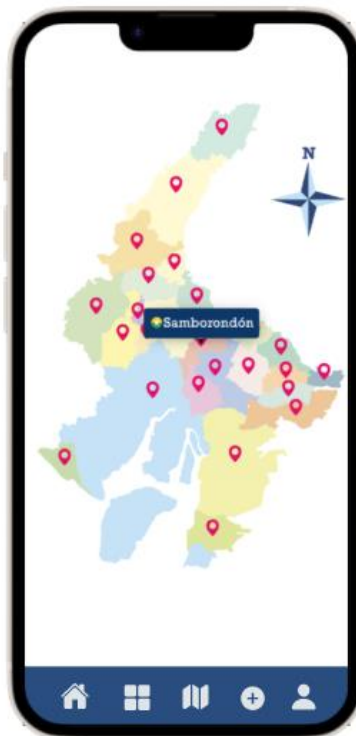


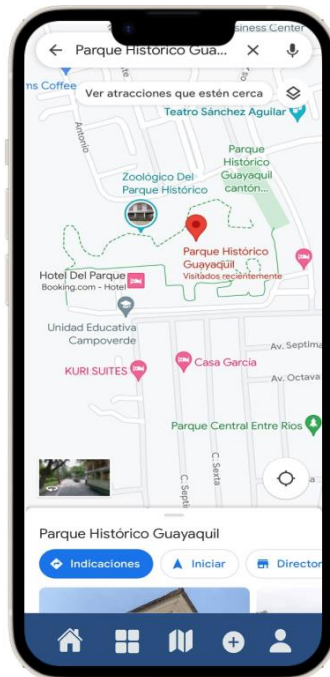
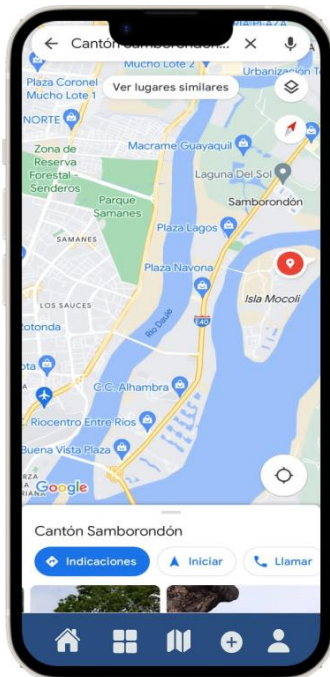
Botón de eventos





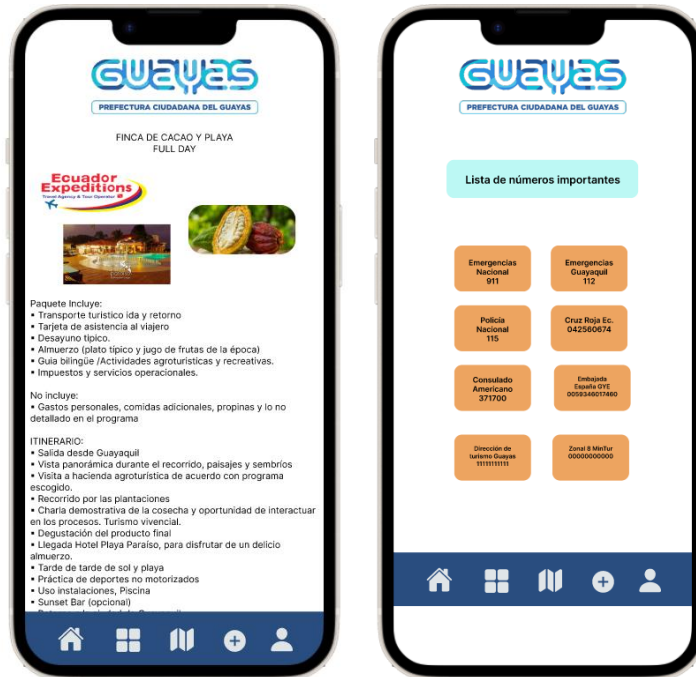
Botón de mapas





Botón de funciones adicionales



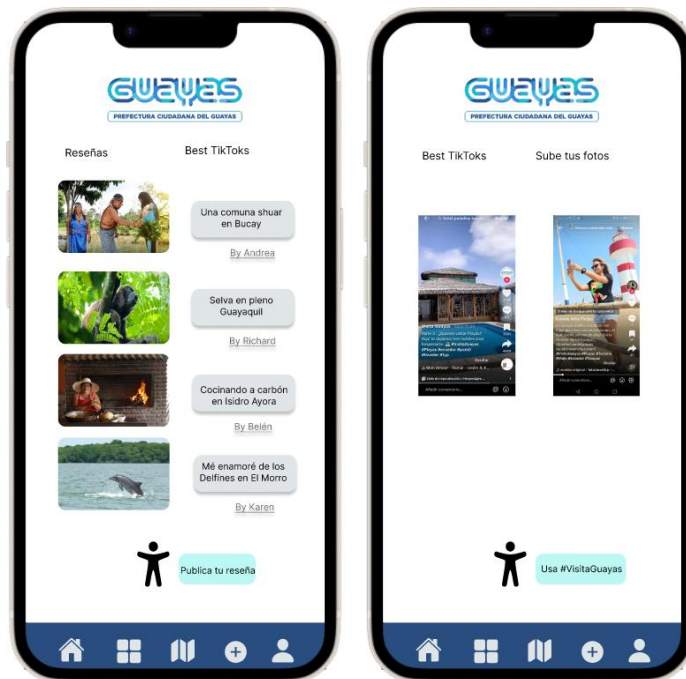


En esta funcionalidad se puede acceder al contacto con operadoras turísticas y teléfonos de emergencia



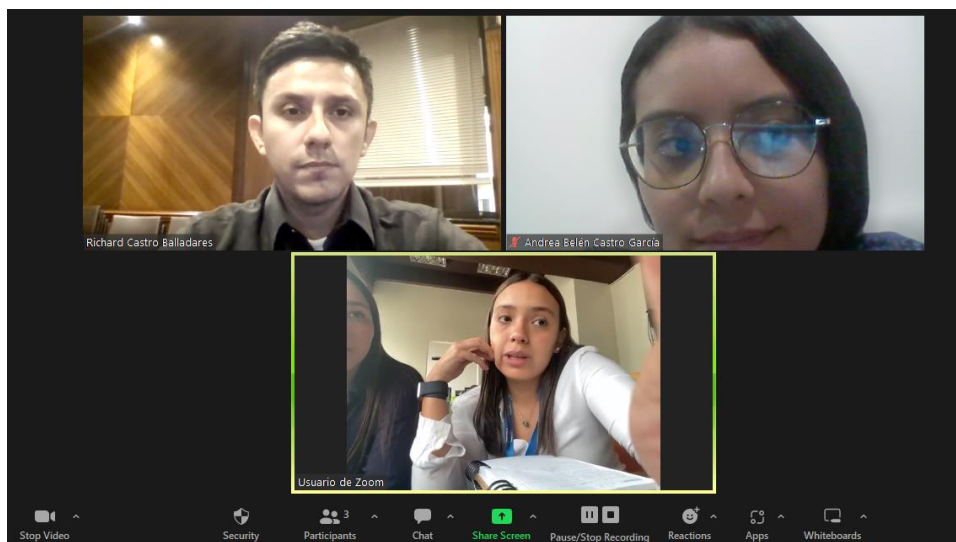
Botón Usuario

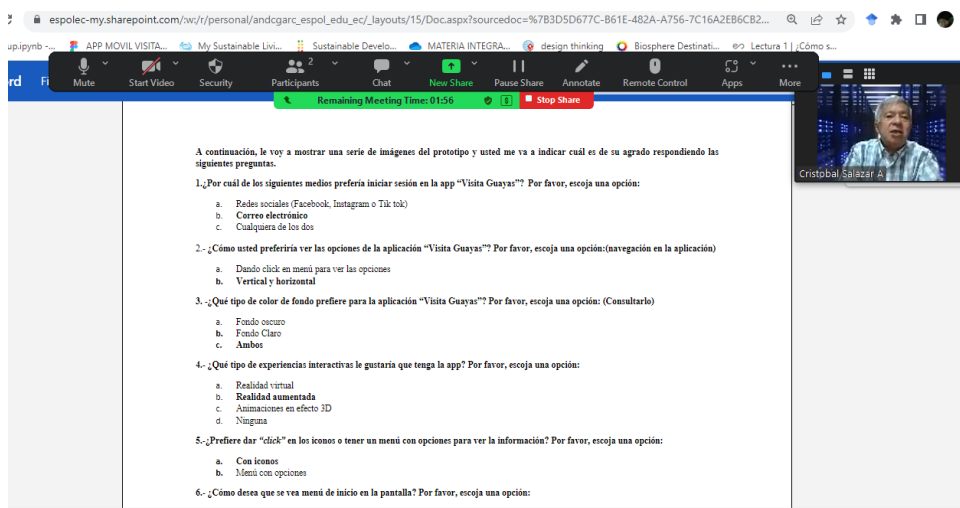
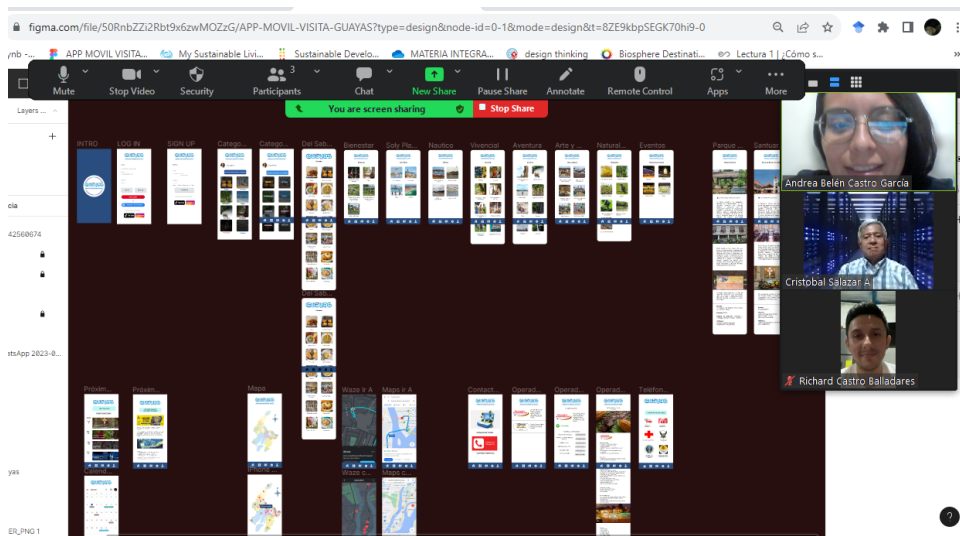




ANEXO 32

Validación con clientes y usuarios del prototipo de alta resolución:





Referencias

Beuzeville Barria, R. A. (2021). Perfil del usuario, calidad de atención y nivel de satisfacción en la Emergencia del Hospital III EsSalud de Iquitos.

Bravo Ochoa, G. L. (2021). Aplicación Metodológica para Analizar el Potencial Turístico de la Parroquia Rural Uzhcurrumi, del Cantón Pasaje, a partir de la Identificación del Nivel de su Vocación Turística (Master's thesis, Universidad del Azuay).

Cohen, C., Benseny, G., & Lan, D. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: Recursos Territoriales y Atractivos Turísticos.

<http://nulan.mdp.edu.ar/2676/>

- Do, H. N. (2020). Effects of mobile augmented reality apps on impulse buying behavior: An investigation in the tourism field. *Heliyon*, 9.
- Hinojosa, C. G., Molinar, C. M. A., & Velásquez, R. M. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *Teoría y praxis*, 75-100.
<https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145101004.pdf>
- Hua, N., Li, B. & Zhang, T. . (2020). Crime research in hospitality and tourism. . *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25.
- Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L. (2020). *The Design Thinking Toolbox. A guide to mastering the most and valuable innovation methods.*
- MINTUR. (2023). *Visualizador de información Turística del Ecuador.*
- Monsalve-Pelaez, M., Tovar-Meléndez, A., & Salazar-Araujo, E.. (2023). Revisión Documental sobre el Turismo Sostenible en el Marco de los ODS. *Revista Turismo & Desarrollo*, 17.
- ONU. (2023). Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Sánchez Ordoñez, D. I., & Vásquez Gutiérrez, R. C. A. (2020). TourLand App móvil para mejorar el flujo turístico de Trujillo en la dirección desconcentrada de cultura de La Libertad. [Tesis de grado Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47366>
- Varisco, C., Benseny, G. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2208/>
- Varisco, C., Castellucci, D., González, M. G., Muñoz, M. J., Padilla, N., Campliette, L. Benseny, G. (2014). El relevamiento turístico: de CICATUR a la planificación

participativa. VI Congreso latinoamericano de investigación turística, Universidad Nacional del Comahue. Neuquén

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/infrastructure/>

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/>

Olbrich, Jennifer; Fusté Forné, Francesc. (2023). Cuando el Turismo se convierte en juego: la gamificación en el turismo cultural en Catalunya. Revista Pasos, Volumen 21, Número 1.

<https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/31130>

Friis, R., Yu Siang, T. (2019). *Stage 2 in the Design Thinking Process: Define the Problem and Interpret the Results*. Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/article/stage-2-in-the-design-thinking-process-define-the-problem-and-interpret-the-results>

González Urbán, M. G. (2022). Reconociendo el customer journey mapping como clave para generar estrategias de mercadotecnia precisas, innovadoras y centradas en el cliente en México. *The Anáhuac journal*, 22(1), 98-117.

Grégoire, P. (2023) *¿En qué consiste el análisis de grupos de interés?* Boreal.

<https://www.boreal-is.com/es/blog/analisis-de-grupos-de-interes/>

Schwagzhene, B., Boyarchene, N. y Bradauskene, K. (2022). *Teamwork: aspects of creating advertising services for tourism and sports*. Humanities studies, (11(88)), 184-192.

<http://humstudies.com.ua/article/view/261935>

Zhingri, K. B. S., Zúñiga, C. E. T., & Iñiguez, M. P. C. . (2020). Análisis de la Potencialidad Turística de las parroquias Uzhcurrumi y Casacay del cantón Pasaje, El Oro, Ecuador. Kalpana, (18), 33-52.