



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE APLICACIONES MÓVILES PARA  
LA RESERVACIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA  
CIUDAD DE GUARANDA**

**Trabajo de integración curricular**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA EN ECOTURISMO**

**AUTORA: MABELIN MICAHELA IZA GARCIA**

**DIRECTORA: Ing. Claudia Patricia Maldonado Erazo**

**Riobamba – Ecuador**

**2021**

© 2021, Mabelin Micahela Iza García

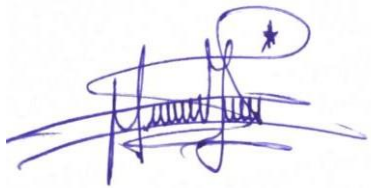
Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Mabelin Micahela Iza García, declaro que el presente trabajo de integración curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de integración curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 29 de enero de 2021

**Mabelin Micahela Iza García**






**C.C: 025020021-9**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**CARRERA DE TURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de integración curricular; tipo: proyecto técnico, **ANÁLISIS COMPARATIVO DE APLICACIONES MÓVILES PARA LA RESERVACIÓN DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE GUARANDA**, realizado por la señorita: **MABELIN MICAHELA IZA GARCÍA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de integración curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Carlos Aníbal Cajas Bermeo, MSc. <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>CARLOS ANIBAL CAJAS BERMEO</b>	2021-01-14
Ing. Claudia Patricia Maldonado Erazo, MSc. <b>DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>CLAUDIA PATRICIA MALDONADO ERAZO</b>	2021-01-14
Ing. Catalina Margarita Verdugo Bernal, Mg. <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL</b>  Firmado digitalmente por CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL Número de inscripción (CNU): c11C, serialNumber=062147844, cn=VERDUGO BERNAL, o=CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL, 1.3.6.1.4.1.37462.10.4-062147844, email=cabvm@pncm.com.ec, st=CHIMBORAZO, 1970BARRA, sus@tribunal-de-trabajo-2-16-persona Firma EC (PBRM) Fecha: 2021.03.17 09:13:38 -0500	2021-01-14

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto técnico a mis padres, Marlith García y Ángel Iza que con su amor, sacrificio, dedicación e inspiración han formado parte primordial para poder cumplir esta meta y por educarme espiritualmente en el camino de Dios y la Virgen María. A mi segunda madre Marlith Iza García por su amor y apoyo incondicional que han sido fuente de refugio y motivación ante los momentos difíciles, celebración de mis logros y por ser la mejor bendición que Dios me dio. A mis hermanas, Michelle y Dayanita Iza García por su compañía, amistad y oraciones presentes en cada etapa de mi formación académica y como persona de sociedad. A Mile, Lili, Bacci y Hachi que han llenado mi corazón de amor y mi alma de alegría.

Mabelin

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a la Virgen María por darme salud, vida y fortaleza para poder culminar esta etapa estudiantil con satisfacción junto a mi familia. A mi amada familia por sus sacrificios, oraciones, confianza y tenerme fe para lograr mi formación como profesional, cada esfuerzo que dedicaron a mi crecimiento está plasmado en mi mente y corazón. Los amo con todo mi ser. A mis mascotas por mejorar mi vida y cambiar mi alma. Y a mis docentes por todos sus conocimientos transmitidos.

Mabelin

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

1. <b>DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
1.1 <b>Antecedentes .....</b>	<b>5</b>
1.2 <b>Planteamiento del problema .....</b>	<b>7</b>
1.3 <b>Justificación .....</b>	<b>7</b>
1.4 <b>Objetivos .....</b>	<b>9</b>
1.4.1 <i>Objetivo General.....</i>	<i>9</i>
1.4.2 <i>Objetivos Específicos .....</i>	<i>9</i>

### CAPÍTULO II

2. <b>Revisión de la literatura .....</b>	<b>10</b>
---	-----------

### CAPÍTULO III

3. <b>Marco metodológico .....</b>	<b>14</b>
------------------------------------	-----------

### CAPÍTULO IV

4. <b>Resultados .....</b>	<b>17</b>
4.1 <b>Identificación de aplicaciones móviles .....</b>	<b>17</b>
4.1.1 <i>Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio.....</i>	<i>17</i>
4.1.1.1 <i>Agoda.....</i>	<i>17</i>
4.1.1.2 <i>Airbnb .....</i>	<i>17</i>

4.1.1.3	<i>Booking</i> .....	17
4.1.1.4	<i>Cheap Hotels</i> .....	18
4.1.1.5	<i>Despegar</i> .....	18
4.1.1.6	<i>Expedia</i> .....	18
4.1.1.7	<i>eDestinos</i> .....	18
4.1.1.8	<i>Hipmunk</i> .....	18
4.1.1.9	<i>Hoteles baratos</i> .....	19
4.1.1.10	<i>Hoteles search</i> .....	19
4.1.1.11	<i>Hotels Price Ecuador by tritogo</i> .....	19
4.1.1.12	<i>Hotels guy</i> .....	19
4.1.1.13	<i>Hotellook</i> .....	19
4.1.1.14	<i>Hotel Deals</i> .....	19
4.1.1.15	<i>Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio</i> .....	20
4.1.1.16	<i>Kayak</i> .....	20
4.1.1.17	<i>Lonelyplanet</i> .....	20
4.1.1.18	<i>Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio</i> .....	20
4.1.1.19	<i>Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio</i> .....	20
4.1.1.20	<i>Travelocity</i> .....	21
4.1.1.21	<i>Trip.com</i> .....	21
4.1.1.22	<i>TripAdvisor</i> .....	21
4.1.1.23	<i>Triposo</i> .....	21
4.1.1.24	<i>Trivago</i> .....	21
4.1.1.25	<i>Viajala</i> .....	22
4.1.2	<b><i>Criterios de discriminación</i></b> .....	22
4.2	<b>Levantamiento de los criterios de evaluación</b> .....	24
4.2.1	<b><i>Análisis horizontal de criterios</i></b> .....	24
4.2.2	<b><i>Homogenización de la terminología</i></b> .....	27
4.2.3	<b><i>Identificación de criterios relevantes</i></b> .....	29
4.2.4	<b><i>Levantamiento de información</i></b> .....	31



<b>4.2.5</b>	<b><i>Sistematización de información</i></b> .....	<b>34</b>
<b>4.2.5.1</b>	<i>Establecimientos registrados en el catastro turístico</i> .....	<b>34</b>
<b>4.2.5.2</b>	<i>Tipo de alojamiento formal e informal</i> .....	<b>35</b>
<b>4.2.5.3</b>	<i>Categoría de acuerdo al catastro turístico</i> .....	<b>36</b>
<b>4.2.5.4</b>	<i>Distancia desde el centro de la ciudad</i> .....	<b>37</b>
<b>4.2.5.5</b>	<i>Idiomas hablados</i> .....	<b>38</b>
<b>4.2.5.6</b>	<i>Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio</i> .....	<b>38</b>
<b>4.2.5.7</b>	<i>Análisis de la aplicación Airbnb</i> .....	<b>42</b>
<b>4.2.5.8</b>	<i>Análisis de la aplicación Booking</i> .....	<b>42</b>
<b>4.2.5.9</b>	<i>Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio</i> .....	<b>47</b>
<b>4.2.5.10</b>	<i>Análisis de la aplicación Hotels Price Ecuador by Tritogo</i> .....	<b>47</b>
<b>4.2.5.11</b>	<i>Análisis de la aplicación Hoteles.com</i> .....	<b>50</b>
<b>4.2.5.12</b>	<i>Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio</i> .....	<b>51</b>
<b>4.2.5.13</b>	<i>Análisis de la aplicación Travelocity</i> .....	<b>51</b>
<b>4.2.5.14</b>	<i>Análisis de la aplicación Trip.com</i> .....	<b>52</b>
<b>4.3</b>	<b>Análisis comparativo</b> .....	<b>52</b>
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>56</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>58</b>
	<b>GLOSARIO</b>	
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b> Clasificación de los servicios .....	<b>12</b>
<b>Tabla 1-3:</b> Matriz de análisis horizontal .....	<b>14</b>
<b>Tabla 2-3:</b> Matriz de homogenización de criterios .....	<b>15</b>
<b>Tabla 1-4:</b> Clasificación de aplicaciones .....	<b>22</b>
<b>Tabla 2-4:</b> Establecimientos de hospedaje en la ciudad de Guaranda .....	<b>23</b>
<b>Tabla 3-4:</b> Análisis horizontal de criterios parte 1 .....	<b>25</b>
<b>Tabla 4-4:</b> Análisis horizontal de criterios parte 2 .....	<b>26</b>
<b>Tabla 5-4:</b> Homogenización de criterios.....	<b>27</b>
<b>Tabla 6-4:</b> Clasificación de los criterios .....	<b>28</b>
<b>Tabla 7-4:</b> Tipo de análisis .....	<b>29</b>
<b>Tabla 8-4:</b> Porcentajes de los criterios de evaluación .....	<b>29</b>
<b>Tabla 9-4:</b> Análisis descriptivo de las variables de información general .....	<b>31</b>
<b>Tabla 10-4:</b> Ejemplo de base de datos con la aplicación <i>Booking</i> .....	<b>33</b>
<b>Tabla 11-4:</b> Interpretación de los colores.....	<b>34</b>
<b>Tabla 12-4:</b> Comparación de la app <i>Agoda</i> , tipo de alojamiento catastrado.....	<b>54</b>
<b>Tabla 13-4:</b> Comparación de la app <i>Booking</i> , tipo de alojamiento catastrado .....	<b>54</b>
<b>Tabla 14-4:</b> Análisis comparativo de las apps <i>Agoda</i> y <i>Booking</i> .....	<b>55</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-4:</b> Establecimientos de hospedaje en la ciudad de Guaranda.....	23
<b>Gráfico 2-4:</b> Análisis de establecimientos registrados en el catastro turístico .....	35
<b>Gráfico 3-4:</b> Alojamiento de tipo formal.....	36
<b>Gráfico 4-4:</b> Alojamiento de tipo informal.....	36
<b>Gráfico 5-4:</b> Análisis estadístico de categoría de los establecimientos catastrados .....	37
<b>Gráfico 6-4:</b> Distancia de los establecimientos en relación al centro de la ciudad.....	37
<b>Gráfico 7-4:</b> Análisis estadístico de los idiomas hablados en los establecimientos .....	38
<b>Gráfico 8-4:</b> Establecimientos en la app Agoda registrados en el catastro turístico.....	39
<b>Gráfico 9-4:</b> Categoría de los establecimientos encontrados en la <i>app Agoda</i> .....	39
<b>Gráfico 10-4:</b> Establecimientos en la <i>app Agoda</i> de acuerdo a los comentarios .....	40
<b>Gráfico 11-4:</b> Establecimientos en la <i>app Agoda</i> según la cancelación.....	40
<b>Gráfico 12-4:</b> Establecimientos en la <i>app Agoda</i> conforme a la forma de pago .....	41
<b>Gráfico 13-4:</b> Evaluación de los establecimientos en la <i>app Agoda</i> .....	41
<b>Gráfico 14-4:</b> Establecimientos en la app Boooking registrados el catastro turístico .....	43
<b>Gráfico 15-4:</b> Categoría de los establecimientos encontrados en la <i>app Boooking</i> .....	43
<b>Gráfico 16-4:</b> Establecimientos en la <i>app Boooking</i> de acuerdo a los comentarios .....	44
<b>Gráfico 17-4:</b> Establecimientos en la <i>app Boooking</i> según la cancelación.....	44
<b>Gráfico 18-4:</b> Establecimientos en la <i>app Boooking</i> según la accesibilidad.....	45
<b>Gráfico 19-4:</b> Establecimientos <i>en Boooking</i> conforme a la forma de pago.....	46
<b>Gráfico 20-4:</b> Evaluación de los establecimientos en la <i>app Boooking</i> .....	46
<b>Gráfico 21-4:</b> Establecimientos <i>en Hotels Ecuador</i> registrados en <i>el</i> catastro turístico .....	48
<b>Gráfico 22-4:</b> Categoría de los establecimientos <i>en Hotels Ecuador</i> .....	48
<b>Gráfico 23-4:</b> Establecimientos <i>en Hotels Ecuador</i> según los comentarios .....	49
<b>Gráfico 24-4:</b> <i>Establecimientos en Hotels Ecuador</i> según la accesibilidad .....	49
<b>Gráfico 25-4:</b> Evaluación en <i>Hotels Price Ecuador by Tritogo</i> .....	50
<b>Gráfico 26-4:</b> Categoría de los establecimientos encontrados en la <i>app Trip.com</i> .....	52
<b>Gráfico 27-4:</b> Agrupación de criterios por app.....	53

## RESUMEN

El de la ciudad. Para el desarrollo del proyecto se aplicó una metodología de análisis, síntesis, inducción y objetivo del presente estudio fue realizar un análisis comparativo de aplicaciones móviles (apps) para reservación de servicios de alojamiento en la ciudad de Guaranda para identificar diferencias significativas entre las apps y contribuir en el fortalecimiento de estrategias de comercialización digital del servicio hotelero deducción, métodos llevados a cabo mediante la revisión de información primaria y secundaria. Se identificaron apps relacionadas a servicios de alojamiento, utilizando como herramienta un dispositivo móvil de sistema *Android*. Se levantaron criterios de evaluación para el análisis, proceso realizado conforme una condición: fueron parte del análisis comparativo aquellos criterios que coincidieron en más del 65% de las apps priorizadas. Se desarrolló el análisis aplicando *tests* estadísticos por medio de MINITAB 15, una vez comprobado el supuesto de normalidad se utilizó *U Mann-Whitney* y *t-Student* como alternativa a la falta de cumplimiento del supuesto. Se compararon los criterios de evaluación: confort de la habitación, limpieza, servicio y evaluación, de 7 establecimientos de hospedaje ubicados hasta 3,8 km del centro de la ciudad de Guaranda, en 9 apps, obteniendo como resultado que no existe diferencia significativa en la evaluación emitida por los turistas. Se concluye que los turistas perciben una experiencia similar al momento de hospedarse en un hotel u hostel, además que, a partir de la Emergencia Sanitaria Nacional provocada por la enfermedad COVID- 19, el turismo sufre restricciones para su práctica, concluyendo que no todo servicio turístico se beneficia del comercio digital en la actual economía. A partir de las realidades generadas por COVID-19 en el turismo, se recomienda una actualización del proyecto para complementar la información con datos generados una vez que la demanda de establecimientos turísticos tenga mayor flujo por medio de apps.

**Palabras clave:** <TURISMO> <TECNOLOGÍA> <APLICACIONES MÓVILES> <SERVICIOS DE HOSPEDAJE> <RESERVA DIRECTA> <GUARANDA (CANTÓN)>

Firmado electrónicamente por:

ELIZABETHFERNANDA AREVALO MEDINA



06

## ABSTRACT

The objective of this study was to develop a comparative analysis of mobile applications (apps) for the booking of accommodation services in the city of Guaranda. The purpose was to identify significant differences among the apps and contribute to the strengthening of digital marketing strategies for the city's hotel service. For the development of the project, an analysis, synthesis, induction, and deduction methodology was applied. Regarding data collection, primary and secondary information was considered. Apps related to hosting services were identified by using an Android system mobile device tool. Evaluation criteria were recorded for the analysis and this process was developed into one condition: those criteria that coincided in more than 65% of the prioritized apps were part of the comparative analysis. The analysis was developed by applying statistical tests using MINITAB 15, once the assumption of normality was verified, U Mann-Whitney and t-Student tests were used as an alternative to the lack of fulfillment of the assumption. The compared evaluation criteria were the following: room comfort, cleanliness, service and evaluation, the study was conducted in 7 lodging accommodations located up to 3.8 km from the center of the city of Guaranda and the comparison was made to 9 apps. The results demonstrated that there is no significant difference in the evaluation issued by tourists. It was concluded that tourists perceive a similar experience when staying in a hotel or hostel. Besides, the National Health Emergency caused by the COVID-19 has restricted tourism to operate as usual, which means that not all tourism services benefit from digital commerce in the current economy. Based on the circumstances generated by COVID-19 in tourism, an update of the project is recommended to complement the information with the generated data, once the demand for tourist accommodation through apps improves.

**Keywords:** <TURISM> <TECHNOLOGY> <MOBILE APPLICATIONS> <LODGING SERVICES> <DIRECT BOOKING> <GUARANDA (CITY)>

CRISTINA  
PAOLA  
CHAMORRO  
ORTEGA

Firmado digitalmente por CRISTINA  
PAOLA CHAMORRO ORTEGA DN:  
c=EC, o=CRISTINA PAOLA  
CHAMORRO ORTEGA, ou=EC,  
ou=ROBAMBA, ou=ESPOCHDTIC,  
ou=AUTORIDAD DE CERTIFICACION  
ESPOCHDTIC  
MoiKwDoy de autor de este  
documento  
Ubicacion:  
Fecha: 2021-02-21 20:58:05:00

Msc. Cristina Chamorro  
DOCENTE INGLES  
CARRERA TURISMO

## INTRODUCCIÓN

Anato (2006) menciona que “la información, las tecnologías de la comunicación y el turismo constituyen las actividades de servicios que orientarán la economía del siglo XXI”.

El internet constituye un componente esencial para actividades de comercialización, difusión, venta o reservación, que continuamente está cambiando y necesita una constante actualización. Una de las últimas evoluciones ha dado como resultado la web 2.0, que permite la interacción directa y la retroalimentación con el usuario, siendo su principal eje la publicación de opiniones e intercambio de informaciones (Domínguez y Araújo, 2012).

Por dicho motivo, actualmente el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's) son parte de varias de las actividades cotidianas, tanto en el ámbito personal como profesional (Domínguez y Araújo, 2012). El avance de las TIC's ha favorecido al sector turístico para que cambie de una perspectiva de servicio a una perspectiva de producto, lo cual es claramente perceptible en cuanto a la planificación de compra y experiencias personalizadas que se planifican para el destino elegido (Saura, et al., 2017). En este escenario Viana y Andrade (2008) destacan la aparición e integración de las aplicaciones móviles (apps) en el turismo, a las cuales también se la conoce como e-Turismo (Saura, et al., 2017).

Es así que, se ha palpado que servicios de hospedaje, alimentación, transporte, tours y atractivos turísticos se promocionan con mayor frecuencia por medio de internet, utilizando como intermediarios a los sitios web y/o apps, de tal modo que la introducción del uso de apps en el turismo ha generado un valor agregado significativo a la cadena de valor del turismo, disminuyendo la cantidad de intermediarios y generando una amplia gama de opciones para la comercialización de los servicios (Romero-Rodríguez, et al., 2016), lo cual implica una disminución en los costos en comercialización y aumento de las utilidades percibidas por los negocios.

*Las aplicaciones móviles no solo están cambiando la forma en que los viajeros planifican su desplazamiento, sino también la vivencia del mismo. El poder acceder, autogestionar y personalizar su viaje a partir de aplicaciones en sus teléfonos, smartphone o tabletas representa para la industria un paradigma consolidado (Marcas y turismo, 2012).*

Considerando esta nueva tendencia, en Ecuador, el Ministerio de Turismo se apoyó en herramientas *on-line*, que facilitan la oferta turística, para promocionar con fuerza el país (Ávila- Ramírez, et al., 2018). Es necesario indicar que, para el año 2018, el acceso a internet fue de 37,2% en todo el país, mostrándose un crecimiento de 20,7 puntos en relacional al año 2012, su ocupación se dispersó en un 46,6% en la zona urbana y 16,1% en la zona rural. Un 65,9% de la población usó internet, con este incremento también ha aumentado el uso de teléfonos inteligentes en un 38,1%, mismos que facilitan la descarga de aplicaciones, principalmente redes sociales que utiliza un 36% de la población nacional (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019).

En el año 2019, se inicia el proceso de trabajo y formulación del Plan Nacional de Turismo 2030, que cuenta con 5 ejes de vital importancia que son: destino y calidad, conectividad seguridad turística, promoción y mercadeo, y fomento a la inversión, en base a los objetivos antes mencionados, el segundo eje nombrado como Conectividad, busca que el Ecuador genere y optimice la conectividad integral (infraestructura, transporte y cobertura digital) asociada a los destinos, a través de estrategias, programas y planes que contribuyan a convertirse en destinos inteligentes, para lograrlo se busca incentivar la incorporación de la tecnología durante todo el proceso de viaje del turista, de tal manera que se enriquezca y facilite su experiencia (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019).

Para conseguir comprender la relación entre las apps y el turismo, puntualmente las apps asociadas al servicio de alojamiento en el Ecuador, se toma como zona de estudio la ciudad de Guaranda, de la provincia de Bolívar.

Ésta es una de las provincias de la Sierra centro del territorio, misma que se ha caracterizado por la singularidad de sus atractivos naturales y culturales, dentro de los cuales destaca el Carnaval de Bolívar, que han permitido la derivación de nuevos productos turísticos que se adaptan a las nuevas tendencias turísticas que en los últimos tiempos han emergido a nivel mundial (Robayo Borja, 2015).

La ciudad de Guaranda, resalta por disponer de las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo, debido a que cuenta con belleza paisajista, y biodiversidad a lo largo y ancho del territorio (Ortega Paredes 2005), también goza de una riqueza natural y cultural inigualable, es así que, ha puesto énfasis en generar ingresos por medio del sector turístico, promocionando sus atractivos principalmente con ayuda de internet (Robayo Borja, 2015).

Según datos del Departamento de Turismo de Guaranda para el año 2020, existen 15 establecimientos hoteleros catastrados, en los cuales pernoctaron 2 572 turistas durante el feriado de carnaval de mismo año, servicio que además de las formas tradicionales de consumo, actualmente es posible disfrutar mediante la tendencia de *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) representadas en apps y sitios web de plataformas internacionales, lamentablemente el cantón Guaranda cuenta con escasas páginas webs que brindan información turística.

El e-WOM representa hoy en día la manera más usada para consumir el turismo, por lo tanto, resulta importante que los gobiernos seccionales se impregnen de información respecto a este tema, para que fortalezcan el cumplimiento de sus competencias en torno a la actividad turística.

Es así que conocer y poner en práctica el e-WOM permitiría, en el caso del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) cantonal de Guaranda y el GAD provincial de Bolívar elaborar y difundir material promocional e informativo turístico del territorio de su jurisdicción, otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos de la provincia y el cantón, y apoyar en actividades promocionales del turismo; cabe mencionar que, estos son atributos establecidos en la facultad de gestión provincial y cantonal, misma que está implantada en el Decreto Ejecutivo N° 718.

En el caso del gobierno central es importante indicar que contribuiría a cumplir con la facultad de gestión a nivel nacional, al promover y fomentar el turismo nacional, elaborar y administrar un sistema de información turística, y realizar la promoción turística internacional del país (Secretaría General Jurídica, 2016).

La información en torno a esta nueva tendencia e-WOM no es considerada por el GAD del cantón Guaranda para determinar estrategias que ayuden al mejor funcionamiento del turismo en dicho territorio, y tampoco cuentan con un proceso continuo de estadísticas de la afluencia turística en la ciudad. Por otra parte, los servidores de hospedaje en Guaranda también se ven afectados, tomando en cuenta que, al ser el turismo una industria en constante evolución e innovación, no están avanzando a la par.

Por tal motivo, es importante generar información sobre los canales de comercialización que se utilizan para el consumo del servicio de alojamiento en la ciudad, permitiendo así que los prestadores de la oferta hotelera conozcan cuál es el mejor canal de promoción que consecuentemente le permita obtener más clientes.



Finalmente, el presente documento se estructuró, en cinco secciones, inicia con la presentación de los objetivos a ser alcanzados, luego se profundiza en el diagnóstico del problema junto con la revisión de literatura, seguido se presenta el marco metodológico, y por último, se detallan los resultados obtenidos y las conclusiones alcanzadas tras el desarrollo de la investigación.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Antecedentes

La web 2.0 desde su auge, ha incidido en el desarrollo del turismo, de manera que se ha considerado como la principal herramienta de los negocios del sector que permite captar nuevos clientes y también influenciar en el retorno de los que ya estuvieron, desde hoteles hasta aerolíneas han consolidado sistemas de reservas *on-line* fáciles y seguras, lo que ha permitido llegar a públicos cada vez distantes a un costo muy bajo y en un breve lapso de tiempo, además constituye una vía para generar servicios de mayor valor agregado (Caribbean News Digital, 2016).

En la actualidad, cuando un turista planea sus vacaciones, recurre al internet como herramienta de planificación. Por un lado, se emplea como fuente de información debido a que facilita la identificación de información geográfica de los lugares a visitar, predice el clima, establece distancias de recorrido, brinda términos y frases generales del idioma del destino turístico a ser visitado, entre otros elementos; mientras que, por otro, también facilita la gestión de procesos, debido a que permite agilizar la búsqueda, comparación y compra de múltiples servicios dentro de los destinos.

Efectivamente la capacidad de internet es el hecho de recolectar datos que los usuarios ingresan a este sistema, mismos que representan información, como una manera de decirlo, de cuáles son sus gustos en distintos aspectos de su personalidad.

Dando paso a la creación de apps, éstas por primera vez aparecen a finales de los años 90 entre ellas se encuentran agendas, juegos *arcade* y editores de *ringtone*, las cuales tenían un diseño simple (Aplicaciones Móviles, 2014) puesto que fueron pensadas para funcionar sin necesidad de conectarse a internet.

Desde el inicio de la década de los años dos mil, hasta antes del año 2007 las aplicaciones que se iban desarrollando, ya trabajaban con la tecnología EDGE y con conexión a internet (Aplicaciones Móviles, 2014), hasta ese entonces cada app creada se restringía a su propio sistema operativo.

A partir del año 2007, la empresa *Apple* apuesta por desarrolladores externos, vendiendo el teléfono *Iphone* como plataforma para descargar aplicaciones por medio de la tienda *app store*, en el año 2008, *Android* puso en el mercado una tienda de aplicaciones con apenas 50 apps y que con el paso del tiempo ya cuenta con más de 800.000 (Aplicaciones Móviles, 2014). El 6 de marzo del 2012 *Google* cambia el nombre de *Android Market* por *Google Play* (Codifica.me, 2016).

Para Pastor Pérez (2013) las apps pueden clasificarse por dominios de aplicación web siguiendo diferentes criterios, una forma de clasificación es la motivación principal del sitio web. Es importante tomar en cuenta que, un dominio puede tener varias metas y ser dividido a su vez en micrositos, por tal motivo cita a Powell, et al. (1998) que las clasifica en:

- *Providing entertainment* (Brindar entretenimiento)
- *Advertising* (Publicidad)
- *Serving as a news source or reference* (Servir como fuente de noticias o referencia)
- *Serving as a marketing tool* (Servir como herramienta de marketing)
- *Providing customer support* (Brindar atención al cliente)
- *Functioning as an intranet* (Funcionar como intranet)
- *Word processing application* (Aplicación de procesamiento de textos)
- *Encyclopedia* (Enciclopedia)
- *Video game* (Video juegos)
- *Job recruitment application* (Solicitud de reclutamiento de trabajo)

En esta tendencia, el turismo ha pasado de los sitios web, a su comercialización por medio de apps con diversos enfoque de dominio, las cuales representan una alternativa atractiva para los turistas que quieren visitar diversos lugares, a costos mucho más flexibles y sin papeleo de por medio, es decir, el consumo se vuelve ágil, gracias a los *smartphones* o *tablets*, que incorporan las últimas tecnologías como la compatibilidad 4G de velocidad de acceso a la red internet, sensores, WIFI, cámaras, GPS, etc. (Muñoz Ramos y Lozano Ortega, 2015).

Estas facilidades hacen posible distintos beneficios como: geolocalización de turistas dentro de una ciudad, distancia recorrida, realidad aumentada, obtener información de monumentos, museos, restaurantes y otros lugares de interés (Muñoz Ramos y Lozano Ortega, 2015), así también las apps más desarrolladas, permiten fácilmente la reservación en servicios de alimentación y bebidas, transporte y hospedaje.

Durante el proceso de reserva digital, el usuario se dirige principalmente al área que tienen las apps para dejar comentarios, en donde, es posible leer información escrita por más usuarios, misma que genera un mayor grado de confianza (Muñoz Ramos y Lozano Ortega 2015), es decir, existe una comunicación e interacción por medio de comentarios que genera una reacción ya sea positiva o negativa, conocida como boca-boca digital o e-WOM.

Esta agilidad ha llevado a que los destinos se transformen en digitales, es decir, se convierten en destinos turísticos inteligentes e innovadores, consolidados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, de tal manera que, garantizan el desarrollo sostenible del territorio turístico y facilita la interacción e integración del visitante con el entorno y al mismo tiempo mejora la calidad de vida del residente (Andalucía es Digital, 2018).

## **1.2 Planteamiento del problema**

La inexistencia de información respecto al uso de aplicaciones móviles para reservación de alojamiento en la ciudad de Guaranda, es un factor que impide conocer la frecuencia del uso de estas apps, así como la percepción que el turista tiene sobre el servicio consumido, elementos que afectan los procesos de comercialización de estos establecimientos. Por dicho motivo, el presente proyecto busca comparar diversas aplicaciones de reservación y sus criterios de evaluación sobre los servicios de alojamiento prestados, para identificar las diferencias significativas entre las apps y con ello contribuir en el fortalecimiento de las estrategias de comercialización digital del servicio turístico hotelero de la ciudad.

## **1.3 Justificación**

En Ecuador se considera al turismo como una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno como lo dispone el Consejo Nacional de Competencias mediante Resolución No. 0001-CNC-2016.

Como se menciona en la introducción, se puede notar claramente que el país en todos los niveles de gobierno debe promocionar el destino, actividad que actualmente se puede ejecutar mediante apps como principal referente.

A pesar de que se han reguló las facultades y atribuciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, respecto al desarrollo de actividades turísticas (Consejo Nacional de Competencias, s.f.), las plataformas interactivas para el desarrollo de e-turismo están ancladas a plataformas internacionales para permitir el consumo de espacios turísticos, aunque existen

plataformas nacionales, estas solo se limitan a la difusión de información de atractivos turísticos, mostrando así una deficiencia en sitios web que brinden un consumo ágil, en consecuencia a lo mencionado, las apps turísticas existentes provienen de empresas ajenas al país.

Añadido a esta deficiencia, se puede notar que los servicios de hospedaje en la ciudad de Guaranda están estancado en estrategias de comercialización tradicionales como son: afiches, tarjetas de presentación, *flyers*, letreros, etc., como consecuencia de la falta de conocimientos, pocos establecimientos de alojamiento se promocionan por apps, además de la falta de información comparativa entre las apps para reservación de alojamiento presentes en Guaranda.

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo General***

Realizar un análisis comparativo de aplicaciones móviles para la reservación de servicios de alojamiento en la ciudad de Guaranda.

### ***1.4.2 Objetivos Específicos***

- Identificar las diferentes aplicaciones móviles que permiten la reservación de alojamiento.
- Levantar los criterios de evaluación de los establecimientos de alojamiento de la ciudad identificados en las aplicaciones.
- Analizar de forma comparativa las aplicaciones para establecer diferencias significativas en el servicio prestado.

## CAPÍTULO II

### 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Internet se concibe como una red en movimiento constante, con la capacidad de transportar las relaciones físicas al entorno virtual, de tal manera que transforma el patrón de consumo estático a uno móvil e inalámbrico. Tomando en cuenta que el mundo está formado por grupos de redes, trasladar las relaciones físicas, a un entorno *on-line*, es una estrategia que se ha puesto en práctica a nivel internacional, aproximadamente total de las actividades humanas colectivas (Martín-Sánchez, et al., 2012).

El continuo desarrollo de la tecnología ha provocado que la humanidad disponga de un equipo inteligente personal, en especial de *smarphones* que permiten la conexión en todo el mundo, facilitando el acceso a una extensa gama de aplicaciones que desde sus inicios han ido desarrollándose y evolucionando acorde a las necesidades de los usuarios y las tendencias, entre ellas se pueden encontrar aplicaciones para el consumo de la industria turística, con mayor realceen el servicio de alojamiento (Fernández, 2017).

En la actualidad, nadie duda de que la tecnología y el turismo sean un combo perfecto. Esta combinación, influye a gran escala en la manera en la que los turistas realizan sus actividades, desde qué destino elegir para practicar el tipo de turismo que más le agrada, seguidamente de las actividades a realizar en aquel espacio e incluso en la etapa posterior.

Tal es que Vidal (2019) muestra que, según un estudio de *Google Travel* el 74% de los viajeros de placer planean sus viajes por internet, mientras que solo el 13% lo hace a través de agencias de viaje. Esta combinación ha dado lugar a este nuevo contexto en el que las redes sociales, las aplicaciones y los blogs tienen un papel importante a la hora de planificar un viaje. Y, al mismo tiempo, la industria, conocedora de esta tendencia, ha adaptado su modelo de negocio y sus ofertas para atraer a toda esta audiencia.

*El Word of Mouth, o conocido en castellano como “voz a voz”, “boca-oído” y “boca-oreja”, es una técnica para promocionarse basada en los clientes felices, es decir, son ellos quienes promueven la marca de forma orgánica. Esto puede llevarse a cabo a través de múltiples plataformas y con contenidos de diferentes formatos* (Antevenio, 2019).

Para Price Albornoz (2016) el *Word of Mouth* (WOM) se considera una estrategia de negocio que se basa en la recomendación de un cliente y que en consecuencia detone un efecto o una reacción en cadena de recomendaciones que tienen un impacto mucho mayor sobre el mercado que cualquier expresión publicitaria, es decir, que se centra en desarrollar estrategias que permitan al cliente conocer mejor los valores y cualidades distintivas de la marca, por lo tanto se debe mostrar la filosofía de ésta, que finalmente es la que crea conexiones reales con los clientes. Un cliente que conoce bien su marca, compartirá información más completa y acertada sobre ella.

A partir de esta técnica, la gente empezó a emitir sus opiniones en la web. Esta nueva forma de comunicación a través de internet producida íntegramente por los usuarios, es lo que se bautizó como e-WOM o boca oreja electrónico (Abujatum Dueñas et al. 2011), se trata de una herramienta “que encierra un considerable número de técnicas empleadas para capturar, retener y activar clientes” (Otero Gomez y Giralda Perez, 2019a). El e-WOM comprende principalmente la comunicación escrita y puede manifestarse de uno a uno, de uno a muchos o de muchos a muchos consumidores (OteroGómez y Giraldo Pérez, 2019b).

El e-WOM no corresponde a una comunicación prefabricada, sino es aquella respuesta real que da seguridad al turista, también hace posible un mayor grado de confianza, debido a que el usuario que este navegando en busca de servicios de hospedaje, acorde a sus necesidades, sienta que mientras está leyendo la experiencia de otras personas, esta le sea familiar, como una manera de interactuar y tener el sentimiento de que está en una conversación donde puede sacar sus propias conclusiones.

Esta tendencia se puede visualizar principalmente en app, término que se deriva de la palabra en inglés *application*, lo que significa Aplicación (Castañeda López, s.f.) palabra que se define como un programa o también llamado software que se puede descargar y acceder fácilmente desde un aparato móvil (Comisión Federal de Comercio, 2011), resultando útiles para realizar una tarea, mostrar medios de información, facilitar la comunicación, entretener o brindar un servicio (Escribano, 2018).

Se puede encontrar una amplia gama de apps para turistas en diferentes tiendas digitales, al momento de acceder a alguna, el turista puede ir observando experiencias anteriores de visitación y de la misma manera puede dejar su propia experiencia en el transcurso y/o culminación de su viaje.



En cuanto a apps para reservación de alojamiento no existen estadísticas que muestren el número exacto o aproximado de cuantas se han creado y son utilizadas, sin embargo, el blog Los apuntes del viajero (2018), menciona ocho aplicaciones más usadas que son: *Booking*, *HotelsCombined*, *Agoda*, *Hoteles.com*, *Kayak*, *HotelTonight*, *Airbnb* y *Trivago*, lista que coincide con las recomendaciones de la plataforma *Xatakandroid*.

A lo largo del presente proyecto se ha mencionado los servicios de alojamiento, por lo tanto, es indispensable conocer las bases teóricas a las que se hace referencia.

El servicio, de acuerdo con Romero Amado (2011), es una actividad que genera un cambio en las condiciones de una persona o de un bien que pertenece a una unidad económica como resultado de la actividad de otra unidad económica, previo consentimiento del consumidor y del productor, dicha modificación puede ser intangible o tangible, de acuerdo a la acción del servicio.

Para Raffino (2020) los servicios pueden ser definidos como heterogéneos, debido a que nunca podrán ser idénticos por diversas variables, además de ser considerados como intangibles, por motivo que el usuario no puede tocarlos. Para entender de mejor manera, Hernández Aragón (2000) ha clasificado a los servicios en dos grupos.

**Tabla 1-2:** Clasificación de los servicios

<b>Servicios superiores</b>	Servicios Financieros: instituciones cuya actividad principal gire en torno al sistema monetario y sus variantes
	Servicios a las empresas: brindan apoyo a las personas morales y físicas
<b>Servicios al consumidor</b>	Servicios de educación, salud y bienestar: prestados a los consumidores directamente
	Servicios de recreación: prestados por centros de recreación, hoteles, bares, restaurantes, cines, teatros, etc.
	Servicios personales: estéticas, tintorerías, etc.
	Servicios de reparación: sector más especializado dirigido a consumidores y empresas

Fuente: Hernández Aragón, 2000

La clasificación observada en la tabla (1-2), muestra que dentro de los servicios de recreación se agrupan varios pertenecientes al turismo, conocidos como servicios turísticos, mismos que se definen como el conjunto de actividades que poseen una diferenciación perfecta entre ellas, sin embargo guardan una íntima conexión, puesto que actúan de manera armónica y coordinada, teniendo como objeto responder satisfactoriamente a las exigencias planteadas por la composición socio-económica de una corriente turística específica, preparan el producto turístico para la venta, distribución, comercio y satisfacción óptima conforme a las necesidades de un segmento determinado de consumidores (Antonietti, s.f.).

Uno de los servicios turísticos que más se ha ampliado en el mundo es servicios de hospedaje, que se trata de las prestaciones que una persona o grupo contrata directa o indirectamente a un establecimiento hotelero (Marrero, 2016). La calidad del servicio beneficia al posicionamiento del destino turístico generando confiabilidad en los turistas, promoviendo una buena imagen del sector y de la ciudad (Monsalve Castro y Hernández Rueda, 2017).

Para Ecuador, el Reglamento de Alojamiento Turístico, en el Art. 12 clasifica el alojamiento turístico en: hotel (H), hostel (HS), hostería (HT), hacienda turística (HA), *lodge* (L), *resort* (RS), refugio (RF), campamento turístico (CT) y casa de huéspedes (CH).

Una de las ventajas actuales en la hotelería, es la capacidad de realizar reservaciones por medio de internet y de apps, actividad posible por medio de los motor de reservas que permiten realizar reservas las 24 horas del día, resultando útil tanto para los empresarios como para los clientes (Del Valle, 2018).

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

El presente proyecto técnico se fundamentó en la aplicativa de métodos científicos como análisis, síntesis, inducción y deducción a través de técnicas de revisión de información primaria y secundaria. Los objetivos se cumplirán de la siguiente manera:

El primer objetivo se fundamentó en la identificación de las distintas apps relacionadas a servicios de alojamiento, para lo cual se empleó un dispositivo móvil de sistema *Android*, dentro del cual se ejecutaron las siguientes actividades:

- Se efectuó una búsqueda dentro de la app *Play Store* de *Android*, bajo los siguientes términos de búsqueda: “alojamiento”, “turismo” y “hoteles”.
- Seguido, se aplicó un proceso de discriminación fundamentado en dos criterios de selección para el proceso de estudio, los cuales son: a) ser una aplicación que permita el proceso de reserva directa, y b) disponer del registro de establecimientos de alojamiento de la zona de estudio. En este punto es necesario aclarar que, se contemplaron tanto los establecimientos del catastro turístico de la ciudad de Guaranda como aquellos que no se encontraron catastrados por la Autoridad Nacional competente.

El segundo objetivo, se centró en el levantamiento de los criterios de evaluación a ser considerados dentro del análisis comparativo, para lo cual:

- Se elaboró un matriz de análisis horizontal que listó los criterios de evaluación de cada aplicación.

**Tabla 1-3:** Matriz de análisis horizontal

Aplicaciones	Nombre de la aplicación 1	Nombre de la aplicación 2
Criterios	1.	1.
	2.	2.

Realizado por: Iza, M. 2020

- Luego, se homogenizó la terminología de los criterios para precisar el área evaluada.

**Tabla 2-3:** Matriz de homogenización de criterios

Criterios	app 1	app 2	app 3	app 4
A				
B				

Realizado por: Iza, M. 2020

- Posterior a ello, se identificó los criterios con mayor uso entre las apps priorizadas, para lo cual se estableció la siguiente condición: son parte del análisis comparativo aquellos criterios que coinciden en más del 65% de las apps priorizadas para el estudio.
- Además, se efectuó el levantamiento de información por cada criterio de evaluación seleccionado, en función de cada establecimiento registrado de la ciudad, y en función de cada app priorizada para el estudio.
- Por último, toda la información se sistematizó dentro de una base de datos generada en el programa *Microsoft Excel*.

En el último objetivo, se procedió al desarrollo del análisis comparativo, para lo cual:

- Para la identificación de las diferencias significativas en la evaluación promedio de los criterios entre los grupos de análisis formulados: a) Por App, b) Categoría y; c) Condición de catastro, se aplicaron los test estadísticos *U Mann-Whitney* y *t-Student* con la aplicación del software MINITAB 15.
  - La prueba *t-student* para diferencia de medias, se aplicó previo a la verificación de la comprobación del supuesto de normalidad. Las hipótesis a contrastar fueron:

H<sub>0</sub>: no existe diferencia significativa en la evaluación promedio de los criterios

H<sub>1</sub>: existe diferencia significativa en la evaluación promedio de los criterios

La decisión se tomó en base al criterio del valor p, donde se rechazó la hipótesis nula si el valor p fue menor a 0,05.

- La prueba *U Mann-Whitney* se aplicó como alternativa a la falta del cumplimiento del supuesto de normalidad. Las hipótesis a contrastar fueron:

$H_0$ : no existe diferencia significativa en la mediana de la evaluación de los criterios

$H_1$ : existe diferencia significativa en la mediana de la evaluación de los criterios

La decisión se tomó en base al criterio del valor  $p$ , donde se rechazó la hipótesis nula si el valor  $p$  fue menor a 0,05.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1 Identificación de aplicaciones móviles

Para el cumplimiento del primer objetivo, que se fundamentó en la identificación de las distintas apps relacionadas a los servicios de alojamiento, se utilizó un dispositivo móvil con sistema *Android*, dentro del cual se ejecutaron las siguientes actividades:

##### 4.1.1 *Búsqueda de aplicaciones para el proceso de estudio*

Se efectuó una búsqueda dentro de la app *Play Store* de *Android*, bajo los siguientes términos de búsqueda: “alojamiento”, “turismo” y “hoteles”. De la búsqueda se obtuvo un total de 25 apps:

###### 4.1.1.1 *Agoda*

Empresa digital donde se puede encontrar y reservar directamente alojamiento, vuelos, taxis al aeropuerto y ofertas. La búsqueda se puede realizar por medio de filtros y los mapas de ubicación son apoyados en *Google maps*.

###### 4.1.1.2 *Airbnb*

Empresa que oferta alojamiento mediante el cual los anfitriones pueden publicitar y contratar el arriendo de sus propiedades con sus huéspedes, por lo que anfitriones y huéspedes pueden valorarse mutuamente, como referencia para futuros usuarios. El nombre es un acrónimo de *airbed and breakfast*. Las búsquedas se pueden realizar por medio de filtros, los mapas de ubicación son apoyados en *Google maps* y la dirección exacta es proporcionada una vez se termine de realizar la reservación.

###### 4.1.1.3 *Booking*

Compañía digital de viajes, conecta a viajeros con experiencias únicas, diversas opciones de transporte y alojamientos increíbles, desde casas hasta hoteles, reúne tanto a marcas

consolidadas como a emprendedores de todos los tamaños, facilita que alojamientos de cualquier lugar del planeta por medio de la reservación directa, puedan llegar a una audiencia global e impulsar su negocio. *Booking.com* está disponible en 43 idiomas y ofrece más de 28 millones de opciones de alojamiento, incluidas más de 6,2 millones de opciones en casas, apartamentos y otros alojamientos únicos.

#### *4.1.1.4 Cheap Hotels*

Aplicación de búsqueda, reservación y comparación de establecimientos de hospedaje también conocida como Hotel Barato, es un motor de comparación y reservación en un solo clic, en más de 22 proveedores de hoteles, moteles, *homestay* y *BnBs*.

#### *4.1.1.5 Despegar*

Agencia de viajes *on-line* presente en 21 países, además de la aplicación móvil disponible en un sitio web. Las búsquedas se realizan por filtros, la reserva de servicios de hospedaje es de forma directa, los comentarios de los turistas son libres para la lectura de potenciales viajeros, mantiene a sus usuarios con promociones personalizadas y se puede pagar por medio de diversas tarjetas disponibles en Ecuador.

#### *4.1.1.6 Expedia*

Es un sitio web y aplicación móvil, el cual tiene información y se puede reservar de manera directa vuelos, hoteles, renta de autos, actividades y ofertas. La ubicación de los sitios que se muestran está vinculada a Google maps.

#### *4.1.1.7 eDestinos*

Agencia de viajes online con más de 950 aerolíneas y 65 500 destinos, que permite la reserva directa de servicios de hospedaje en Latinoamérica y en Europa donde se conoce como eSky.

#### *4.1.1.8 Hipmunk*

Es una aplicación para *Android* y *Apple*, utilizada por viajeros que buscan hospedaje, alimentación y sitios de visita. Muestra mapas de ubicación y comentarios de los usuarios.

#### 4.1.1.9 *Hoteles baratos*

Aplicación para encontrar y comparar establecimientos de hospedaje con descuento; sin embargo, no permite realizar reservación directa. Cuenta con un mapa interactivo vinculado a *Google maps*.

#### 4.1.1.10 *Hoteles search*

Aplicación gratuita para ayudar a encontrar alojamiento y comparar los precios de los hoteles más baratos del mundo, no es posible reservar directamente. Busca en línea más de 110 sistemas de reversa.

#### 4.1.1.11 *Hotels Price Ecuador by tritogo*

Aplicación gratuita que ayuda a buscar fácilmente los mejores precios de hoteles y de alquiler de coches en Ecuador, además permite la reservación directa.

#### 4.1.1.12 *Hotels guy*

Es una aplicación gratuita para encontrar cientos y miles de hoteles baratos o sus increíbles ofertas. Su función es comparar hoteles baratos en los numerosos sitios web de reserva en todo el internet. La reservación se vincula a otras apps.

#### 4.1.1.13 *Hotellook*

Aplicación móvil sin acceso a la reservación directa que busca y compara precios en 80 sistemas líderes en reservación de hoteles. Muestra ofertas de 760 000 hoteles, moteles, departamentos, hostales u otro tipo de alojamiento en 205 países. Cuenta con un mapa interactivo apoyado en *Google maps*.

#### 4.1.1.14 *Hotel Deals*

Plataforma para la comparación de alojamiento, donde se puede encontrar resorts, moteles, albergues, casas de familia, alquileres de vacaciones. La reservación se hace por medio de otras apps vinculadas.



#### 4.1.1.15 *Hoteles.com*

Sitio web líder en hospedaje que ofrece servicios de reservación, proporciona a sus clientes una de las selecciones más amplias de hospedaje en línea, incluidos hoteles independientes, grandes cadenas hoteleras y *apart-hoteles*. Ofrece una fuente de compras única en cuanto a precios, servicios y disponibilidad de hoteles, y también, se especializa en brindar hospedaje durante periodos con poca disponibilidad.

#### 4.1.1.16 *Kayak*

Sitio digital que busca en cientos de webs de viajes a la vez y muestra a los viajeros la información que necesitan para elegir el vuelo, hotel, auto de alquiler o paquete de viaje perfecto; también, es posible descargar en un dispositivo móvil, permitiendo realizar reservaciones redirigidas a otras apps. La ubicación de los sitios que se muestran está vinculada a *Google maps*. Además, permite configurar una alerta cuando los precios promedio de los hoteles suben o bajan.

#### 4.1.1.17 *Lonelyplanet*

Plataforma web para reservar distintos tipos de alojamiento comparados principalmente con *Booking*. Además, presenta una breve descripción del lugar que se esté buscando. Se ayuda de *Google maps*. Cuenta con una app móvil de guías turísticas propias de la empresa.

#### 4.1.1.18 *Orbitz*

Sitio web de viajes que ofrece una amplia variedad de hoteles, vuelos, vehículos de alquiler, cruceros, paquetes de vacaciones y actividades en el lugar de destino. También, ofrece el revolucionario programa para clientes frecuentes “Recompensas *Orbitz*”, programa para clientes recompensados inmediatamente con viajes, hoteles y paquetes, que se canjean en decenas de miles de hoteles alrededor del mundo.

#### 4.1.1.19 *Skyscanner*

Es un sitio web que se puede utilizar desde la computadora o descargarla en un dispositivo móvil, se encuentra vinculado con más sitios electrónicos de viajes. En el sitio se puede buscar vuelos, hospedaje y renta de autos; sin embargo, no permite la reservación directa. La ubicación de los sitios que se muestran está vinculada a *Google maps*.

#### 4.1.1.20 *Travelocity*

Es una agencia de viajes *on-line* que ofrece paquetes vacacionales, hoteles, autos, vuelos, cruceros, cosas por hacer, cuenta con una aplicación. La ubicación de los sitios que se muestran está vinculada a *Google maps*.

#### 4.1.1.21 *Trip.com*

Es una agencia de viajes en línea que busca entre una diversidad de hospedajes permitiendo reservar directamente y se destaca por brindar dentro de la aplicación móvil tres beneficios exclusivos: 30% más de *tripcoins*, crear itinerarios propios y gestionar fácilmente la reserva; además, los comentarios solo se pueden efectuar desde la app.

#### 4.1.1.22 *TripAdvisor*

Es una plataforma para usar desde la computadora o descargarla en un dispositivo móvil, en la cual se puede guardar las ideas de viaje, conversar con más viajeros y recibir alertas de precios y ofertas. Se puede encontrar información sobre el hospedaje, cosas que hacer, restaurantes, alquileres vacacionales, vuelos y foros. No cuenta con un sistema para reservar directamente.

#### 4.1.1.23 *Tripso*

Es una plataforma de contenido de viaje inteligente. Examina la web y analiza millones de sitios web y reseñas. La aplicación permite elegir hoteles, lugares de interés, actividades y restaurantes favoritos y agregarlos a una lista de deseos. La plataforma contiene guías que se pueden descargar en el celular para acceder a mapas, consejos locales, reservas y sugerencias personalizadas, todosin internet. No permite reservación directa.

#### 4.1.1.24 *Trivago*

Es una compañía de tecnología transnacional alemana especializada en servicios y productos relacionados con internet en los campos de hoteles, alojamientos y metabúsqueda. Compara ofertas principalmente con *Booking*, *Hoteles.com* y *Tripadvisor*. No se puede realizar reservaciones directas. Se puede observar la ubicación a través de *Google maps*

#### 4.1.1.25 Viajala

Es un metabuscador de vuelos y hoteles líder en Latinoamérica que actualmente opera en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Perú, compara los precios de cientos de aerolíneas y agencias en un mismo lugar. La oferta deseada se puede reservar y buscar entre una diversidad de hospedajes con el proveedor sin intermediarios ni costo adicional.

#### 4.1.2 Criterios de discriminación

Se aplicó un proceso de discriminación fundamentado en dos criterios de inclusión para el proceso de estudio, los cuales fueron: a) Ser una aplicación que permita el proceso de reserva directa, en relación a este criterio se han clasificado las apps identificadas en 4 grupos que son los que se presentan en la tabla 1-4; y b) Disponer de establecimientos de alojamiento de la zona de estudio, información que se aprecia en la tabla 2-4.

**Tabla 1-4:** Clasificación de aplicaciones

Reserva directa	Motores de búsqueda (Comparación)	Guías turísticas (no permiten reservar)	Aplicaciones inactivas*
<i>Agoda</i>	<i>Cheap Hotels</i>	<i>Lonelyplanet</i>	<i>Hipmunk</i>
<i>Airbnb</i>	Hoteles baratos	<i>Triposo</i>	
<i>Booking</i>	<i>Hotelook</i>		
<i>eDestinos</i>	<i>Hotel search</i>		
<i>Expedia</i>	<i>Hotels guy</i>		
<i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	<i>Hotel deals</i>		
Hoteles.com	<i>Kayak</i>		
<i>Orbitz</i>	Reserva de hotel		
<i>Traveolcity</i>	<i>Skyscanner</i>		
<i>Trip.com</i>	<i>Tripadvisor</i>		
	<i>Trivago</i>		
	<i>Viajala</i>		

Fuente: *Play Store*, 2020

\*Corresponde a aquellas aplicaciones que han desaparecido dentro de la app *Play Store* después de ser identificadas

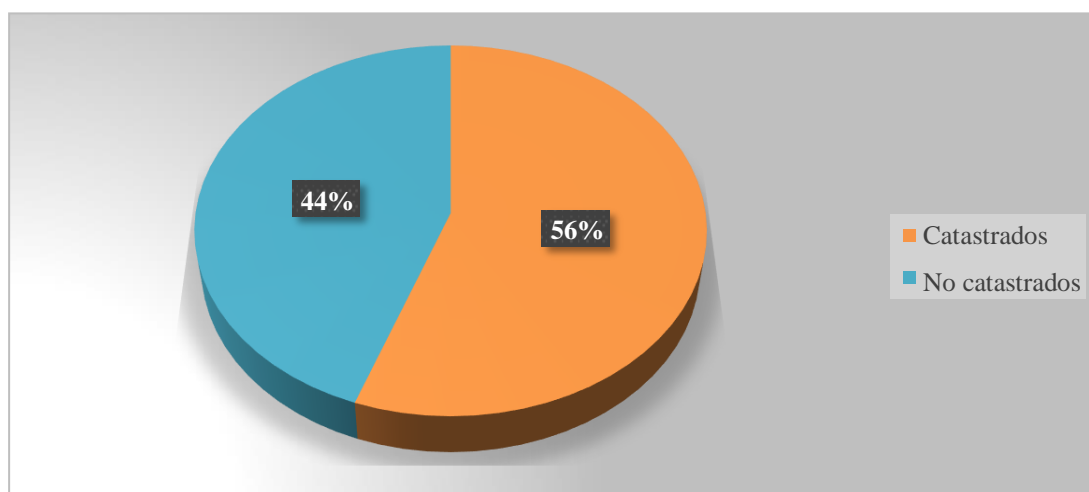
Las aplicaciones presentes en el primer grupo son aquellas que permiten realizar reserva directa de distintos tipos de servicios de hospedaje, mismas que se tomaron en cuenta como el objeto de estudio

**Tabla 2-4:** Establecimientos de hospedaje en la ciudad de Guaranda

Catastrados	No catastrados
Hotel Colonial	Alojamiento en Guaranda Ciudad de las 7 colinas
Hotel El Ángel	Casa hacienda <i>Ashár</i>
Hotel La Colina	Habitación privada
Hotel La Rústica	Hotel Bolívar
Hotel Márquez	Hostal Carmar
Hotel Palacio Real	Hotel Los Espejos
Hotel Tambo el Libertador	Hotel San Rafael
Hostal Balcón Cuencano	Hostal Casa Grande
Hostal D`Sol	Hostal Las Flores
10. Hostal Ejecutivo la Bahía	Hostal <i>Wasy Kamac</i>
11.Hostal La Rueda 12.Hostal	Minidepartamento (Sur de Guaranda)
<i>Mama Rumi</i> 13.Hostal 7	<i>Sleeping House</i>
Colinas 14.Hostal Oasis	
15.Hostal <i>Sumak Samary</i>	

Realizado por: Iza, M. 2020

Se localizaron 15 establecimientos dentro del catastro turístico y 12 establecimientos de hospedaje no catastrados, los cuales conforman el total del servicio de alojamiento de la ciudad de Guaranda, dicha información se puede visualizar de mejor manera en el gráfico 1-4.



**Gráfico 1-4:** Establecimientos de hospedaje en la ciudad de Guaranda

Realizado por: Iza, M. 2020

## **4.2 Levantamiento de los criterios de evaluación**

Para el segundo objetivo, que se centró en el levantamiento de los criterios de evaluación a ser considerados dentro del análisis comparativo, se realizaron 5 actividades.

### **4.2.1 *Análisis horizontal de criterios***

Como primera actividad, se elaboró un matriz de análisis horizontal que enlista los criterios de cada aplicación, mostrada en las tablas 3-4 y 4-4.

**Tabla 3-4:** Análisis horizontal de criterios parte 1

<i>Agoda</i>	<i>Airbnb</i>	<i>Booking</i>	<i>eDestinos</i>	<i>Expedia</i>
Áreas	Comentarios	Alojamientos disponibles	Cancelación gratuita	Accesibilidad
Calidad-precio	Estancias únicas	Cancelación gratis	Comidas	Clasificación por estrellas
Categoría	Flexibilidad para cancelar	Comentarios	Estrellas	Comentarios
Confort y calidad de la habitación	Habitaciones y camas	Comidas	Nombre del hotel	Comodidad de la habitación
Limpieza	Idioma del anfitrión	Confort	Opinión de los huéspedes	Condición del hotel
Nombre del alojamiento	Instalaciones	Distancia desde el centro de la ciudad	Precio por noche	Evaluación
Oferta de habitaciones	Más opciones ( <i>superhost</i> , accesibilidad)	Estrellas	Servicios del hotel	Forma de pago
Opciones de pago	Normas de la casa	Instalaciones	Tipo de pago	Intervalo de precios
Presupuesto	Rango de precios	Limpieza	Tipo de propiedad	Limpieza de la habitación
Servicios	Reserva inmediata	Personal	Ubicación	Nombre del hotel
Tipo de alojamiento	Servicios	Preferencia de cama		Ofertas
Ubicación	Tipo de alojamiento	Presupuesto		Otras opciones (hoteles disponibles, hoteles con VIP Access)
	Tipo de propiedad	Relación calidad-precio		Personal
	Ubicación	Reserva sin tarjeta de crédito		Rango de precios
		Servicios en la habitación		Recomendado
		Tipo de alojamiento		Servicio
		Todas las ofertas		Ubicación
		Ubicación		
		WIFI		

Realizado por: Iza, M. 2020

**Tabla 4-4:** Análisis horizontal de criterios parte 2

<i>Hoteles.com</i>	<i>Hotels Ecuador by Tritogo</i>	<i>Orbitz</i>	<i>Travelocity</i>	<i>Trip.com</i>
Acceso para discapacitados	Baño privado	Acceso para discapacitados	Accesibilidad	Comentarios
Cancelación gratis	Cadena	Clasificación por estrellas	Clasificación por estrellas	Desayuno incluido
Categoría de estrellas	Comentarios	Comentarios	Comentarios	Descuentos
Comentarios	Comidas	Comodidad de la habitación	Comodidad de la habitación	Disponibilidad para reservar
Evaluación de los huéspedes	Condiciones de la reserva	Condición del hotel	Condición del hotel	Estrellas
Instalaciones	Confort	Forma de pago	Forma de pago	Idiomas hablados
Lugares de interés	Disponibilidad	Limpieza por la habitación	Limpieza de la habitación	Instalaciones
Nombre del establecimiento	Distancia	Nombre de hotel	Nombre de hotel	Limpieza
Tarifa por noche	Estrellas	Otras opciones (hoteles disponibles, hoteles VIP <i>access</i> )	Otras opciones (mostrarhoteles disponibles)	Margen de precios
Temas y estilos	Instalaciones	Personal	Personal	Pago
Tipo de hospedaje	Limpieza	Rango de precios	Rango de precios	Política de reservas
Ubicación	Lugares de interés	Servicio	Servicio	Servicio
	Ofertas	Ubicación	Ubicación	Tipo de alojamiento
	Personal			Tipo de cama
	Preferencia de cama			Ubicación
	Recepción 24 horas			
	Relación calidad-precio			
	Servicio de la habitación			
	Tipo de alojamiento			
	Tu presupuesto			
	Ubicación			
	WIFI gratis			

Realizado por: Iza, M. 2020

#### 4.2.2 Homogenización de la terminología

Se homogenizó la terminología de los criterios encontrados en las diferentes apps para precisar el área evaluada, obteniendo 36 criterios en total presentados en la tabla 5-4.

**Tabla 5-4:** Homogenización de criterios

Aplicaciones Criterios	Agoda	Airbnb	Booking	eDestinos	Expedia	Hoteles	Hotels Price Ecuador by tritogo	Orbitz	travelocity	Trip.com	Total
Áreas	1										1
Alojamiento disponible			1		1		1	1	1		5
Accesibilidad					1	1		1	1		4
Baño privado							1				1
Cadena							1				1
Calidad-precio	1		1				1				3
Cancelación		1	1	1	1						4
Categoría de estrellas	1		1	1	1	1	1	1	1	1	9
Comentarios	1	1	1		1	1	1	1	1	1	9
Comidas			1	1			1			1	4
Confort de la habitación	1		1		1		1	1	1		6
Condición del hotel					1			1	1		3
Condición de la reserva		1	1				1			1	4
Descuentos	1	1			1		1			1	5
Distancia desde el centro de la ciudad			1				1				2
Estancias únicas		1									1
Evaluación de los huéspedes				1	1	1					3
Forma de pago	1			1	1			1	1	1	6
Habitaciones y camas		1	1				1			1	4
Idiomas hablados	1									1	2
Instalaciones	1	1				1	1			1	5
Lugares de interés						1	1				2
Limpieza	1		1		1		1	1	1	1	7
Más opciones (superhost, accesibilidad)		1									1
Nombre del establecimiento	1			1	1	1		1	1		6
Normas de la casa		1									1
Precio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Personal			1	1			1	1	1		5
Recomendado				1							1
Recepción 24 horas							1				1
Servicios	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Tipo de alojamiento	1	1	1			1	1			1	6



Aplicaciones Criterios	Agoda	Airbnb	Booking	eDestinos	Expedia	Hoteles	Hotels Price Ecuador by tritogo	Orbitz	travelocity	Trip.com	Total
Temas y estilos						1					1
Ubicación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Wifi	1						1				2

Realizado por: Iza, M. 2020

Los 36 criterios se clasificaron en 3 secciones como se observa en la tabla 6-4: búsqueda obteniendo un total de 25, dichos criterios permiten navegar dentro de las apps; de evaluación cuantitativa teniendo 7 en total, son los criterios que permiten dar una calificación numérica a los establecimientos; mixtos con un total de 4 criterios que presentan información del hospedaje y permiten dar una calificación.

**Tabla 6-4:** Clasificación de los criterios

Búsqueda	Evaluación cuantitativa	Mixtos
Accesibilidad	Calidad-precio	Instalaciones
Alojamiento disponible	Condición del hotel	Servicios
Áreas	Confort de la habitación	Ubicación
Baño privado	Evaluación de los huéspedes	WIFI
Cadena	Limpieza	
Cancelación	Personal	
Categoría de estrellas	Número de comentarios	
Comidas		
Condición de la reserva		
Descuentos		
Distancia desde el centro de la ciudad		
Estancias únicas		
Forma de pago		
Habitaciones y camas		
Idiomas hablados		
Lugares de interés		
Más opciones ( <i>superhost</i> , accesibilidad)		
Nombre del establecimiento		
Normas de la casa		
Precio		
Recepción 24 horas		
Recomendado		
Temas y estilos		
Tipo de alejamiento		
Tipo de propiedad		

Realizado por: Iza, M. 2020

La sección de criterios de búsqueda se distribuye en 2 tipos de análisis: de descripción, criterios que aportan a obtener un mejor detalle de las aplicaciones; y de relación, permiten caracterizar a cada establecimiento para futuras relaciones de análisis. Para una mejor comprensión se muestra la tabla 7-4.

**Tabla 7-4:** Tipo de análisis

De descripción	De relación
Alojamiento disponible	Accesibilidad
Áreas	Cancelación
Baño privado	Categoría de estrellas
Cadena	Distancia desde el centro de la ciudad
Comidas	Forma de pago
Condición de la reserva	Idiomas hablados
Descuentos	Tipo de alojamiento
Estancias únicas	Tipo de propiedad
Habitaciones y camas	
Lugares de interés	
Más opciones (superhost, accesibilidad)	
Nombre del establecimiento	
Normas de la casa	
Precio	
Recepción 24 horas	
Recomendado	
Temas y estilos	

Realizado por: Iza, M. 2020

#### 4.2.3 Identificación de criterios relevantes

Se identificaron los criterios con mayor uso entre las apps priorizadas, por medio de la condición: forman parte del análisis comparativo aquellos criterios que coinciden en más del 65% de las apps para el estudio (tabla 8-4).

**Tabla 8-4:** Porcentajes de los criterios de evaluación

Clasificación	Criterios	Porcentaje	
Búsqueda	De relación	Accesibilidad	40%
		Cancelación	40%
		Categoría de estrellas	90%
		Distancia desde el centro de la ciudad	20%
		Forma de pago	60%
		Idiomas hablados	20%
		Tipo de alojamiento	60%

Clasificación		Criterios	Porcentaje
	Descripción	Tipo de propiedad	20%
		Alojamiento disponible	50%
		Áreas	10%
		Baño privado	10%
		Cadena	10%
		Comidas	40%
		Condición de la reserva	40%
		Descuentos	50%
		Estancias únicas	10%
		Habitaciones y camas	40%
		Lugares de interés	20%
		Más opciones ( <i>superhost</i> , accesibilidad)	10%
		Nombre del establecimiento	10%
		Normas de la casa	10%
		Precio	100%
		Recepción 24 horas	10%
		Recomendado	10%
Temas y estilos	10%		
Cuantitativa		Calidad-precio	30%
		Condición del hotel	30%
		Confort de la habitación	60%
		Evaluación de los huéspedes	30%
		Limpieza	100%
		Personal	50%
		Número de comentarios	90%
Mixtos		Instalaciones	50%
		Servicios	90%
		Ubicación	100%
		WIFI	20%

Realizado por: Iza, M. 2020

Los criterios que se resaltan en la tabla 5-4 son aquellos que se tomaron en cuenta para el análisis comparativo, a razón de que cumplen con la condición de más del 65% de coincidencia, además, se incluyeron los criterios que pertenecen en las secciones de evaluación cuantitativa, mixtos y de relación, debido a que están basados en parámetros necesarios para una correcta aplicación del proceso metodológico planteado.

#### 4.2.4 Levantamiento de información

Se efectuó el levantamiento de información en base a cada criterio de evaluación seleccionado, en función de cada establecimiento registrado de la ciudad, y por cada app priorizada para el estudio.

La matriz se construyó en base a 2 conjuntos de información. La primera parte, fue destinada a información general de cada establecimiento, variables que se detallan en la tabla 9-4; y, la segunda parte, fue utilizada para detallar los criterios cuantitativos y cualitativos que presenta cada establecimiento de hospedaje.

**Tabla 9-4:** Análisis descriptivo de las variables de información general

Variable	Análisis descriptivo
<b>Catastro</b>	Se utilizó para especificar establecimientos que se encuentran registrados o no en el catastro turístico de la ciudad de Guaranda
<b>Tipo alojamiento</b>	Fue usado para detallar la tipología de hospedajes presentes en la zona de estudio
<b>Categoría catastrado</b>	Se empleó para precisar la clasificación establecida en el catastro turístico
<b>Categoría no catastrado</b>	Variable utilizada para la descripción de la categoría especificada en cada app
<b>Distancia desde el centro de la ciudad</b>	Efectuada para señalar la distancia en kilómetros que tiene un establecimiento de hospedaje en relación a la zona central de la ciudad de estudio
<b>Idiomas hablados</b>	Variable dividida en: número y detalle de idiomas con los que se pueden interactuar en cada establecimientos

Realizado por: Iza, M. 2020

La recolección de la información se llevó a cabo durante un mes, utilizando el primer día para una revisión general de todas las apps y los establecimientos de alojamiento encontrados en cadauna de ellas.

Es necesario mencionar que no fue posible levantar información de la app eDestinos, debido a que no brinda la información que necesitamos en cuanto se refiere a los criterios cuantitativos.

Posteriormente, se levantó la información de los establecimientos encontrados, durante todos los días que compone una semana, dicha recolección se realizó mediante una base de datos generada por medio del programa *Microsoft Excel*, presentada en la tabla 10-4. Además, para

evitar errores en el transcurso de la recolección y para comprender de mejor manera la información introducida en la matriz, se usó una serie de colores interpretados en la tabla 11-4.

**Tabla 10-4:** Ejemplo de base de datos con la aplicación *Booking*

Información general							BOOKING																
Nombre del establecimiento	Catastro	Tipo alojamiento	Categoría catastrado	Cercanía desde el centro de la ciudad	Idiomas hablados		Calidad-precio (10 puntos)	Precio del hotel (10 puntos)	Costo de la habitación* (10 puntos)	Instalaciones* (10 puntos)	Limpieza* (10 puntos)	Personal* (10 puntos)	Servicio* (10 puntos)	Ubicación* (10 puntos)	WIFI (10 puntos)	Evaluación de los huéspedes* (10 puntos)	Número de comentarios	Accesibilidad	Cancelación		Categoría no catastrado	Forma de pago	
					Número	Detalle													Disponibilidad	Detalle		Cantidad	Detalle
Colonial	Si	Hotel	2 E	0,85 km	1	Español	7,2		6,9	6,9	7,8	8,1	6,9	9,1		7	8	N/D	Si	Reembolsable con 2 días de antelación		2	On-line En el Aloj.
Ejecutivo La Bahía	Si	Hostal	1 E																				
La Colina	Si	Hotel	2 E	0,2 km	1	Español	8		8,4	8,2	8,9	8,9	8,2	8,8	7,5	8,4	24	Si	N/D	N/D		N/D	N/D
La Rústica	Si	Hostal	2 E	0,5 km	2	Español Inglés			9,1	9	9,8	9,4	9	8,2		9,1	42	No	Si	Parcialmente reembolsable		3	En el Aloj. On-line Con TC
Sumak Samyra	Si	Hostal	1 E																				
Tambo del libertador	Si	Hotel	2 E	0,66 km	1	Español											2	N/D	N/D	N/D		N/D	N/D
Sleeping House	No	CC		0,3 km	1	Inglés																	
Wasy Kamac	No	Hostal																					

Realizado por: Iza, M. 2020

\* CC= Casa Compartida, E = Estrella/s, Aloj = Alojamiento, N/D = No Disponible, TC = Tarjeta de Crédito

**Tabla 11-4:** Interpretación de los colores

	Establecimiento que no se encuentra en la app
	Criterio no evaluado en el establecimiento
	Criterio que no aplica para el establecimiento
	Criterio de evaluación que no califica la app
	Criterio opcional de evaluación dentro de la app
	Establecimiento que se encuentra en la aplicación pero no presenta información que aporten a los criterios
*	Criterio obligatorio en la evaluación
N/D	No dispone

Realizado por: Iza, M. 2020

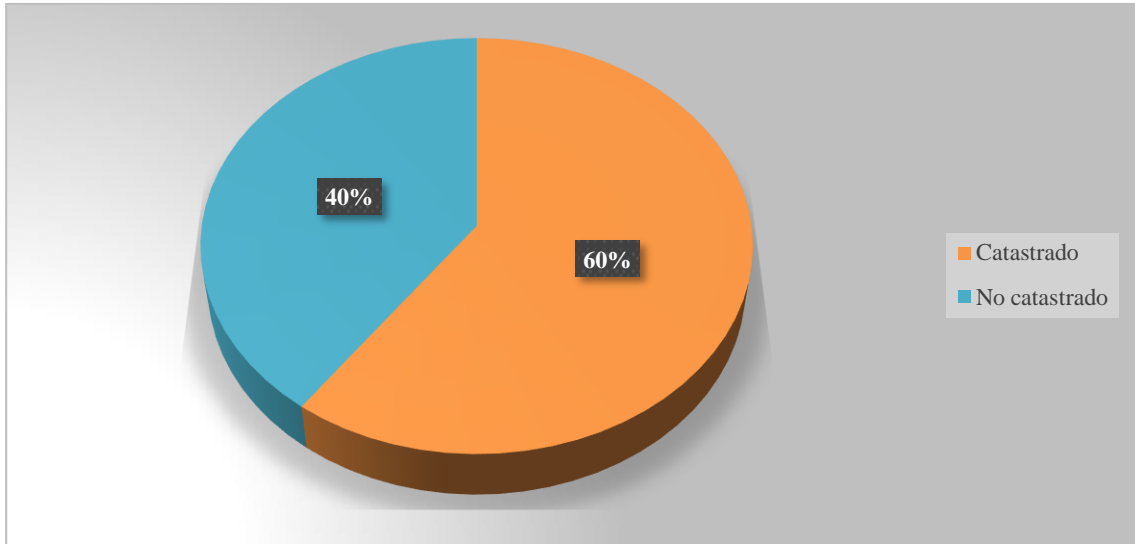
#### **4.2.5 Sistematización de información**

La sistematización de la información se analizó por medio de gráficos estadísticos descriptivos, para que exista una mejor comprensión de los datos.

Primero, se analizó el conjunto destinado a la información general, mediante gráficos denominados de modo pastel o circular.

##### **4.2.5.1 Establecimientos registrados en el catastro turístico**

Los establecimientos que se enlistaron inicialmente fueron un total de 27, de los cuales 17 no se hallaron en ninguna de las apps estudiadas, quedando un total de 10 establecimientos de hospedaje, 6 de ellos se encuentran registrados en el catastro turístico de la ciudad y 4 son establecimientos que se comercializan sin contar con un registro catastral, datos que se muestran de manera porcentual en el gráfico 2-4.



**Gráfico 2-4:** Análisis de establecimientos registrados en el catastro turístico

Realizado por: Iza, M. 2020

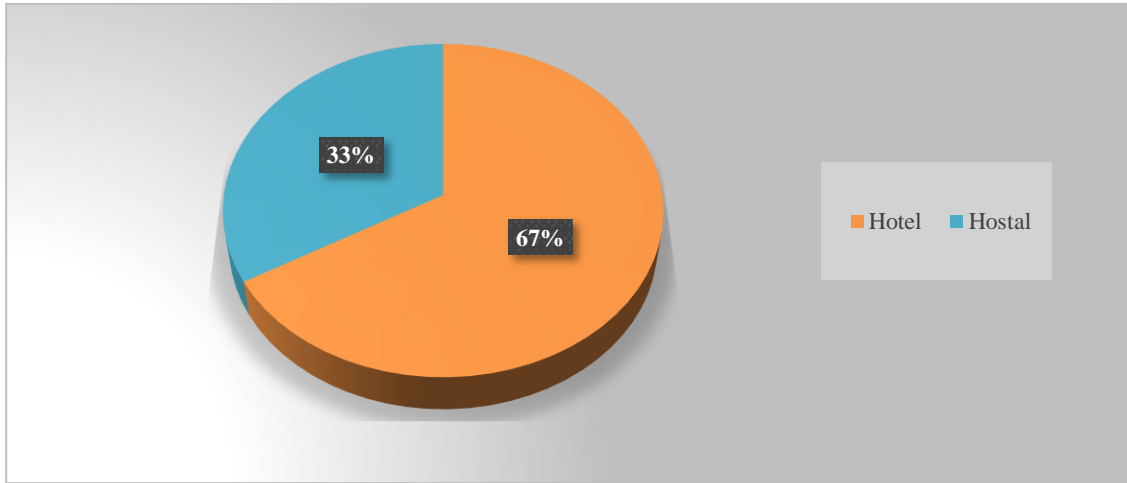
#### 4.2.5.2 Tipo de alojamiento formal e informal

Conforme a los establecimientos turísticos registrados en el catastro turístico, se muestra en el gráfico 3-4 que los establecimientos de tipo hotel son quienes predominan en la ciudad (67%) y el 33% restante representa a hospedaje de tipo hostel.

En el caso de los establecimientos no registrados en el catastro turístico, se puede observar en el gráfico 4-4 que, la mitad representan a alojamiento de tipo casa compartida, un 25% es de tipo hotel y el 25% restante es alojamiento de tipo departamento compartido.

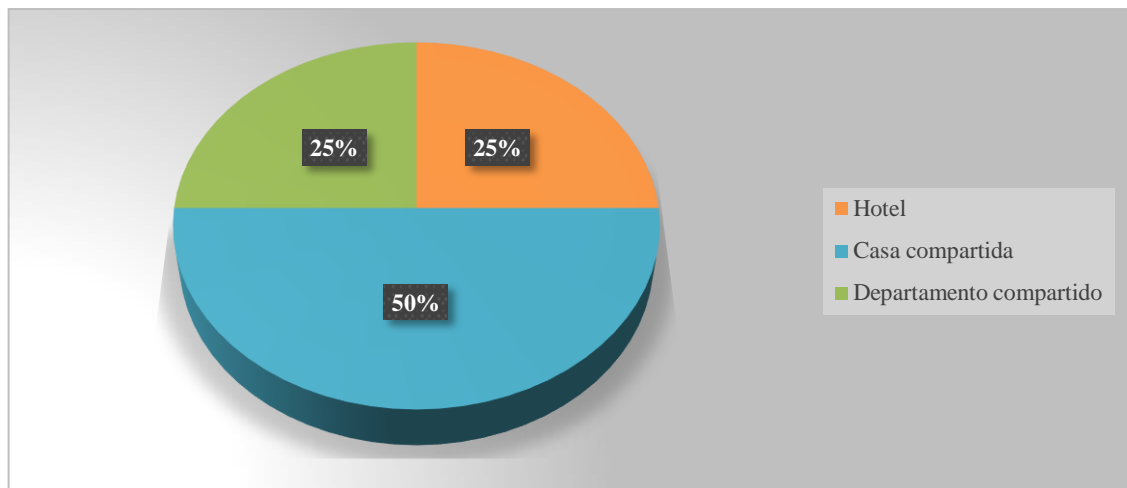
En la ciudad de Guaranda, el servicio de hospedaje se oferta mayoritariamente en establecimiento de tipo hotel.





**Gráfico 3-4:** Alojamiento de tipo formal

Realizado por: Iza, M. 2020



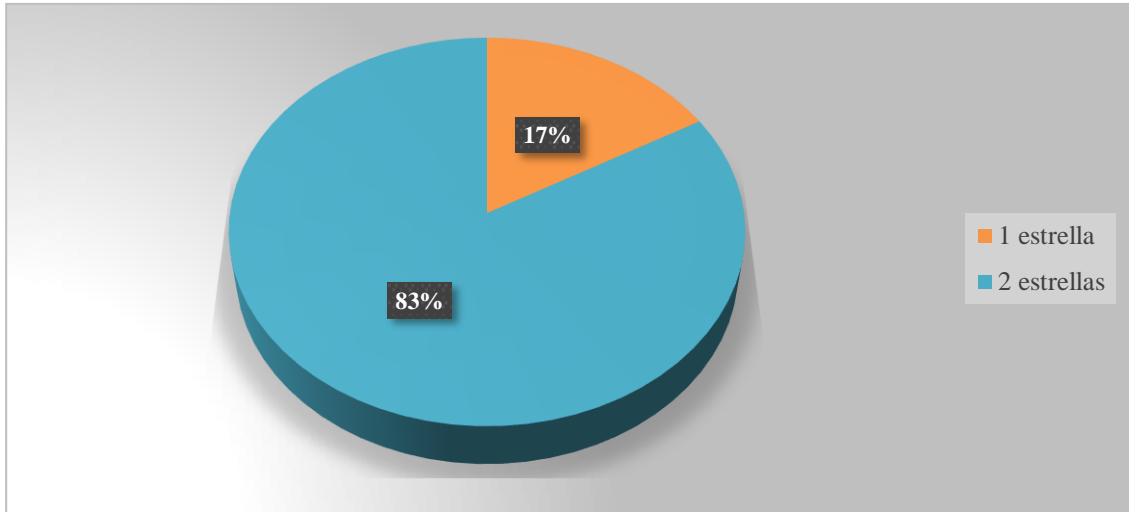
**Gráfico 4-4:** Alojamiento de tipo informal

Realizado por: Iza, M. 2020

#### 4.2.5.3 Categoría de acuerdo al catastro turístico

En la ciudad de Guaranda se puede reservar hospedaje de categoría con 1 estrella (17%) y con 2 estrellas (83%), de acuerdo con el catastro turístico.

No existen establecimientos de categoría 3, 4 y 5 estrellas.

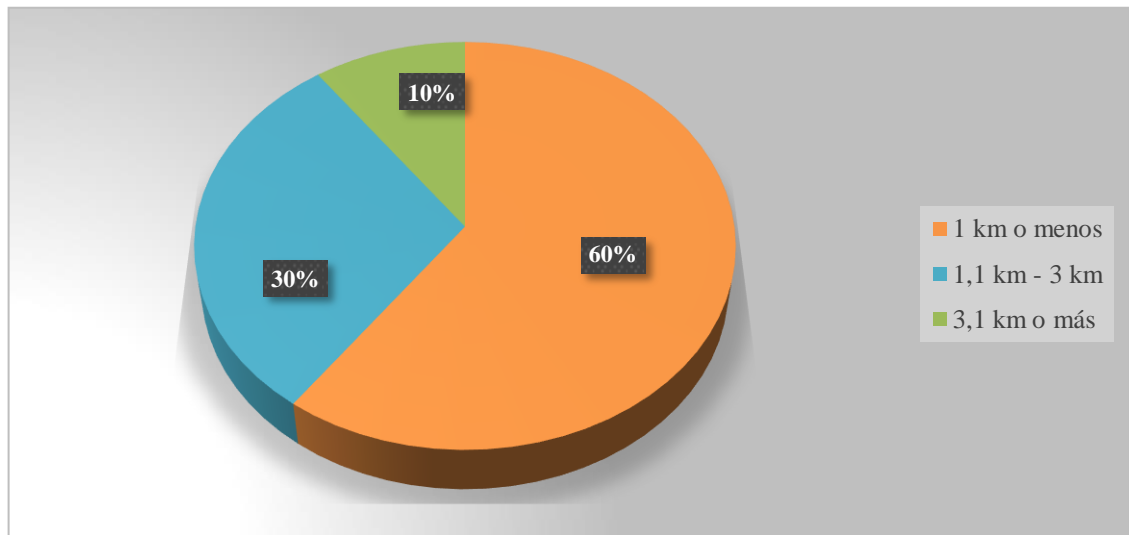


**Gráfico 5-4:** Análisis estadístico de categoría de los establecimientos catastrados

Realizado por: Iza, M. 2020

#### 4.2.5.4 Distancia desde el centro de la ciudad

El gráfico 6-4 muestra que, los establecimientos hoteleros se ubican relativamente cerca del centro de la ciudad, debido a que el 60% se localizan a 1 km o menos, es decir se encuentran en la zona urbana – central; mientras que, el 30% se ubica hasta a 3 km de distancia y apenas el 10% de los establecimientos están ubicados a 3,2 km del centro de la ciudad.

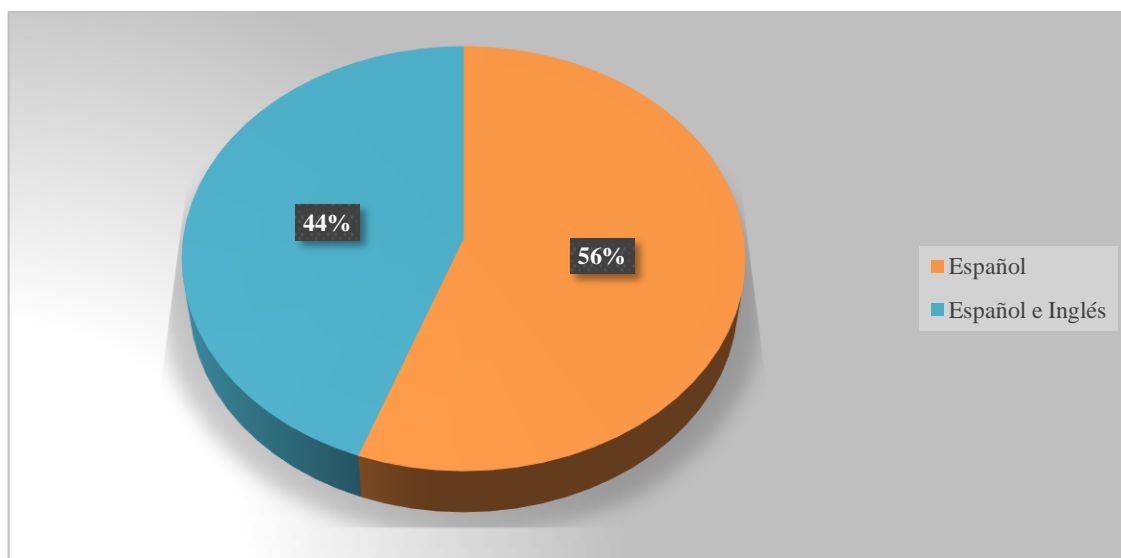


**Gráfico 6-4:** Distancia de los establecimientos en relación al centro de la ciudad

Realizado por: Iza, M. 2020

#### 4.2.5.5 Idiomas hablados

A los turistas que visitan Guaranda se les facilita encontrar hospedaje, debido a que los establecimientos disponen de comunicación por medio de los idiomas inglés y español (56%), y un 44% que solo hablan español.



**Gráfico 7-4:** Análisis estadístico de los idiomas hablados en los establecimientos

**Realizado por:** Iza, M. 2020

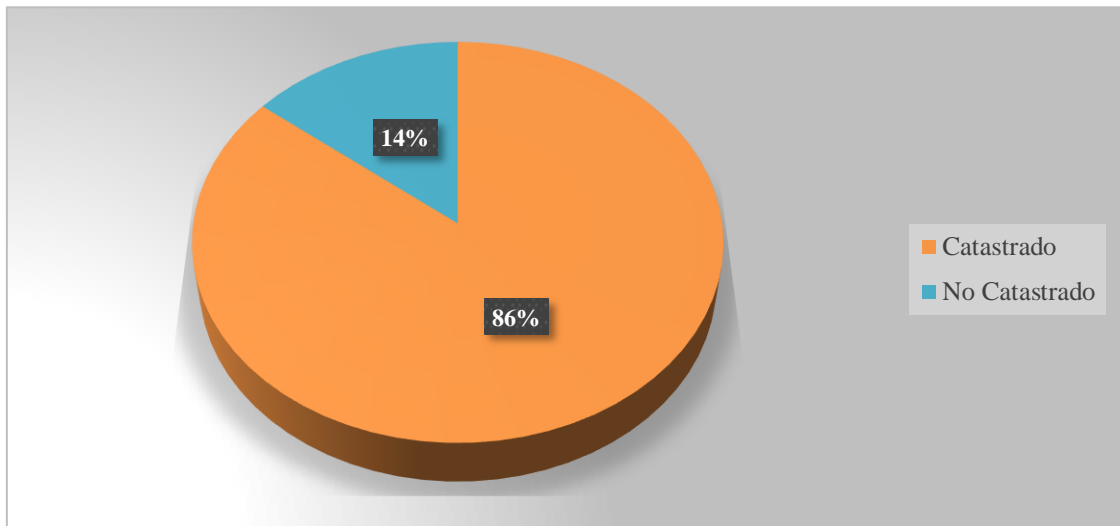
A continuación, se procedió a analizar el conjunto de datos que detallan los criterios cuantitativos y cualitativos de los establecimientos de hospedaje.

#### 4.2.5.6 Análisis de la aplicación Agoda

Dentro de la aplicación *Agoda* se han encontrado 7 establecimientos de hospedaje analizados de la siguiente manera:

- Establecimientos registrados en el catastro turístico

Como se muestra en el gráfico 8-4, del 100% de establecimientos que se comercializan por medio de la app *Agoda*, en un 86% son catastrados y resultando solo el 14% establecimientos no catastrados, notando mayor inserción de establecimientos registrados en el catastro turístico de la ciudad.

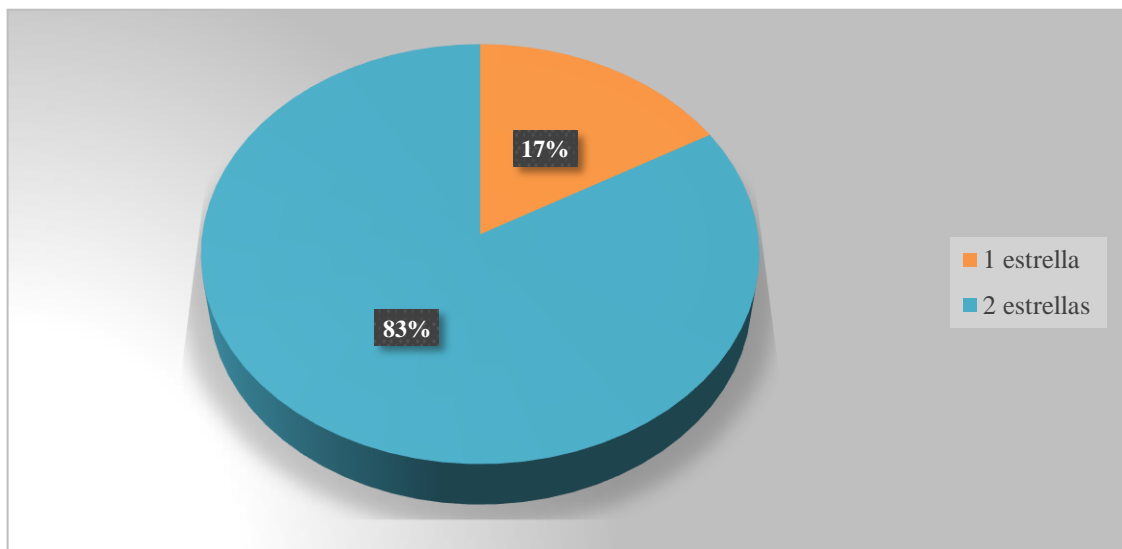


**Gráfico 8-4:** Establecimientos en la app *Agoda* registrados en el catastro turístico

Realizado por: Iza, M. 2020

- Según la categoría

Predominan los establecimientos de categoría 2 estrellas (83%). El único establecimiento no catastrado en la app, Hotel San Rafael, no tiene categoría.

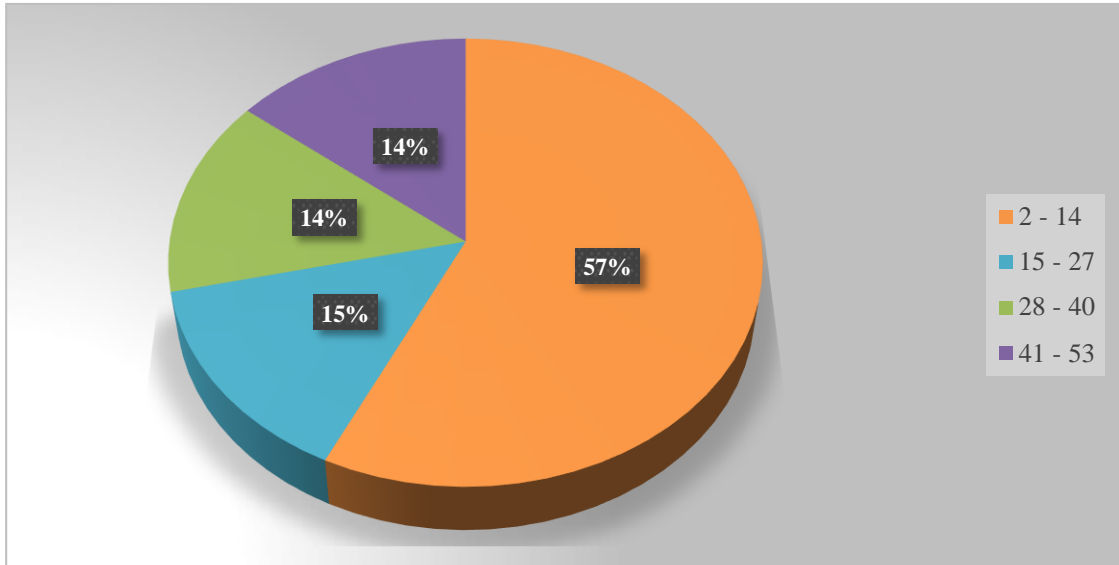


**Gráfico 9-4:** Categoría de los establecimientos encontrados en la app *Agoda*

Realizado por: Iza, M. 2020

- De acuerdo a los comentarios

El 57% de los establecimientos en *Agoda* tienen de 2 a 14 comentarios, seguido por el 15% que cuenta con 15 a 27 comentarios, un 14% representa 28 a 40 comentarios y otro 14% muestra que los establecimientos tienen de 41 a 53 comentarios.



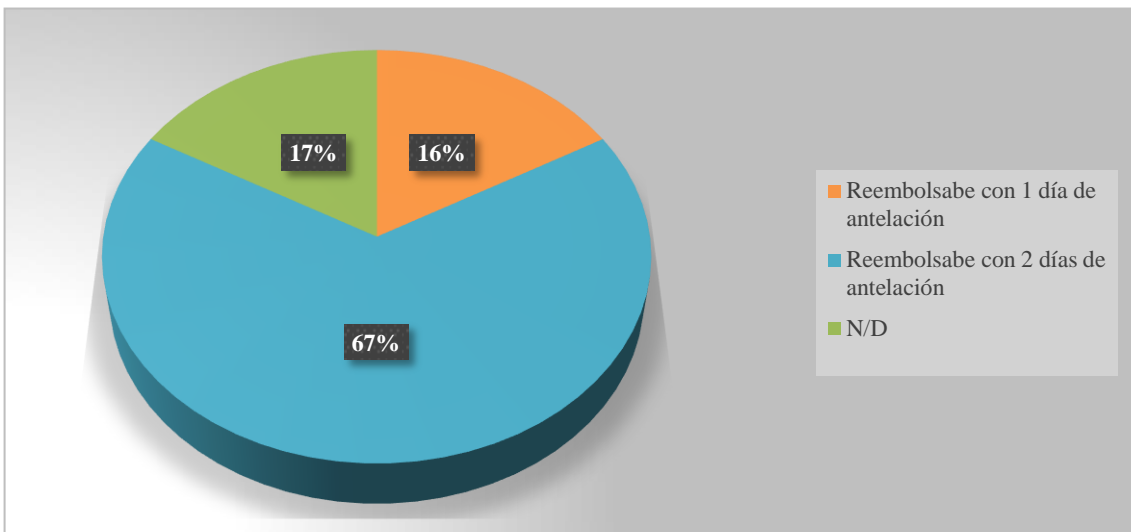
**Gráfico 10-4:** Establecimientos en la app *Agoda* de acuerdo a los comentarios

Realizado por: Iza, M. 2020

- Según la cancelación de establecimientos de tipo formal e informal

Mediante el gráfico 11-4 se nota que, la app permite 3 diferentes formas de cancelar una reservación. El 67% de los establecimientos permiten la devolución del dinero siempre y cuando se realice la cancelación con 2 días de anticipación, mientras que, el 16% permite el reembolso cuando la cancelación sea realizada con un día de antelación, el 17% restante representa a los alojamientos que no cuentan con información sobre la cancelación.

El establecimiento informal permite la cancelación y es reembolsable con 2 días de antelación.

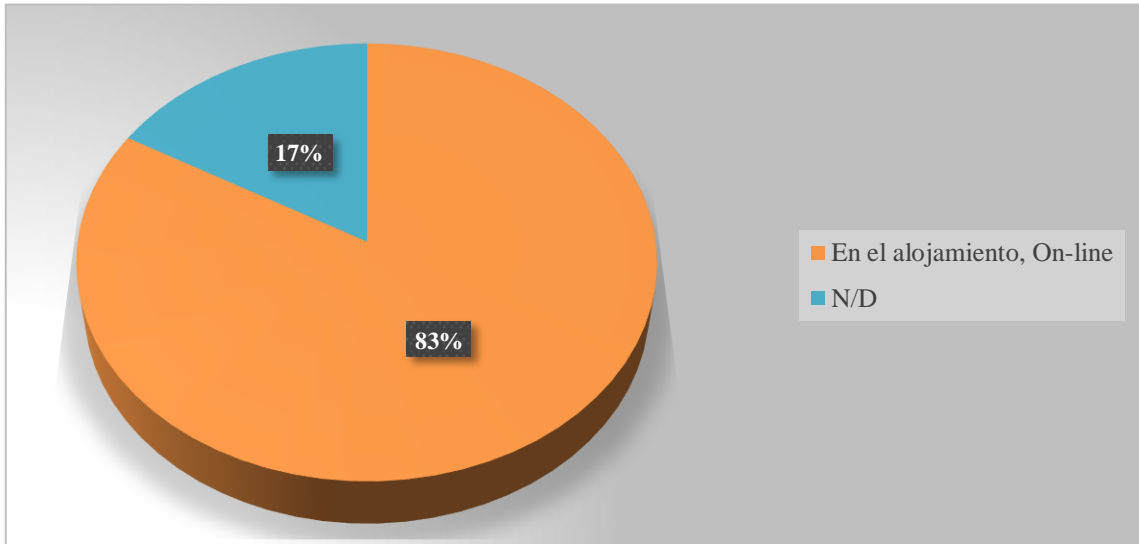


**Gráfico 11-4:** Establecimientos en la app *Agoda* según la cancelación

Realizado por: Iza, M. 2020

- Conforme a la forma de pago

*Agoda* permite a sus usuarios realizar pagos directamente desde la app y en el alojamiento en un 83% de los establecimientos, sin embargo, el 17% no muestra datos para los pagos.

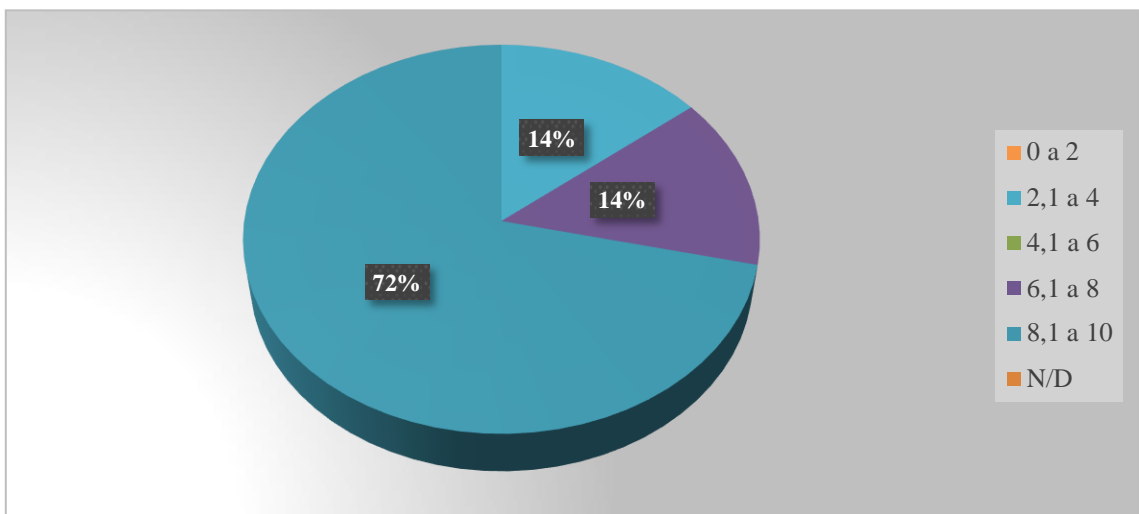


**Gráfico 12-4:** Establecimientos en la app *Agoda* conforme a la forma de pago

Realizado por: Iza, M. 2020

- Evaluación del establecimiento de hospedaje

Gran parte de los establecimientos 72% han recibido calificaciones entre 8,1 a 10 puntos, por parte de los huéspedes, un 14% cuenta con calificación de 6,1 a 8; y el otro 14% presenta una calificación de 2,1 a 4, sobre 10 puntos; lo que promediado resulta una calificación de 7,78/10 puntos. Demostrando así que generalmente los establecimientos reciben puntajes buenos.



**Gráfico 13-4:** Evaluación de los establecimientos en la app *Agoda*

Realizado por: Iza, M. 2020

Se debe mencionar que, ninguno de los establecimientos registrados en la app *Agoda* dispone de información acerca de la accesibilidad para personas con discapacidad móvil.

#### 4.2.5.7 *Análisis de la aplicación Airbnb*

En la aplicación *Airbnb* se encontraron 3 establecimientos de hospedaje y en su análisis, ninguno de los establecimientos presentes en esta app está registrado en el catastro turístico, además no cuentan con categoría, debido a que no presentan evaluación por parte de los huéspedes y de la misma manera solo un establecimiento cuenta con 2 comentarios, que a diferencia de los demás no tienen comentarios.

Cuentan con cancelación y si se realiza hasta dos días de antelación, es reembolsable excepto de la comisión por servicio. Los establecimientos no tienen acceso para personas con discapacidad móvil.

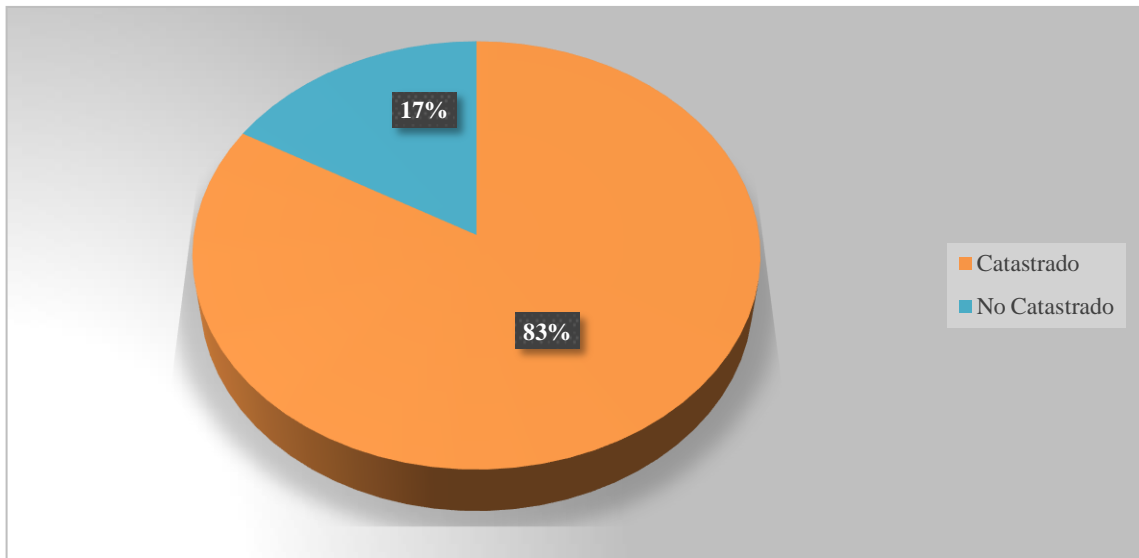
Todos los establecimientos permiten realizar el pago de habitaciones por medio de internet, con tarjeta de crédito y directamente en el alojamiento.

#### 4.2.5.8 *Análisis de la aplicación Booking*

Dentro de la aplicación *Boooking* en han encontrado 6 establecimientos de hospedaje distribuidos de la siguiente manera:

- Establecimientos registrados en el catastro turístico

Los establecimientos que se ofertan por medio de *Booking* en gran parte (83%) están registrados en el catastro turístico y el 17% son establecimientos no registrados.

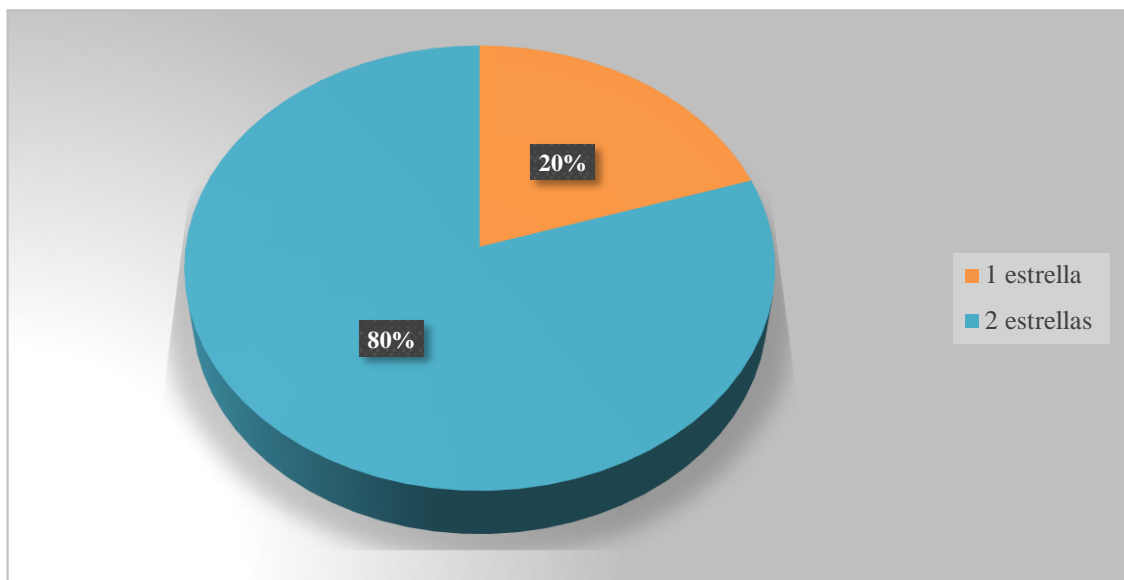


**Gráfico 14-4:** Establecimientos en la app *Booking* registrados el catastro turístico

Realizado por: Iza, M. 2020

- Según la categoría

El gráfico 15-4 muestra que, el 80% de los alojamientos catastrados están registrados con categoría 2 estrellas, mientras que el 20% muestra categoría de 1 estrella. En cuanto a los establecimientos no catastrados, no muestran categoría alguna.



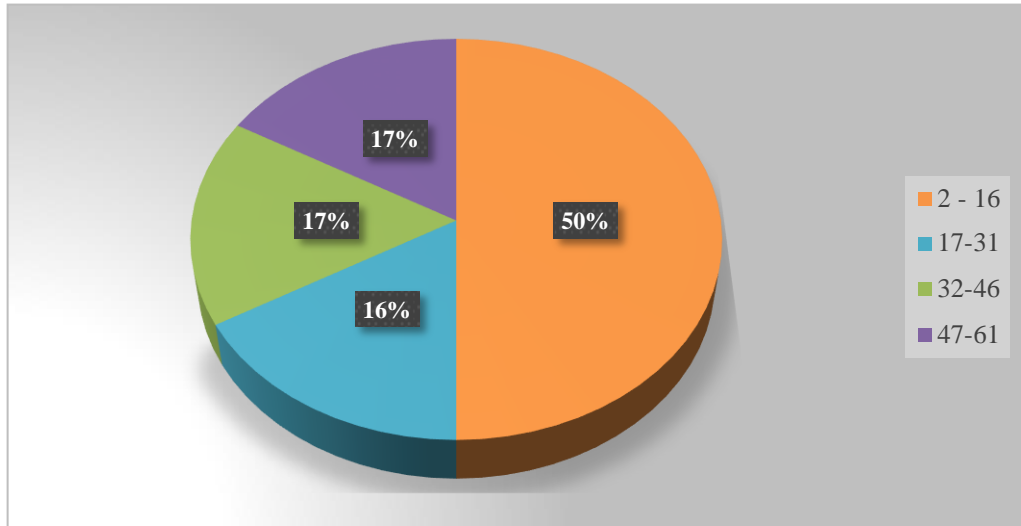
**Gráfico 15-4:** Categoría de los establecimientos encontrados en la app *Booking*

Realizado por: Iza, M. 2020



- De acuerdo a los comentarios

La mitad de los establecimientos poseen de 2 a 16 comentarios, la otra mitad está dividida en: 17% con 32 a 46 comentarios, 17% con 47 a 61 comentarios y 16% tienen de 17 a 31.

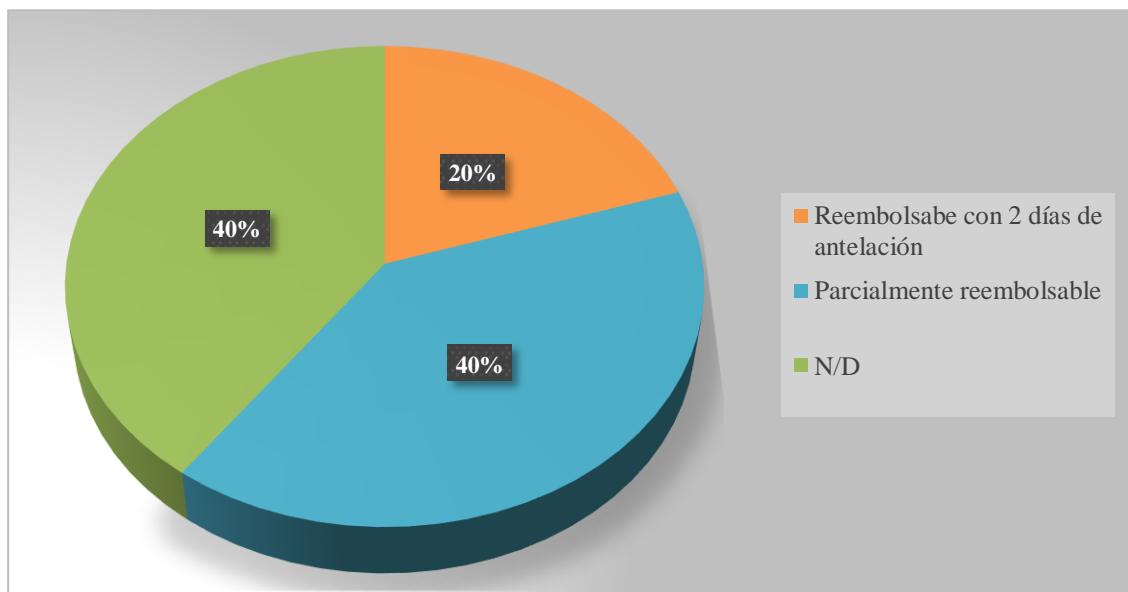


**Gráfico 16-4:** Establecimientos en la app *Booking* de acuerdo a los comentarios

Realizado por: Iza, M. 2020

- Según la cancelación

La app, mediante los alojamientos ofertados, permite se realice cancelaciones reembolsables con 2 días de antelación (20%), parcialmente reembolsables con el 40%; existe un 40% que no muestra datos de cancelación.

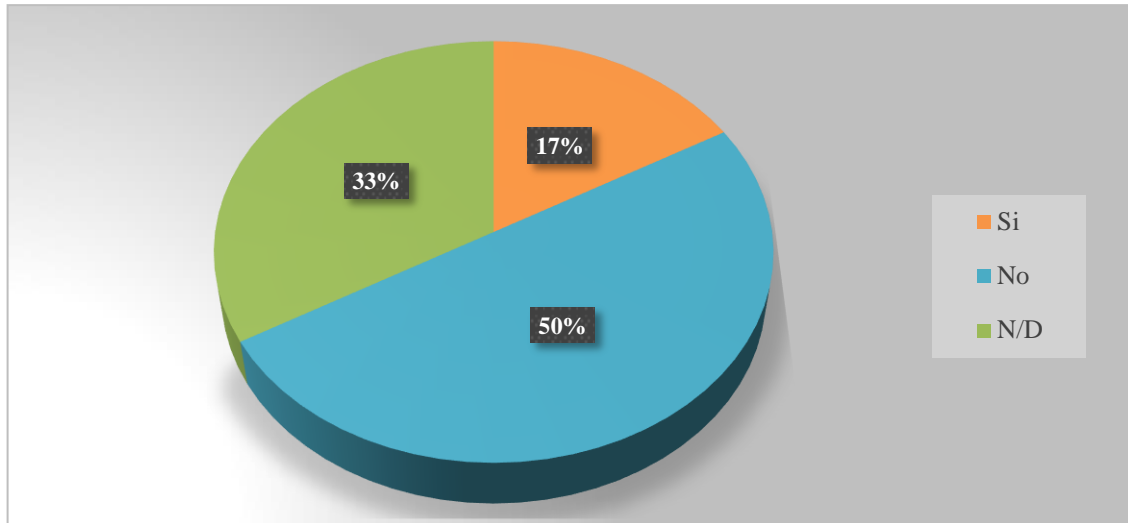


**Gráfico 17-4:** Establecimientos en la app *Booking* según la cancelación

Realizado por: Iza, M. 2020

- Según la accesibilidad

Mediante el gráfico 18-4 se puede notar que, la mitad de los establecimientos no tienen acceso para personas con discapacidad móvil, el 17% si tiene facilidades para movilización y el 33% no dispone de información.



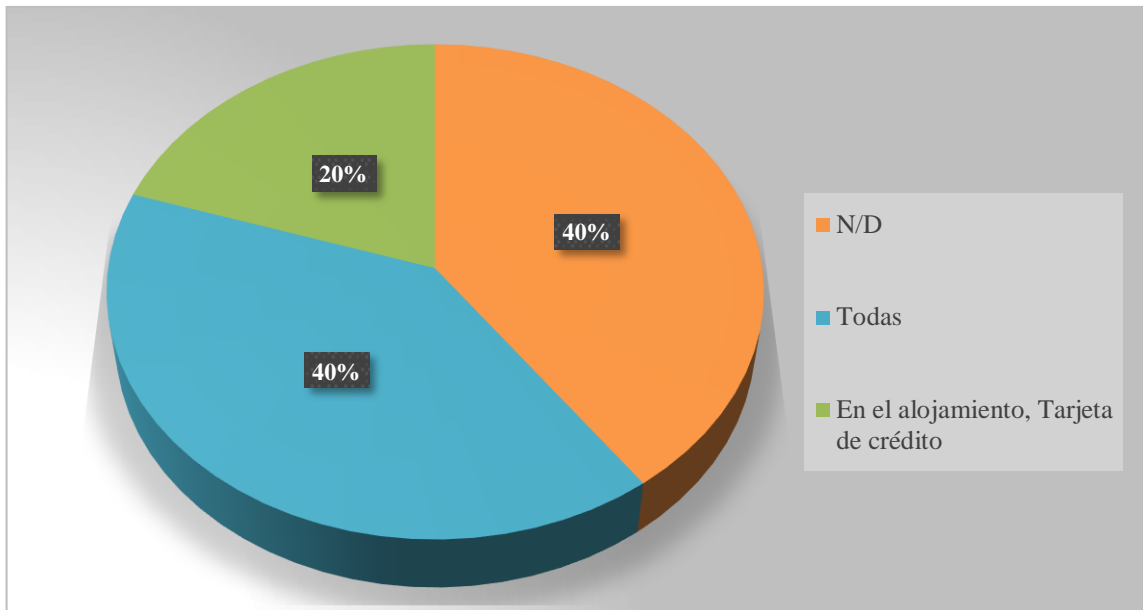
**Gráfico 18-4:** Establecimientos en la app *Booking* según la accesibilidad

**Realizado por:** Iza, M. 2020

- Conforme a la forma de pago

Apenas el 20% de los alojamientos permiten realizar pagos por medio de tarjetas de crédito, internet y en el alojamiento; un 40% excluye la posibilidad por internet y el 40% restante no tiene información de pago.

De los establecimientos no catastrados el 100% permiten los 3 tipos de pagos antes mencionados.

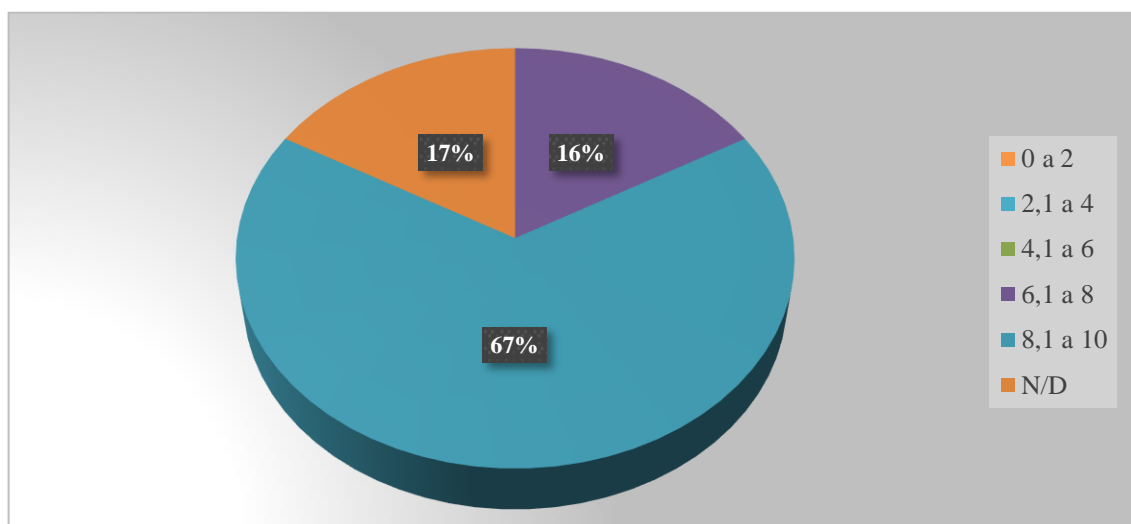


**Gráfico 19-4:** Establecimientos en *Booking* conforme a la forma de pago

Realizado por: Iza, M. 2020

- Evaluación del establecimiento de hospedaje

En el gráfico 20-4 se muestra que los establecimientos hallados en *Booking* tienen un promedio general de 8,24 sobre 10 puntos, a razón de que el 67% fueron calificados con puntajes entre 8,1 a 10; 16% puntuados con 6,1 a 8 y el 17% no están evaluados aún, debido a que se necesita al menos 3 comentarios para que pueda contar con una calificación.



**Gráfico 20-4:** Evaluación de los establecimientos en la app *Booking*

Realizado por: Iza, M. 2020

#### 4.2.5.9 *Análisis de la aplicación Expedia*

La aplicación *Expedia* promociona 2 establecimientos de hospedaje, los cuales están registrados en el catastro turístico.

Uno con categoría 1 estrella y dispone de un comentario y puntuación de 1 sobre 5; otro establecimiento con 2 estrellas que no cuenta con comentarios ni evaluación porque no cumple los criterios de la aplicación para visualizar la evaluación del establecimiento.

El 50% permite cancelar gratis las reservaciones y el otro 50% cobra el cargo por una noche, por lo que cuenta con 2 formas de pago tanto con tarjeta de crédito, como en el alojamiento.

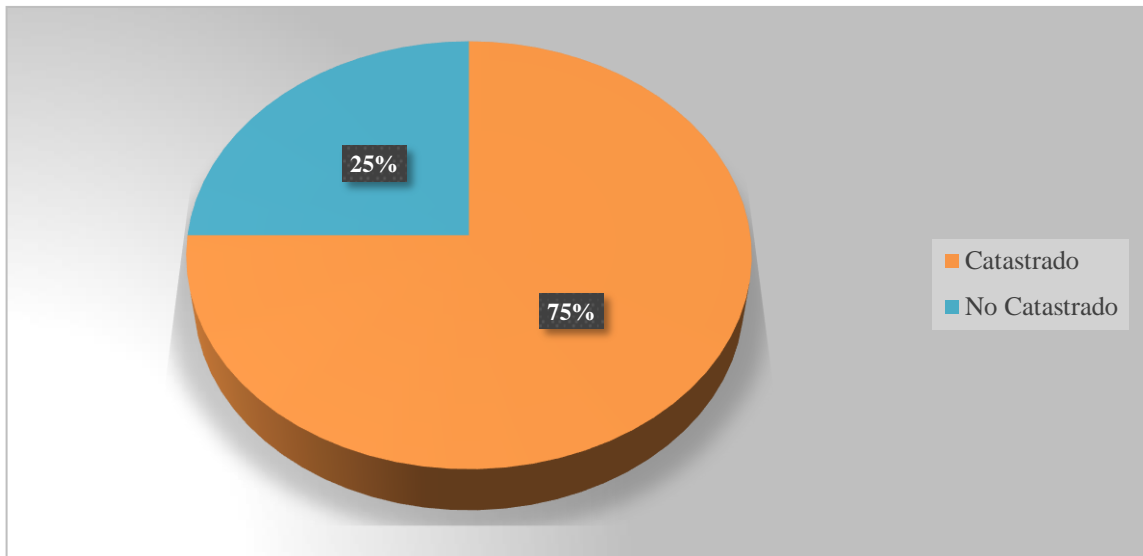
Los establecimientos no poseen información sobre accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

#### 4.2.5.10 *Análisis de la aplicación Hotels Price Ecuador by Tritogo*

Dentro de la aplicación *Hotels Price Ecuador by Tritogo* se ha levantado información de 4 establecimientos de hospedaje con el siguiente análisis:

- Establecimientos registrados en el catastro turístico

En el gráfico 21-4 se observan un 75% de establecimientos de hospedaje dentro del catastro turístico lo que representan 3 establecimientos, mientras que, un 25% de establecimientos no está registrado en el catastro.

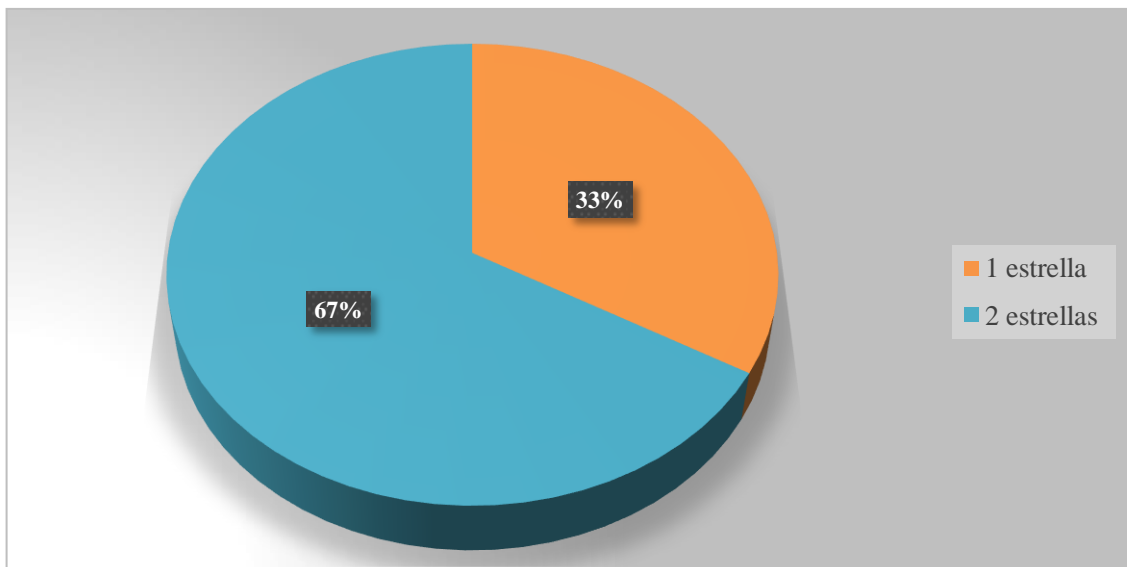


**Gráfico 21-4:** Establecimientos en *Hotels Ecuador* registrados en el catastro turístico

Realizado por: Iza, M. 2020

- Según la categoría

Aventajan los establecimientos con categoría 2 estrellas (67%), el 33% tienen categoría de 1 estrella. Los hoteles no registrados en el catastro, no tienen categoría dentro de la app.

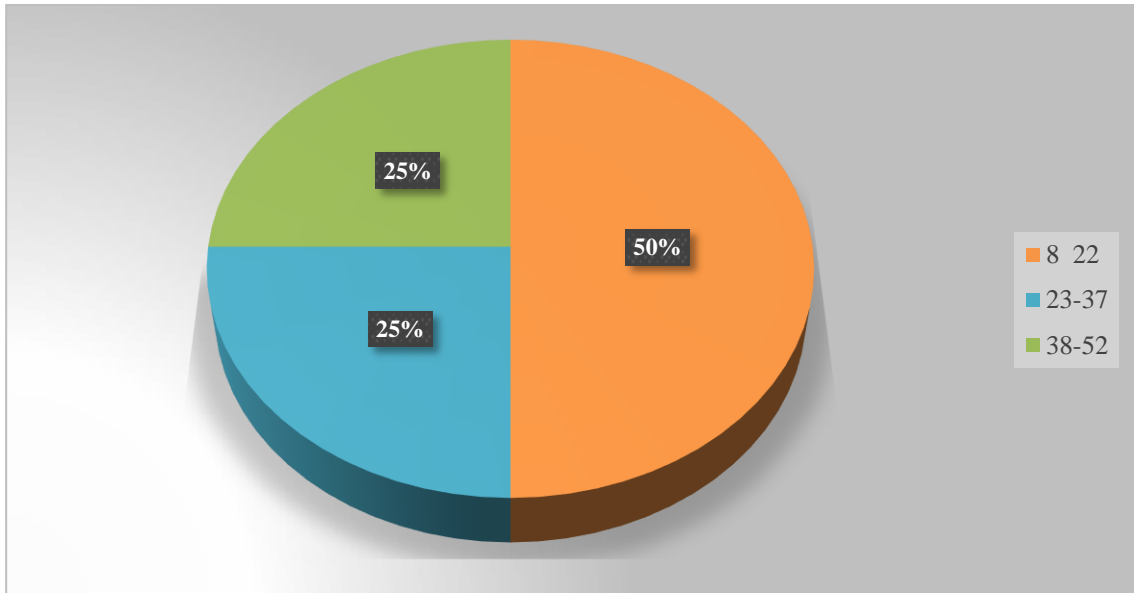


**Gráfico 22-4:** Categoría de los establecimientos en *Hotels Ecuador*

Realizado por: Iza, M. 2020

- De acuerdo a los comentarios

El 50% de los comentarios generados por turistas que se hospedaron en los alojamientos encontrados en la app están en un intervalo de 8 a 22, mientras que, el 25% representan 23 a 37 comentarios y el 25% restante hace alusión a 38 a 52 comentarios.

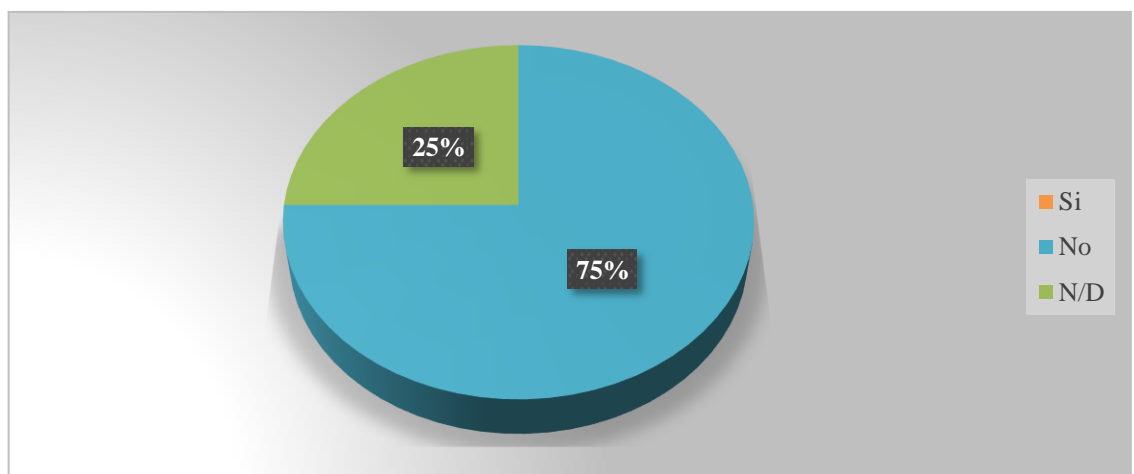


**Gráfico 23-4:** Establecimientos en *Hotels Ecuador* según los comentarios

Realizado por: Iza, M. 2020

- Según a la accesibilidad

El 75% de los establecimientos no cuentan con accesibilidad, mientras que, el restante 25% no menciona información acerca del criterio en cuestión.

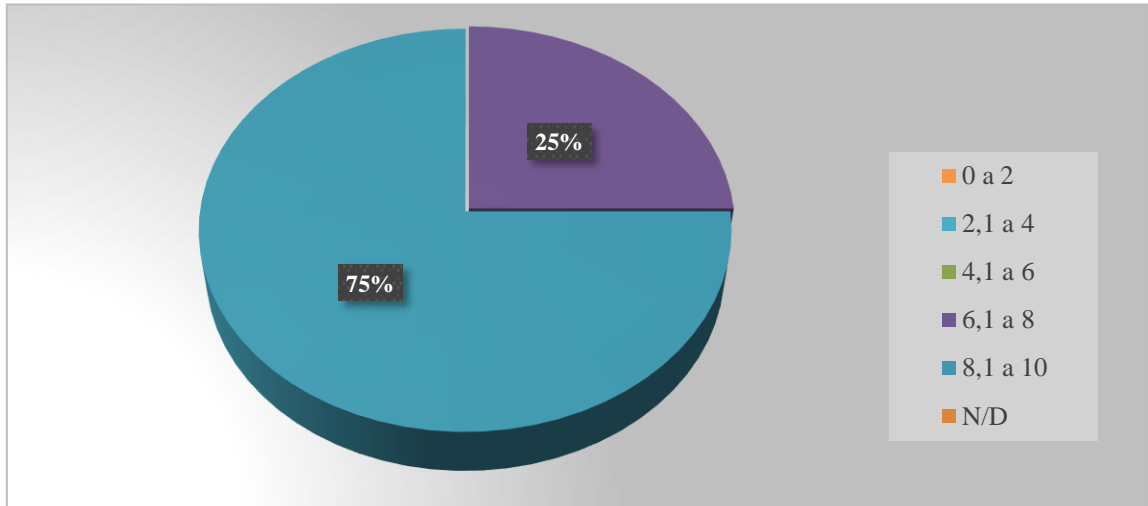


**Gráfico 24-4:** Establecimientos en *Hotels Ecuador* según la accesibilidad

Realizado por: Iza, M. 2020

- Evaluación del establecimiento de hospedaje

La app permite que los huéspedes califiquen el establecimiento en una escala de 10 puntos, es así que, el 75% cuentan con calificaciones de 8,1 a 10 y el 25% ha sido calificado de 6,1 a 8 puntos, lo que resulta en una calificación general de 8,2 puntos de 10, información que se muestra en el gráfico 25-4.



**Gráfico 25-4:** Evaluación en *Hotels Price Ecuador by Tritogo*

**Realizado por:** Iza, M. 2020

Todos los establecimientos ya sean de tipo formal e informal permiten cancelar de forma gratuita una reservación, debido a que el pago se realiza únicamente en el hospedaje.

#### 4.2.5.11 Análisis de la aplicación *Hoteles.com*

Dentro de la aplicación *Hoteles.com* se han encontrado 2 establecimientos de hospedaje que:

Pertenecen al catastro turístico de la ciudad, el 50% de categoría 1 estrella y con 2 estrellas el otro 50%.

Si un turista desea hospedarse en cualquiera de los alojamientos puede realizar el pago vía internet o directamente en el alojamiento, en caso de que se cancele la reservación el usuario debe reconocer el cargo de una noche.

Un establecimiento tiene facilidades de acceso para personas con discapacidad física, mientras que, el otro no dispone de información de accesibilidad.

Ninguno de los establecimientos han sido evaluados, debido a que no cuentan con comentarios ni puntuación.

#### *4.2.5.12 Análisis de la aplicación Orbitz*

En la base de datos, aplicación Orbitz se muestra 2 establecimientos de hospedaje de la ciudad de Guaranda, mismos que:

Están registrados en el catastro turístico con 1 y 2 estrellas respectivamente, permiten cancelar las reservas de manera gratuita. Los pagos se realizan en el alojamiento y mediante tarjeta de crédito. No cuentan con facilidades para personas con escasa capacidad motora.

El 50% de los establecimientos presenta un comentario y una calificación de 1 punto sobre 5, encunanto al otro 50% no ha sido evaluado ni comentado.

#### *4.2.5.13 Análisis de la aplicación Travelocity*

De los hospedajes en la ciudad de Guaranda, 2 establecimientos se comercializan por medio de la app *Travelocity*:

El 100% de los establecimientos de hospedajes se encuentran en el catastro turístico, con categoría 1 estrella (50%) y 2 estrellas (50%).

La reserva facilita el pago medio de internet o en los establecimientos; sin embargo, se puede cancelar de forma gratuita en el 50% de los establecimientos, mientras que, el otro 50% no dispone de información para cancelaciones. No es posible conocer por medio de la app si los establecimientos cuentan con accesibilidad para personas con discapacidad móvil.

La calificación general de los establecimientos en la app es sobre 5 puntos, por tal motivo el 50% de los establecimientos presenta la calificación de 1, contando con un comentario; mientras que el 50% restante no dispone de información en ninguno de los 2 criterios.

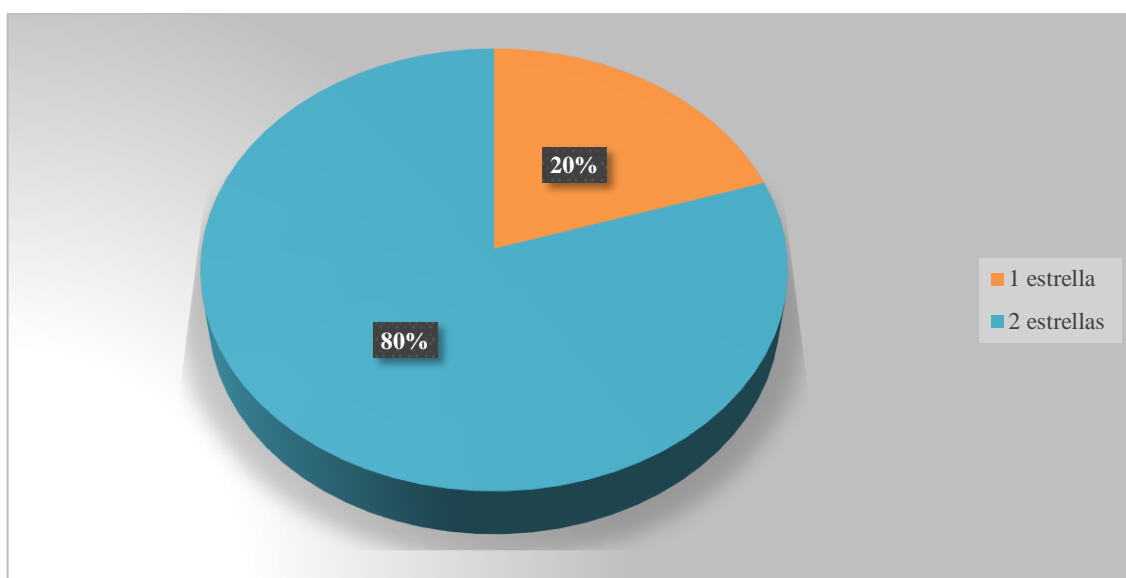


#### 4.2.5.14 Análisis de la aplicación *Trip.com*

Dentro de la aplicación *Trip.com* se han encontrado 5 establecimientos de hospedaje, todos registrados en el catastro turístico, de los cuales 4 no muestran información relevante de los criterios cuantitativos y cualitativos para el estudio. El único hotel que muestra información cuenta con una calificación de 4 sobre 5 puntos, con un total de 10 comentarios.

- Según la categoría

Mediante el gráfico 26-4 se puede notar que, en la app se comercializan con más frecuencia los establecimientos con categoría 2 estrellas (80%) y en minoría aquellos de categoría 1 estrella (20%).



**Gráfico 26-4:** Categoría de los establecimientos encontrados en la app *Trip.com*

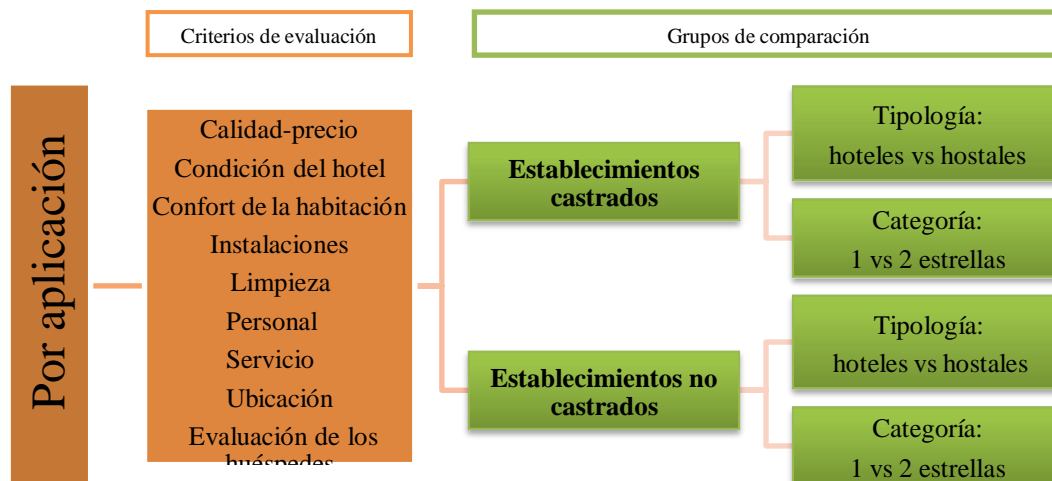
Realizado por: Iza, M. 2020

### 4.3 Análisis comparativo

En cada app se consideraron todos los criterios de evaluación cuantitativa, a excepción de WIFI debido a que, es un criterio de menor relevancia para los establecimientos. Sin embargo, en este punto es necesario mencionar que, por el limitado número de establecimientos que se encontraron en ciertas apps se descartó su comparación.

Una vez identificadas las apps a compararse, se estableció como grupos macro a los establecimientos catastrados y no catastrados, mismos que se dividieron en 2 subgrupos cada

uno. Primero en tipo de alojamiento contrastado por hoteles vs hostales; y categoría, que se contrastó por 1 estrellas vs 2 estrellas. A continuación, en el gráfico 27-4 se puede apreciar la agrupación de los criterios seleccionados, grupos y subgrupos generados para realizar el análisis comparativo.



**Gráfico 27-4:** Agrupación de criterios por app

Realizado por: Iza, M. 2020

Se descartó las comparaciones de los criterios cuantitativos en las apps que no disponían de información para efectuar el estudio.

Además, no se pueden desarrollar comparaciones entre grupos cuyas evaluaciones en los criterios son idénticas, por lo tanto, no fue posible aplicar la prueba *U Mann-Whitney* y tampoco la prueba *t-Student*.

Por dichas razones, al final de la depuración, las pruebas resultaron aplicables en las apps *Agoda* y *Booking*, donde se analizaron las agrupaciones por tipo de alojamiento de establecimientos catastrados, en ambos casos.

En las tablas 12-4 y 13-4, se detalla la comparativa por criterio de evaluación en las apps *Agoda* y *Booking* respectivamente, dentro de la columna tipo de alojamiento se encuentra el valor p obtenido en las diferentes pruebas a fin de identificar diferencias significativas en los criterios evaluados, tomando en consideración un 95% de confianza.

**Tabla 12-4:** Comparación de la app *Agoda*, tipo de alojamiento catastrado

<i>Agoda</i>	
	Tipo de alojamiento
	Hotel vs Hostal
<b>Calidad-Precio</b>	0,353
<b>Confort de la habitación</b>	0,224
<b>Limpieza</b>	0,4875
<b>Servicio</b>	0,183
<b>Evaluación</b>	0,32

Realizado por: Iza, M. 2020

**Tabla 13-4:** Comparación de la app *Booking*, tipo de alojamiento catastrado

<i>Booking</i>	
	Tipo de alojamiento
	Hotel vs Hostal
<b>Confort de la habitación</b>	0,339
<b>Limpieza</b>	0,554
<b>Servicio</b>	0,354
<b>Ubicación</b>	0,124
<b>Evaluación</b>	0,432
<b>Instalaciones</b>	0,592

Realizado por: Iza, M. 2020

Como resultado de las pruebas realizadas *U Mann-Whitney* y *t-Student* dependiendo del caso, se obtuvo que no existe diferencia significativa en la evaluación emitida por los turistas en los diferentes criterios, a razón de que la valoración es análoga, ya sea que se trate de un hotel u hostal.

Finalmente, en la tabla 14-4 se muestra la confrontación del valor p de cada criterio de evaluación de la app *Agoda* frente al valor p de los criterios de evaluación de la app *Booking*, obteniendo como resultado del análisis comparativo de las apps para servicios de alojamiento en la ciudad de Guaranda que no existe diferencia significativa.

**Tabla 14-4:** Análisis comparativo de las apps *Agoda* y *Booking*

<b>Tipo de alojamiento de establecimientos catastrados</b>		
	<b>Hotel vs Hostal</b>	
	<i>Agoda</i>	<i>Booking</i>
<b>Calidad-Precio</b>	0,353	
<b>Confort de la habitación</b>	0,224	0,339
<b>Limpieza</b>	0,4875	0,554
<b>Servicio</b>	0,183	0,354
<b>Ubicación</b>		0,124
<b>Instalaciones</b>		0,592
<b>Evaluación</b>	0,32	0,432

Realizado por: Iza, M. 2020

\*El color rojo representa que las apps no evalúan el criterio

## CONCLUSIONES

En Ecuador se puede acceder a información sobre los servicios de alojamiento por medio de 25 apps hasta el mes de marzo, posterior a ello y con la emisión del decreto ejecutivo N° 1017 que establece la Emergencia Sanitaria Nacional (ESN) la app *Hipmunk* se retiró de la *Play Store*. Las 24 apps se mantienen dentro del mercado, que se caracterizan por ser eficientes y seguras, además de brindar información en dos idiomas (español e inglés), concluyendo que para la ciudad de Guaranda 9 apps cumplieron los criterios de selección, formando parte de esta lista aquellas apps usadas con mayor frecuencia, resultando ser las consideradas en el estudio.

A partir del análisis de las apps, se identificaron 36 criterios de búsqueda y de evaluación cuantitativa, condición que ha permitido establecer que las valoraciones dadas por el turista son abordadas a partir de diversas miradas y que no se encuentran estandarizadas a nivel internacional.

La oferta de alojamiento en la ciudad de Guaranda presenta un total de 27 establecimientos de hospedaje, 15 de ellos registrados en el catastro turístico y 12 que no estaban catastrados por la Autoridad Nacional competente. Con respecto a los establecimientos en estudio, de forma inicial (marzo) se identificaron 10. Por efecto de inexistencia de información en los criterios de evaluación cuantitativa y por la situación económica producto de la ESN, el escenario de estudio se vio modificado, identificándose la permanencia únicamente de 7 de ellos (6 catastrados y 1 nocatastrado).

Como resultado de la confrontación entre las apps para servicios de alojamiento en la ciudad de Guaranda, *Agoda* y *Booking*, mediante las pruebas *U Mann-Whitney* y *t-Student* se puede concluir que, la valoración es semejante, es decir, los turistas perciben una experiencia similar, al momento de hospedarse en un hotel u hostel.

Los medios digitales son en la actualidad la tendencia de mayor uso para promoción, comercialización y venta de innumerables productos y servicios, no solo dentro de la actividad turística; a pesar de lo mencionado, los servicios de hospedaje comercializados por medio de apps en la ciudad de Guaranda han sufrido una fuerte reducción generada a partir de la ESN provocada por la expansión de la enfermedad conocida como COVID-19, surgida del virus SARS-CoV-2, que azota actualmente al territorio nacional así como al mundo, como

consecuencia ha dejado al turismo con restricciones para su práctica y con ello las apps de reserva de alojamiento se han visto desprovistas de participantes, debido a la alta salida de establecimientos, concluyendo que no todo servicio turístico se beneficia del comercio digital en la actual economía.

## RECOMENDACIONES

A partir de las realidades generadas por el COVID-19 en el entorno turístico, se sugiere una actualización del presente proyecto con el propósito de complementar la información con datos generados una vez que la demanda de establecimientos turísticos tenga un mayor flujo por medio de aplicaciones móviles.

Tomando en consideración las tendencias mundiales de comercialización, se recomienda a las autoridades a cargo del desarrollo turístico en la ciudad de Guaranda, incentivar la participación de los establecimientos de hospedaje que no se encuentran dentro de registro del catastro turístico de la ciudad para que sean partícipes de las promociones, difusiones, capacitaciones y eventos que se realiza a nivel cantonal y provincial. Además, se recomienda trabajar con mayor énfasis en capacitaciones sobre tendencias y manejo de medios digitales para los proveedores de alojamiento, debido a que, los turistas utilizan cada vez más es tipo de medio al momento de realizar un viaje.

Se recomienda aumentar la generación de apps para reservación de hospedaje directo, debido a que esto contribuye al fortalecimiento de la conectividad digital tal como propone el MINTUR, así también, facilita la comunicación entre el prestador y el cliente. Adicional a ello, es necesario impulsar la generación de comentarios de las experiencias sobre el servicio consumido, para con ello ayudar a los turistas en la selección de servicios de alojamiento que esperan recibir a partir de las experiencias de otros, ayudando también al proveedor en la identificación de puntos críticos y factores de éxito del servicio, para lo cual es necesario que éste fortalezca el manejo del e-WOM dentro de las apps.

Socializar al sector hotelero de la ciudad los resultados del proyecto, para que tengan conocimiento de la apreciación general que se produce en los turistas, acerca de su servicio y de esta manera amplíe su pensamiento al uso de apps que les permita mejorar.

## **GLOSARIO**

**Android:** Sistema operativo móvil desarrollado por *Google*, basado en núcleo *Linux* y otros *software* de código abierto.

**Android market:** Plataforma de distribución digital de aplicaciones móviles para los dispositivos con sistema operativo *Android*.

**Apart-hotels:** Edificio de apartamentos con servicios que funciona con un sistema de reservas de igual manera que un hotel.

**Apps:** Aplicaciones móviles.

**BnBs:** *Airbed and breakfast*.

**EDGE:** Tasas de datos mejoradas para la evolución del sistema global para las comunicaciones móviles.

**E-turismo:** Turismo electrónico.

**E-WOM:** *Word of mouth* o boca-oreja digital.

**Flyers:** Folleto publicitario

**GAD:** Gobierno Autónomo Descentralizado.

**Google maps:** Servidor de aplicaciones de mapas en la web que ofrece imágenes de mapas desplazables, así como fotografías por satélite del mundo e incluso la ruta entre diferentes ubicaciones.

**Google Travel:** Herramienta que permite consultar los lugares que puede visitar, disponibilidad de vuelos y hoteles, y hasta el pronóstico del clima.

**Homestay:** Alojamiento familiar.



**Iphone:** Línea de teléfonos inteligentes de alta gama diseñada y comercializada por Apple Inc.

**Juegos arcade:** Área de juegos electrónicos u otros juegos operados para el público.

**Lodge:** Alojamiento ubicado en destinos no masivos, apartados de las grandes ciudades, rodeados de naturaleza, y construidos en madera y materiales amigables con el ambiente que garantizan privacidad y servicio personalizado.

**Ringtone:** El sonido que hace un teléfono, especialmente uno móvil cuando alguien lo llama.

**Smartphone:** Teléfono celular con pantalla táctil, que permite al usuario conectarse a internet, gestionar cuentas de correo electrónico e instalar otras aplicaciones y recursos a modo de pequeño computador.

**Tablet:** Tipo de computadora portátil, de mayor tamaño que un *smartphone*, integrado en una pantalla multitáctil con la que se interactúa primariamente con los dedos, sin necesidad de teclado físico ni ratón.

**Tic's:** Tecnologías de la información.

**WOM:** *Word of mouth* o boca-oreja tradicional.

**Xatakandroid:** Publicación de Webedia para todos los apasionados de lo que ocurre en torno a *Android* y a las novedades del Sistema Operativo de *Google*.

## BIBLIOGRAFÍA

**ABUJATUM DUEÑAS, Paula; et al.** Word of mouth en las redes sociales [en línea] (Trabajo de titulación). (Ingeniería). Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios, Santiago, Chile. 2011. pp. 46. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en:

[http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108077/WORD OF MOUTH EN LAS REDES SOCIALES.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108077/WORD_OF_MOUTH_EN_LAS_REDES_SOCIALES.pdf?sequence=4&isAllowed=y).

**ANATO, M.** "El uso de los instrumentos clásicos del marketing y la tecnología digital en turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo* [en línea], 2006, (Argentina) vol. 15, pp. 19-40. [Consulta: 5 marzo 2020]. ISSN 0327-5841. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713884002.pdf>.

**ANDALUCÍA ES DIGITAL.** Destinos turísticos inteligentes: Qué son y qué ofrecen al visitante. *Andalucía es Digital* [en línea], 2018. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.blog.andaluciaesdigital.es/destinos-turisticos-inteligentes-andalucia/>.

**ANTEVENIO.** Claves para crear una estrategia de Word of Mouth en marketing digital. *antevenio. Anticipation e-marketing* [en línea], 2019. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.antevenio.com/blog/2019/01/estrategia-de-word-of-mouth/>.

**ANTONIETTI, B.** SERVICIOS TURÍSTICOS I. [sin fecha]. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>

**APLICACIONES MÓVILES.** Origen de las aplicaciones. *wordpress.com* [en línea], 2014. [Consulta: 28 marzo 2020]. Disponible en: <https://appsmovilescavucm.wordpress.com/origen/>.

**ÁVILA RAMÍREZ, Pablo; et al.** E-turismo: Herramienta clave para el desarrollo turístico en el Ecuador. [en línea], 2018. [Consulta: 5 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.eumed.net/actas/18/turismo/9-e-turismo-herramienta-clave.pdf>.

**CARIBBEANNEWSDIGITAL.** Turismo e internet matrimonio para toda la vida Caribbean News Digital. *caribbeannewsdigital* [en línea], 2016. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/noticia/turismo-e-internet-matrimonio-para-toda-la-vida>.

**CASTAÑEDA LÓPEZ, M.** QUÉ SON LAS APPS Y TIPOS DE APPS. [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 28 marzo 2020]. Disponible en: <http://www.lancetalent.com/blog>.

**CODIFICA.ME.** Google Play Store, historia y evolución. [en línea], 2016. [Consulta: 28 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.codifica.me/google-play-store-historia-y-evolucion/>.

**COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO.** *Aplicaciones móviles: Qué son y cómo funcionan.* Comisión Federal de Comercio [en línea], 2011. [Consulta: 26 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/s0018-aplicaciones-moviles-que-son-y-como-funcionan>.

**CONSEJO NACIONAL DE COMPETENCIAS.** Desarrollo de Actividades Turísticas. [en línea], (Ecuador). [Consulta: 26 marzo 2020]. Disponible en: <http://www.competencias.gob.ec/competencia/desarrollo-de-actividades-turisticas/?nivel=2>.

**DEL VALLE, D.** Qué es un motor de reservas para hoteles y cómo funciona. *Danydelvalle* [en línea], 2018, (España). [Consulta: 29 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.danydelvalle.com/que-es-un-motor-de-reservas-para-hoteles/>.

**DOMÍNGUEZ, Trinidad; & ARAÚJO, Noelia.** "El fenómeno 2.0 en el sector turístico. El caso de Madrid 2.0. *PASOS*". Revista de turismo y Patrimonio Cultural [en línea], 2012, (España) vol. 10, pp. 225-237. [Consulta: 5 marzo 2020]. ISSN 1695-7121. Disponible en: <http://www.pasosonline.org>.

**ESCRIBANO, D.** Esta es la historia de las aplicaciones móviles. [en línea], 2018. [Consulta: 28 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.skyscanner.es/noticias/esta-es-la-historia-de-las-aplicaciones-moviles>.

**FERNÁNDEZ, S.** Viajes: apps móviles para hacer turismo y organizar vacaciones. *xatakamovil* [en línea], 2017. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/viajar-con-mi-movil-nueve-apps-para-recorrer-el-mundo>.

**HERNÁNDEZ ARAGÓN, J.** *La Localización de las Actividades de los Servicios Superiores en el Centro de la Ciudad: Un Análisis Estático del Patrón de Localización de los Bancos y Servicios Especializados en la Ciudad de Puebla* [en línea]. Canarias-España. [Consulta: 29

marzo 2020]. Disponible en:

<https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS.** Encuesta de Seguimiendo al Plan Nacional de Desarrollo. [en línea]. Quito, 2019. [Consulta: 13 marzo 2020]. Disponible en: [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec).

**LOS APUNTES DEL VIAJERO.** 8 apps para buscar hoteles baratos. *8 apps para buscar hoteles baratos* [en línea], 2018. Disponible en: <https://www.losapuntesdelviajero.com/apps-para-buscar-hoteles/>.

**MARCAS Y TURISMO.** Las apps y su importancia en el turismo móvil. *Marcas y turismo* [en línea]. [Consulta: 5 marzo 2020], 2012. Disponible en: <http://www.turismoytecnologia.com/emarketing-y-publicidad-online-seo-sem-email-sm-redes-pauta/item/1705-las-apps-y-su-importancia-en-el-turismo-movilF>.

**MARRERO, F.** *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados* [en línea]. Canarias-España: s.n., 2016. [Consulta: 29 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>.

**MARTÍN-SÁNCHEZ, Miryam; et al.** M-tourism: las apps en el sector turístico. España, 2012, pp. 407-424.

**MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.** *Plan de Turismo 2030*. Quito-Ecuador: 2019. [Consulta: 29 marzo 2020].

**MONSALVE CASTRO, Carolina; & HERNÁNDEZ RUEDA, Sofía Isabel.** "Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga". *Revista EAN* [en línea], 2017, (Colombia) no. 81, pp. 193. ISSN 0120-8160. DOI 10.21158/01208160.n81.2016.1587. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602016000200012](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000200012)

**MUÑOZ RAMOS, Juan Antonio, & LOZANO ORTEGA, Ángel Miguel.** *Aplicación de información turística para dispositivos iOS* [en línea] (Trabajo de titulación). (Maestría) Universidad de Alicante, España. 2015. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/49992/1/Aplicacion\\_de\\_informacion\\_turistica\\_para\\_dispos\\_MUNOZ\\_RAMOS\\_JUAN\\_ANTONIO.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/49992/1/Aplicacion_de_informacion_turistica_para_dispos_MUNOZ_RAMOS_JUAN_ANTONIO.pdf).

**ORTEGA PAREDES, X.M.** Proyecto de factibilidad para la creación de una hostería ecológica en la ciudad de Guaranda provincia de Bolivar [en línea] (Trabajo de titulación). (Ingeniería) Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador. 2005. [Consulta: 5 marzo 2020]. Disponible en:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7816/1/UPS-ST000669.pdf>.

**OTERO GOMEZ, María; & GIRALDA PEREZ, Wilson.** "Los comentarios sobre las marcas a través de Internet: Un análisis por género en el segmento de los consumidores jóvenes". Espacios [en línea], 2019, (Colombia) 40, pp. 22. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p22.pdf>.

**OTERO GÓMEZ, María; & GIRALDO PÉREZ, Wilson.** "Antecedentes y consecuencias del valor de marca. Un estudio centrado en los consumidores jóvenes". Suma de negocios [en línea], 2019, (Colombia) vol. 10, no. 23, pp. 81-88. [Consulta: 9 marzo 2020]. DOI 10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A1. Disponible en:  
<http://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A1>.

**PASTOR PÉREZ, J.** Estudio y clasificación de tipos de aplicaciones Web y determinación de atributos de usabilidad más relevantes [en línea] (Trabajo de titulación). (Ingeniería) Universidad Politécnica de Valencia, España. 2013. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en:  
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/32839/Memoria.pdf>.

**PLAY STORE,** 2020. Disponible en: <https://play.google.com/store?hl=es&gl=US>

**POWELL, Thomas; et al.** *Web Site Engineering* [en línea]. 1998. Ilustrada. ISBN 0136509207, 9780136509202. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en:  
<https://books.google.com.ec/books?hl=es&id=Fu9SAAAAMAAJ&dq=web+site+engineering%2C+powell&focus>.

**PRICE ALBORNOZ, J.** ¿Qué es el Word of Mouth Marketing? [Parte 1]. *Youngmarketing.co* [en línea], 2016. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <http://www.youngmarketing.co/que-es-wom-parte-1/>.

**RAFFINO, M. E.** Concepto de servicio. *Concepto de servicio* [en línea], 2020. Disponible en:  
<https://concepto.de/servicio/>.

**ROBAYO BORJA, M.B.** Sitios naturales y su incidencia en el turismo comunitario de la parroquia Salinas cantón Guaranda provincia de Bolívar [en línea] (Trabajo de titulación). (Licenciatura) Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. 2015. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en:

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/13326/1/FCHE-THP-225.pdf>.

**ROMERO-RODRÍGUEZ, Luis; et al.** "Incidencia de las aplicaciones móviles en la toma de decisiones del potencial turista: Caso Huelva capital". *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* [en línea], 2016, (Colombia) pp. 45-68. ISSN 2254-2728. DOI 10.6035/2174-0992.2016.12.4.

**ROMERO AMADO, J.** El sector servicios en la economía: el significado de los servicios a empresas intensivos en conocimiento. [en línea]. 2011. Disponible en: <http://132.248.45.5/lecturas/inae3/romeroaj.pdf>.

**SAURA, José Ramón; et al.** "Marketing a través de aplicaciones móviles de turismo (m-tourism). Un estudio exploratorio". *International Journal of World of Tourism* [en línea], 2017, (España) vol. 4, no. 8, pp. 46-56. [Consulta: 8 marzo 2020]. ISSN 23862319. DOI 10.12795/ijwt.2017.i08.04. Disponible en: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/76959/Marketing a través de aplicaciones móviles de turismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/76959/Marketing%20a%20trav%C3%A9s%20de%20aplicaciones%20m%C3%B3viles%20de%20turismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

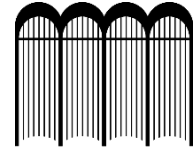
**SECRETARÍA GENERAL JURÍDICA**, *Registro oficial N° 718 Tercer Suplemento*. 2016. Quito-Ecuador: s.n. 718.

**VIDAL, B.** *Turismo y tecnología: como la tecnología revoluciona el sector turístico*. We are marketing, Global Growth Agents, 2019. [Consulta: 9 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>.

**XATAKA.** *Las mejores aplicaciones de reserva de hoteles para Android*. Xataka Android, 2012. [Consulta: 28 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.xatakandroid.com/aplicaciones-android/las-mejores-aplicaciones-de-reserva-de-hoteles-para-android>




ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO



DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS **DBRAI**  
PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS  
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 12 / 03 / 2021

<b>INFORMACIÓN DE LOS AUTORES</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> MABELIN MICAHELA IZA GARCIA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> RECURSOS NATURALES
<b>Carrera:</b> TURISMO
<b>Título a optar:</b> INGENIERA EN ECOTURISMO
<b>f. Analista de Biblioteca responsable</b>  <small>Firmado electrónicamente por:</small> <b>ELIZABETH FERNANDA AREVALO MEDINA</b>



0648-DBRAI-UPT-2021

