

DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE APP PARA INCENTIVAR Y PROMOCIONAR LA
OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE GUATAPÉ

ANDRÉS FELIPE ARANGO GAVIRIA
FEDERICO MARULANDA CASTAÑO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR
RIONEGRO ANTIOQUIA

2020

DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE APP PARA INCENTIVAR Y PROMOCIONAR LA
OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE GUATAPÉ

ANDRÉS FELIPE ARANGO GAVIRIA

FEDERICO MARULANDA CASTAÑO

Trabajo de grado para optar por el título de:

Profesional en comercio exterior

Asesor

Catalina Tabares Gil

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

COMERCIO EXTERIOR

RIONEGRO ANTIOQUIA

2020

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	8
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	9
JUSTIFICACIÓN.....	10
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos.....	11
MARCO DE REFERENCIA	12
Análisis del Sector.....	12
Comportamiento del Turismo en Colombia.....	15
<i>Viajes de Negocio</i>	18
<i>Viajes de Ocio</i>	19
<i>Viajes de Salud</i>	19
<i>Otros Motivos de Viaje</i>	19
Tipos de Turismo en Colombia.....	21
Mercado del turismo.....	23
Países más visitados de Latinoamérica	24
Referente Turístico: Caso de México.....	25
ASPECTOS METODOLÓGICOS	30
Vigilancia Tecnológica	30
Análisis de la Demanda.....	30
Análisis de Percepción de Establecimientos Comerciales del Sector Turístico en Guatapé.....	32
RESULTADOS VIGILANCIA TECNOLÓGICA.....	33
Aplicativos Actuales del Sector	33
Estado de la oferta de App y plataformas tecnológicas sobre información turística en Colombia	34
Tendencias en Desarrollo en Tecnología del Sector Turismo.....	37
<i>Turismo de los Millenials</i>	37
Tecnologías Emergentes del Turismo	41
<i>TravelMate Robotics</i>	41
<i>Big Data</i>	41

<i>Realidad Virtual</i>	42
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	43
ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL SECTOR TURISTICO EN GUATAPÈ.....	56
Entrevista Restaurante El Malecón	56
Entrevista a Luxury Yates Guatapè.....	57
Entrevista Hotel Verony.....	58
Entrevista a Cooperativa de Moto taxis TUC TUC	60
PROTOTIPO APP PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE GUATAPÉ	61
CONCLUSIONES	67
REFERENCIAS	70
ANEXOS.....	75

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i> Sitios web de las empresas más influyentes en el sector turismo en Colombia.	12
<i>Tabla 2.</i> Destinos más visitados en Colombia	16
<i>Tabla 3.</i> Sitios web de entidades relacionadas con el turismo en México	27
<i>Tabla 4.</i> App para la promoción del turismo en México	28
<i>Tabla 5.</i> App identificadas en el ejercicio de vigilancia tecnológica.	33
<i>Tabla 6.</i> App de las empresas más influyentes en el sector turismo en Colombia	36

LISTA DE FIGURAS.

Figura 1. Estructura del sector turístico en Colombia	14
Figura 2. Causas principales de viaje para turistas.....	18
Figura 3. Rango de edades poblacional.....	43
Figura 4. Porcentaje participación de género	44
Figura 5. Conocimiento de Guatapé.....	45
Figura 6. Frecuencia de viaje de los turistas semestralmente	45
Figura 7. Motivos de viaje.....	46
Figura 8. Poblacion con Smartphone	47
Figura 9. Utilización de medios tecnológicos para información turística.....	47
Figura 10. Monetización de las App	48
Figura 11. Sitio de descarga de las App.....	49
Figura 12. Gustos y aceptación de las App	50
Figura 13. Razones de desagrado de una App	51
Figura 14. Interés en App Smartravel	52
Figura 15. Paquetes turísticos en Smartravel	52
Figura 16. Menú de calificación por estrellas, comentarios, precios y recomendaciones	53
Figura 17. Reservas y pagos online en Smartravel	54
Figura 18. Geolocalización en Smartravel	54
Figura 19. Beneficios que aporta Smartravel al Municipio y la Región	55
Figura 20. Icono Smartravel.....	61
Figura 21. Pantalla de lanzamiento Smartravel.....	61
Figura 22. Pantalla de inicio o home Smartravel	62

Figura 23. Barra o menú de navegación Smartravel	62
Figura 24. Pantalla de inicio o home Smartravel	63
Figura 25. Apartado alimentos Smartravel	63
Figura 26. Informacion Restaurante Mixtura Gourmet.....	63
Figura 27. Fotos Restaurante Mixtura Gourmet.....	63
Figura 28. Apartado “Menú”.....	64
Figura 29. Apartado “envíe sus comentarios”.....	64
Figura 30. Apartado “Menú”.....	65
Figura 31. Apartado “envíe sus comentarios”.....	65
Figura 32. Apartado “Enviar foto”.....	65
Figura 33. Botón “Atrás”	65
Figura 34. Botón “Comentarios”.....	65
Figura 35. Botón “Enviar o compartir”.....	66
Figura 36. Botón “Minimizar tamaño”	66
Figura 37. Botón “Maximizar tamaño”.....	66
Figura 38. Barra auxiliar	66

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está enfocado al diseño de un prototipo de App para incentivar y promocionar la oferta turística del municipio de Guatapé, Oriente Antioqueño. Apoyándose en la realización de tres ejercicios de recolección de información: 1) la vigilancia tecnológica en torno a App y plataformas tecnológicas para la difusión de la oferta turística, 2) Estudio de la demanda orientado a la identificación de las expectativas de potenciales usuarios sobre las funciones e interacciones con la App, y 3) un estudio de percepción dirigido a los gerentes de establecimientos inscritos en el sector turístico de Guatapé, enfocado en aprehender la percepción de estas personas sobre una App con las características que se han descrito.

Los tres estudios revelan la presencia de plataformas y App con propósitos relacionados, presentes a nivel nacional y en otros países, especialmente México y arroja información atinente a las expectativas de los potenciales usuarios y dueños de establecimientos inscritos en el sector turístico de Guatapé que vislumbran escenarios de mercado positivos; no obstante, es claro que debe proyectarse en el futuro un nuevo estudio, esta vez dirigido a examinar la factibilidad técnico operativa de la idea.

El informe concluye con la presentación de una propuesta de prototipo de App, que es susceptible de entrar a una fase de creación de concepto tecnológico para una posterior validación de su usabilidad.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El municipio de Guatapé fue afectado positivamente con la construcción del embalse que lleva su mismo nombre, teniendo un fuerte impacto la economía e idiosincrasia de este municipio; algo no esperado ni planeado racionalmente, pero que ocurrió y a lo que se le ha venido dando poca respuesta sobre la marcha, presentándose un crecimiento económico desordenado, especialmente por haber pasado el municipio de ser de producción agrícola a un emporio turístico de proporciones impensadas.

Este brusco cambio socioeconómico en crecimiento constante, requiere del concurso de diversas formas de normalización y tecnificación de sus procesos de oferta y demanda, para racionalizar el uso de los recursos naturales y optimizar la oferta y demanda de servicios turísticos, con el fin de que se dé un verdadero ordenamiento y profesionalización de los medios de promoción, mercadeo y aprovechamiento de su riqueza estratégica, que la haga atractiva y viable para cualquier cliente en el mundo. Es por eso que en este momento se requiere del concurso de la ciencia y la tecnología que ayuden en el diseño de herramientas, para que pueda salir adelante en su propósito de ser el destino turístico por excelencia en Antioquia y Colombia

Hoy en día la tecnología cuenta con dispositivos móviles que son capaces de contener aplicaciones para diferentes usos que facilitan el que hacer en la vida cotidiana de las personas y las empresas, sin tener que desplazarse ni recurrir a fuentes para consultar la información que se requiere en un momento dado; es por eso, que el diseño de una App interactiva que recoja toda la oferta turística del municipio de Guatapé; se convierte en la oportunidad para modernizar y viabilizar la dinámica oferta vs demanda turística de este municipio.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué características y funcionalidades debería contener una App para la promoción del turismo en el municipio de Guatapé?

JUSTIFICACIÓN

La relevancia de la actual propuesta radica en su versatilidad y en la posibilidad de obtener información detallada sobre los diversos lugares de esparcimiento, recreación y actividades de entretenimiento. Partiendo de esta información, se encontrará en la App una serie de planes turísticos diseñados a la medida del usuario y como un elemento diferenciador, llegando a ser un directorio especializado en la oferta turística de Guatapé.

Partiendo de lo anteriormente mencionado y de que en la actualidad la tecnología nos ofrece dispositivos móviles que pueden contener diferentes apps que facilitan la vida cotidiana de las personas y empresas, se beneficiaran: todas las empresas y lugares basados en estas actividades (Alimentación, hospedaje, transporte y recreación) ubicadas en el municipio de Guatapé que deseen darse a conocer de una manera rápida y fácil, pueden acceder a ser registradas en la app en mención para así ser publicadas con su información detallada sobre los servicios que ofrecen para así obtener muchas más visitas y ventas; también, se beneficiaran todas las personas naturales que viajen al municipio de Guatapé, que cuenten con algún dispositivo móvil con acceso a internet y busquen información sobre los diferentes lugares o actividades anteriormente mencionados (empresas), de una manera interactiva, rápida y fácil por medio de la app para poder realizar turismo de manera más organizada, ya que el turista puede escoger sus lugares de preferencia y crear su plan de viaje fácilmente.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Diseñar el prototipo de una App para incentivar y promocionar la oferta turística del municipio de Guatapé, mediante la vigilancia tecnológica de propuestas de valor relacionadas y la indagación sobre las necesidades de los potenciales usuarios.

Objetivos Específicos

- Identificar expectativas de clientes potenciales respecto de las características y funcionalidades que debería tener la App para la promoción del turismo, a través de un ejercicio exploratorio con personas pertenecientes al segmento de mercado objetivo.
- Realizar una vigilancia tecnológica sobre App para la promoción del turismo a nivel Latinoamérica
- Elaborar el prototipo de la App, que sea susceptible de seguir a una fase de validación y posterior desarrollo.

MARCO DE REFERENCIA

Análisis del Sector

La estructura turística en Colombia está constituida de la siguiente manera: el órgano supremo que se encarga de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones es el Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo. De esta entidad, se apoyan algunas empresas que también tienen fines para la promoción y competitividad del turismo como: Fontur.co (Fondo Nacional de Turismo en Colombia), ProColombia, ColombiaTravel, Booking.co, AVIATUR, entre otros.

Tabla 1. Sitios web de las empresas más influyentes en el sector turismo en Colombia

Empresa	Sitio web	Enlace - link	Función
	X	https://fontur.com.co/	Recaudar, administrar y ejecutar los recursos: Contribución parafiscal para la promoción y competitividad del turismo. (Fondo Nacional de Turismo, s.f.)
	X	http://www.procolombia.co/	Promociona las exportaciones no tradicionales, el turismo internacional y la Inversión. (Procolombia, s.f.)

	X	http://www.colombia.travel/es	Ayuda a encontrar los destinos o actividades de preferencia en las personas que deseen viajar a Colombia. (Procolombia, s.f.)
	X	https://www.aviatur.com	Encontrar tiquetes baratos, hoteles, autos, paquetes turísticos y muchos destinos por conocer.

Fuente. Elaboración propia a partir de aplicativos más influyentes del turismo en Colombia sacado de los sitios web de cada una de las empresas en relación

En el sector privado existen empresas que ofrecen soporte al turismo en Colombia como: ANATO (Asociación Colombiana de Viajes y Turismo), COTELCO (Asociación Hotelera y Turística en Colombia), ACODRÉS (Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica), FEDEC (Federación Colombiana Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de Aventura), ACOLTES (Asociación Colombiana del Transporte Terrestre Automotor y Especial), ASOTRANS (Asociación Nacional de Transportadores) (Mendivelso, 2016).

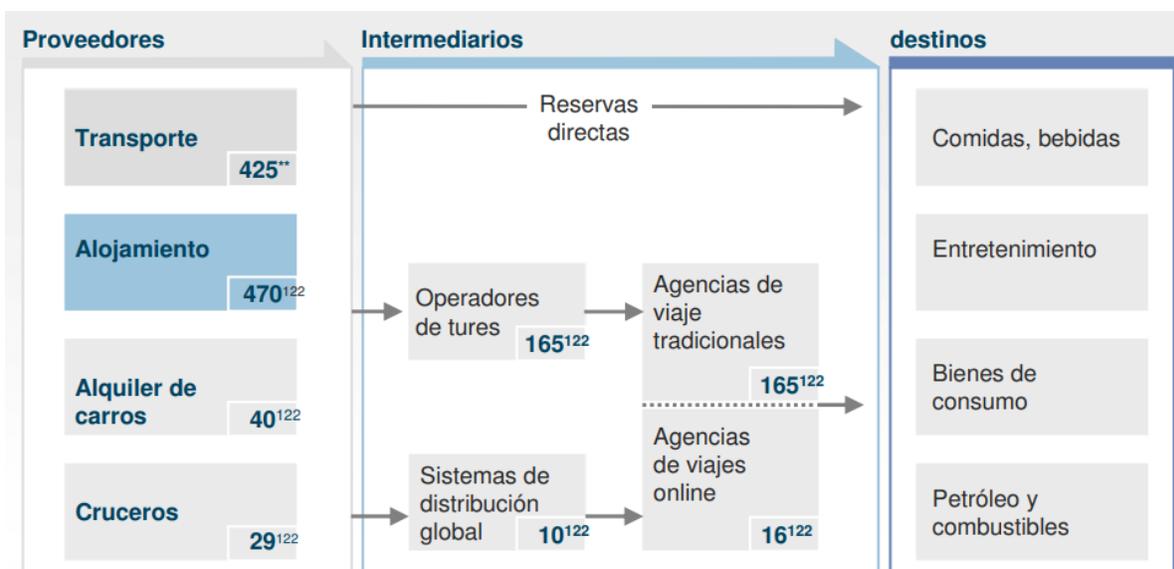


Figura 1. Estructura del sector turístico en Colombia

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, (2011)

El turismo es un sector compuesto por varios subsectores: Transporte, alojamiento, alquiler de carros y cruceros. Centrándose en el supuesto que el negocio de las App del turismo en Colombia está tomando fuerza y en gran medida ya están presentando un auge en beneficios tanto a los oferentes como a los demandantes de los servicios involucrados. De acuerdo con María Clara Lacouture, citada por (Procolombia, 2014):

Los estudios muestran que cada vez más personas en el mundo se apoyan en las nuevas tecnologías para buscar y elegir el destino de sus próximas vacaciones, de ahí la importancia que la oferta turística nacional esté al alcance de quienes ansían vivir experiencias únicas como las que sólo es posible hallar en Colombia.

El auge del turismo es algo significativo para el país, ya que visitar Colombia era hasta hace algunos años una aventura y un riesgo por las referencias que tenían los extranjeros de la violencia y el conflicto armado, pero con la ayuda del aumento de la conectividad aérea, los resultados han sido muy positivos. En palabras de Gustavo Adolfo Toro, citado por Dinero (2016):

De enero a septiembre de 2015 el PIB (Producto Interno Bruto) del sector creció 6,9 %, generando un valor agregado por \$11 billones. Una de las principales acciones que ha influido en estos resultados es la devaluación del peso frente al dólar y las tendencias en el desarrollo de App que permiten conocer más a Colombia, como un incentivo para que más personas se animen a visitar el país.

La anterior opinión se reafirma por el magazín económico y de negocios cuando señala que:

En la actualidad, se ha registrado un aumento en la llegada de visitantes extranjeros al país de 150% durante el gobierno del presidente Juan Manuel Santos. Es decir, el número de turistas en el país pasaron de 2,6 millones en 2010 a 6,5 millones en 2017 (Dinero, 2018).

En la actualidad, en Colombia se están presentando resultados positivos en el tema del turismo, por eso es necesario entender cuáles son las tendencias que el consumidor considera de mayor valor agregado. De acuerdo con Procolombia (2018), el principal motivo de viaje de los turistas en Colombia fueron las vacaciones, el recreo y el ocio, seguido por negocios y motivos personales. El recreo y el ocio toman mayor fuerza con un 70,4% de los visitantes, los negocios y/o motivos profesionales con el 13,7%, otros motivos 9,7%, y eventos 5,5%. La fuente citada señala igualmente que el crecimiento del sector estuvo influenciado principalmente por el desarrollo de la seguridad, gracias a la implementación de los acuerdos de paz con la guerrilla.

Comportamiento del Turismo en Colombia

Colombia poco a poco se ha venido consolidando como uno de los lugares turísticos más atractivos para los visitantes nacionales y extranjeros. Su variedad de climas, abundancia de naturaleza y lugares exóticos hacen de Colombia un destino llamativo para el desarrollo de actividades enmarcadas en: agroturismo o turismo rural, el turismo cultural, el turismo histórico, el turismo de reposo, el turismo deportivo, el turismo de contacto social, el turismo económico, el turismo científico, el turismo exótico, el turismo religioso y el turismo gastronómico.

El Ministerio de Comercio indicó que en el año 2016 llegaron más de 6'500.000 turistas, superando en un 150% la cifra de 2010 cuando apenas llegaban un poco más de 2'000.000 de turistas.

El balance general del sector turismo en Colombia para el año 2017 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo señaló que Colombia creció un 28% en este indicador frente al dato del mundo en general que sólo subió un 7%. La cifra puntual de los turistas que llegaron a Colombia fue de 6'535.182 siendo la mayor cifra registrada en la historia del país. El origen de los turistas que más visitaron Colombia fueron Estados Unidos y Brasil (Dinero, 2018); de igual modo, las ciudades más visitadas en Colombia fueron:

Tabla 2. Destinos más visitados en Colombia

Ciudad	Características
1. Bogotá	Según El Espectador, la capital es el destino más popular de Colombia. De acuerdo con la información del portal, Bogotá es habitada por diez millones de personas y su atractivo principal es la gran variedad de opciones que hay para salir y departir con familia y amigos. Entre los planes que se pueden hacer en la capital, se recomienda conocer el Museo de Oro, el Museo de Botero y no perderse las empanadas con ají, mientras se recorren las calles del centro histórico de La Candelaria. (El Tiempo, 2018)
2. Cartagena	Está ubicada en la costa caribeña del país y es la capital del departamento de Bolívar. Esta ciudad es sumamente atractiva por sus playas, su casco histórico y su impresionante arquitectura colonial. Se recomienda conocer el Castillo de San Felipe, la Plaza Santo Domingo y relajarse y tomarse un descanso en algunos de los cafés al aire libre que tiene la ciudad. (El Tiempo, 2018)
3. Medellín	La capital de Antioquia se ha transformado a través de los años para convertirse en uno de los destinos turísticos más relevantes del país y del continente. El valle de Aburrá y sus espacios naturales hacen que este destino sea ideal para practicar actividades como el senderismo, la tirolesa y montar a caballo. Además, el portal recomienda visitar la Piedra del Peñol, la Plaza Botero y el Parque Explora. En la más reciente entrega de los 2018 <i>Travelers Choice</i>

	<i>Awards</i> de TripAdvisor, Medellín se ubicó como el destino más importante de América del Sur. (El Tiempo, 2018)
4. Cali	Oficialmente Santiago de Cali. La capital vallecaucana es la tercera ciudad más poblada de Colombia según el DANE. Una de las cosas más atractivas de esta ciudad son sus numerosas oportunidades para realizar deportes de aventura en parques, montañas y desiertos locales. (El Tiempo, 2018)
5. Barranquilla	La mezcla de sabores de pescados de mar y de río, los fritos y la influencia caribeña, hacen de la gastronomía de Barranquilla, una muy diversa. Los platos tradicionales incluyen el sancocho de guandú, la arepa de huevo, las almojábanas, los bollos de yuca, la butifarra, entre otros. (Hernández, 2018)

Fuente: Elaboración propia a partir de los 5 destinos más visitados en Colombia publicados en El Tiempo y El espectador.

El turismo es el segundo mayor generador de moneda extranjera de Colombia, superando a los productos tradicionales como el café, las flores y el plátano. Es una industria que crea identidad nacional, une la diversidad del país y apoya y promueve una nueva realidad experimentada como una nación donde todos los actores públicos y privados involucrados se comprometen a trabajar juntos para ayudar a que la industria crezca (Euromonitor, 2018).

Si bien las compras electrónicas en el país aún tienen que mostrar grandes volúmenes, es una estrategia que agrega cada vez más seguidores, y todas las entidades involucradas en el turismo lo ven como una oportunidad a medio y largo plazo. Se espera que las empresas colombianas se centren más en la transformación digital y aumenten su comercio electrónico, de modo que los turistas puedan interactuar con ellos en línea, como lo hacen en otros países. (Euromonitor, 2018)

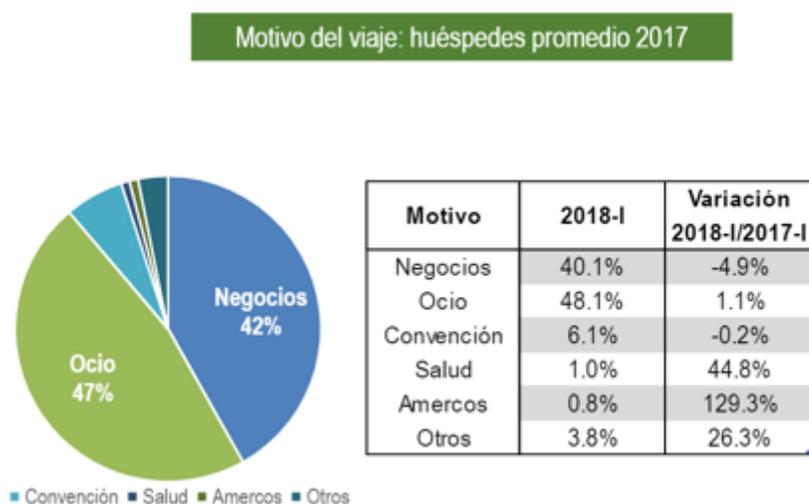


Figura 2. Causas principales de viaje para turistas.

Fuente: Euromonitor. 2018.

Según el gráfico anterior, se ve notablemente la influencia que tienen los viajes de negocio y ocio al momento de un turista tener la iniciativa de viajar y conocer nuevas regiones, con una participación del 88% se ubican como los principales motivos de viaje mientras que los viajes de convención, salud y otros se ubican en lo bajo de la tabla, participando con menor influencia.

Viajes de Negocio

Este motivo de viaje se hace necesario para que los empresarios entretengan a sus clientes, también para visitar instalaciones de la misma empresa o para hacer presencia en ferias o seminarios.

Viajes de Ocio

Son viajes realizados para el esparcimiento y recreación de las personas, tanto individuales como grupales. Ya que Colombia cuenta con amplias opciones para el ocio, la recreación y el esparcimiento.

Viajes de Salud

Este motivo de viaje es sobre todo para las personas que lo tienen que hacer por alguna razón de salud. Colombia posee lugares tanto hospitalarios como lugares que hacen olvidar de las enfermedades a las personas por su belleza y tranquilidad. Este sector no está tan desarrollado en la industria últimamente, pero poco a poco va ganando acogida por la población, más que todo por las personas de la tercera edad.

Otros Motivos de Viaje

Se pueden encontrar actividades artísticas, educativas, deportivas, culturales, etc. Estos no son motivos principales de viaje para los turistas, sino que son complementos que las personas pueden incluir en sus viajes. (Sectorial, 2018)

Finalmente, frente a los meses en los que es más productivo el turismo en Colombia, Marzo o Abril constituye uno de los periodos con mayores niveles de desplazamiento a nivel nacional. Se atribuye este comportamiento a la presencia de eventos masivos como la Semana Santa, época en la cual muchas personas desean realizar turismo religioso el cual consiste en realizar viajes de predicación y oraciones a diferentes lugares. Esta se ha convertido en una temporada alta para el turismo del país que está en constante crecimiento y aporta grandes beneficios económicos.

Según portafolio, en una encuesta realizada por Anato, en el 2016, el 63% de las agencias de viajes reportaron que sus ventas aumentaron un 20% con respecto a la temporada del 2015. Y se espera ese comportamiento sea similar para el año 2017. (Portafolio, 2017). Esto significa grandes beneficios tanto a los oferentes como a los demandantes de los servicios turísticos actuales.

Para el año 2018, 2 millones de extranjeros llegaron al país en esta época, estas cifras confirman el buen momento que está viviendo el país en materia de turismo nacional e internacional.

En cuanto a los tipos de destino, históricamente, sol y playa son los más demandados por los colombianos en estas fechas. “En Colombia, Cartagena, San Andrés y Santa Marta llevan la delantera”

Para vacaciones de mitad de año aumenta un poco el porcentaje de extranjeros que visitan las principales playas del país y se alojan en las ciudades donde más calor hace debido a las grandes temperaturas que se presentan. Además, la participación de los cruceros en el caribe se hace deseable y la oferta de promociones de precios en paquetes turísticos incentiva la llegada de turistas extranjeros al país.

En el mes de junio se registró un crecimiento de 23,4% en el número de turistas extranjeros que llegaron al país con respecto al año anterior. Durante la etapa de vacaciones de mitad de año el sector turismo mantuvo el desempeño positivo que ha mostrado desde el 2017. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en junio se presentó un crecimiento del 23,4% en el número de turistas internacionales que llegaron al país (El Herald, 2018).

La temporada de fin de año, el país recibió un promedio de más de 1 millón de turistas internacionales en el 2018. (La Opinion, 2018)

Tipos de Turismo en Colombia

Colombia no sería un país mega diverso turísticamente sin sus condiciones geográficas y culturales. Esto, sumado al desarrollo en materia de salud y negocios, al crecimiento y mejoría urbana. (Rincon A. , s.f.)

Este país cuenta con diversos tipos de turismo, en los cuales se desatacan:

✓ Turismo de aventura: Diversidad de prácticas como *Rafting*, *kayak*, parapente, *canopy* y *rappel*; *trekking*, paracaidismo, ciclismo y ciclomontañismo están en la lista de planes emocionantes que se viven en Colombia. (Rincon A. , Colombia travel y vacations group, s.f.)

✓ Ecoturismo: Según el Sistema de Información sobre Biodiversidad de Colombia (SIB), el país cuenta en total con cerca de 56.343 especies registradas; entre ellas 1.921 aves, 26.177 plantas, 803 anfibios, 537 reptiles, 492 mamíferos, 3.435 peces y con 9.153 especies endémicas.

Esta riqueza en flora y fauna, combinada con sus hermosos paisajes y sus variados pisos térmicos, convierte a Colombia en uno de los destinos turísticos más visitados para hacer turismo de naturaleza; y aunque existen distintas clases de turismo de naturaleza, como el turismo de aventura o el rural, el más practicado en Colombia es el ecoturismo que, a diferencia de otros tipos de turismo natural, se practica en espacios naturales protegidos.

Según *The International Ecotourism Society* (TIES), se trata de un “viaje responsable a áreas naturales, conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de la población local”. En otras palabras, cuando participas en un viaje de ecoturismo actúas de manera responsable para minimizar el impacto en el medio ambiente y en la comunidad que habita la zona.

De acuerdo a cifras del *UNWTO, World Tourism Organization*, el ecoturismo es considerado uno de los sectores de mayor crecimiento en el sector turístico, con un 5% de incremento anual y alrededor del 6% del PIB a nivel mundial.

Estas cifras representan una importante oportunidad, ya que el país cuenta actualmente con 59 áreas naturales que forman parte del Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia; todos ellos, con un atractivo que los hace únicos para vivir experiencias turísticas inolvidables. (Colombia travel, s.f.)

- ✓ Turismo histórico: Se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico. Entre estas se encuentran Santa Marta, Cartagena, Bogotá, Mompox (Bolívar), Tunja, Villa de Leyva y Popayán. (Colombia.com, s.f.)
- ✓ Turismo gastronómico: La gastronomía colombiana es tan diversa como su clima, sus paisajes y sus manifestaciones culturales. Gracias a una tierra fértil donde crecen productos exóticos como el chontaduro, la gulupa y más de 30 tipos de papa, y la creatividad de expertos cocineros como Harry Sasson, Leonor Espinosa y Juan Manuel Barrientos, la gastronomía colombiana cautiva a los casi 4 millones de turistas extranjeros que visitan Colombia cada año. (Colombia.co, 2018)
- ✓ Turismo cultural: Viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. Para esta clase, los sitios sugeridos son San Agustín (Huila), la Catedral de Sal de Zipaquirá a las afueras de Bogotá o en la capital, la Quinta de Bolívar. También está Mompox (Bolívar), Tunja y Villa de Leyva en Boyacá y Popayán. (Colombia.co, s.f.)
- ✓ Turismo religioso: Colombia cuenta con una amplia tradición y herencia católica; legado que se evidencia en los numerosos templos católicos que se encuentran esparcidos a lo largo y ancho de todo el país, y que hoy son atractivos para creyentes y no creyentes

que llegan a esos lugares para evidenciar por ellos mismos las majestuosas obras de arte que son estos mismos lugares y los cuales son un referente para el turismo religioso en Colombia.

Los principales destinos son: Basílica Sagrario y San Miguel en Santa Marta, Mompo, Basílica de Nuestra Señora del Rosario en Chiquinquirá, Catedral de Sal en Zipaquirá, Basílica del Señor de los Milagros en Buga, Popayán, Santuario de Nuestra Señora de las Lajas en Ipiales, entre otros. (Baquianos, s.f.)

✓ Turismo de sol y playa: Con toda la diversidad que dan las tres cordilleras de los Andes, varios pisos térmicos y una variedad enorme de climas, Colombia es un país que resalta entre los demás por sus mágicas playas que garantizan unos espacios de paz, descanso y tranquilidad a todos aquellos cansados del ruido y de la rutina de la vida diaria.

En total, son más de trescientas playas, para todos los gustos. Colombia cuenta con 1.600 kilómetros de litoral en el Mar Caribe y 1.300 kilómetros en el océano Pacífico. En total, son más de trescientas playas, para todos los gustos. (Colombia es sol, playa y arena, 2012).

Mercado del turismo

Según previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) hasta 2030, el incremento de las llegadas de visitantes internacionales a Latinoamérica y el Caribe continuará con un notable impacto en la región. Entre las estrategias más recurrentes de los países latinoamericanos, figuró la promoción de la cultura, la naturaleza, las rutas multidestinos, la gastronomía, la historia, la arqueología y las costumbres de los pueblos para diversificar las ofertas turísticas en la región, incluso mediante la asociación entre varias naciones a fin de crear productos más atractivos (Deutsche Welle, 2017).

Países más visitados de Latinoamérica

México: En 2017, 39.298.000 personas ingresaron al país en carácter de turistas, lo que le permitió superar en el listado mundial a Reino Unido y Turquía. El número de turistas en México quintuplica además el de los que viajaron a Argentina, que es el segundo país latinoamericano más visitado. De hecho, México recibió más visitantes que toda América del Sur (La foto olvidada de ayer, 2018).

Argentina: El año pasado recibió 6.705.000 de turistas y registró un ingreso por US\$5.060 millones. Según las fuentes consultadas en la Secretaría de Gobierno de Turismo de Argentina, los destinos más visitados son: Ciudad de Buenos Aires, Cataratas de Iguazú, Mendoza, Bariloche, Norte argentino: Salta y Jujuy (Revista Summa, 2018).

Brasil: El gigante de América Latina es el tercer país que recibió más turistas en la región en 2017. Brasil les dio la bienvenida a 6.589.000 turistas el año pasado y tuvo un ingreso de US\$5.060 millones (Revista Summa, 2018).

Chile: Se ubica en la cuarta posición en América Latina como destino elegido por los turistas. En 2017, 6.450.000 personas llegaron a Chile para hacer turismo y el país recibió unos US\$3.634 millones. Según la BBC Mundo y fuentes del Servicio Nacional de Turismo (Sernatur), los destinos más visitados de Chile son: Santiago de Chile, Valparaíso y Viña del mar.

En el quinto lugar de los países más visitados de la región está República Dominicana: El país caribeño recibió 6.188.000 turistas el año pasado, según la OMT y US\$7.178 millones en utilidades del turismo. Según informó el ente de turismo del país, los destinos más elegidos de República Dominicana son: Punta Cana y Puerto Plata (BBC, 2018)

Referente Turístico: Caso de México

Para comprender la dinámica de lo que pasa en el sector, en Latinoamérica se puede resaltar el caso de México, ya que es uno de los países que recibe más turistas a nivel Latinoamérica. En 2017 39'298.000 personas ingresaron al país en carácter de turista, lo que permitió superar en el listado mundial a Reino Unido y Turquía (BBB News, 2018).

Según cálculos de la OMT (Organización Mundial del Turismo) en términos económicos, el turismo le generó a México US\$ 21.333 millones el año pasado, y según los datos proporcionados por la BBC Mundo por la Secretaria de turismo de México, los lugares más visitados por turistas internacionales son:

1. Cancún.
2. Riviera Maya.
3. Ciudad de México.
4. Los Cabos.
5. Puerto Vallarta.

Cabe resaltar que México utiliza unas estrategias fuertes para incentivar el turismo y es lo que está reflejado en las grandes estadísticas a nivel Latinoamérica, las cuales son:

1. Mejora la infraestructura y equipamiento existente en los destinos de mayor afluencia turística.

2. Promueve la creación de nueva infraestructura tecnológica turística para la diversificación de la oferta del sector.

3. Consolida el Patrimonio Mesoamericano, con el desarrollo de Centros Turísticos Sustentables en Chichen Itzá, Palenque, Calakmul y Teotihuacán.

4. Fortalece el desarrollo de infraestructura con las políticas de promoción de la competitividad turística en México.

5. Acondiciona y moderniza los puertos y aeropuertos turísticos y crea nuevos accesos carreteros.

6. Desarrolla destinos turísticos más sustentables y reactiva el turismo en áreas naturales.

7. Diseña mejores servicios e infraestructura de transporte que respondan a las necesidades de los viajeros (Aplicaciones).

8. Dinamiza y diversifica las inversiones en el país, para mejorar la calidad de los destinos turísticos y de los Pueblos Mágicos.

9. Establece programas estratégicos como “Viajemos todos por México”, “Conéctate al Turismo”, “Mejora tu Hotel” y “Mejora tu restaurante”.

A continuación, se relacionan las empresas más influyentes en materia de turismo con su App y su sitio *web*, que le facilitan al cliente una experiencia única en temas de viajes, cultura, información, entre otras.

Tabla 3. Sitios web de entidades relacionadas con el turismo en México

Empresa	Sitio web	Enlace - link	Función
PUEBLOS MAGICOS – MEXICO DESCONOCIDO	X	https://www.mexicoconocido.com.mx/pueblos-magicos	Pionero en reconocer y transmitir la riqueza inabarcable que tiene México y que está ahí para ser descubierta. (Mexico desconocido, s.f.)
VISIT MEXICO	X	https://www.visitmexico.com/es	Descubrir todos los destinos y actividades que se pueden realizar en el viaje con la guía oficial de turismo.
MEXICO DESTINOS	X	https://www.mexicoconocido.com/estinos.com/	Se basa en: información, mapas, <i>tours</i> , <i>tips</i> y lugares para visitar. Se puede guardar <i>tours</i> y lugares para consultarlos al momento de llegar y ofrecer mejores tarifas reservando actividades en diferentes destinos.
ATLAS TURISTICO DE MEXICO	X	https://atlasturistico.sectur.gob.mx/AtlasTuristico/inicio.do	Proporciona al turista actual y potencial, toda la información disponible sobre destinos turísticos, oferta turística y los programas de turismo desarrollados por la Secretaría de Turismo; facilitando su localización y acceso. (Secretaría de relaciones exteriores, 2016)
ADVENTURE MEXICO	X	http://adventuremexico.travel/	El portal que reúne todo lo relacionado al turismo de aventura en México. Se encuentran directorios y <i>tours</i> creados por los diferentes operadores de aventura por región, estado o actividad. Descubre la increíble diversidad de actividades, culturas y escenas

Empresa	Sitio web	Enlace - link	Función
			naturales que ofrece México. (Adevnture Mexico.travel, s.f.)

Fuente. Elaboración propia a partir de los sitios web de las instituciones promotoras del turismo en México, México Travel Club, y El Heraldó.

Tabla 4. App para la promoción del turismo en México

Aplicación	App Store	Play Store	Función
PUEBLOS MAGICOS – MEXICO DESCONOCIDO	X	X	Pionero en reconocer y transmitir la riqueza inabarcable que tiene México y que está ahí para ser descubierta. (Mexico desconocido, s.f.)
<i>EXPLORE TEOTIHUACAN</i>	X	X	Tiene como objetivo principal amplificar la difusión de la historia de Teotihuacán con un contenido que incluye fotografías, información específica, vistas virtuales 360 grados además de sumarse a la iniciativa de ofrecer una red wifi gratuita. (El Universal, 2017)
<i>VISIT MEXICO</i>	X	X	Descubrir todos los destinos y actividades que se pueden realizar en el viaje con la guía oficial de turismo.
MEXICO DESTINOS	X		Se basa en: información, mapas, <i>tours</i> , <i>tips</i> y lugares para visitar. Se puede guardar tours y lugares para consultarlos al momento de llegar y ofrecer mejores tarifas reservando actividades en diferentes destinos.

Aplicación	App Store	Play Store	Función
ATLAS TURISTICO DE MEXICO		X	Proporciona al turista actual y potencial, toda la información disponible sobre destinos turísticos, oferta turística y los programas de turismo desarrollados por la Secretaría de Turismo; facilitando su localización y acceso. (Secretaria de relaciones exteriores, 2016)

Fuente. Elaboración propia, aplicativos de los competidores

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Vigilancia Tecnológica

El objetivo principal de la vigilancia tecnológica fue detectar el estado del desarrollo de App o plataformas tecnológicas dirigidas al ofrecimiento de información en torno a la oferta turística, que permitiera identificar elementos funcionales (contenidos, funciones, herramientas de interacción con el usuario, entre otros) susceptibles de ser incorporados o adaptados a la App informativa sobre la oferta turística de Guatapé.

Análisis de la Demanda

Para tal fin, se realizó una investigación de mercados, bajo la técnica de encuesta dirigida a hombres y mujeres, en un rango de edad entre los 25 y 60 años, residentes en el municipio de Guatapé, por considerar que esta población se ubica dentro del grupo de personas se ubica dentro de las características del turista colombiano descrito por Procolombia. El propósito de es te ejercicio fue identificar las expectativas, resultados esperados y no esperados que tendrían alrededor de una App que ofrezca información sobre la oferta turística del municipio.

De acuerdo con el Anuario Estadístico de Antioquia, la población que cumple con la población señalada anteriormente corresponde a 2,384 personas (Gobernación de Antioquia, 2020). Con base en dicha información se calculó la muestra bajo la técnica de muestreo aleatorio simple,

considerando un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Así, el tamaño de la muestra correspondió a 96 personas.

Una vez determinada la muestra se procedió a elaborar un instrumento de recolección de información, cuya validación se realizó a través de una prueba piloto con 15 personas, entre empleados y estudiantes de la Universidad Católica de Oriente, que corresponden a la población target de la App, que permitió refinar el instrumento y concluir algunos hallazgos preliminares.

En líneas generales, se observó que la mayoría de los encuestados posee un celular inteligente (Smartphone), en donde las aplicaciones que más utilizan son basadas en: Comunicación, Entretenimiento y Turismo.

Algunas de las observaciones a considerar fueron:

El 100% dice que si les parece interesante el diseño de una App que contenga información detallada de los diversos sitios y actividades de interés de Guatapé, pero con las siguientes características: desean que la App tenga acceso a chat, que integre diversidad de paquetes turísticos (Hospedaje, Alimentación, Recreación y Transporte) para generar un espacio social agradable.

En lo concerniente a los generadores de alegría, los entrevistados manifestaron su deseo por que la App sea gratuita, esté disponible en las plataformas de *Google Play* y *App store*, sea de fácil manejo y que contenga barras de menú donde se desplieguen las actividades. Los encuestados esperan igualmente que la App implemente un menú de calificación por estrellas, comentarios, puntuaciones, precios y recomendaciones; de igual modo, creen beneficioso que la App permita hacer reservas y pagos online y una alegría deseada es que esta cuente con un mapa de geolocalización.

Los resultados no deseados más comunes son que el tamaño o peso de la App sea exagerado, que la App sea lenta, que aparezcan publicidades, que no cuente con bases de confiabilidad y que arroje algún virus.

Todos estos aportes fueron considerados, junto con los obtenidos en el trabajo de campo que se sintetizan en el apartado sobre el análisis de la demanda.

Análisis de Percepción de Establecimientos Comerciales del Sector Turístico en Guatapé

Se fundamentó en un estudio dirigido a una muestra de 10 establecimientos comerciales localizados en el municipio de Guatapé con el fin de examinar la percepción de sus propietarios frente a la creación de una App con capacidad para divulgar la oferta turística del municipio a los visitantes interesados en ampliar su conocimiento sobre las opciones de esparcimiento que ofrece el municipio.

RESULTADOS VIGILANCIA TECNOLÓGICA

Aplicativos Actuales del Sector

Los Aplicativos de mayor acogida en el sector y que están satisfaciendo las necesidades de los clientes son: Tripadvisor, Trivago, Airbnb, Kayak, Despegar y Google Flights

Tabla 5. App identificadas en el ejercicio de vigilancia tecnológica.

Nombre de aplicación	App y sitio web	Link	Función
AIRBNB	Si	https://www.airbnb.com.co	Ofrecer una plataforma de software dedicada a la oferta de alojamientos a particulares y turísticos mediante la cual los anfitriones pueden publicitar y contratar el arriendo de sus propiedades con sus huéspedes; estos pueden valorarse mutuamente, como referencia para futuros usuarios. (RPP Noticias, 2019)
TRIPADVISOR	Si	https://www.tripadvisor.co/	Proporcionar reseñas de contenido relacionado con viajes. También incluye foros de viajeros. Los servicios del sitio web son gratuitos y son los usuarios quienes proporcionan la mayor parte del contenido. (Amn, gamlp, 2018)
KAYAK	Si	https://www.kayak.com.co/	Generador de tarifas y meta buscador de viajes online. El sitio web de KAYAK y sus aplicaciones móviles permiten a sus usuarios comparar y reservar vuelos, hoteles, coches de alquiler y paquetes de vacaciones en cientos de proveedores al mismo tiempo. (Telefono Gratuito, 2018)
DESPEGAR	Si	https://www.despegar.com.co/o/	Puedes encontrar una amplia variedad de tiquetes aéreos y vuelos económicos, hoteles, paquetes turísticos, alquiler de carros, cruceros y mucho más. (Despegar.com, s.f.)
TRIVAGO	Si	https://www.trivago.com.co/	Metabuscaador de hoteles global, que funciona con millones de viajeros que

			acuden a Trivago para encontrar su hotel ideal al mejor precio, se introduce los criterios de búsqueda, como ubicación, número de estrellas y precio. (Trivago Bussines blog, 2017)
GOOGLE FLIGHTS	SÓLO SITIO WEB	https://flightsearchdirect.com	Se destina a buscar vuelos al mejor precio. Solo se tiene que introducir el destino del viaje, las fechas y cuántas personas viajan y este servicio se pondrá a buscar las mejores opciones que se ajustan a dichos términos de búsqueda. (Esteban, 2019)

Fuente: Elaboración propia a partir de los sitios web mencionados anteriormente.

Estado de la oferta de App y plataformas tecnológicas sobre información turística en Colombia

Para finalizar estas son algunas de las empresas que se referenciaron en el ejercicio de vigilancia tecnológica y se destacan por ofrecer servicios alternativos en el sector turístico, apoyándose en plataformas tecnológicas como sitios *web* y App.

Fly Colombia: Es una empresa ubicada en Medellín la cual ofrece la posibilidad de moverse en helicóptero o avión, con capacidad para 6 y 8 pasajeros respectivamente. Existen diferentes rutas, ofertas y paquetes que se ajustan a lo que cada grupo quiera experimentar.

Este tipo de actividades van alineadas con el propósito de la Ciudad en el tema de innovación, porque si bien es cierto que el transporte en helicóptero y avión ha existido en Medellín, no existía una propuesta dirigida para hacerlo turísticamente, ni planes diseñados que pudieran ser disfrutados por propios y visitantes.

Awake: Es una agencia bogotana que se dedica a ofrecer destinos no convencionales. Se trata de una experiencia ‘mochilera’, pero combinada con *kayak*, lancha y chalupa.

Como es una agencia de viajeros y anfitriones preocupados por la acelerada pérdida de biodiversidad en el mundo, decidieron utilizar el turismo como una herramienta para unir a las personas, conectar y fortalecer a sus anfitriones locales y empoderarlos para proteger la naturaleza.

En esta comunidad se pueden encontrar experiencias únicas de viaje en la naturaleza y destinos rurales, desde *trekking* hasta avistamiento de ballenas, expediciones en 4x4, observación de aves, experiencias de inmersión cultural con comunidades indígenas y comunidades locales.

Ofrece reservas directamente a anfitriones locales, grupos privados o muy pequeños, diferentes niveles de comodidad, diferentes niveles de dificultad y la opción de alojamiento que las personas prefieran, desde un *eco-lodge* de 5 estrellas hasta un campamento más modesto.

Awake cuenta con patrocinadores como: El Tiempo, El Espectador, Tripadvisor, entre otros, que buscan ofrecer el más completo servicio y brindar las mejores experiencias en temas de biodiversidad.

Colombiana de Turismo: Es una agencia de viajes ubicada en el sur del Valle de Aburrá, en el Parque de Envigado. La empresa cuenta con experiencia y un completo portafolio, que permite ofrecer cualquier destino en el mundo, especializándose tanto en destinos del caribe (San Andrés, Cartagena y Santa Marta, Cuba, México y Miami).

Decameron. Es el mayor grupo hotelero del país, con cerca de 8.000 habitaciones y uno de los más reconocidos por su modelo de todo incluido. Maneja unos 40 hoteles en nueve países de América Latina y en Marruecos. En su portafolio están las marcas Royal Decamerón, Decamerón, Aloft – en Colombia y Costa Rica– y Radisson –en Perú–, con instalaciones de playa y de ciudad que registraron el año pasado una ocupación de 89,4%. La sede principal de Hoteles Decamerón está ubicada en Bogotá y cuenta con varias sucursales en las principales ciudades del país. Hoteles Decamerón está catalogada como uno de los grupos hoteleros más poderosos del país. (Dinero, 2016).

Tabla 6. App de las empresas más influyentes en el sector turismo en Colombia

Aplicativo	App Store	Play Store	Función
	X	X	Recaudar, administrar y ejecutar los recursos: Contribución parafiscal para la promoción y competitividad del turismo. (Fondo Nacional de Turismo, s.f.)
		X	Promociona las exportaciones no tradicionales, el turismo internacional y la Inversión. (Procolombia, s.f.)
	X	X	Ayuda a encontrar los destinos o actividades de preferencia en las personas que deseen viajar a Colombia. (Procolombia, s.f.)

	X	X	Encontrar tiquetes baratos, hoteles, autos, paquetes turísticos y muchos destinos por conocer.
---	---	---	--

Tendencias en Desarrollo en Tecnología del Sector Turismo

Turismo de los Millenials

Los *millenials* buscan organizar su viaje vía online, demandan turismo sostenible, que puedan tener un contacto directo con la naturaleza promoviendo la conservación del destino y apoyar a las empresas ecológicas (ecoturismo). Otra tendencia es el turismo activo y de aventura desde un safari en África, hasta nadar con tiburones blancos en México o Canadá, seguida de cruceros, donde se estima que habrá una demanda de un 21.6% más para el año 2018 (Inter blog, 2018). Adicional, existe una nueva rama del turismo llamada *women only* la cual también califica como nueva tendencia mundial, ya que se ha visto que las mujeres hoy en día, toman el 80% de las decisiones cuando se habla de viajes, adicional que se ha visto un aumento de viajes de mujeres solas. Y así la lista continua con turismo en masa, turismo religioso, turismo de salud, etc. (Torres, 2018)

En el mismo contexto se reflejan los viajes como:

- Los viajes como fuente de aprendizaje:

Muchos turistas buscan viajes que les aporten un valor añadido en su desarrollo personal. Valorán los viajes como una fuente de valiosas enseñanzas de vida y por eso aumenta en demanda de viajes

que incluyan componentes educativos, actividades de voluntariado o viajes para mejorar las competencias laborales. (Garcia, 2019)

- En búsqueda de territorios inexplorados:

A la espera de que los viajes al espacio se confirmen como la próxima frontera del turismo, los viajeros más aventureros buscan experiencias vitales en lugares remotos y poco conocidos. (Garcia, 2019)

- Maximizando lo pequeño:

Se multiplican los viajes cortos a destinos cercanos (*city breaks*). Los turistas buscan un viaje más íntimo y hacer cosas fuera de lo normal en destinos que quizás ya han visitado en el pasado. (Garcia, 2019)

- Viajes en pareja más emocionantes:

Muchas parejas buscan vacaciones más atrevidas, que les inspiren y les generen adrenalina y recuerdos duraderos (reforzando sus vínculos como pareja). (Garcia, 2019)

- Viajeros/as solitarios/as:

Cada vez más turistas viajan solos. Y por su perfil, buscan opciones de alojamiento que les permitan conocer población local. El *co-living* es una opción de alojamiento para personas que viven solas. Son edificios de apartamentos con áreas comunes de diseño *cool*, servicios de entretenimiento, zonas verdes y programan actividades como yoga, conciertos y eventos culturales. (Garcia, 2019)

- Turismo oscuro:

Ciertos turistas sienten atracción por lugares donde han ocurrido hechos trágicos, como la planta nuclear de Chernóbil. (Garcia, 2019)

- Turismo Ecológico:

Es actualmente el que ha tenido mayor influencia por parte de los turistas y se ha convertido en el más concurrido a nivel mundial en cada país. Este enfoque turístico nuevo se basa principalmente en la sostenibilidad, preservación, apreciación y sensibilización del medio ambiente y de recursos naturales, el cual es deseado por los turistas y se adapta a las necesidades que tienen las personas hoy en día. (Garcia, 2019)

Algunas actividades a desarrollar dentro del turismo ecológico son:

- Caminatas
- *Canopy*
- Pesca
- *Camping*

A continuación se observan los 5 Países líderes del ecoturismo en el mundo.

- Nueva Caledonia: Este hermoso archipiélago ubicado en la Melanesia, una de las divisiones de Oceanía, es uno de los países líderes que promueven el ecoturismo. De hecho, es el país que tiene más áreas protegidas de todo el mundo.

Una de las medidas más recientes que ha tomado el gobierno es la de prohibir la caza de tiburones. En los mares de Nueva Caledonia confluyen una gran variedad de especies de tiburones y otras especies marinas que forman la más grande reserva marina del mundo. (Perez, 2015)

- Eslovenia: Este mágico país se encuentra en Europa Central, en él se dictan charlas de prevención del medio ambiente casi todos los días, pues se toman este tema muy en serio, preservar el medio ambiente es uno de los preceptos fundamentales de Eslovenia. De todo el continente, este es donde más se respeta a la naturaleza. Junto a Alemania y Polonia forman las áreas de protección más grandes de Europa.

Se puede disfrutar de los imponentes paisajes como el del Valle de Soca. Si eres amante de las verduras, aquí podrás comer los más deliciosos vegetales ecológicos, los cuales vienen directamente de granjas orgánicas.(Terre del brenta, s.f.)

- Costa Rica: Es uno de los destinos turísticos preferidos por numerosos viajeros alrededor del mundo. La calidez de su clima y de su gente, unido a los más impresionantes paisajes naturales y al respeto por el medio ambiente, hacen de este uno de los lugares más encantadores del continente americano.

-
Costa Rica tiene una gran cantidad de zonas protegidas, además se espera que para el año 2021 sea el primer país del mundo en utilizar completamente el carbono natural. Uno de sus espacios protegidos más emblemáticos es el Parque Nacional de Cahuita. (Perez, 2015).

- Namibia: África abre sus puertas a los ecoturistas en su exuberante región, donde el medio ambiente se honra y se respeta. Aquí se le da vida a gran cantidad de safaris para que los turistas puedan conocer más a fondo.

Se puede observar el *Etosha National Park*, las llanuras de Kavango y la desértica zona costera *Namib Desert*, esto son solo uno poco de las grandes zonas protegidas de este hermoso lugar. (Terre del brenta, s.f.)

- Ecuador: Este país sudamericano es uno de los más exigentes con respecto al medio ambiente, especialmente si se trata de las islas Galápagos.

En las islas Galápagos está prohibida la pesca en las áreas protegidas, los cristales son reciclados, las visitas son promovidas y tramitadas por un grupo de agencias muy reducido y hasta los recuerdos o souvenirs deben ser hechos con elementos que no tengan materiales vegetales. (Perez, 2015)

Colombia gracias al potencial ecológico con que cuenta se ubica en la 9ª posición en el ranking mundial, Muchos calificaron de inesperada su inclusión en estos listados. Lo cierto es que el país despierta el interés de los ecoturistas que vienen en busca de paisajes submarinos y en tierra firme. Su arrecife de coral, el tercero más grande del mundo, es motivo suficiente para ser visitado, así como también sus picos nevados de más de 5.000 metros de altura. La variedad de climas y atractivos naturales despierta cada vez más el interés de visitantes extranjeros. (El Tiempo, 2017)

Tecnologías Emergentes del Turismo

TravelMate Robotics

La robótica se intuye también como una de las próximas revoluciones en el sector turístico, con repercusiones directas en el ámbito de la hostelería, la intermediación de viajes y los transportes.

Precisamente en este ámbito, la empresa norteamericana *TravelMate Robotics* ha presentado en TurisTIC la primera maleta robótica del mundo, capaz de moverse de manera autónoma, esquivar obstáculos y seguir el *Smartphone* de su propietario.

(Hosteltur, 2018)

Big Data

Una de las primeras claves para la toma de decisiones estratégicas y para el uso más eficiente de los recursos disponibles es el *Big Data*, dado que el análisis masivo de macrodatos facilita la hipersegmentación y la personalización de los servicios (Viajes Corporativos Perú, 2018).

Los profesionales del turismo saben que estas nuevas tecnologías pueden traer consigo claras ventajas competitivas para la mejora de los productos y servicios ofrecidos, lo que repercute

directamente en los beneficios, tanto para el cliente como para la empresa (Instituto de Ingeniería del Conocimiento, 2017).

De este modo, el *Big Data* lo que permite es tener un mejor conocimiento del cliente para ofrecerle ofertas tentadoras turísticas, promociones en hotelería, facilidades de pago y estandarización de información para adelantarse a lo que el cliente espera hacer.

Por último, el *Big Data* facilita saber qué está ocurriendo en cada momento, lo que permite a las empresas del sector turístico puedan reaccionar de una forma más eficiente e inmediata, que no sería posible sin los análisis de datos. Se puede aprender de los resultados anteriores de una campaña de *marketing* y modificar en función de los resultados, prediciendo cómo van a responder los usuarios. (Dvojak, 2018)

Realidad Virtual

La generalización de la realidad virtual y de la realidad aumentada facilitará su presencia en el sector turístico, aumentando tanto las expectativas como las experiencias diferentes e inmersivas con alto potencial emocional.

Con la realidad virtual los turistas pueden experimentar el destino, su ambiente y emociones de antemano. Así, pueden adquirir una imagen de destino más detallada y unas expectativas mucho más realistas de su visita, porque una cosa es que en la agencia nos enseñen fotos de playas con aguas cristalinas y arena blanca y otra es estar rodeados de ese paisaje mientras escuchamos el ruido del agua y los pájaros. (Hosteltur, 2018)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se aplica una muestra a la población del municipio de Rionegro, constituida por hombres y mujeres en un rango de edad entre los 16 y 60 años, por medios electrónicos, centrada especialmente la base de datos de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica de Oriente, la cual determina un total de 96 encuestados con un margen de error propuesto al 10%, con el fin de determinar sus preferencias y gustos a la hora de optar por una aplicación que incentiva el turismo en el municipio de Guatapé. A continuación se muestra un informe detallado del análisis de dicha encuesta

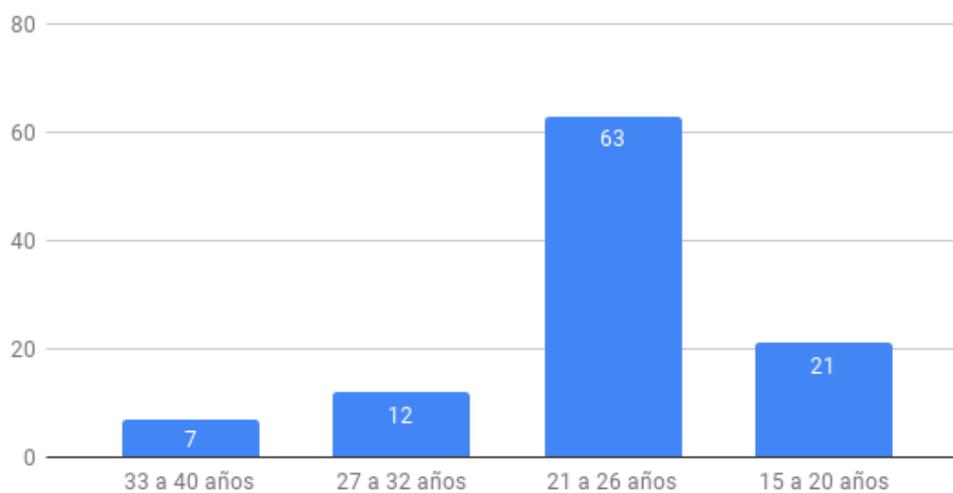


Figura 3. Rango de edades poblacional

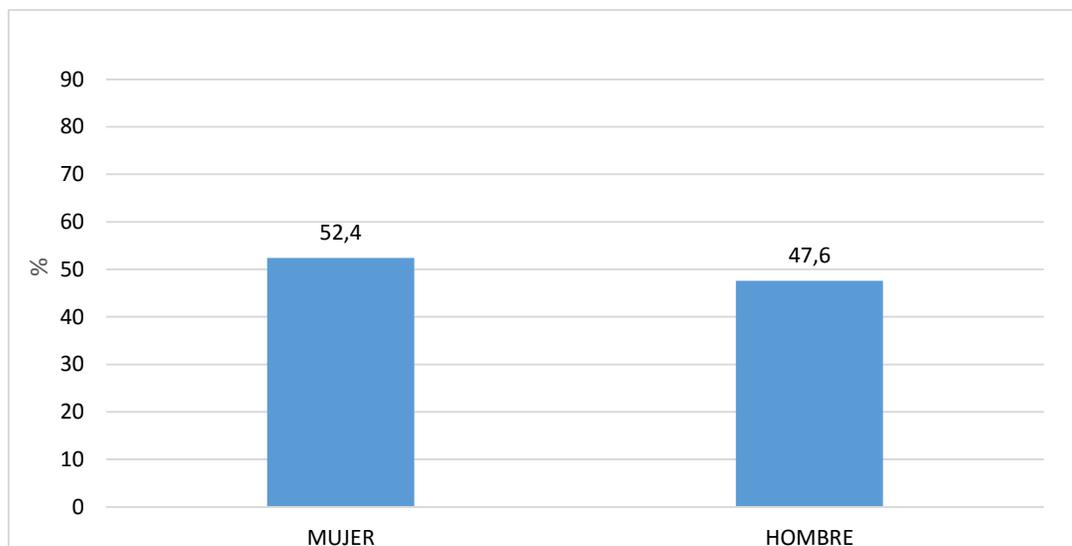


Figura 4. Porcentaje participación de género

En una encuesta realizada a la población del municipio de Rionegro, en un rango de edad entre los 16 y los 60 años de edad, se puede observar que el mayor porcentaje de personas que respondieron la encuesta son entre la edad de los 21 a los 26 años, teniendo una participación de 63 personas en total, lo cual demuestra un gran interés de la población joven por conocer del proyecto como tal, además según el género de la población, se evidencia una mayor participación del género femenino con un porcentaje de 52,4% mientras que el masculino obtuvo un porcentaje menor de 47,6%.

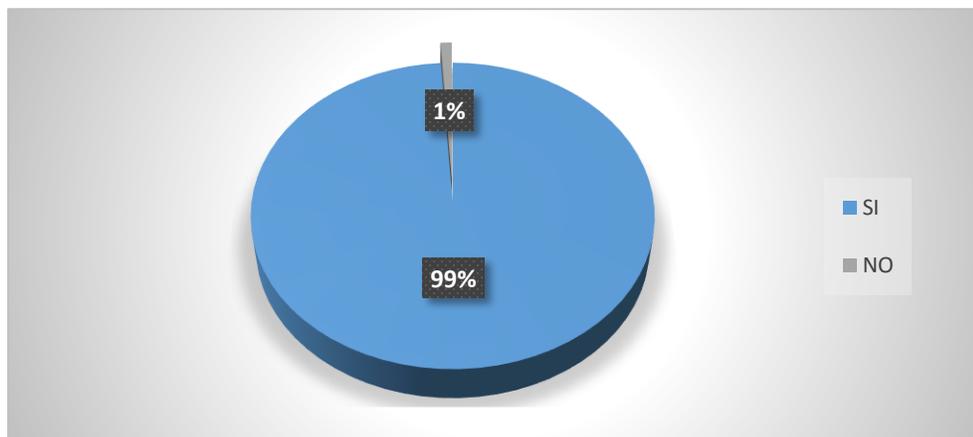


Figura 5. Conocimiento de Guatapé

Del 100% de los encuestados, el 99% afirma que tiene conocimiento o ha visitado el municipio de Guatapé en alguna oportunidad, mientras que el otro 1% asegura que no conoce dicho lugar. La representación es muy positiva y se tiene muy claro el concepto del lugar lo que es representativo para la propuesta de valor.

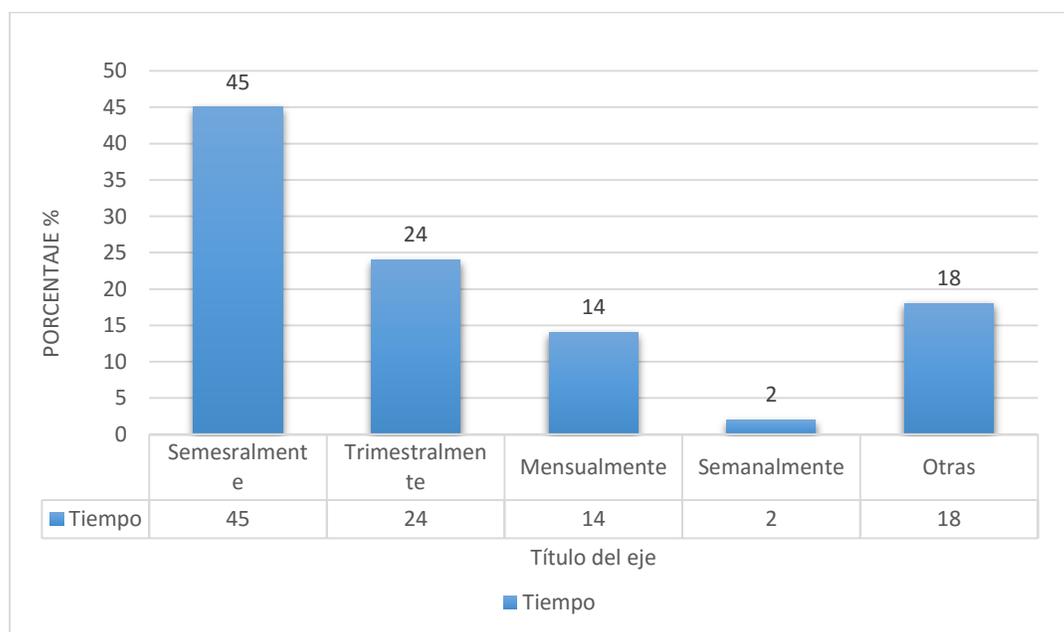


Figura 6. Frecuencia de viaje de los turistas semesralmente

Según resultados obtenidos de la encuesta, se puede argumentar que la frecuencia de viaje que usan los turistas al municipio de Guatapé es de tipo semestral o mayor nivel, con un porcentaje de participación de 45% siendo el mayor dado por los encuestados, mientras que trimestralmente (segundo en el ranking) con un porcentaje de 24% y mensualmente con 14% le siguen en la lista con menor nivel, en tercer lugar se encuentran otros motivos de frecuencia como lo son ocasionalmente, irregularmente, de vez en cuando, 2 veces al año, entre otros y por último en cuarto lugar, con un porcentaje de 2% se encuentra la población que viaja en una frecuencia semanal.

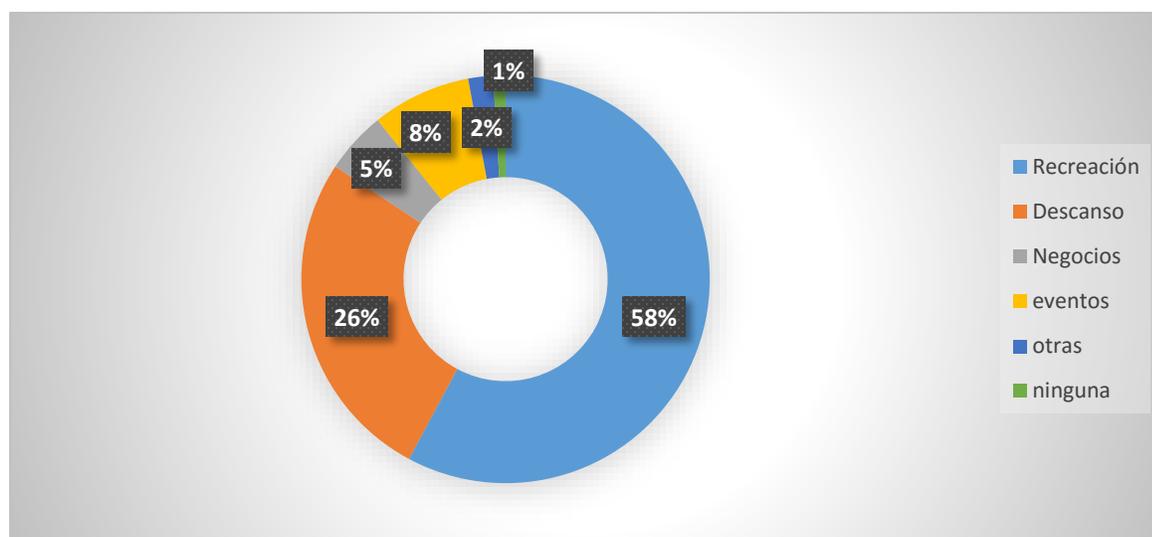


Figura 7. Motivos de viaje

Lo que más motiva a los encuestados para viajar a este lugar son los viajes de recreación teniendo una aceptación por parte de los encuestados de 58% el cual califica como la puntuación más alta y por su parte es el motivo más usado para visitar y conocer la región; en consecuencia el descanso, ocupa el segundo lugar con un 26% de participación. Es por esto que tienen una mayor acogida y son la razón por la cual se genera una oferta de turistas, mientras que los viajes de negocios y eventos con una participación 8% y 5% reflejan poca incidencia y no son tan

concurridos. Para finalizar otros motivos ocupan el 1% y hacen parte de frecuencia de viaje de las personas.



Figura 8. Poblacion con Smartphone

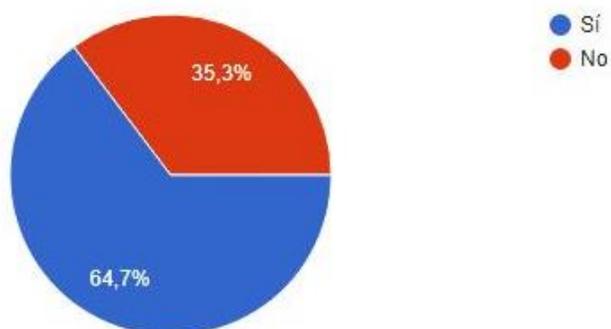


Figura 9. Utilización de medios tecnológicos para información turística

En el tema digital, el 99% de los encuestados afirma que posee un celular inteligente, lo cual hoy en día es una herramienta de gran importancia y gran ayuda con respecto a la influencia publicitaria y al conocimiento cultural de todos los lugares, el otro 1% asegura no contar con un celular inteligente. Para conocimiento cultural del municipio, el 64% de los encuestados afirma

que utiliza los medios tecnológicos para obtener información útil y veraz de cualquier actividad que se pueda realizar en el lugar, mientras que el otro 35% de los encuestados considera que no es necesario utilizar los medios digitales para averiguar información del lugar.

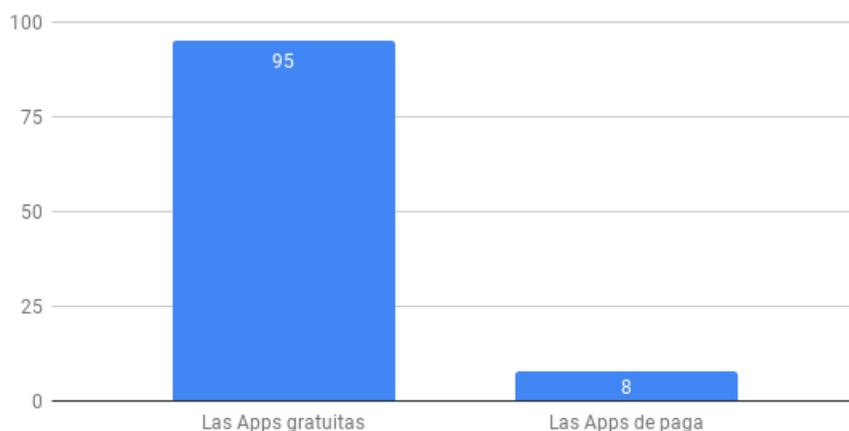


Figura 10. Monetización de las App

Consultando las necesidades de la población, se encontró que el 91,3% de los encuestados muestra preferencias en las aplicaciones que son gratuitas para mayor satisfacción y por temas monetarios y de facilidad, de este modo la apreciación de los usuarios de la App será de mayor influencia gracias a la comodidad en temas de descarga y tiempo, lo cual es lo que se desea implementar a futuro; mientras que el 9,7% restante considera que las aplicaciones de pago son mejores y de mayor credibilidad ya que al abonar una cuota considerable hay un mayor control sobre las necesidades, además tienden a ser de mayor durabilidad y mucho más usadas por los usuarios.

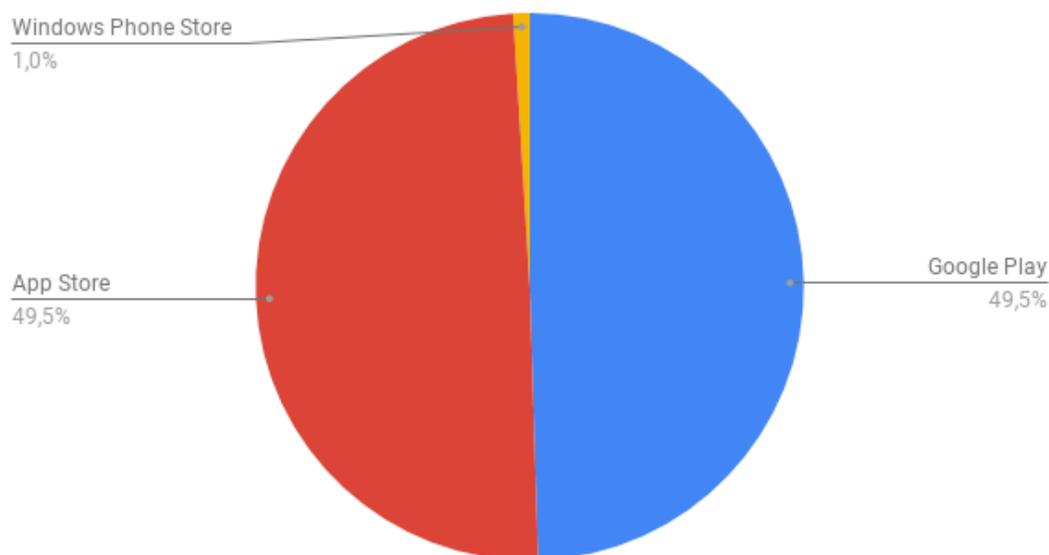


Figura 11. Sitio de descarga de las App

En el tema de facilidad operativa, el 49,5% acostumbra a descargar las aplicaciones desde la *App Store*, el otro 49,5% descarga las App desde *Google Play*, lo que quiere decir que la población hoy en día está cada vez más familiarizada con las TIC'S y utilizan las App para satisfacer necesidades específicas lo cual interesa a la hora de ofrecer un servicio completo y eficaz en cuanto al turismo, y el 1% restante utiliza *Windows phone Store* para el almacenamiento de sus aplicaciones. Esto demuestra que hay un mayor impacto por parte de la población con sistema de *Apple* y *Android* y que la plataforma *Windows phone* no es de muy gran nivel.

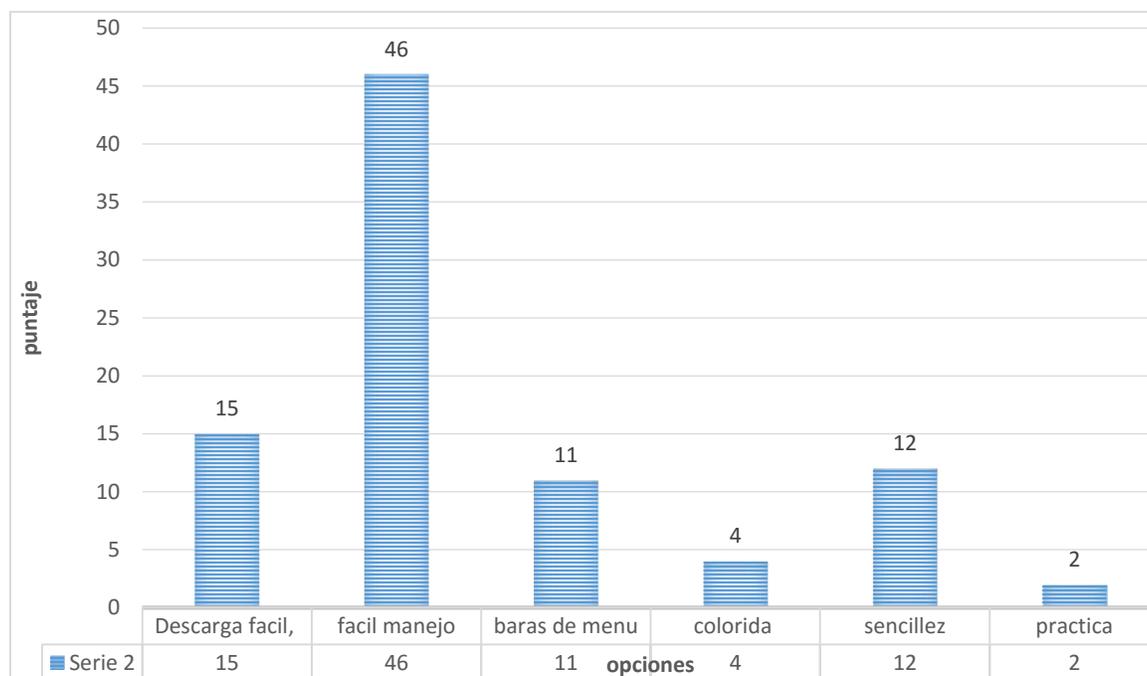


Figura 12. Gustos y aceptación de las App

Algo muy importante a la hora de ofrecer una App a gusto de los clientes son las características primordiales que se consideran base de una App. Los encuestados afirman que las características que más consideran beneficiosas en una App y muestran un alto grado de interés son: que la App sea de descarga fácil, fácil manejo de la App y que tenga diferentes barras de menú que desplieguen cada una de las actividades de intervención, esto demuestra que hoy en día los usuarios quieren todo mucho más fácil y sin mucho complicate, lo que ayudaría a adaptar la App a los requerimientos que los usuarios consideren más importantes y así poder crear una iniciativa a la medida.

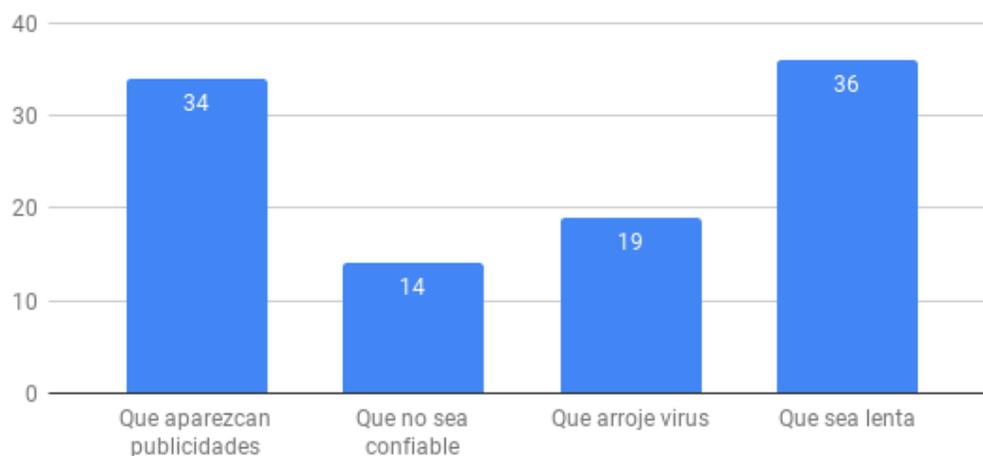


Figura 13. Razones de desagrado de una App

Ahora para verificar los motivos de desagrado de una App, los encuestados consideran que lo más desagradable de una App es que sea lenta con su contenido o que tenga un *software* muy débil, esto representado por un 36% de la población encuestado siendo el mayor motivo de desagrado cuando alguien está usando App, otra de las problemáticas que hace perder interés en las App son la aparición de publicidades, en este caso con un 34% los encuestados afirman que es el segundo peor caso que puede tener una App, con un 19% se encuentran la aparición de virus lo cual representa una amenaza para los dispositivos y por último y sin pasar por alto, las App que no sean confiables con un porcentaje de 14% se ubican en el último lugar de los motivos por los cuales las personas dejan de usar las App.

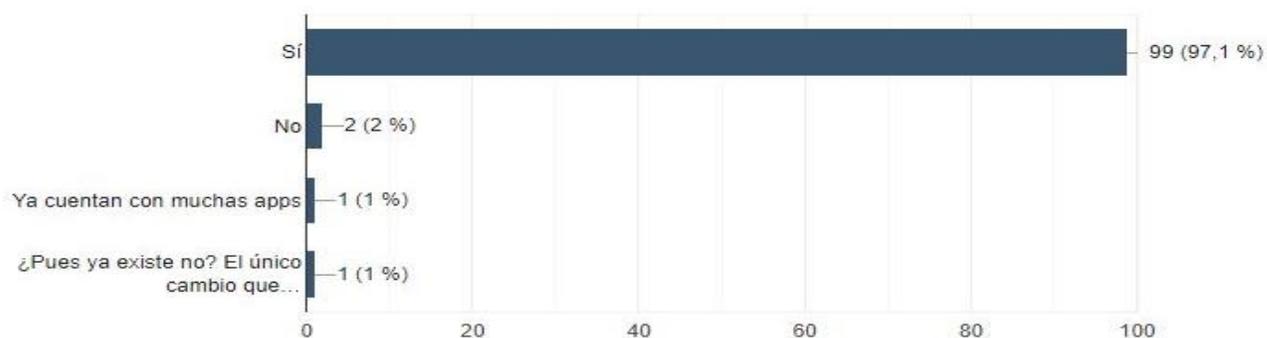


Figura 14. Interés en App Smartravel

La generación de la propuesta de valor para la mayoría de los encuestados (97,1%) le parece interesante una App que contenga la información detallada de los diversos sitios de interés de Guatapé (Hotelería, Gastronomía y Recreación) la cual ofrezca servicios innovadores y enriquezca tanto la cultura como la biodiversidad de la región y genere un impacto positivo en el tema turístico, un 2% de los encuestados no considera beneficioso una App con esas características y afirma que ya existe variedad de App con esa temática, y el 1% restante reafirma que ya muchas App tienen ese calificativo.



Figura 15. Paquetes turísticos en Smartravel

Para complementar la App, de los encuestados, el 95,1% afirman que si es útil que la App ofrezca opciones de paquetes turísticos que unan las actividades relacionadas y faciliten una visita grata al municipio, esto es un valor agregado que se adicionaría a la propuesta de valor con el objetivo de integrar todas las actividades que se ofrecerían, de este modo se enlazarían procesos y por lo tanto se ofrecería un servicio más completo, mientras que el 4,9% de los encuestados no considera viable la unión de paquetes turísticos relacionados con las actividades y la cultura de la región.

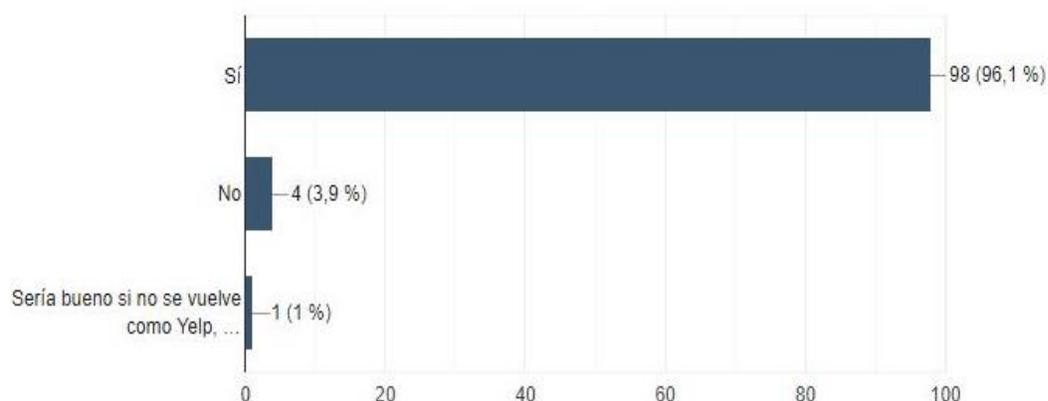


Figura 16. Menú de calificación por estrellas, comentarios, precios y recomendaciones

La mayoría de los encuestados cree que la incorporación de un menú de calificaciones ya sea por estrellas, comentarios, precios y recomendaciones es de mayor utilidad y puede ayudar a la hora de brindar confiabilidad de los clientes hacia los hoteles, restaurantes y otros servicios que ofrece la App, un 3,9 % no considera que sea importante ni necesario la incorporación de este menú, y un 1% afirma que No sería bueno , ya que se puede prestar como un sitio donde cualquier persona pueda poner malas o buenas reseñas a como se le dé la gana.

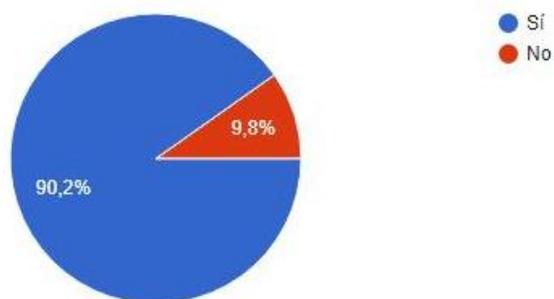


Figura 17. Reservas y pagos online en Smartravel

Para el tema del hospedaje, del 100% de los encuestados, el 90,2% afirma que es muy importante que la App permita hacer reservas y pagos online para facilitar el proceso ante una solicitud de reserva de un hotel, hostel, vivienda turística, entre otros, de este modo es mucho más fácil hacer solicitudes de cotizaciones o recomendaciones y así satisfacer una necesidad de vital importancia en cuanto al tema del hospedaje y el 9,8% restante considera que no es viable la incorporación de un menú de reservas y prefiere hacerlas físicamente en las instalaciones deseadas.

102 respuestas



Figura 18. Geolocalización en Smartravel

Por ultimo, una ayuda mas que hara que la App sea de calidad y completa, la mayor parte de los encuestados (96,1%) le parece interesante que la App incorpore un *item* donde funcione un mapa de geolocalizacion que ayude a una mejor ubicación y relacione cada uno de los sitios con que el municipio cuenta para un facil acceso de estos, y el 3,9 afirma no ser necesario este diseño de mapa.

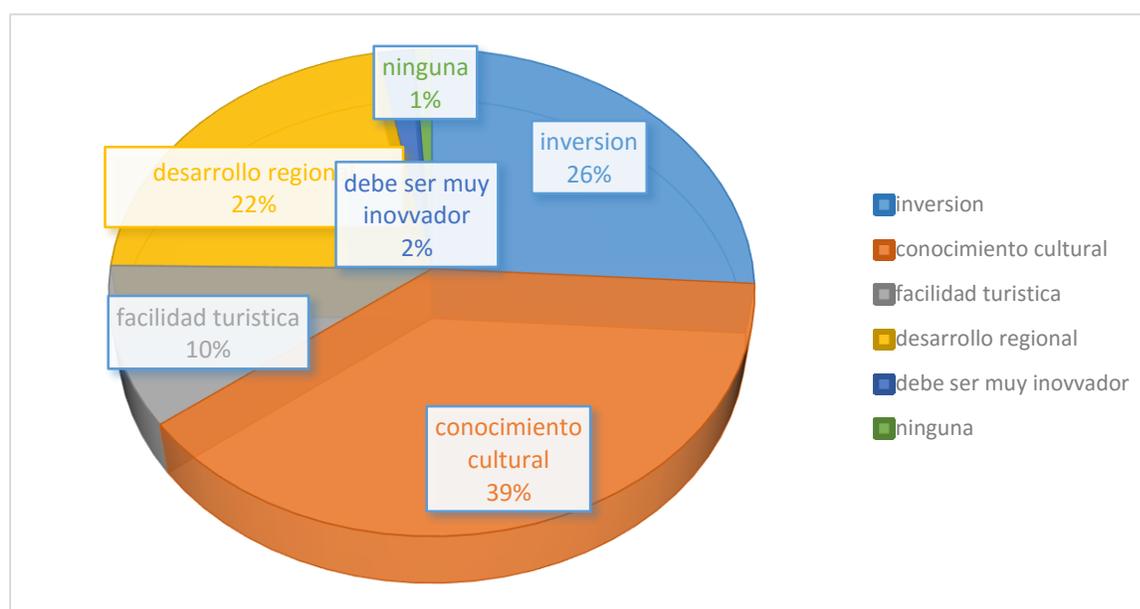


Figura 19. Beneficios que aporta Smartravel al Municipio y la Región

Para finalizar, el 34% de los encuestados afirma que la App le generara tanto conocimiento cultural como facilidad turística a la región, el 26,2% considera que la App le generara buena inversión al municipio de Guatapé, el 17% cree beneficioso ambos beneficios (inversión y conocimiento cultural) el 10% considera que solo brindara facilidad turística, el 5,8% considera que le aportara conocimiento cultural, un 2,9% de los encuestados cree que debe ser muy innovadora para poder competir con las otras App, y el ultimo 2,9% cree que la App no arrojará ningún beneficio ya que existen App por montones que ofrecen dicho servicio.

ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL SECTOR TURISTICO EN GUATAPÈ.

Lo que se buscó con esto, fue principalmente conocer la perspectiva que tiene cada establecimiento sobre la propuesta de negocio y por supuesto conocer un poco más a fondo el funcionamiento de sus prácticas para poder entrelazar todas las actividades en dicha App para lo cual se selecciona una persona influyente del negocio que fuera la que brindara la información necesaria para argumentar dicha investigación. Siendo así, la entrevista fue la herramienta con la cual se apoya la investigación de los diferentes clientes del municipio de Guatapé y esto fue lo que se concluyó:

Entrevista Restaurante El Malecón

De acuerdo con el gerente del restaurante, la situación de los restaurantes en esta localidad es muy buena, ya que se está generando crecimiento y se tienen planes de expansión a corto plazo. Este restaurante se promociona mediante internet (redes sociales, páginas web, anuncios publicitarios, entre otros) y periódicos; siendo más importante la tecnología (internet) para atraer turistas al lugar.

Para el restaurante El Malecón el mes de menor demanda es septiembre y el de mayor demanda es diciembre, teniendo aproximadamente 150 clientes por día, en el cual realizan promociones u ofertas para hacer más atractivo el sitio; pero para su promoción le parecería interesante una App que contenga información detallada sobre todos sus servicios para hacerse conocer más.

Una vez terminada la entrevista se les enseñó la funcionalidad del prototipo creado. Frente a la App, el gerente resaltó la facilidad de manejo de la aplicación y consideró que para un futuro accederían a ser parte de una de estas aplicaciones con fines promocionales. Cabe resaltar que uno de los aspectos que más les llamo la atención fue la parte de introducción de la App, donde se refleja el gran diseño que incorpora la variedad de menús donde se despliegan cada una de las actividades, y también el menú de alimentación por su gran número de colores y la organización de los ítems.

Entrevista a Luxury Yates Guatapé

Ubicada en el lugar hace 1 año, se considera que la situación de la empresa es buena, ya que crecen a un ritmo lento pero se mantienen a la expectativa de crecer más. Para promocionar su empresa utilizan medio como la radio, internet (redes sociales, páginas web, anuncios publicitarios, entre otros) material audiovisual y periódicos; siendo para ellos importante la tecnología, ya que es el medio por el cual generan más conocimiento sobre la empresa.

Según Luxury yates Guatapé los meses de menor demanda son febrero y septiembre y el mes de mayor demanda es enero, en el cual ofrecen ofertas favorables para la temporada. Siendo visitados en un 80% por turistas nacionales y en un 20% por turistas extranjeros, los cuales son estudiantes, comerciantes, profesionales y turistas colectivos.

Las redes sociales son la innovación tecnología más significativa que han implementado para su promoción, pero les parecería muy importante implementar una App que contenga

información detallada de todos sus servicios, ya que hoy en día estos medios están cogiendo mucha fuerza para dar a conocer un negocio o servicio.

Al enseñarles la funcionalidad y la incidencia que podría generar la aplicación en la región, consideraron una herramienta de innovación muy interesante y muy completa, ya que estos no hacen parte de ninguna herramienta de promoción de este tipo debido a que los únicos impulsores que utilizan son radio, voz a voz y redes sociales. También resaltan que las aplicaciones son una gran propuesta que los usuarios están utilizando día a día lo cual hace deseable la incursión de la misma. Se alcanzó anotar el gran interés que reflejaban los clientes a medida que se les iba mostrando la App, para este caso, el menú de geolocalización les pareció muy innovador ya que es una herramienta que permite ubicaciones en tiempo real y la facilidad de encontrar la locación de los negocios o sitios de recreación con los que cuenta la región.

Entrevista Hotel Verony

Este hotel ofrece variedad de servicios que los clientes o consumidores pueden disfrutar como lo son hospedaje, restaurante y recreación. Aseguran que la situación actual de la empresa es buena ya que crecen a un ritmo lento pero se mantienen optimistas gracias al buen servicio que ofrecen y la calidad de los precios que manejan, el hotel es reconocido por su organización, la buena atención y la ubicación.

Respecto a la publicidad de la empresa, el hotel utiliza el internet como herramienta principal de promoción, el cual desglosa la página web de gran importancia para la interacción con

el turista, las redes sociales como impulsor de la información y las publicaciones en aplicaciones que incentiva al alojamiento.

Consideran importante la tecnología como gran exponente a la hora de atraer turistas al alojamiento.

El mes de mayor demanda de turistas es Enero debido a las vacaciones de inicio de año, y el mes de menor demanda es mayo ya que es el mes en que mayor se trabaja y las personas no tienen tiempo libre para salidas o vacaciones. Debido a que son temporadas de alto flujo de turistas no ofrecen ningún tipo de ofertas.

Un estimado de personas que visitan el hotel en Enero oscila entre los 550 y 600 turistas. Según la nacionalidad de los clientes que visitan el hotel, el 70% son nacionales y el 30% son extranjeros, además aseguran que las visitas de los extranjeros son pocas debido a que estos buscan es economía y también prefieren turismo de aventura y no tanto de comodidad.

El establecimiento maneja en su mayoría comerciantes y turistas individuales, lo que quiere decir que es muy común encontrar actividades de negocios o estadías de una sola noche, en fin. Consideran que fue de mayor importancia la incorporación del internet y el wifi en el alojamiento debido a que la promoción por medio de la tecnología y las redes sociales incremento en mayor nivel la atracción de los turistas al alojamiento, además aumentaron los beneficios comerciales.

Al proponerles la iniciativa que se tiene con el proyecto, les parece muy interesante y muy práctico una App con esas características, además optan por demandar los servicios en un caso tal en donde se creara dicha App. Esto genera un grado de satisfacción alto debido a que mostraron mucho énfasis en lo que les interesa que sería el menú de hospedaje, menú de calificaciones, reservas, puntuaciones y todo lo relacionado con el hospedaje de los turistas.

Entrevista a Cooperativa de Moto taxis TUC TUC

Esta empresa está ubicada en el municipio de Guatapé hace año y medio, la situación actual de la empresa se encuentra bien ya que se tiene un crecimiento en ritmo lento pero optimista y con miras a futuro, la empresa utiliza la publicación en periódicos para promocionar sus servicios. Su gerente afirma que la tecnología es poco importante a la hora de atraer turistas ya que es un servicio que es de regularidad para cualquier persona que lo necesite, afirman que el mes de mayor demanda de turistas es el mes de diciembre gracias a las vacaciones de fin de año y que el mes de menos demanda viene siendo abril por su poca oportunidad de descanso de la población.

Aseguran no ofrecer promociones ni en temporadas altas ni bajas y ofrecen un precio estándar a sus clientes. Un estimado de personas que demandan los servicios de transporte puede ser de 3000 personas en el mes contando varios recorridos, la participación de las personas según la nacionalidad demuestra un porcentaje totalmente nacional, donde el 90% de los turistas que demandan el servicios son nacionales, preferiblemente de la región y el 10% son extranjeros, consideran que no han tenido muchas innovaciones en temas de tecnología y les parece muy importante el proyecto que se les expone para el turismo en la región.

Para finalizar se les dio a conocer la App de una manera didáctica, lo cual arrojó resultados muy positivos ya que se vio mucho interés por parte de los clientes y consideraron un propuesta de alto valor. Una vez enseñado el prototipo los aspectos más relevantes señalados por ellos fueron como tal el diseño de la App, el tema del nombre innovador, slogan, símbolo, entre otros y por otro

lado la facilidad al manejarla, ya que no se hace difícil la interacción con ella y se explica claramente un paso a paso de como iniciar.

PROTOTIPO APP PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE GUATAPÉ

- Principalmente, este será el icono de la App Smartravel:



Smartravel

Figura 20. Icono Smartravel

Al Acceder oprimiendo el icono, la App te llevara a la pantalla de lanzamiento:



Figura 21. Pantalla de lanzamiento Smartravel

Luego, iniciara en la fase llamada “*home* o pantalla de inicio”, y claramente, siempre estará presente la barra o menú de navegación:

- Pantalla de inicio o *Home*: En esta fase, la App mostrara los sitios más consultados por los usuarios.

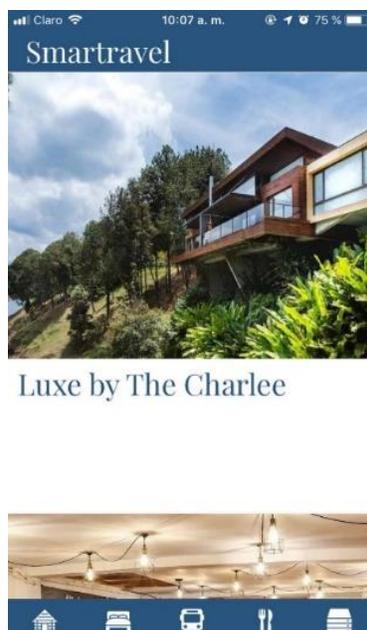


Figura 22. Pantalla de inicio o home Smartravel

- Barra o menú de navegación: Se encontraran 5 botones básicos. Tales como:
 - 1.1. *Home*, el cual está integrado para siempre volver al inicio de la App:
 - 1.2. Hospedaje, donde se encontraran todos los sitios referentes a este y su respectiva información.
 - 1.3. Transporte, si se ingresa a este apartado, podrá encontrar todos los medios de transporte a los que puede acceder en los diferentes sitios con su respectiva información.
 - 1.4. Gastronomía, el cual contiene la información de todos los sitios que ofrecen alimentación y todo lo referente a esta.
 - 1.5. Menú, donde podrá encontrar 3 apartados más llamados: Recreación, mapa y envíe sus comentarios.



Figura 23. Barra o menú de navegación Smartravel

Ej. Hospedaje: Si la persona ingresa al apartado “Hospedaje” ubicado en la barra de menú o navegación, este rápidamente le traerá todos los restaurantes disponibles en Guatapé, al usted seleccionar un restaurante en específico, le aparecerá toda la información del restaurante, sus diferentes platos y fotos de estos. (En las siguientes imágenes se puede apreciar cada paso mencionado anteriormente).



Figura 24. Pantalla de inicio o home Smartravel

Figura 25. Apartado alimentos Smartravel

Figura 26. Información Restaurante Mixtura Gourmet

Figura 27. Fotos Restaurante Mixtura Gourmet

- Apartado llamado “Menú”: En el que podrá encontrar 3 apartados, mencionados anteriormente, pero que a continuación serán explicados:
 - 1.5.1. Recreación: Donde podrá encontrar todos los sitios de ocio y recreación con su respectiva información.
 - 1.5.2. Mapa: Apartado en el que podrá ingresar a un mapa como su nombre lo dice, el cual cuenta con geolocalización para ubicarse en el medio y así encontrar mucho más fácil sus sitios de interés.
 - 1.5.3. Envíe sus comentarios: El cual contiene 3 apartados diferentes llamados: Enviar foto, enviar video y enviar texto.



Figura 28. Apartado “Menú”

- Apartado “Envíe sus comentarios”: Podrá encontrar 3 apartados, mencionados anteriormente.
¿Para qué sirven?
Enviar foto, enviar video y enviar texto: El usuario podrá enviar fotos, videos o solo comentarios a la App, de sus visitas a los diferentes lugares recomendados.



Figura 29. Apartado “envíe sus comentarios”

Ej. Enviar foto: Si la persona ingresa al apartado “Menú” ubicado en la barra de menú o navegación, este rápidamente le traerá tres apartados mencionados anteriormente “Enviar foto, enviar video, enviar texto”, la persona presiona en enviar foto y en ese momento se abrirá un nuevo menú en el que aparecerá “hacer una foto” que es para tomar la foto directamente con la cámara del dispositivo para posteriormente enviarla; y también aparecerá “Elegir de la biblioteca” que sirve para escoger una foto ya antes tomada que se encuentra en la biblioteca de fotos del dispositivo para posteriormente enviarla. (En las siguientes imágenes se puede apreciar cada paso mencionado anteriormente).

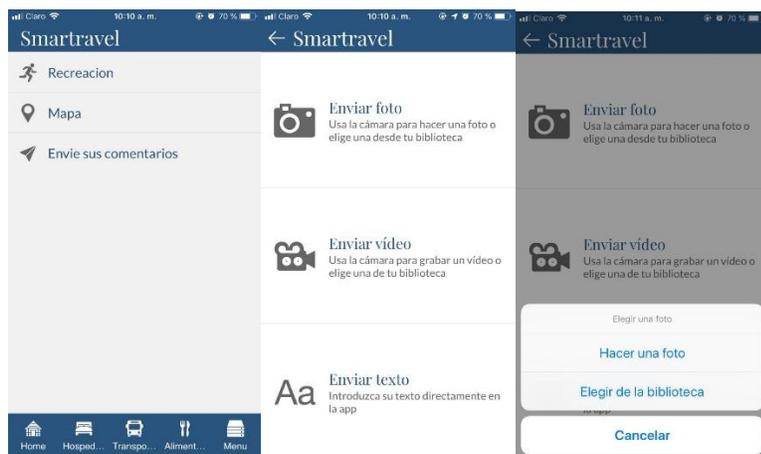


Figura 30. Apartado “Menú”

Figura 31. Apartado “envíe sus comentarios”

Figura 32. Apartado “Enviar foto”

- Al ingresar a cualquier apartado de la barra o menú de navegación “Hospedaje, gastronomía, transporte o menú”, en la parte superior podrá encontrar una barra auxiliar. Esta barra está conformada por 5 botones:



Sirve para devolverse al apartado en el que se encontraba el usuario anteriormente.

Figura 33. Botón “Atrás”



Sirve para realizar comentarios al lugar al que accedió mediante la App.

Figura 34. Botón “Comentarios”



Sirve para enviar el *link* del lugar al que accedió mediante la App, vía mensaje de

texto, email, WhatsApp o cualquier red social o App de mensajería.

Figura 35. Botón “Enviar o compartir”



Sirve para minimizar el tamaño de la interfaz.

Figura 36. Botón “Minimizar tamaño”



Sirve para Aumentar el tamaño de la interfaz.

Figura 37. Botón “Maximizar tamaño”

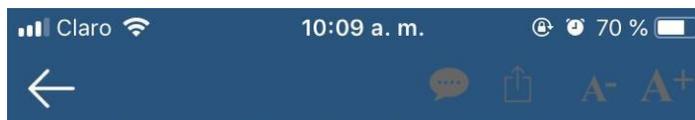


Figura 38. Barra auxiliar

CONCLUSIONES

La tecnología está revolucionando el mundo constantemente y se ha convertido en una ayuda muy importante para las personas, es por esto que, las aplicaciones se consideran como un aliado ideal del ser humano y es, quizá, una forma de estar actualizado en temas de tecnología e innovación actual. Para la propuesta de valor expuesta anteriormente se encontró que los usuarios hoy en día quieren estar más hiperconectados con el entorno y desean tener a la mano una herramienta que se desarrolle de forma virtual y que integre las mejores soluciones a sus requerimientos y cumpla con las expectativas base que ofrece una aplicación. En consecuencia, los usuarios del mundo de hoy exigen que las aplicaciones brinden una vida mucho más fácil, digital y contemporánea, para lo cual se ve la necesidad de que la App se desarrolle de forma ordenada, con una interfaz que agrupe todos los elementos necesarios de promoción, menús que desplieguen actividades, interacción por medio de chat o ayudas didácticas y demás elementos en donde el fomento de turismo sea envidiable y se pueda hacer un buen uso de todos los servicios que incorporara la App para aprovechar los diferentes espacios con los que cuenta el municipio de Guatapé, del Oriente Antioqueño; de igual manera en su realización se busca dar a conocer un diseño diferente, innovador y muy útil para cualquier persona que acceda a usar la App.

- Mediante el estudio hecho de vigilancia tecnológica sobre una App para la promoción del turismo, se pudieron identificar las diferentes empresas más influyentes en el sector en Colombia, las cuales serían un referente para la App que va a promocionar el turismo en Guatapé, ya que las bases que tienen estas empresas están muy consolidadas en todo el territorio nacional, entonces son de gran importancia para seguir con sus parámetros de turismo ya implantado en el país. Por esta razón, la App propuesta espera seguir con todos estos parámetros y

la importancia que tiene cada una de las funciones o ideas de las diferentes empresas competidoras pero con la diferencia de dar rapidez, sencillez, seguridad y fácil manejo de cada uno de los ítems que se encuentren en esta; de igual manera se espera ir actualizando y generando cambios, ya que a medida que pasa el tiempo van surgiendo nuevas necesidades para las personas interesadas en la App y en el turismo en Guatapé.

También se observaron las diferentes tendencias en desarrollo en tecnológica para el sector turismo, de las cuales la más importante y que cabe resaltar es el turismo ecológico, seguido de que las personas hoy en día organizan sus viajes *vía online*. En consecuencia, se destaca una gran oportunidad para Smartravel, ya que lo que se busca con esta es organizar viajes al municipio de Guatapé, dando a conocer los diferentes lugares para hospedarse, alimentarse, recrearse y las diferentes opciones de transporte *vía online*, todo esto dirigido a un viaje centrado en la naturaleza del municipio.

De igual manera se estudiaron los avances tecnológicos del turismo en Colombia, los cuales dieron a entender que hoy en día en los colombianos no es tan arraigada la costumbre de hacer compras y pagos *vía internet*, ni de consultar itinerarios en línea a través de medios tecnológicos o *call center*. Sin embargo, en los últimos años, se ha buscado la manera de que las personas usen más este tipo de oportunidades para facilitar más su día a día a la hora de realizar cualquier compra o consulta *online*, y de este modo lograr que las aplicaciones sean más utilizadas por los usuarios finales. Con este panorama anteriormente mencionado, Smartravel tiene la oportunidad de darse a conocer, por medio de la seguridad que se le va a dar a los clientes que esperan acceder a ella y de la fácil trazabilidad que pueden tener para hacer efectivo mucho más rápido su viaje y todo lo que lo incorporará de acuerdo a sus necesidades.

Gracias a la recolección de información veraz, se encontraron principalmente necesidades base con las cuales se empezó el proceso de estructuración de la App, en donde los clientes influían mucho

en el tema de aplicaciones gratuitas y de fácil manejo, con lo cual se hace deseable el primer momento de descarga, de igual manera manifestaban la importancia del contenido de la misma, ya que para su manejo y para que los usuarios tomen noción de la misma y encuentren lo que quieren y lo que la App les espera mostrar para facilitar sus viajes, se debía tomar como referencia las opiniones de los usuarios directos e indirectos, lo que quisieran mostrar o ver en la App, su funcionalidad, también dependía mucho la frecuencia con la cual las personas iban a utilizar o no dicha aplicación. Cabe resaltar la importancia de las declaraciones tomadas en cada entrevista, cada dialogo y cada intervención porque de acuerdo a esto se modificó lo que se tenía pensado sobre la App, forma del interfaz, facilidad de manejo, funcionamiento, menús y el tipo de información a mostrar. Teniendo todo esto claro se permitiría que la implementación de una herramienta de innovación en la oferta turística, la cual generara inversión en el sector, permite mejorar la estructura de la región incentivando el comercio local, incrementando así el interés y confiabilidad en personas que desean visitarlo.

Se logra satisfactoriamente adecuar las necesidades de los clientes en un prototipo base, ya que de acuerdo a lo mencionado anteriormente sobre lo que aportaron los clientes directos (Alimentación, estadía, transporte y recreación), sirve de ayuda a la hora de satisfacerlos a ellos mismos y a los clientes finales que serían los consumidores de lo que se va a ofrecer en la App, porque si se le da comodidad e información adecuada al cliente final, claro está, al cliente directo le va a ir mucho mejor; ya que las necesidades de parte y parte son satisfechas.

REFERENCIAS

- Adevnture Mexico.travel. (s.f.). *Bienvenido a Adventure Mexico Travel*. Obtenido de <https://adventuremexico.travel/>: <https://adventuremexico.travel/>
- Alcaldia Municipal de Guatapé. (julio de 2014). *Plan de desarrollo turistico de Guatapé*. Obtenido de www.municipiodeguatapé.gov.co: www.municipiodeguatapé.gov.co/documentos/150/plan-de-desarrollo--turistico-de-guatapé/2015
- Amn, gamlp. (25 de marzo de 2018). *La Paz entre las 10 ciudades tendencia, según TripAdvisor*. Obtenido de <https://anteriorportal.ربول.com.bo/>: https://anteriorportal.ربول.com.bo/noticia/regional/25032018/la_paz_entre_las_10_ciudades_tendencia_según_tripadvisor?page=2
- Arteaga, J. L., & Acuña, R. E. (Febrero de 2014). *Desarrollo de una aplicacion movil y una guian de turismo para la visualizacion* . Obtenido de <http://siacurn.app.curnvirtual.edu.co>: <http://siacurn.app.curnvirtual.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/819/Tesis%20Final.pdf?sequence=1>
- Baquianos. (s.f.). *Baquianos*. Obtenido de <http://www.guiasybaquianos.com>: <http://www.guiasybaquianos.com/blog/turismo-religioso-en-colombia>
- BBB News. (27 de septiembre de 2018). *Día Mundial del Turismo: ¿cuáles son los lugares más visitados de América Latina?* Obtenido de <https://www.bbc.com>: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-45658359>
- BBC. (27 de septiembre de 2018). *Día mundial del turismo: ¿Cuales son los lugares mas visitados de america latina?* Obtenido de www.bbc.com: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-45658359>
- Benitez, V., & Ramirez, j. D. (2017). *Evaluacion de la viabilidad del desarrollo de una app* . Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co>: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5858/65811B467.pdf?sequence=1>
- Buelvas, D., Puello, M., Ceballos, N., & Solorzano, Z. (2016). *App enjoy Cartagena*. Obtenido de <http://repositorio.unicartagena.edu.co>: <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/4634/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20APP%20ENJOY%20CARTAGENA%20DISE%3%910%20DE%20UN%20PRODUCTO%20DE%20COMUNICACI%3%93N%20PARA%20LA%20DIFUSI%3%93N%20DE%20L.pdf>
- Cardona, V. (17 de Junio de 2015). *El Tiempo*. Obtenido de www.eltiempo.com: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15964150>
- Castro, S. (2007). *Guía práctica de vigilancia estrategica*. Obtenido de [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Guia_practica_vigilancia_estrategica%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Guia_practica_vigilancia_estrategica%20(2).pdf)
- Colombia es sol, playa y arena. (29 de Noviembre de 2012). *Colombia es sol, playa y arena*. Obtenido de colombiaessolplayayarena.blogspot.com: <https://colombiaessolplayayarena.blogspot.com/#!>

- Colombia travel. (s.f.). *Colombia travel*. Obtenido de <http://www.colombia.travel>:
<http://www.colombia.travel/es/blog/turismo-en-colombia/turismo-de-naturaleza-y-ecoturismo-cual-es-la-diferencia>
- Colombia.co. (1 de Mayo de 2018). *Colombia.co*. Obtenido de www.colombia.co:
<https://www.colombia.co/cultura-de-colombia/la-gastronomia-una-oportunidad-para-el-turismo-en-colombia/>
- Colombia.co. (s.f.). *Colombia.co*. Obtenido de www.colombia.com:
<https://www.colombia.com/turismo/guiadelviajero/indexextractivos.asp>
- Colombia.com. (s.f.). *Colombia.com*. Obtenido de www.colombia.com:
<https://www.colombia.com/turismo/guiadelviajero/indexextractivos.asp>
- Dane. (2017). *Turismo en Colombia*. Obtenido de www.dane.gov.co.
- Despegar.com. (s.f.). *Hoteles y vuelos económicos*. Obtenido de <https://www.despegar.com.co/>:
<https://www.despegar.com.co/>
- Deutsche Welle. (13 de marzo de 2017). *Latinoamerica gana fuerza en mercado del turismo*. Obtenido de www.dw.com: <https://www.dw.com/es/latinoam%C3%A9rica-gana-fuerza-en-mercado-del-turismo/a-37922522>
- Dinero. (18 de febrero de 2016). *Decameron uno de los grupos hoteleros mas poderosos del país*. Obtenido de www.dinero.com: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/el-plan-de-expansion-involucra-inversiones-cercanas-a-los-us300-millones-hasta-el-2017/219416>
- Dinero. (2016). Los mas grandes desafios para el Turismo en Colombia. *Dinero*, 1-2.
- Dinero. (2 de Septiembre de 2018). *Dinero*. Obtenido de www.dinero.com:
<https://www.dinero.com/pais/articulo/record-de-turistas-en-colombia-2017/255180>
- Dinero. (2018). El buen momento del turismo colombiano durante el gobierno santos. *Dinero.co*, 2.
- Dvojak, I. (12 de septiembre de 2018). *Las 10 tecnologías que marcan el paso al turismo*. Obtenido de [tecnologiay turismo.com](http://tecnologiayturismo.com): <http://tecnologiayturismo.com/130-2/>
- El colombiano. (30 de Julio de 2018). *Las cifras del turismo*. Obtenido de www.elcolombiano.com:
<https://www.elcolombiano.com/opinion/editoriales/las-cifras-del-turismo-KA9075581>
- El Heraldo. (29 de julio de 2018). *Colombia, el destino de los turistas extranjeros*. Obtenido de www.elheraldo.co: <https://www.elheraldo.co/economia/colombia-el-destino-de-los-turistas-extranjeros-524350>
- El Tiempo. (2003 de mayo de 2003). La tecnología al servicio del turismo. *El Tiempo*, 2.
- El Tiempo. (04 de febrero de 2017). *Los 10 destinos turísticos más ecológicos del mundo*. Obtenido de www.eltiempo.com: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7121148>
- El Tiempo. (24 de Enero de 2018). *Los 10 destinos del país recomendados por TripAdvisor*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/>: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/los-10-destinos-turisticos-mas-populares-del-pais-segun-tripadvisor-174728>

- El Universal. (27 de Enero de 2017). *Hyundai lanza la app "Explore Teotihuacan"*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/>:
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/autopistas/2017/01/27/hyundai-lanza-la-app-explore-teotihuacan>
- Esteban. (15 de Septiembre de 2019). *Google Flights: Qué es y cómo se usa*. Obtenido de <https://elandroidelibre.elespanol.com/>: <https://elandroidelibre.elespanol.com/2019/09/google-flights-que-es-y-como-se-usa.html>
- Euromonitor. (septiembre de 2018). *Viajar en colombia*. Obtenido de www.euromonitor.com:
<https://www.euromonitor.com/travel-in-colombia/report>
- Fondo Nacional de Turismo. (s.f.). *Funciones*. Obtenido de <https://fontur.com.co>:
<https://fontur.com.co/corporativo/funciones/11>
- García, R. (15 de Enero de 2019). *www.aprededeturismo.org*. Obtenido de Aprendedeturismo.org:
<https://www.aprededeturismo.org/tendencias-en-turismo-para-2019/>
- Gobernación de Antioquia. (Marzo de 2020). *Anuario estadístico de Antioquia*. Obtenido de www.antioquia.gov.co: <http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/2-3-proyecciones-de-poblacion-por-grupos-etareos-segun-sexo-en-los-municipios-de-antioquia-anos-2015-2016>
- Hernández, I. (2018 de Abril de 2018). *Las ciudades colombianas más visitadas por su gastronomía*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com/>: <https://www.rcnradio.com/entretenimiento/las-ciudades-colombianas-mas-visitadas-por-su-gastronomia>
- Hosteltur. (12 de abril de 2018). *Las 10 tecnologías que marcan el paso al turismo*. Obtenido de www.hosteltur.com: https://www.hosteltur.com/127598_10-tecnologias-marcan-paso-al-turismo.html
- INEGI. (septiembre de 2019). *Turismo en Mexico*. Obtenido de inegi.org.mx:
<https://inegi.org.mx/temas/turismo/>
- Instituto de Ingeniería del Conocimiento. (4 de Enero de 2017). *5 beneficios del big data para el sector turismo*. Obtenido de iic.uam.es: <https://www.iic.uam.es/digital/5-beneficios-big-data-sector-turismo/>
- Inter blog. (3 de Mayo de 2018). *Tendencias del turismo en el mundo*. Obtenido de lainter.edu.mx:
<http://www.lainter.edu.mx/blog/2018/05/03/tendencias-del-turismo-en-el-mundo/>
- La foto olvidada de ayer. (29 de Septiembre de 2018). *Día Mundial del Turismo: ¿cuáles son los lugares más visitados de América Latina?* Obtenido de <http://lafotoolvidadadeayer.blogspot.com/>:
<http://lafotoolvidadadeayer.blogspot.com/2018/09/dia-mundial-del-turismo-cuales-son-los.html>
- La Opinión. (31 de diciembre de 2018). *Numero de turisas subio un 9% en 2018*. Obtenido de www.laopinion.com.co: <https://www.laopinion.com.co/economia/numero-de-turistas-subio-un-9-en-2018-168552#OP>
- Mendivelso, J. (9 de Septiembre de 2016). *Introduccion al turismo*. Obtenido de <http://blogdeintroduccionalturismo.blogspot.com>:

<http://blogdeintroduccionalturismo.blogspot.com/2016/09/estructura-del-turismo-en-colombia.html>

Mexico desconocido. (s.f.). *Suscripciones* . Obtenido de <https://www.mexicodesconocido.com.mx/>:
<https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2011). *Estrategia de Turismo para Colombia*. Obtenido de fontur.com.co:
https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA_TURISMO_PARTE_A.PDF

Mora, D. A., & Apolinar, D. A. (2015). *DESARROLLO DE UN PROTOTIPO DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MOVILES*. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co>:
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/2489/1/Documento%20FINAL.pdf>

Perez, A. (20 de Septiembre de 2015). *Mi viaje*. Obtenido de miviaje.com: <https://miviaje.com/paises-concienciados-ecoturismo/>

Portafolio. (09 de abril de 2017). *Semana Santa mueve cerca del 15% del turismo del país*. Obtenido de www.portafolio.co: <https://www.portafolio.co/negocios/semana-santa-mueve-el-15-del-turismo-del-pais-504849>

Procolombia. (19 de junio de 2014). *PPS TURÍSTICAS CON LAS QUE COLOMBIA SALE A LA CONQUISTA DE MILLONES DE VIAJEROS*. Obtenido de www.procolombia.co:
<http://www.procolombia.co/noticias/las-apps-turisticas-con-las-que-colombia-sale-la-conquista-de-millones-de-viajeros>

Procolombia. (Marzo de 2018). *Turismo extranjero en colombia* . Obtenido de www.procolombia.co:
[file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/tec_informe_de_turismo_extranjero_en_colombia_-_2017%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/tec_informe_de_turismo_extranjero_en_colombia_-_2017%20(1).pdf)

Procolombia. (s.f.). *Nuestra Historia*. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co>:
<https://www.colombiatrader.com.co/nuestra-historia>

Procolombia. (s.f.). *Que hacer* . Obtenido de <https://colombia.travel/>: <https://colombia.travel/es/que-hacer>

Revista Summa. (27 de Septiembre de 2018). *Día Mundial del Turismo: ¿Cuáles son los lugares más visitados de América Latina?* Obtenido de revistasumma.com: <https://revistasumma.com/dia-mundial-del-turismo-cuales-son-los-lugares-mas-visitados-de-america-latina/>

Rincon, A. (s.f.). *Colombia travel y vacations group*. Obtenido de www.elturismoencolombia.com:
<https://elturismoencolombia.com/turismo-colombia/deportes-aventura-colombia/>

Rincon, A. (s.f.). *www.elturismoencolombia.com*. Obtenido de Colombia travel y vacations group:
<https://elturismoencolombia.com/turismo-colombia/tipos-de-turismo-en-colombia/>

Rionegro. (2016). *Anuario estadístico de Rionegro*. Obtenido de www.rionegro.gov.co:
<http://www.rionegro.gov.co/Documents/Anuario-estadistico-2016.pdf>

- RPP Noticias. (18 de Junio de 2019). *Airbnb: Gobierno evalúa regular aplicaciones de alquiler*. Obtenido de <https://rpp.pe/>: <https://rpp.pe/economia/economia/airbnb-gobierno-evalua-regular-aplicaciones-de-alquiler-noticia-1203541>
- Secretaria de relaciones exteriores. (07 de Junio de 2016). *Atlas turistico*. Obtenido de <https://embamex.sre.gob.mx/>: <https://embamex.sre.gob.mx/belgica/index.php/es/vermasbol/284-atlasmexico>
- Sectorial. (junio de 2018). *www.sectorial.co*. Obtenido de Conocimiento sectorial turismo.
- Telefono Gratuito. (30 de Noviembre de 2018). *Telefono gratuito Kayak*. Obtenido de <https://www.telefonogratis10.com/>: <https://www.telefonogratis10.com/telefono-kayak/>
- Terre del brenta. (s.f.). *terredelbrenta*. Obtenido de <http://www.terredelbrenta.it/>: <http://www.terredelbrenta.it/los-paises-lideres-del-ecoturismo/>
- Torres, G. D. (3 de Mayo de 2018). *www.lainter.edu.mx*. Obtenido de La inter: <https://www.lainter.edu.mx/blog/2018/05/03/tendencias-del-turismo-en-el-mundo/>
- Trivago Bussines blog. (11 de Abril de 2017). *Las 6 preguntas sobre trivago que más hacen los hoteleros*. Obtenido de <https://businessblog.trivago.com/>: https://businessblog.trivago.com/es/6-preguntas-sobre-trivago-hoteleros/?cip=96603101040101&cip_tc=297308
- Viajes Corporativos Perú. (3 de Mayo de 2018). *Las 10 tecnologías que marcan el paso al turismo*. Obtenido de viajescorporativosperu.com: <https://viajescorporativosperu.com/2018/05/03/las-10-tecnologias-que-marcan-el-paso-al-turismo/>

ANEXOS

Anexo I . Primera encuesta preliminar realizada.

1. Primera encuesta realizada



Encuesta para el desarrollo de una App de turismo

1. Seleccione el rango de edad al que pertenece

___ 15 a 20 años

___ 21 a 26 años

___ 27 a 32 años

___ 33 a 40 años

___ 41 años o más

2. Seleccione su genero

___ Femenino

___ Masculino

3. ¿Cuenta con un celular inteligente o Smartphone?

Sí

No

4. Independientemente de la pregunta anterior, ¿usted prefiere las aplicaciones de paga o gratuitas?

___ Las App de paga

___ Las App gratuitas

5. ¿De dónde acostumbra a descargar las aplicaciones?

- Google Play
- App Store (Apple)
- Windows Phone Store
- Blackberry world
- ¿otro? ¿Cuál? _____

6. Seleccione la categoría de aplicaciones que abundan en su teléfono celular

- Compras
- Juegos
- Comunicación
- Entretenimiento
- Finanzas
- Turismo
- ¿Otra? ¿Cuál? _____

7. Le parece interesante una App que contenga información detallada de los diversos sitios de interés de Guatapé (Hotelería, Gastronomía, recreación)

- Sí No ¿Porque? _____

8. ¿Le gustaría que la App contengan un menú de calificación por estrellas, comentarios, puntuaciones, precios, recomendaciones?

- Sí No Que agregaría _____

9. Que es lo que más le agrada de una App? Seleccione una o varias

- Descarga fácil
- Sencillez
- Fácil manejo
- Colorida
- Con barra de menú
- Con Chat
- ¿Otra? ¿Cuál? _____

10. Que es lo que más le desagrada de una App? Seleccione una o varias

- ___ Que sea lenta
- ___ Que aparezcan publicidades
- ___ Que no sea confiable
- ___ Que arroje virus

11. ¿Cree interesante que esta App tuviese mapa y geolocalización?

- Sí No

12. ¿Sería útil que la App contenga opciones de paquetes turísticos (Hospedaje, Alimentación, recreación y transporte)?

- Sí No

13. ¿Le parece beneficioso que la App permita hacer reservas y pagos online?

- Sí No

14. ¿Conoce usted o ha visitado el Municipio de Guatapé?

- Sí No

15. ¿Con que frecuencia viaja a este sitio?

- ___ Semanalmente
- ___ Mensualmente
- ___ Trimestralmente
- ___ Semestralmente
- ___ ¿Otro? ¿Cuál? _____

16. ¿Cuál es el motivo de viaje que más utiliza?

- ___ Negocios
- ___ Recreación
- ___ Eventos
- ___ Descanso
- ___ ¿Otro? ¿Cuál? _____

17. ¿Utiliza medios tecnológicos para obtener información de este lugar?

Sí No

Anexo 2. Encuesta final

<https://forms.gle/7nAX4ePPMd8BBwKY8>



Turismo en Guatapé

La siguiente encuesta se hace con el fin de recolectar información que será clave para el desarrollo de un trabajo de grado sobre turismo.

Requerido

1. ¿Conoce usted o ha visitado el Municipio de Guatapé? *

Sí

No

Turismo en Guatapé

La siguiente encuesta se hace con el fin de recolectar información que será clave para el desarrollo de un trabajo de grado sobre turismo.

forms.gle

Turismo en Guatapé

La siguiente encuesta se hace con el fin de recolectar información que será clave para el desarrollo de un trabajo de grado sobre turismo.

1. ¿Conoce usted o ha visitado el Municipio de Guatapé?

Sí No

2. ¿Con que frecuencia viaja a este sitio?

____ Semanalmente

____ Mensualmente

___ Trimestralmente
___ Semestralmente
___ ¿Otro? ¿Cuál? _____

3. ¿Cuál es el motivo de viaje que más utiliza?

___ Negocios
___ Recreación
___ Eventos
___ Descanso
___ ¿Otro? ¿Cuál? _____

4. ¿Utiliza medios tecnológicos para obtener información de este lugar?

Sí No

5. ¿Cuenta con un celular inteligente o Smartphone?

Sí No

6. ¿Prefiere las aplicaciones de paga o gratuitas?

___ Las App de paga
___ Las App gratuitas

7. ¿De dónde acostumbra a descargar las aplicaciones?

___ Google Play
___ App Store (Apple)
___ Windows Phone Store
___ Blackberry world
___ ¿otro? ¿Cuál? _____

8. Seleccione la categoría de aplicaciones que abundan en su teléfono celular. Elija 2 opciones

- Compras
- Juegos
- Comunicación
- Entretenimiento
- Finanzas
- Turismo
- ¿Otra? ¿Cuál? _____

9. ¿Cuáles son las características que más le agradan de una App? Elija 3 opciones

- Descarga fácil
- Sencillez
- Fácil manejo
- Colorida
- Con barra de menú
- Con Chat
- ¿Otra? ¿Cuál? _____.

10. ¿Qué es lo que más le desagrada de una App? Seleccione 1 opción.

- Que sea lenta
- Que aparezcan publicidades
- Que no sea confiable
- Que arroje virus

11. ¿Le parece interesante una App que contenga información detallada de los diversos sitios de interés de Guatapé (Hotelería, Gastronomía, recreación)?. Si selecciona no especifique el porqué.

- Sí No ¿Porque? _____
- _____

12. ¿Sería útil que la App ofrezca opciones de paquetes turísticos (Hospedaje, Alimentación, recreación y transporte)?

- Sí No

13. ¿Le gustaría que la App incorpore un menú de calificación por estrellas, comentarios, puntuaciones, precios, recomendaciones?

Sí No ¿En caso de elegir no usted que

propondría? _____
_____.

14. ¿Cree usted que es interesante que la App permita hacer reservas y pagos online?

Sí No

15. ¿Le parece útil que esta App tuviese mapa y geolocalización?

Sí No

16. ¿Qué beneficios considera que le aportaría la App a la región? Seleccione una o varias.

___ Inversión

___ Conocimiento cultural

___ Facilidad turística

___ Otra? Cual _____

17. Seleccione su genero

___ Femenino

___ Masculino

18. Seleccione el rango de edad al que pertenece

___ 15 a 20 años

___ 21 a 26 años

___ 27 a 32 años

___ 33 a 40 años

___ 41 años o más

Anexo 3. Encuesta posibles clientes.



ESTUDIO SOBRE DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE APP PARA INCENTIVAR Y PROMOCIONAR LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE GUATAPÉ

La siguiente encuesta se hace con el fin de recolectar información que será clave para el desarrollo de un trabajo de grado sobre turismo. Las respuestas que me proporcione serán totalmente anónimas y serán de gran ayuda para complementar el estudio.

Nombre de la empresa:	
Dirección:	
Tel:	
e-mail:	

Tipo de actividad Marque con una (x)

Hospedaje	<input type="checkbox"/>	Transporte	<input type="checkbox"/>
Restaurante	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Agencia de viajes	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

1. En su opinión, ¿cómo considera la situación actual de su empresa respecto al turismo en su localidad?
 - a) **Muy buena:** estamos creciendo y en la empresa tenemos planes de expansión en el corto plazo.
 - b) **Buena:** crecemos a un ritmo lento, pero nos mantenemos optimistas.
 - c) **Regular:** el crecimiento es casi nulo o nulo; nos mantenemos expectantes pero el panorama de corto y mediano plazo es incierto.
 - d) **Mala:** no hay crecimiento, sino descenso en la rentabilidad.
 - e) **Muy mala:** no ganamos sino lo suficiente para mantener el negocio

2. ¿Qué medios utiliza para promocionar su empresa?
 - a) Televisión
 - b) Radio
 - c) Internet (redes sociales, páginas web, anuncios publicitarios, entre otros)
 - d) Material audiovisual
 - e) Periódicos

3. ¿Qué tan influyente es la tecnología en su negocio a la hora de atraer turistas?
 - a) Muy importante
 - b) Importante

- c) Poco importante
 - d) Nada importante
4. ¿Cuál considera que es el mes de mayor y de menor demanda de turistas?
Mayor demanda: _____

Menor demanda: _____
5. ¿Ofrece promociones u ofertas favorables en temporadas altas?
a) SI
b) NO
6. ¿Puede indicarme un número aproximado de personas en el alojamiento en el mes de mayor demanda?
7. ¿Podría establecer cuál es el porcentaje más o menos de los clientes basándose en, si son nacionales o extranjeros?
8. ¿Recibe este establecimiento algún tipo especial de clientes?
- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. Estudiantes | 3. Turistas individuales |
| 2. Comerciantes | 4. Turistas colectivos |
| 5. Profesionales | 5. Otros: _____ |
9. ¿Hace cuánto está ubicado el establecimiento en el municipio de Guatapé?
10. ¿Cuál ha sido la innovación tecnológica más significativa que ha implementado en su establecimiento?
11. ¿Le parece interesante una App que contenga información detallada de los servicios que ofrece su establecimiento para promocionar dicha actividad?