

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN -RAI-

DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL QUE PROMUEVA EL ECOTURISMO APLICADA A MUNICIPIOS COLOMBIANOS QUE OFREZCAN ESTE SERVICIO*

*QUINTERO, Karenth; RODRÍGUEZ, Armendy Lizeth; VILLABÓN, Catherine***

PALABRAS CLAVE

Ecoturismo; Ocio; Turismo; Industria hotelera; Vacaciones.

DESCRIPCIÓN

La investigación tuvo como objetivo crear una aplicación móvil que genere rutas personalizadas para el usuario a través de estrategias y examinación de los perfiles de los usuarios quienes prefieran al ecoturismo como opción de viaje. Se seleccionó una muestra de 8 personas para la realización de un focus group en donde se tocaron temas como aspectos a tener en cuenta, planes o experiencias que son sus preferidas, situaciones hipotéticas para elegir un tipo de hospedaje, beneficios que creen que viajar proporciona, destinos turísticos, las herramientas que usan para ayudar a viajar, publicidad en las aplicaciones de viajes y su disposición frente a la compra de una plataforma para viajes, todo esto con el fin de reunir información para enfocar la investigación y conocer los vocabularios y contextos de la comunidad. Se aplicó el análisis que dio como resultado aspectos a tener en cuenta como tipos de hospedaje, precios, usabilidad e interacción con los usuarios contribuyendo a la estética de la aplicación móvil.

FUENTES

Se consultaron un total de 27 referencias bibliográficas distribuidas así: sobre el tema de análisis e importancia del ecoturismo 3 libros, 14 PDF's; 8 artículos sobre turismo y 2 tesis.

CONTENIDO

El marco teórico de la investigación comienza con un análisis de lo que es la experiencia de

usuario, las plataformas móviles y cómo estas ayudan a la experiencia de usuario que empieza desde que la planeación de su viaje y su decisión por el lugar. En los últimos años la industria hotelera ha presentado grandes cambios, por ejemplo la venta se realiza por redes sociales e Internet, además los hoteles se preocupan por la experiencia de usuario.

El turismo en Colombia se enfoca principalmente en sol y playa ya sea en las costas de los océanos Atlántico o Pacífico, ríos o lagunas; para así resaltar historia y cultura. Dentro de lo cultural encontramos las ferias y fiestas en capitales de departamento para promover la economía en lugares potenciales como Bahía Solano, Capurgana, Nuquí, Nemocón y Vaupés.

Desde antes de ser usados y visitados por los huéspedes, los vuelos, hoteles, viaje en autobús y experiencias para compartir ahora son un libro abierto, ya se conocen sus precios y servicios, por este motivo la estrategia de los diversos servicios para ganar público es ofrecer una experiencia personalizada, única y donde se satisfagan al cien por ciento los deseos del cliente.

Existen hoy en día muchas formas de validar un hotel, aerolínea, empresa transporte una actividad, una experiencia ya sea por sus calificaciones, su página web y su puntuación en las diferentes plataformas; esto hace que el usuario sea mucho más exigente con sus reservas buscando lugares que ellos sientan son dignos de compartir en redes sociales usadas por aproximadamente el 42% de la población actual.

Cualquier actividad turística debe fortalecer su ecosistema digital para puntear y tomar la decisión de reservar su viaje; por este motivo, esta debe ser llamativa y cautivar la atención del usuario, pues éste será el primer vínculo servicio-usuario.

METODOLOGÍA

Como investigación de tipo cualitativa y cuantitativa se aplicó la metodología de Bruno Munari teniendo en cuenta los siguientes pasos:

- **Problema:**
No existe app que genere una ruta de viaje o plan de viaje completo de acuerdo a las necesidades del usuario.
- **Definición del problema:**
Existen muchas plataformas que generan reservas, pero solo se encargan del hospedaje o el transporte y no ofrecen información u opciones de las diferentes actividades que se pueden realizar, por consiguiente, no brindan un paquete completo ni una ruta de viaje que facilite la experiencia del cliente.
- **Componentes del problema:**
 - Para los usuarios es difícil hacer su itinerario de viaje ya que no conocen factores determinantes como horarios y precios.
 - Los proveedores de servicios ofrecen una lista poco detallada, de las actividades a realizar, demostrando así un desconocimiento del lugar ofertado.
 - Existen opciones muy genéricas que no permite un acercamiento con los usuarios siendo muy generales y no dan opciones dependiendo los gustos e intereses.
- **Recopilación:**
Los paquetes de viaje que existen son los conocidos como todo incluido (all included) y se basan en un servicio de hospedaje, comida y transporte.

Existen buscadores de servicios como Airbnb, Trivago, TripAdvisor, Booking, entre muchas más, pero ninguna crea un paquete completo o una ruta de viaje, ya que se limitan a un servicio exclusivo de reservas, con información mínima relacionada con actividades. Además en todos los servicios se habla solamente de lo que

es, no se centra en el usuario y de sus gustos e intereses.

- **Análisis:**
En Colombia, podemos encontrar un número limitado de hoteles, estos ofrecen los servicios normales de cualquier hotel: habitaciones, alimentación y pequeñas zonas de esparcimiento, pero no poseen un aspecto diferenciador que cause una gran experiencia en los huéspedes.

Las grandes cadenas de hoteles son las únicas que poseen apps propias, mientras los pequeños hoteles por su parte ofrecen sus servicios mediante buscadores externos, que permitirán al huésped realizar su reservación, aunque al final esta tendrá un cobro adicional.

Las aplicaciones relacionadas con turismo ofrecen un sin número de información y oportunidades para hacer de la experiencia de usuario, una ocasión inigualable, aunque esta información se encuentra dispersa entre todas las apps y se deben utilizar varias de ellas al tiempo para complementar los datos que el turista necesita.

- **Recopilación de datos materiales y técnicas:**
Los turistas, se convirtieron en turistas digitales, pues utilizan aplicaciones y plataformas digitales antes, durante y después del viaje, para documentarse sobre el lugar que conocerán, además de plasmar sus recomendaciones para nuevos viajeros, por este motivo todos los mercados económicos incluyendo el turístico, le apuestan a estar a la vanguardia y publicar sus servicios en línea.
- **Experimentación:**
Las pruebas juegan un papel de vital importancia, de esta forma, se comprueba si la solución planteada es la correcta o si se está direccionando de la mejor manera para suplir la necesidad base, propuesta en un inicio.
- **Modelos:**
Se planteó un modelo inicial el cual carecía de funcionalidad y usabilidad, luego se plantearon dos modelos más que reforzaban la estética visual
- **Verificación:**

Se subió la aplicación en la tienda de aplicaciones de Google para ver su correcto funcionamiento

- Solución:
Aplicación móvil en la tienda de Play Store para reservar viajes a través del costo de una forma personalizada.

CONCLUSIONES

- Con el avance de la tecnología y la tendencia de los viajes, el turismo ha ido en aumento y en este se puede encontrar en gran variedad de precios, servicios, etc., por esto los hoteles triunfadores son aquellos que ofrecen un servicio diferente y único; en este orden de ideas los hoteles han decidido involucrarse con la experiencia de usuario, para lograr así atrapar la mayor cantidad de huéspedes y ganar su fidelización.
- Los clientes antes de visitar cualquier hotel, visitan su página web o aplicación, de esta manera logran hacerse a una idea de lo que será su estadía y decidir qué lugar les es conviene según sus gustos y preferencias, por esta razón los hoteles trabajan de la mano con la experiencia e interfaz de usuario (UX/UI), dando inicio así a la experiencia virtual y luego una experiencia presencial para el usuario, convirtiéndose así en un cliente satisfecho fidelizado.

- Las aplicaciones permiten fortalecer las comunicaciones con los clientes, ya que se tiene una información bien gestionada, con una estructura específicamente para ser un canal entre la empresa y el usuario. Como público potencial encontramos a los extranjeros ya que su llegada a Colombia se ha incrementado con relación a años anteriores, esto hace que la industria del turismo crezca. Muchos lugares enfocan sus esfuerzos a este grupo objetivo, ya que su pago es en dólares y permiten lograr un punto de equilibrio en las temporadas que no son altas.
- El crecimiento de propuestas digitales es necesario para fortalecer los canales entre el usuario y el hotel ya que hoy en día las personas quieren tener todo al alcance de las manos, facilidad de procesos, contar con itinerarios más planificados, gestionando mejor sus tiempos, y logrando disfrutar en este caso más sus vacaciones propuestas.

ANEXOS

La investigación incluye 2 tipos de anexos: el primero, los cuestionarios realizados para determinar en un primer momento la estética de la aplicación; el segundo, datos estadísticos sobre población Colombiana, proyectos hoteleros 2017-2019, motivo de viajes de las personas, llegada de extranjeros a Colombia por medio aéreo.

**DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL QUE PROMUEVA EL
ECOTURISMO APLICADA A MUNICIPIOS COLOMBIANOS QUE
OFREZCAN ESTE SERVICIO**

**KARENTH QUINTERO
LIZETH RODRÍGUEZ
CATHERINE VILLABÓN
AUTORES**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC
ESCUELA DE ARTES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO DE CONTENIDOS DIGITALES
BOGOTÁ D.C, DICIEMBRE 2019**

**DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL QUE PROMUEVA EL
ECOTURISMO APLICADA A MUNICIPIOS COLOMBIANOS QUE
OFREZCAN ESTE SERVICIO**

**JANETH PUENTES
DIRECTOR**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC
ESCUELA DE ARTES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO DE CONTENIDOS DIGITALES
BOGOTÁ D.C, DICIEMBRE 2019**

A nuestros padres, por su trabajo y sacrificio; nuestros hermanos por estar siempre presentes y a todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Tabla de Contenido

	Página
Resumen	10
Abstract	10
Introducción	11
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Marco Teórico	13
Experiencia de usuario y aplicaciones	13
Turismo en Colombia y llegada de extranjeros	16
Marco Metodológico	20
Tipos de estudio	20
Método y Procedimiento	21
Problema:	21
Definición del problema:	21
Subproblemas:	22
Componentes del problema:	22
Recopilación de datos:	22
Análisis de datos:	23
Recolección de datos sobre materiales y tecnología	24
Experimentación, modelos, verificación y bocetación	24
Participantes	25
Resultados	25
Primeras Encuestas	25
Segundas Encuestas	26
Discusión	28
Focus Group	28
Propuesta	29
Características de la aplicación	30
Nombre de la aplicación	30
Logo de la aplicación	30

Conclusiones	32
Referentes	33
Anexos	36

Resumen

Este proyecto de investigación abarca todo el proceso para el desarrollo de una aplicación móvil en la cual se enfoque a los lugares ecoturísticos, se logran establecer en sus distintos temas objetivos, explicación del problema al que se trata de dar solución, investigación del turismo en Colombia, la llegada de extranjeros, el desarrollo de aplicaciones y la experiencia de usuario comprendida en el marco teórico. De igual manera los aspectos metodológicos a emplear junto con el análisis de sus resultados; la realización de un focus group clave en el proceso de la construcción estética de la aplicación y finalmente una propuesta de una aplicación móvil con los ítems básicos para su ejecución.

Palabras clave: Ecoturismo; Ocio; Turismo; Industria hotelera; Vacaciones.

Abstract

This research project encompasses the entire process for the development of a mobile application in which it focuses on ecotourism places, objectives are achieved in its different chapters, explanation of the problem that is about solving, tourism research in Colombia, the arrival of foreigners, the development of applications and the user experience included in the theoretical framework. In the same way the methodological aspects to be used together with the analysis of their results; the realization of a key focus group in the process of the aesthetic construction of the application and finally a proposal of a mobile application with the basic items for its execution.

Keywords: Ecotourism; Leisure; Tourism; Hotel industry; Holidays.

Introducción

Colombia es un país ubicado en América del Sur que cuenta con 32 departamentos y está dividido geográficamente por 3 regiones: las llanuras costeras ubicadas al norte y occidente del país, la Cordillera de los Andes ubicada en el centro y el oriente formado por sus planicies. Por sus variados ecosistemas, el país posee un número muy grande de especies por unidad de área en el planeta, siendo el segundo país más megadiverso del mundo.

Además, Colombia cuenta con aproximadamente el 60% de los páramos existentes en el planeta, y cerca de 31 700 humedales. Cabe destacar que la mayor diversidad de flora y fauna se halla en las selvas lluviosas, ubicadas en el Pacífico, Amazonía y el Andino. Debido a sus iglesias, museos, zoológicos, fauna, flora. En él podemos acceder a 5 regiones: Andina, Orinoquia, Amazonia, Caribe e Insular; que cuenta con distintos climas en un solo país lo que lo hace un gran atractivo para los turistas por su diversidad antes mencionada; paisajes, comida como la bandeja paisa, mamona, ajíaco, lechona, tamal, entre otros; sus acentos, paisa, rolo, costeños y muchos más.

En los últimos años la industria hotelera ha presentado un incremento bastante notorio tanto en zonas rurales como zonas urbanas, todo esto debido a la gran demanda que se está dando porque las personas han agregado a sus planes de vida: viajar; por esta razón se ha evidenciado un aumento en la construcción de hoteles en las principales ciudades y como incentivo a los comerciantes se les da el pago del impuesto de renta del 9% durante 20 años para los empresarios quienes inviertan en municipios, todo esto ha generado una gran competencia entre los hoteles.

Hoy en día existen diferentes plataformas en las cuales se pueden generar reservas tanto de vuelos, transporte, actividades, experiencias pero todo por separado no existe una aplicación que genere una ruta de viaje o plan personalizado para el

usuario; rutas que los que incluyan actividades, experiencias para compartir y métodos de transporte que se adapten a su presupuesto y a la disponibilidad de fechas.

Además de esto se puede encontrar a los extranjeros quienes vienen a Colombia buscando un viaje de ecoturismo destinos en con los cuales puedan tener contacto con la naturaleza; actividades como caminatas, montañismo deportes extremos, incluso visitar comunidades indígenas, contacto con la cultura local. Por este motivo la percepción de Colombia en el mundo cambió, el turismo ha crecido año tras año. Es importante resaltar que las personas hoy en día viven en una sociedad líquida en la cual todo es variable, el cambio de un empleo, las personas con las que viven (roommate), el lugar en el que viven, nómadas digitales que viajan por el mundo, tienen un empleo digital y viven el día a día.

Objetivos

Objetivo General

- Desarrollar una estrategia de posicionamiento de marca efectiva para la aplicación EcoRoutes como nueva aplicación en el mercado para viajes ecológicos.

Objetivos Específicos

- Establecer los posibles grupos objetivos para la aplicación determinando cuáles son sus preferencias e intereses.
- Realizar una base de datos que permita identificar los lugares que ofrezcan ecoturismo.
- Realizar una proyección económica con el fin de valorizar al proyecto como uno viable económicamente.

Marco Teórico

Experiencia de usuario y aplicaciones

En los últimos años la industria hotelera ha presentado grandes cambios, por ejemplo la venta se realiza por redes sociales e Internet, además los hoteles se preocupan por la experiencia de usuario. “Las empresas pueden distribuir gran cantidad de información a costos muy bajos, al tiempo que en forma simultánea tienen la oportunidad de interactuar con sus potenciales clientes”. Puccio H., Grana N. (2009) con las tecnologías de la información es posible llegar a más usuarios, más rápido y más fácilmente por la globalización, de igual manera ellos ya conocen Desde antes de ser usados y visitados por los huéspedes, los vuelos, hoteles, viaje en autobús y experiencias para compartir ahora son un libro abierto, ya se conocen sus precios y servicios, por este motivo la estrategia de los diversos servicios para ganar público es ofrecer una experiencia personalizada, única y donde se satisfagan al cien por ciento los deseos del cliente, por medio de las aplicaciones se ha podido crear un valor que no existía como tal, ya que hoy en día los usuarios se toman el tiempo de indagar, conocer

planificar su viaje, a través de las diferentes App, fortaleciendo toda la industria de turismo “En concreto, el uso de aplicaciones móviles de turismo mientras los viajeros planean su viaje al destino o mientras ejecutan su estancia, ha permitido poner en valor y posibilitar un nuevo soporte para las estrategias de marketing” Saura, José & Palos-Sanchez, Pedro & Reyes-Menendez, Ana. (2017).

Es importante resaltar que vivimos en un mundo globalizado donde cada vez el uso de las tecnologías nos permite ser más competentes, productivos e innovadores por ende se vive más rápido el uso de las aplicaciones de páginas web, de servicios en línea, entre otros servicios digitales hace que disminuyamos el tiempo de muchas de nuestras actividades

“En los países donde ya se viene dando este fenómeno, evolucionan aceleradamente el e-government; el e-commerce; el e-marketing y el e-intelligence, a tal punto que son parte de la vida cotidiana, lo cual les permite a tales países desarrollar por cientos altos de conectividad, no sólo para el comercio sino con la sociedad civil y los gobiernos por igual en materia de: compras, pago de impuestos, pago de servicios, negociaciones, acceso a la información gubernamental, se realizan online en ocasiones con seguridad y de manera instantánea, estos avances tecnológicos permiten ahorrar dinero y pérdida de tiempo generando un incremento de la productividad, incidiendo directamente en La innovación como requisito para la competitividad turística Hilda Puccio Una metodología para su descripción y análisis Nazarena Grana Gestión Turística. N° 10 ISSN 0717 - 1811 65 la competitividad de las empresas y la capacidad operativa de los gobiernos, todo ello redundando en la satisfacción del cliente y en beneficios para la sociedad civil.” Saura, J., Palos Sanchez, P. and Reyes Menendez, A. (2017)

En este orden de ideas el turismo han sufrido modificaciones hoy en día existe turismo gastronómico, todo incluido (all included), ecoturismo, turismo salud, turismo sol y playa (tradicional) entre otros, ha evolucionado la forma en que los usuarios viajan y hacen turismo y las diferentes razones, los lugares también han cambiado San Gil-Santander, Santa Marta, Chocó, Guajira son referencias que han crecido y fortalecido su economía, hoy en día estos lugares que se asemejan a una ciudad, pues sus restaurantes tienen conceptos propios, las zonas comunes y servicios públicos son compartidos pasando a ser centros de servicios compartidos. Por otra parte, algunos se convirtieron en Hoteles Boutique, estos son hoteles pequeños pero con alta personalización, que busca ganar la fidelización del cliente, pues los pequeños detalles y diseño, crean una relación cercana con el huésped; Hoteles de Nicho, este es especializado y personalizado pero de una manera exclusiva, en él sobresalen el diseño, la experiencia y personalidad únicos, la estética de las cosas y sobre todo el lujo, todo esto se resume en una palabra que atrae al cliente: exclusividad y los Hoteles a la Carta, en ellos se pre-definen las preferencias de los clientes, de esta manera las habitaciones se adecuan y personalizan de tal manera que el huésped se sienta especial.

La experiencia del usuario empieza desde que empieza a planear su viaje, se decide el lugar, hoy en día existe muchas formas de validar un hotel, aerolínea, empresa transporte una actividad, una experiencia ya sea por sus calificaciones sus página web su puntuación en las diferentes plataformas esto hace que el usuario sean mucho más exigentes con sus reservas de una manera que parece ser no tan importante buscan sacarle provecho para conocer hermosos lugares con el fin de publicarlos en Instagram (Instagramables) cualquier actividad turística debe fortalecer su ecosistema digital para puntear y decidir la decisión de reserva a su viaje: su página web o aplicación, por este motivo, esta debe ser llamativa y cautivar la atención del usuario, pues éste será el

primer vínculo servicio-usuario. Existe un concepto llamado "tasa de rebote", esta consiste en el porcentaje de personas que se retiran de una página web, después de solo haber entrado a un sitio de ella, si este porcentaje supera el 40% es indicio de que ocurre un problema con la página web o app; para lograr que los visitantes quieran permanecer en la página y obtener información es necesario tener en cuenta varios parámetros: la UX (Experiencia de Usuario) y la UI (Interfaz de Usuario) "Es por tanto necesario tener en cuenta la experiencia del usuario a la hora de diseñar las aplicaciones puesto que tiene un efecto directo en su satisfacción." Saura, J., Palos Sanchez, P. and Reyes Menendez, A. (2017) que deben ir ligadas para así crear un punto de equilibrio entre la funcionalidad, interacción, usabilidad y conexión emocional con los clientes; más que el diseño, se debe tener en cuenta la satisfacción de las necesidades del usuario; la página web debe tener una estructura adaptable a teléfonos celulares (Responsive); los botones tendrán que ser fáciles de entender; no se debe saturar la web de información, todo tiene que ser claro y conciso; procurar que los formularios sean lo más cortos posible; el contenido debe ser realista; por último el dueño del hotel tiene que abrir la app o página web como si él fuera el cliente, de esta manera podrá deducir si un cliente potencial se motivará al servicio solo con ver la página, o su ecosistema digital.

Turismo en Colombia y llegada de extranjeros

Colombia hoy vive una nueva etapa: el posconflicto; esto hace que vuelva a ser un atractivo para el extranjero. Sus hermosos paisajes, biodiversidad, diferentes pisos térmicos, carismática gente, la paz es un atractivo de un lugar inexplorado. Pero encontramos también diversos factores como el terrorismo, la guerrilla, los paramilitares que daban una mala imagen de Colombia. Gracias a las ventajas anteriormente mencionadas la imagen de país hacia el mundo ha cambiado, y por eso el 2018 se ha

convertido en el año de creciente con la visita de más de 4 millones de turistas y su ocupación hotelera alcanzó un 55,46% según cifras del ministerio de industria comercio y turismo, con esto se implementó una nueva metodología para la medición de visitas extranjeras; tener cifras información más exacta sobre su crecimiento “Colombia sigue manteniendo una dinámica fuerte de crecimiento” según el ministro Restrepo.

Por la economía del país, el valor del peso frente al dólar, lugares que cambian, crecen, y que están diseñados para los extranjeros, muchos comerciantes del turismo focalizan sus esfuerzos para llegarle a un público extranjero con mayor capacidad de pago; la llegada de plataformas que brinda seguridad, y conocimiento al extranjero que buscan conocer su lugar para un buen itinerario de viaje. Colombia ha evolucionado y busca crecer en infraestructura, dentro de esto encontramos que han invertido para hacer nuevos aeropuertos, muchos a la fecha ya construidos, y otros en proceso.

El turismo en Colombia se enfoca principalmente en sol y playa ya sea en las costas de los océanos Atlántico o Pacífico, ríos o lagunas; para así resaltar historia y cultura. Dentro de lo cultural encontramos las ferias y fiestas en capitales de departamento para promover la economía en lugares potenciales como Bahía Solano, Capurgana, Nuquí, Nemocón y Vaupés. Para lograr esto el gobierno realiza campañas de mercadeo y publicidad como: “La respuesta es Colombia”, lema de la nueva marca país que busca atraer extranjeros por tres aspectos: talento, recursos y empuje. La mega diversidad es el eje de la nueva marca, junto con la idea de que Colombia es un país que ofrece soluciones al mundo por el talento humano, la estabilidad, la variedad étnica, turística, lingüística y cultural que tiene.

Es esa misma mega diversidad lo que hace que los extranjeros visiten Colombia, el avistamiento de aves hacen de nuestro país un lugar único. Como segundo país con más diversidad en aves, las paradisíacas playas, El Tayrona, Palomino, Santa Marta, la

Guajira, la llegada de enormes cruceros con extranjeros en las principales bahías, un turista extranjero promedio según cifras Pro País puede dejar en el país US\$1800-4000 por paquetes turísticos, lo que hace que la industria del turismo se fortalezca, en el 2018 su crecimiento fue de 7 puntos con relación al anterior año, dentro de todas sus actividades, como visitar museos, tours, gastronomía, experiencias, visitar etnias o pueblos tradicionales, El turista gasta US\$ 3000-5000 en 10 días, son grandes sumas con relación al turista del país, que puede gastar la misma suma para toda una familia.

Colombia cuenta con aproximadamente 2.134 recursos culturales, entre monumentos, conjuntos históricos, tradiciones, folclor, expresiones musicales, cocinas tradicionales, gastronomía, artesanías, yacimientos arqueológicos, tradiciones orales, testimonios, mitos y leyendas, rutas históricas, personajes, festivales y ferias, espectáculos, espacios tematizados y eventos, dispuestos para un visitante que tiene ganas de vivir y narrar a sus amigos, familiares y cercanos nuevas y gratas experiencias. Día a día busca potencializar su industria de turismo, y ha invertido en campañas para llegar a gran número de extranjero dentro de sus campañas, que han tenido gran reconocimiento como ‘Colombia, el riesgo es que te quieras quedar’ o ‘Colombia, realismo mágico’ ha permitido llegar de forma acertada para incentivar el crecimiento de la industria turística. Dado que la aplicación está enfocada en el ecoturismo, es necesario conocer que nos hablan los autores sobre este según este autor

“El ecoturismo es una actividad en una zona natural, que promueve la interacción positiva del turista con el medio ambiente propiciando el respeto y conservación del mismo y de la cultura de las comunidades involucradas, así como la participación de dichas comunidades en esta modalidad turística con el fin de mejorar su calidad de vida. Este turismo tiene como objetivos el generar progreso y desarrollo en la población” García, U. (2019).

Es importante tener en cuenta que muchas veces el ecoturismo no es sostenible para las regiones, ya que esto crea un impacto ecológico, en cuanto a lo social y lo cultural permite el desarrollo y el crecimiento de la economía, por esto es importante lograr un equilibrio entre estas variables

“El desarrollo del ecoturismo no se puede limitar a los actores directos de la cadena, se debe extender y ampliar la participación; si bien los beneficios monetarios llegan exclusivamente a los actores directos, los beneficios no monetarios como calidad de vida, educación, servicios básicos, entre otros, así como los impactos negativos del turismo como por ejemplo la pérdida de la cultura y biodiversidad, afectan a la mayoría de los miembros de una comunidad, no sólo a los prestadores.” (Ochoa Fonseca, Fredy Alfonso., James, Johannie., Márquez, Germán). 2013

Es importante tener presente el impacto que puede tener en la comunidad a corto, mediano y largo plazo, y cómo afecta la biodiversidad y la cultura en general de la región por esta razón es importante, tener en cuenta todos estos factores y cómo aplacar este impacto con medidas como por ejemplo que los turistas planten árboles, desde la tradición oral se vaya transmitiendo parte de la cultura, la creación de publicaciones para la conservación de la cultura entre otras que permitirían mitigar el impacto.

“El turismo, en cierto momento, fue considerado como el factor depredador número uno y, por tanto, el enemigo declarado de los recursos naturales. De hecho, cuando se ha practicado de manera incontrolada, desordenada y masiva se ha constituido en una amenaza para el entorno en el cual se desarrolla. El impacto del turismo de masas en el ambiente ha sido negativo y ha afectado

tanto a los paisajes naturales como a los paisajes humanizados. En ambos casos se ha alterado el estado de equilibrio óptimo. Se hace necesario, por tanto, proyectar una actividad turística respetuosa del medio, racionalmente controlada, debidamente planificada, que determine parámetros de acción para minimizar y redimir los impactos negativos” Mincit.gov.co. (2019).

Dentro del ecoturismo encontramos el marketing verde que son estrategias para el fomento de un ecoturismo sostenible y viable según para las comunidades, dentro de las responsabilidades que tiene el usuario al ser personas más concientes, capaces de cuidar el medio ambiente, el ser humano cada día busca cuidar más el planeta ya que desde niños esto ha sido inculcado, al crecer es un humano más responsable, que busca tener experiencias pero también preservar el ambiente. según el autor

“El marketing verde integra cada una de las actividades de comercialización de un bien o servicio, pero que así mismo la empresa tiene un mayor riesgo y responsabilidad a la hora de implementar las estrategias ambientales. Las empresas deben estar a la vanguardia de dichos cambios, por tal motivo deben ir de la mano con el pensamiento del consumidor actual, que cada vez más se hace más exigente, ambiental, educado e informado. En la actualidad, se observa un aumento de la promoción ambiental en el turismo como consecuencia de la preocupación por el ambiente global. De esta manera se puede decir que el ecoturismo puede llegar a presentar una tendencia progresiva gracias al aumento de la conciencia ambiental de la sociedad”. García, U. (2019).

Marco Metodológico

Tipos de estudio

- Estudios exploratorios o formulativos: Se formula un problema, en este caso la existencia de aplicaciones móviles en el ecoturismo y a partir de este, se realizan

diversas investigaciones online sobre turismo de naturaleza en Colombia y Latinoamérica, actividades a realizar en Colombia, principales consumidores de turismo en general, planificaciones realizadas por las diferentes secretarías colombianas, entre otras.

- Estudios descriptivos: Se analizan datos demográficos relacionados con el público objetivo: como edad, lugar de origen, educación, nivel económico, comportamiento, intereses, etc.
- Estudios explicativos: Comprobación de la hipótesis por medio de resultados obtenidos de la investigación y análisis del público objetivo y su reacción a la solución planteada,

Método y Procedimiento

Para realizar la metodología se tendrá en cuenta dos factores: la metodología de Bruno Munari y el design thinking con lo que se cree se podrá desarrollar y conceptualizar el problema presentado de una forma más precisa.

Al realizar un proyecto, se debe tener claro que problema se va a resolver con el desarrollo de esta idea propuesta, por este motivo es necesario llevar a cabo un análisis detallado del problema mencionado anteriormente: ¿Qué es?, las partes de este y empezar a plantear diversas soluciones. En este punto toma relevancia el **método de Bruno Munari**, pues ayuda a la documentación y a seguir una guía ordenada que culminará en una solución en la que no existe la improvisación.

Problema:

No existe app que genere una ruta de viaje o plan de viaje completo de acuerdo a las necesidades del usuario.

Definición del problema:

Existen muchas plataformas que generan reservas, pero solo se encargan del hospedaje o el transporte y no ofrecen información u opciones de las diferentes

actividades que se pueden realizar, por consiguiente, no brindan un paquete completo ni una ruta de viaje que facilite la experiencia del cliente.

Subproblemas:

- Las plataformas se encargan de diferentes servicios, todo por separado y no da opciones de las diferentes actividades.
- El usuario termina adaptándose a las opciones que ofrecen las diferentes plataformas, en cuanto a precio y a fechas.
- No existe un buscador único para ecoturismo y para actividades que fomenten este tipo de turismo.
- No existe un servicio personalizado con las diferentes variables que entregan los usuarios, que filtre la información.

Componentes del problema:

- Para los usuarios es difícil hacer su itinerario de viaje ya que no conocen factores determinantes como horarios y precios.
- Los proveedores de servicios ofrecen una lista poco detallada, de las actividades a realizar, demostrando así un desconocimiento del lugar ofertado.
- Existen opciones muy genéricas que no permite un acercamiento con los usuarios siendo muy generales y no dan opciones dependiendo los gustos e intereses.

Recopilación de datos:

- Los paquetes de viaje que existen son los conocidos como todo incluido (all included) y se basan en un servicio de hospedaje, comida y transporte; en este tipo de servicios generalmente sus paquetes son costosos ya que sus hoteles son cuatro (4) y cinco (5) estrellas; la comida ofrecida es tipo buffet y las actividades no están dentro del paquete o son muy genéricas y no se acercan a los usuarios de ecoturismo.

- Existen buscadores de servicios como Airbnb, Trivago, TripAdvisor, Booking, entre muchas más, pero ninguna crea un paquete completo o una ruta de viaje, ya que se limitan a un servicio exclusivo de reservas, con información mínima relacionada con actividades.
- Experiencia de Usuario: En todos los servicios se habla solamente de lo que es, no se centra en el usuario y de sus gustos e intereses.

Análisis de datos:

En Colombia, podemos encontrar un número limitado de hoteles, estos ofrecen los servicios normales de cualquier hotel: habitaciones, alimentación y pequeñas zonas de esparcimiento, pero no poseen un aspecto diferenciador que cause una gran experiencia en los huéspedes.

Las grandes cadenas de hoteles son las únicas que poseen apps propias, dando las opciones a sus clientes de escoger uno de los hoteles pertenecientes a dicha cadena, en estas apps se pueden apreciar los precios, fotos de habitaciones, entre otros elementos, para que así el huésped reserve directamente con el hotel el servicio que más se adecue a sus necesidades.

Los pequeños hoteles por su parte ofrecen sus servicios mediante buscadores externos, que permitirán al huésped realizar su reservación, aunque al final esta tendrá un cobro adicional.

Las aplicaciones relacionadas con turismo ofrecen un sin número de información y oportunidades para hacer de la experiencia de usuario, una ocasión inigualable, aunque esta información se encuentra dispersa entre todas las apps y se deben utilizar varias de ellas al tiempo para complementar los datos que el turista necesita.

Recolección de datos sobre materiales y tecnología

Las búsquedas realizadas por los usuarios, ya no se hacen físicamente o vía telefónica, en un mundo tan avanzado tecnológicamente como el de ahora, era de esperarse que la tecnología también se apropiara de la economía turística, por este motivo los viajeros hacen uso de plataformas digitales o aplicativos móviles para llevar a cabo su respectiva búsqueda.

Según la Fundación Jesuites Educación: “Los turistas están acostumbrados a usar los dispositivos móviles en su vida cotidiana y, por tanto, también querrán usarlos donde estén: en su destino turístico. Y no solo en su destino turístico sino para decidir su destino turístico, para compartir su experiencia, interactuar con el entorno de diversas maneras, etc.”. (Las apps móviles y el sector turismo, #lanuevaFP”. 2017)

Los turistas, se convirtieron en turistas digitales, pues utilizan aplicaciones y plataformas digitales antes, durante y después del viaje, para documentarse sobre el lugar que conocerán, además de plasmar sus recomendaciones para nuevos viajeros, por este motivo todos los mercados económicos incluyendo el turístico, le apuestan a estar a la vanguardia y publicar sus servicios en línea.

Experimentación, modelos, verificación y bocetación

Las pruebas juegan un papel de vital importancia, de esta forma, se comprueba si la solución planteada es la correcta o si se está direccionando de la mejor manera para suplir la necesidad base, propuesta en un inicio.

En cuanto a la metodología **Design Thinking**, según el periódico el comercio “El objetivo de ese proceso es aprender a partir de las reacciones de los usuarios al interactuar con el prototipo para saber más del producto o la solución. Este concepto se empezó a trabajar de forma profesional a principios de los años noventa, en Silicon Valley, tras la fundación de la empresa IDEO, liderada por

Tim Brown, profesor de la Universidad de Stanford”. (“6 claves que definen a Design Thinking como un método innovador”, 2017)

Además, “En palabras del mismo Brown, Design Thinking es un enfoque que se sirve de la sensibilidad del diseñador y su método de resolución de problemas, para satisfacer las necesidades de las personas de una forma que sea tecnológicamente factible y comercialmente viable, conectando el pensamiento analítico con el pensamiento creativo. Es decir, conectar los dos hemisferios cerebrales, tanto el lógico y racional como el artístico y emocional, en una misma dirección”. (“6 claves que definen a Design Thinking como un método innovador”, 2017)

Participantes

De acuerdo con las afirmaciones anteriormente citadas, se plantea la realización de un Focus Group, en el cual además de evaluarse el problema, se analiza las reacciones de los participantes. Dichos participantes se escogieron teniendo en cuenta una investigación previa sobre las edades de las personas que, entre su estilo de vida, prevalecía el turismo. Así pues, de esta manera, la actividad se llevo a cabo con personas entre los 25 y 40 años.

Resultados

Primeras Encuestas

Para lograr establecer una mejor conexión con los huéspedes y que su experiencia sea mejor se desarrolló una encuesta de preguntas cerradas y sus preferencias al momento de viajar; se encuestaron un total de 21 personas entre los 19 y los 38 años de edad. Los siguientes fueron los datos obtenidos:

- **Preferencias de viajes**

¿A dónde prefiere viajar?

En ésta pregunta se tienen dos opciones de respuesta: Zonas urbanas y zonas naturales o rurales. El 81% de las personas prefiere a las **Zonas naturales o rurales**.

- **Frecuencia**

¿Qué tan a menudo viaja?

En ésta pregunta se tienen tres opciones de respuesta: Seguido, 3 a 5 veces al año y 1 a 2 veces al año. El 64,7% de las personas viaja **1 a 2 veces al año**.

- **Días de viaje**

Cuando viaja ¿Cuántos días lo hace?

En ésta pregunta se tienen tres opciones de respuesta: 1 día, 2 a 6 días y 1 semana o más. El 88,2% de las personas viajan de **2 a 6 días**.

- **Hospedaje**

¿En qué lugar se hospeda?

En ésta pregunta se tienen tres opciones de respuesta: Hotel, casa o finca alquilada y Casa familiar. El 47,1% de las personas se hospedan en un **Hotel**.

- **Servicios**

¿Qué servicios tiene en cuenta para elegir el lugar de su estadía?

En ésta pregunta se tienen siete opciones de respuesta: Habitaciones, piscina, jacuzzi, zonas verdes, zonas de entretenimiento, transporte y alimentación. El 88,2% de las personas viajan de **2 a 6 días**.

Segundas Encuestas

En el focus group se plantearon dos tipos de cuestionarios uno cualitativo en donde los participantes podían exponer sus respuestas y otro cuestionario cuantitativo como ayuda a la estética de la aplicación en donde los participantes elegían los más relevantes para ellos.

El cuestionario consistía en dos preguntas:

- Según orden de importancia para usted organice las siguientes imágenes donde 1 es muy importante y 4 es sin importancia. Las imágenes mostradas eran las siguientes



En ésta pregunta el 62% de los participantes eligieron la caminata en zonas verdes seguido de un 25% de su opuesto, los museos.

- Elija solamente uno de éstos hospedajes según su preferencia. Las imágenes mostradas eran las siguientes:

<p>\$280.000 Noche</p>	<p>\$360.000 Noche</p>
<p>\$162.000 Noche</p>	

Esta pregunta fue totalmente contradictoria a lo que se esperaba ya que como equipo investigador optaban porque los participantes eligieran al hotel rústico con

amplias zonas verdes; en lugar de eso el 50% de los participantes eligieron el tipo de hospedaje glamping con el que se tiene un poco más de contacto con la naturaleza

Discusión

Focus Group

Se realizó un focus group como método para encaminar la investigación en donde se planteó hacer un cuestionario que abordó dos ejes temáticos; viajes como frecuencia de viajes, aspectos a tener en cuenta, planes o experiencias que son sus preferidas, situaciones hipotéticas para elegir un tipo de hospedaje, beneficios que creen que viajar proporciona, destinos turísticos, las herramientas que usan para ayudar a viajar, publicidad en las aplicaciones de viajes y su disposición frente a la compra de una plataforma para viajes, todo esto con el fin de reunir información y conocer los vocabularios y contextos de la comunidad. El segundo eje en donde los participantes eligieron ítems como colores que asociaron con la naturaleza y fotos en donde podamos corroborar si el ecoturismo es un enfoque que pueda interesar a la mayoría de la población.

El público participó de manera atenta a esta actividad, verde azul, naranja y amarillo dando como resultado la siguiente estética incluyendo logo y paleta cromática:



Propuesta

Se busca posicionar a la aplicación EcoRoutes, como la aplicación insignia para los turistas que prefieran entre sus opciones el ecoturismo. Dicha aplicación tendrá integradas variedad de opciones que faciliten la experiencia del cliente, todo esto basado en un servicio personalizado que irá de la mano con los gustos y preferencias del viajero. De esta manera el turista podrá desde una misma aplicación:

- Planear viajes incluyendo restaurantes y hoteles
- Acceder a información clave del lugar a visitar como:
 - Actividades
 - Gastronomía
 - Hoteles
 - Arquitectura
 - Deportes
 - Paisajes
- Obtener datos relevantes sobre actividades y deportes extremos que se podrá realizar en dicho lugar
- Descubrir rutas a seguir
- Encontrar recomendaciones para ayudar a la naturaleza
- Cambiar opciones en cuanto a transporte

Esta aplicación brindará información exclusiva de ecoturismo, por esto tiene un eje inicial que es el precio que se quiere gastar, lo que generará una ruta de viaje completa para el usuario. Adicional a ello si la ruta generada no es la preferida puede encontrar una búsqueda avanzada en la que se solicitarán datos relacionados con transporte, lugar al que se desea viajar, tiempo de estadía y tipo de hospedaje. De esta manera la aplicación ofrecerá al cliente determinadas opciones que se ajustan a las

respuestas dadas por él y así logrará elegir la que mejor se adapta a lo que está buscando.

Adicional a esto la aplicación cuenta con otro objetivo: lograr el reconocimiento de pequeños empresarios y hoteles de las zonas señaladas y así ayudar a su crecimiento y posicionamiento brindando apoyo publicitario y recomendaciones dentro de la aplicación aportando a la economía de cada municipio o departamento.

Dentro de la app se encontrarán secciones como: guía, planeación y mapas. De estas opciones se derivarán otros contenidos más específicos, como información del cliente para realizar su reserva con su respectiva forma de pago, información del lugar a visitar, recomendaciones, entre otros. Además de eso como el principal interés es el cliente y su experiencia luego de su estadía, como estrategia de fidelización se ofrecerán al cliente ofertas para fechas especiales a través de correo electrónico, resaltando las temporadas altas y bajas de los municipios, precios y una pequeña información relacionada con los eventos próximos.

Características de la aplicación

Nombre de la aplicación

EcoRoutes. El objetivo de que sea un nombre compuesto en el que incluyen “Ecología” y “Routes” es que los posibles usuarios puedan deducir cuales son 2 de las principales funcionalidades de la aplicación; una aplicación que ofrece rutas ecológicas al mejor precio y de una manera personalizada. Además se usa un nombre en inglés como forma de atracción para uno de los grupos objetivos como lo son los extranjeros teniendo en cuenta que se quiere atraer a posibles usuarios de diferentes lugares del mundo.

Logo de la aplicación

Se quiere llamar la atención de los usuarios a través de un logo que use un tono verde pero vibrante asemejado con la naturaleza y el medio ambiente. Además, se

utiliza una trama de líneas continuas del mismo tono de color evidenciando los viajes ecológicos.



Conclusiones

- Con el avance de la tecnología y la tendencia de los viajes, el turismo ha ido en aumento y en este se puede encontrar en gran variedad de precios, servicios, etc., por esto los hoteles triunfadores son aquellos que ofrecen un servicio diferente y único; en este orden de ideas los hoteles han decidido involucrarse con la experiencia de usuario, para lograr así atrapar la mayor cantidad de huéspedes y ganar su fidelización.
- Los clientes antes de visitar cualquier hotel, visitan su página web o aplicación, de esta manera logran hacerse a una idea de lo que será su estadía y decidir qué lugar les es conviene según sus gustos y preferencias, por esta razón los hoteles trabajan de la mano con la experiencia e interfaz de usuario (UX-UI), dando inicio así a la experiencia virtual y luego una experiencia presencial para el usuario, convirtiéndose así en un cliente satisfecho fidelizado.
- Las aplicaciones permiten fortalecer las comunicaciones con los clientes, ya que se tiene una información bien gestionada, con una estructura específicamente para ser un canal entre la empresa y el usuario. Como público potencial encontramos a los extranjeros ya que su llegada a Colombia se ha incrementado con relación a años anteriores, esto hace que la industria del turismo crezca. Muchos lugares enfocan sus esfuerzos a este grupo objetivo, ya que su pago es en dólares y permiten logran un punto de equilibrio en las temporadas que no son altas.
- El crecimiento de propuestas digitales es necesario para fortalecer los canales entre el usuario y el hotel ya que hoy en día las personas quieren tener todo al alcance de las manos, facilidad de procesos, contar con itinerarios más planificados, gestionando mejor sus tiempos, y logrando disfrutar en este caso más sus vacaciones propuestas.

Referentes

- Álzate Torres, M. and Espinal Monsalve, N. (2017). *Estudio de las características del turismo doméstico en Colombia a partir de la matriz Origen-Destino**. [online] Scielo.org.co. Available at: <http://www.scielo.org.co/pdf/enec/v28n52/2619-6573-enec-28-52-151.pdf>
- Anon, (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. [online] Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- Bourma, N. (2019). Web del hotel UX: 10 ideas de experiencia de usuario. Retrieved from <https://businessblog.trivago.com/es/web-hotel-ux-experiencia-usuario/>
- Caviedes Rubio, D. and Olaya Amaya, A. (2017). *Ecoturismo en áreas protegidas de Colombia: Una revisión de impactos ambientales con énfasis en las normas de sostenibilidad ambiental*. [online] Lunazul.ucaldas.edu.co. Available at: http://lunazul.ucaldas.edu.co/downloads/Lunazul46_16.pdf
- Cortés Hincapié, D. (2018). *Elaboración del manual de técnicas sostenibles en las prácticas de ecoturismo en zonas de postconflicto. Caso de estudio Monterrey - Casanare*. [online] Ciencia.lasalle.edu.co. Available at: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1787&context=ing_ambiental_sanitaria
- DANE (2018). Muestra Mensual de hoteles. Retrieved from <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-mensual-de-hoteles-mmh>
- ElComercio. (2017). 6 claves que definen a Design Thinking como un método innovador. Retrieved 3 May 2019, from <https://elcomercio.pe/especial/zona-ejecutiva/actualidad/que-design-thinking-mejor-metodo-innovar-noticia-1991977>
- Enviajes.cl (2015). Los 10 mejores lugares turísticos de Colombia. Retrieved 2015, from <https://enviajes.cl/colombia/lugares-turisticos-de-colombia/>
- Estudiosenturismo.com.ar. (n.d.). *Ecoturismo y América latina: Una aproximación al tema*. [online] Available at: <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V01/V1n1a1.pdf>
- Franky, Juan Pablo (2018). Resultados para el turismo en el 2018. Retrieved 2018, from <https://www.nube-mcit.gov.co/public.php?service=files&t=a594bbc5e99d639671d9784a19734f13>
- Fundació Jesuïtes Educació. (2019). *Las apps móviles y el sector del turismo* | #lanuevaFP. Retrieved 5 June 2017, from <https://fp.uoc.fje.edu/blog/las-apps-moviles-y-el-sector-del-turismo/>

- García, U. (2019). *El ecoturismo en el Chocó como una propuesta para el desarrollo sostenible de la región*. Recuperado de:
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/28113>.
- Id.presidencia.gov.co. (2018). *Centro de pensamiento turístico - Colombia*. [online] Available at:
https://id.presidencia.gov.co/Documents/181128_PresentacionResultadosICTRC_2018.pdf
- Jiménez Luis. (2013). *Ecoturismo: Oferta y desarrollo sistémico regional*. 2019, noviembre 20, de Books google Recuperado de
<https://books.google.com.co/books?id=rXQAAgAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=aplicaciones+ecoturismo&source=bl&ots=TAgBRCLfL0&sig=ACfU3U3FLMSirLQwJsxQVf5nxU09nde41w&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiphN7MhNflAhVtx1kKHThhBCw4FBDoATAAegQICBA B#v=onepage&q=aplicaciones%20ecoturismo&f=false>
- Lancheros, Jeimy (2013). *El ecoturismo una alternativa de desarrollo para Colombia*. Retrieved 2013, from
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10902/UNIVERSIDAD;jsessionid=CE52665260603D6EC7AEA19C68EA08B3?sequence=1>
- Mincit.gov.co. (2019). *Política para el desarrollo del ecoturismo*. [online] Available at:
<http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Plan sectorial de turismo “turismo para la construcción de la paz” 2014-2018*. 2019, noviembre 20, de Mincit.gov Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/plan-sectorial-de-turismo-turismo-para-la-construc/plan-sectorial-de-turismo-turismo-para-la-construc/turismo-para-la-construccion-de-la-paz.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022*. [online] Available at:
<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- None. (2015). *22 Ejemplos de Turismo Sostenible para el Año Internacional del Turismo Sostenible*. 2019, noviembre 20, de Biophere Tourism Recuperado de
<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

- Organización Mundial del Turismo. (2013). Código Ético Mundial para el Turismo. 2019, noviembre 20, de UNWTO Recuperado de <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- Paolo Setti, a. (2019). Personalización y experiencia de usuario, claves en el sector hotelero. Retrieved from <https://www.tecnohotelnews.com/2019/02/personalizacion-experiencia-de-usuario-hoteles/> (2018). Retrieved from <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/Censo-2018.pdf>
- Puccio H., Grana N. (2009). LA INNOVACIÓN COMO REQUISITO PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA. Una metodología para su descripción y análisis. 2019, noviembre 20, de revistas.uach.cl Recuperado de <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n10/art05.pdf>
- Redacción El Tiempo. (2014). Colombia recibe premio como mejor destino de ecoturismo. 2019, noviembre 20, de El Tiempo Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13966876>
- Redalyc.org. (2013). *Visión comunitaria de los beneficios derivados del ecoturismo en el Parque Nacional Natural Amacayacu (Amazonas, Colombia)*. [online] Available at: <https://www.redalyc.org/pdf/1694/169427489006.pdf>
- Saura, J., Palos Sanchez, P. and Reyes Menendez, A. (2017). [online] Marketing a través de aplicaciones móviles de turismo (M-Tourism).Un estudio exploratorio. Available at: https://www.researchgate.net/publication/323245338_Marketing_a_traves_de_aplicaciones_moviles_de_turismo_m-tourism_Un_estudio_exploratorio
- Vanegas Montes Gloria. (2009). Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. 2019, noviembre 20, de Biblioteca Digital Recuperado de <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
- Zuriarrain, J. (2017). Android ya es el sistema operativo más usado del mundo. Retrieved from https://elpais.com/tecnologia/2017/04/04/actualidad/1491296467_396232.html

Anexos

1. Según orden de importancia para usted organice las siguientes imágenes donde 1 es muy importante y 4 es sin importancia



2. Elija solamente uno de estos hospedajes según su preferencia. Marque con una "X"

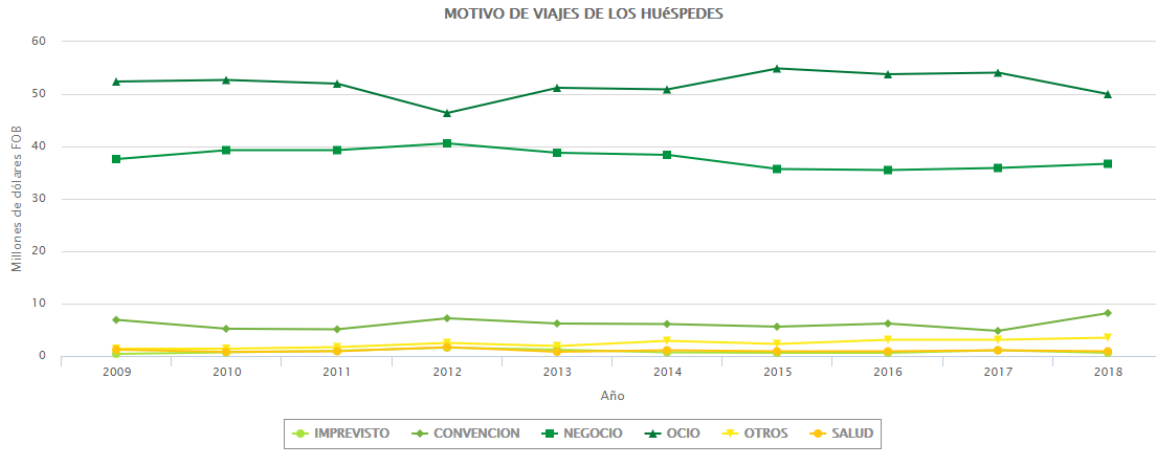
<p>\$280.000 Noche</p>	<p>\$360.000 Noche</p>

<p>\$162.000 Noche</p>

Anexo 1. Cuestionario Focus Group

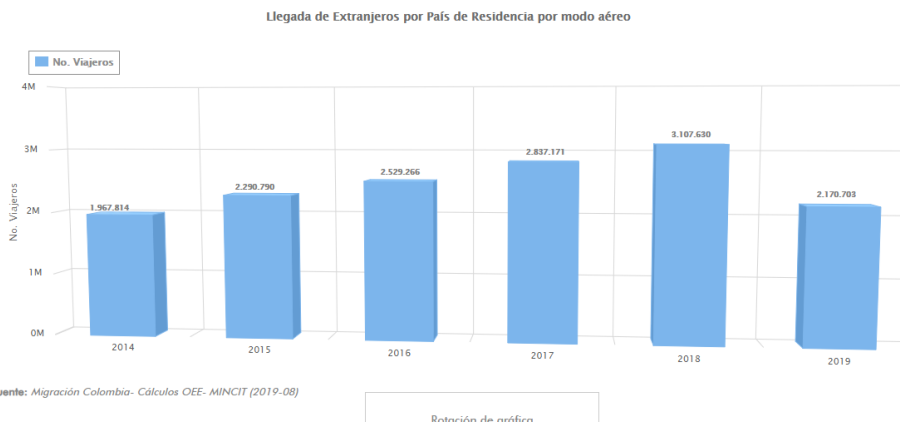
PROYECTOS HOTELEROS 2017 - 2019		
DEPARTAMENTO	NÚMERO HOTELES	NÚMERO HABITACIONES
ANTIOQUIA-CHOCÓ	22	3.322
BOGOTÁ-CUNDINAMARCA	18	2.735
CARTAGENA	16	2.846
ATLÁNTICO	6	1.004
MAGDALENA	4	451
VALLE DEL CAUCA	4	171
SANTANDER	3	404
BOYACÁ	2	204
CALDAS	2	220
CASANARE	1	128
META	1	70
NORTE DE SANTANDER	1	105
TOLIMA	1	126
TOTAL 2017 - 2019	81	11.786

Anexo 2. Proyecto Hoteleros 2017 - 2019



Fuente: DANE - Muestra Mensual de Hoteles (2019-07)

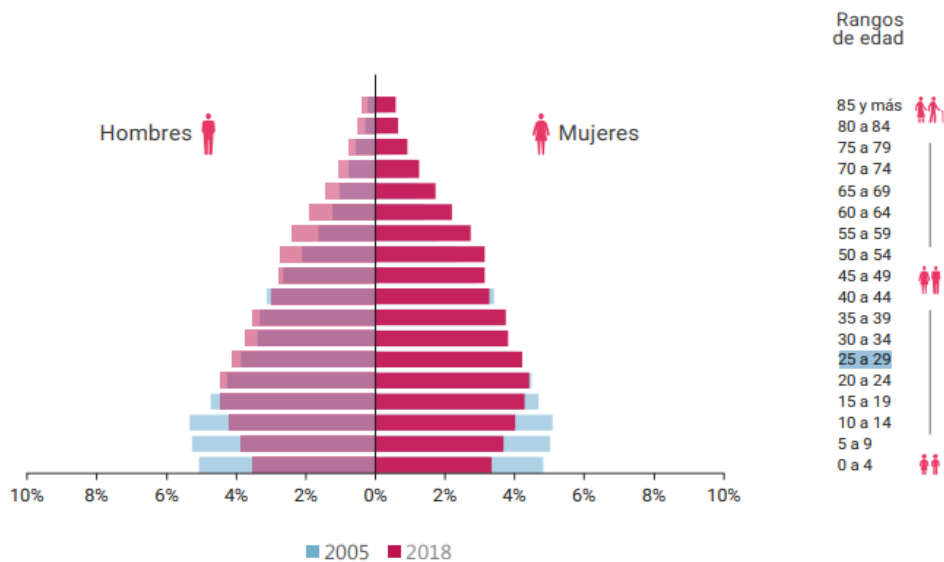
Anexo 3. Motivo de viajes de los huéspedes. DANE



Fuente: Migración Colombia - Cálculos OEE-MINCIT (2019-08)



Anexo 4. Llegada de Extranjeros por País de Residencia por modo aéreo. Migración Colombia





ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN



Anexo 5. Estructura de la población colombiana

REFERENTE	PRECIO	TARGET	INTERACCIÓN	USABILIDAD	GRÁFICA	PLATAFORMA	VALOR AGREGADO	ACTUALIZABLE	TOTAL
 GREEN GLOBE	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general amantes de los viajes turísticos ecológicos. 10	Pocas opciones que son fáciles y sencillas de manejar resaltan su utilidad y usabilidad. 9	Cuenta con más de 45.000 proveedores de alojamiento que junto con su interacción sencilla resaltan la usabilidad. 9	La gráfica combina las fotografías y colores llamativos y un alto contraste lo que la hace llamativa visualmente. 8	La aplicación funciona para dispositivos Android. 5	Muestra las habitaciones del hotel elegido mediante fotografías junto a descripciones completas, que hacen mas rapida la elección. 8	La aplicación sya no se encuentra en Play Store. 0	59
 NATURAPPS	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas que practican el senderismo. 10	Es una app rápida y muy sencilla. 9	Cuenta con mas de 150 senderos que se adaptan a las necesidades ya sea por dificultad, longitud o tipo de ruta. 8	Visualmente cuenta con colores muy sobrios pero con pocos iconos lo que la hace una app fácil de entender. 6	La aplicación funciona para dispositivos iOS y android. 10	Una vez descargadas las guías se pueden usar de forma Off line. 9	La aplicación se encuentra en actualización constante. 8	67
 COLOMBIA TRAVEL	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas que les guste todo tipo de turismo. 10	Opciones sencillas, fácil de manejar y fácil de encontrar lo que se está buscando, muy atractiva. 10	Información de actividades turísticas en lugares como: Bogotá, Cartagena de Indias, Medellín - Antioquia, Cali - Valle del Cauca, Barranquilla, San Andrés Islas, Santa Marta, Santander, Boyacá, etc. 8	Colores llamativos que generan alto contraste y visualmente es limpia sin saturación de información. 9	La aplicación funciona únicamente para dispositivos iOS. 5	El turista puede interactuar, a través de un chat, en tiempo real con personal capacitado y consultar el calendario con las principales ferias y fiestas nacionales. 8	La aplicación se encuentra en actualización constante. 8	68

REFERENTE	PRECIO	TARGET	INTERACCIÓN	USABILIDAD	GRÁFICA	PLATAFORMA	VALOR AGREGADO	ACTUALIZABLE	TOTAL
 AIRBNB	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general. 10	Opciones sencillas, fácil de manejar y fácil de encontrar lo que se está buscando. Dificulta un poco el tener que iniciar sesión en ciertas sesiones. 8	Alquiler de casas enteras y habitaciones privadas, perfectas para cualquier viaje. 8	La gráfica cuenta con colores de acuerdo a la empresa, es una gráfica amable y sencilla. Su tipografía es de un tamaño ideal. 8	La aplicación funciona para dispositivos iOS y android 10	Muestra las habitaciones recién reservadas y la valoración que le dan los huéspedes. 8	La aplicación se encuentra en actualización constante. 8	70
 TRIPADVISOR	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general amantes de los viajes. 10	Fácil de usar a través de información clara y sencilla. Algunos problemas con los enlaces. 7	Herramienta de planificación de viajes, guardar todas las ideas de hoteles, restaurantes, tours y atracciones, y consultarlas en un mapa. 8	Minimalista en cuanto a colores, iconos e información lo que la hace muy amena. 8	La aplicación funciona para dispositivos iOS y android. 10	Usa la ubicación para enviar recomendaciones útiles sobre sitios donde alojarse, restaurantes, cosas que hacer y mucho más en los alrededores. 9	La aplicación se encuentra en actualización constante. 8	70
 BOOKING	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general. 10	Información a la mano lo que facilita la búsqueda. 8	Brinda ofertas para hoteles, hostales y apartamentos. 8	Alto contraste entre colores sobrios y saturados. La diagramación y ubicación de iconos es bastante sencilla. 4	La aplicación funciona para dispositivos iOS y android. 5	Atención al cliente 24 horas, todos los días, en 40 idiomas. 8	La aplicación se encuentra en actualización constante. 8	61

REFERENTE	PRECIO	TARGET	INTERACCIÓN	USABILIDAD	GRÁFICA	PLATAFORMA	VALOR AGREGADO	ACTUALIZABLE	TOTAL
 PLANTNET	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general amantes de las plantas. 10	No es una aplicación que en su interacción sea algo intuitivo. 6	Recopilación, anotación y recuperación de imágenes para ayudar en la identificación de plantas. 8	La gráfica es basada en su mayoría con imágenes y muy limpia. 7	La aplicación funciona solamente para dispositivos Android. 5	Ofrece crear comunidad a través de la participación e un proyecto de observación para compartir conocimientos. 8	La aplicación se encuentra en actualización constante. 8	62
 AWAKE TRAVEL	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general amantes del turismo. 10	La interacción es compleja ya que no encontramos las secciones visibles en la plataforma. 4	Plataforma digital de viajes, que conecta a viajeros con comunidades locales y destinos de naturaleza, usa el turismo como una herramienta para proteger la biodiversidad. 8	Es de gráfica sencilla y de fácil uso, una fotografía principal, y los demás servicios, es muy agradable a la vista. 7	Plataforma solo para web. 5	Ofrece ser anfitrión de la plataforma para poder generar ganancias con ayudas de expertos de marketing con los que cuentan. 9	La plataforma se encuentra en actualización constante. 8	61
 TURISCO	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general amantes del turismo colombiano. 10	Secciones e información clara y concisa lo que ayuda a la interacción de la plataforma. 8	Herramienta que contiene toda la información que un turista necesita para conocer cualquier rincón de Colombia, disfrutando de su gastronomía, compras y actividades. 8	Cuenta con un diseño atractivo, dinámico e interactivo, es de gráfica sofisticada, muy bien elaborada con buenas fotografías. 9	La aplicación ya no está disponible. 0	Novedades, información y muchos temas de interés. 7	La aplicación se actualizó en 2018. 5	57
 WIKILOC	Gratuita 10	Dirigida a un grupo de personas en general amantes del senderismo. 10	Hace compleja la interacción debido a fallos en el GPS que altera las rutas. 8	Wikiloc es un sitio para descubrir y compartir rutas al aire libre a pie, en bici y de muchas otras actividades. 8	Muy sencilla y poco llamativa. Colores sobrios. 6	La aplicación funciona para dispositivos iOS y Android. 10	Mapas topográficos offline gratis de todo el mundo para usarlos sin cobertura ni datos. Ideales para cuando estás en la montaña o viajando sin conexión a Internet. 6	La aplicación se encuentra en actualización constante. 8	66
TOTAL	100	100	84	81	75	90	80	80	

Anexo 6. Cuadro aplicaciones y plataformas competidoras

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada: **Desarrollo de una aplicación móvil que promueva el ecoturismo aplicada a municipios colombianos que ofrezcan este servicio**, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Nombre Karenth Johanna Quintero Quintero
CC. 1.072.702.669

Firma



Nombre Armendy Lizeth Rodríguez Melo
CC. 1.016.094.640

Firma



Nombre Catherine Villabón Díaz
CC. 1.022.357.961