

# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

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

Diseño de un sistema de información turística para visitantes de  
playas ecuatorianas.

### **PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

#### **Licenciada en Turismo**

Presentado por:

Paulina Alejandra Flores Porras

Melissa Lilibeth López Carranza

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

## DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado en primer lugar a mi madre Mercedes Porras, quien con todo su esfuerzo me ha apoyado para cumplir mis metas y es la responsable de la mujer en la que me estoy convirtiendo y de la cual me siento muy orgullosa, a mi padre Holger Flores, quien siempre ha trabajado para apoyarme en mis estudios y quien me inculcó seguir adelante para cumplir mis propósitos. Y a todos mis amigos que logré conocer en este paso por la universidad, me apoyaron y se convirtieron en mi segunda familia, personas de las que aprendí tantas cosas que llevo en mi corazón y estoy segura me servirán para toda mi vida en cada paso, porque esto solo es un escalón más.

**Paulina Alejandra Flores Porras**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios que siempre me acompaña durante mis procesos, a ESPOL y sus docentes por compartirme sus conocimientos y hacer que la educación pública sea de calidad.

Mi más sincero agradecimiento a la disponibilidad de cada una de las personas que me acompañaron durante este proceso y me brindaron su apoyo recordándome que todo es posible.

**Paulina Alejandra Flores Porras**

## DEDICATORIA

Me complace dedicar el presente proyecto a mis padres: Delia y Francisco, por brindarme su apoyo constante a lo largo de mi vida, siempre recuerden que mis logros se deben a sus esfuerzos y enseñanzas. De la misma forma, se lo dedico a mis hermanos: Alejandro, Jonathan y Cindy, por su confianza en mí, también a mis sobrinos: Lya y Mathias quiénes son los responsables de mi alegría día a día. Por último, pero igual de importante, se lo dedico a mi mejor amiga, Betina, por siempre darme fuerzas para continuar.

**Melissa Lilibeth López Carranza**

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi más sincero agradecimiento a las personas que hicieron esto posible, primero a Dios por siempre ser una guía en el proceso, luego a mi compañera Pau, sin ella no hubiera sido posible el desarrollo del proyecto de la forma en que es ahora. De la misma manera, le agradezco al profesor Mathias por siempre estar presto a escucharnos y ayudarnos a confiar en el proceso, así mismo al profesor Luis por sus tutorías y a quiénes fueron mis profesores en la carrera de turismo, gracias por sus enseñanzas. También agradezco desde lo profundo de mi corazón y alma a mis amigos que estuvieron constantemente alentándome y ayudándome a lo largo de este camino, en especial a Betina, Selena y Sasha, gracias totales chicas por confiar en mí y siempre estar prestas a brindar su apoyo. Finalmente, le agradezco a mi familia, la cual no dudo en poner mis prioridades primero y siempre hizo lo mejor para contribuir en mi aprendizaje.

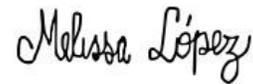
**Melissa Lilibeth López Carranza**

## DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Paulina Flores* y *Melissa López* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Paulina Flores Porras



Melissa López Carranza

## EVALUADORES

---

**Mathias Pecot**

PROFESOR DE LA MATERIA



---

**Luis Encalada**

PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

En Ecuador las fuentes de información sobre destinos marinos costeros están dispersas y no organizadas según las necesidades de información de los turistas, lo que evidencia la falta de una herramienta que responda a la demanda de información de los usuarios de playas ecuatorianas. El presente estudio pretende conocer las necesidades de información de estos turistas, lo que permitirá desarrollar un sistema que provea información en un mismo sitio de destinos marinos costeros en Ecuador. Para ello se desarrollaron entrevistas a turistas y expertos en el sector turístico, encuestas que se aplicaron a 252 visitantes de playas ecuatorianas y un taller participativo que involucró a turistas playeros, lo que permitió contar con una muestra representativa para las bases del diseño del prototipo. La investigación reveló que los visitantes de destinos marinos costeros se encontraron interesados en conocer información concreta, visual y completa de atractivos turísticos, alojamiento, alimentos y bebidas, medidas de bioseguridad, zonificación e infraestructura, condiciones climáticas y temporadas de avistamiento, e indicó que los medios más utilizados para buscar información fueron redes sociales y sitios web. El estudio revela datos importantes sobre el desarrollo de un Sistema de Información Turística para tomar la decisión de visitar una playa, la importancia de organizar la información en una base de datos y cómo diseñar el SIT para que sea atractivo a los usuarios, a partir de lo cual se recomienda establecer alianzas para el desarrollar el prototipo.

**Palabras Clave:** sistema de información, base de datos, visitantes, playa, necesidades de información.

## **ABSTRACT**

*In Ecuador, sources of information on coastal marine destinations are scattered and not organized according to the information needs of tourists, which shows the lack of a tool that responds to the demand for information from users of Ecuadorian beaches. This study aims to meet the information needs of these tourists, which will allow the development of a system that provides information on the same site of coastal marine destinations in Ecuador. For this, interviews with tourists and experts in the tourism sector were carried out, surveys that were applied to 252 visitors to Ecuadorian beaches and a participatory workshop that involved beach tourists, which allowed having a representative sample for the bases of the prototype design. The investigation revealed that visitors to coastal marine destinations were interested in knowing concrete, visual and complete information on tourist attractions, accommodation, food and beverages, biosecurity measures, zoning and infrastructure, weather conditions and viewing seasons, and indicated that the most used means to search for information were social networks and websites. The study reveals important data on the development of a Tourist Information System to make the decision to visit a beach, the importance of organizing the information in a database and how to design the TIS so that it is attractive to users, based on which is recommended to establish alliances to develop the prototype.*

**Keywords:** *information system, database, visitors, beach, information needs.*

## ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES .....	7
RESUMEN .....	I
<i>ABSTRACT</i> .....	II
ÍNDICE GENERAL .....	III
ABREVIATURAS .....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VII
ÍNDICE DE TABLAS .....	VIII
ÍNDICE DE ANEXOS .....	IX
CAPÍTULO 1 .....	1
1. Introducción .....	1
1.1 Descripción del problema .....	2
1.2 Justificación del problema .....	2
1.3 Objetivos .....	3
1.3.1 Objetivo General .....	3
1.3.2 Objetivos Específicos .....	3
1.4 Marco teórico .....	4
1.4.1 Sistemas de información turística .....	4
1.4.2 Base de datos .....	6
1.4.3 Motivación y segmentación de la demanda turística marina costera .....	7
1.4.4 Flujo de visitantes e Impactos del turismo marino costero .....	10
1.4.5 Fundamentación legal .....	11
CAPÍTULO 2 .....	16
2. METODOLOGÍA .....	16

2.1	Aplicación del Design Thinking en el estudio.....	16
2.2	Diseño de la Investigación .....	17
2.2.1	Metodologías de la Investigación .....	18
2.3	Área de estudio.....	19
2.3.1	Ubicación .....	19
2.3.2	Grupos de interés e Informantes clave.....	20
2.4	Diseño muestral.....	20
2.4.1	Definición de la Población Meta .....	20
2.4.2	Determinación del Marco muestral.....	20
2.4.3	Selección de la Técnica de Muestreo.....	20
2.4.4	Definición del Tamaño de la Muestra .....	21
2.5	Variables de estudio .....	21
2.6	Técnicas de recolección de datos.....	21
2.6.1	Entrevistas para validar el problema identificado .....	22
2.6.2	Encuestas piloto para validar formato de cuestionario .....	22
2.6.3	Encuestas para entender las necesidades de información de los turistas costeros y establecer las bases en el diseño del prototipo.....	23
2.6.4	Taller participativo para conocer el proceso de búsqueda de información al visitar un destino costero .....	23
2.7	Técnicas de análisis de datos.....	23
2.7.1	Análisis de los canvas: entender el problema a través de las entrevistas y mapa de experiencia del consumidor. ....	24
2.7.2	Estadística descriptiva para el análisis de las encuestas a turistas marinos costeros .....	24
2.8	Criterios de rigor y ética .....	24
2.8.1	Criterios de rigor.....	25

2.8.2	Criterios de ética .....	25
2.9	Validación del prototipo.....	27
2.10	Cronograma de investigación .....	27
CAPÍTULO 3.....		28
3.	ANÁLISIS Y RESULTADOS .....	28
3.1	Análisis .....	28
3.1.1	Análisis del canvas: “entender el problema a través de entrevistas” para validar el problema identificado. ....	28
3.1.2	Análisis de encuestas piloto para validar y mejorar el formato de cuestionario. ....	29
3.1.3	Análisis del taller participativo para conocer el proceso de búsqueda de información al visitar un destino playero.....	29
3.1.4	Análisis de las encuestas a través de la estadística descriptiva. ....	29
3.2	Resultados principales de la investigación .....	34
3.3	Discusión de los resultados .....	36
3.4	Proceso de diseño del prototipo .....	37
3.5	Análisis de costos .....	38
3.6	Análisis de validación de prototipo.....	40
CAPÍTULO 4.....		42
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	42
4.1	Conclusiones .....	42
4.2	Recomendaciones .....	43
BIBLIOGRAFÍA.....		44
ANEXOS.....		51

## **ABREVIATURAS**

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
SIT	Sistema de Información Turística

## ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 2.1 Proceso de Design Thinking (Elaboración propia).....	16
Ilustración 2.2 Diseño de la investigación (Elaboración propia).....	17
Ilustración 2.3 Área de estudio (Elaboración propia) .....	19
Ilustración 2.4 Criterios de rigor y ética (Elaboración propia).....	24
Ilustración 3.1 Medios de búsqueda de información (Elaboración propia).....	30
Ilustración 3.2 Información muy útil (Elaboración propia) .....	30
Ilustración 3.3 Información no útil (Elaboración propia) .....	31
Ilustración 3.4 Oferta y servicios (Elaboración propia).....	32
Ilustración 3.5 Medidas de bioseguridad (Elaboración propia).....	33
Ilustración 3.6 Infraestructura y zonificación (Elaboración propia).....	33
Ilustración 3.7 Condiciones climáticas y oceanográficas (Elaboración propia).....	34
Ilustración 3.8 Necesidades de información de los visitantes costeros (Elaboración propia).....	35
Ilustración 3.9 Medios más usados de búsqueda de información (Elaboración propia).....	35
Ilustración 3.10 Descripción de la información (Elaboración propia).....	36
Ilustración 3.11 Proceso de diseño del prototipo (Elaboración propia) .....	37

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Representantes que forman parte del Comité Local de Gestión de Playa (INEN, 2012).....	15
Tabla 2.1 Fases y herramientas (Elaboración propia) .....	17
Tabla 2.2 Variables de estudio (Elaboración propia) .....	21
Tabla 2.3 Técnicas (Elaboración propia) .....	21
Tabla 2.4 Criterios de Rigor (Noreña, Alcaraz, Rojas, & Rebolledo, 2012).....	25
Tabla 2.5 Criterios de Ética, Adaptación (Noreña, Alcaraz, Rojas, & Rebolledo, 2012) .....	26
Tabla 2.6 Cronograma (Elaboración propia).....	27
Tabla 3.1 Descripción de los gráficos de información .....	31
Tabla 3.2 Valores e información adicional (Elaboración propia) .....	38
Tabla 3.3 Presupuesto inicial (Elaboración propia).....	38
Tabla 3.4 Costos fijos anuales (Elaboración propia).....	39
Tabla 3.5 Costo variable unitario (Elaboración propia) .....	39
Tabla 3.6 Precio, margen y punto de equilibrio (Elaboración propia).....	39
Tabla 3.7 Proyección de ingreso y ganancia del primer año (Elaboración propia) ....	39
Tabla 3.8 Crecimiento de clientes potenciales por año (Elaboración propia) .....	40
Tabla 3.9 Ingresos y costos por año (Elaboración propia).....	40
Tabla 3.10 Flujo de caja (Elaboración propia) .....	40

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Canvas .....	52
ANEXO 2 Formato de cuestionario para entrevistas .....	55
ANEXO 3 Evidencias de encuestas piloto .....	55
ANEXO 4 Formato de cuestionario para encuestas .....	56
ANEXO 5 Guía del taller participativo .....	61
ANEXO 6 Mapa de experiencia del consumidor .....	61
ANEXO 7 Formato de consentimiento informado .....	63
ANEXO 8 Prototipo de papel .....	64
ANEXO 9 Diagrama de base de datos en Excel.....	65
ANEXO 10 Estructura de sistema de base de datos en Access.....	65
ANEXO 11 Prototipo S.I.T.E Beach.....	66
ANEXO 12 Guía de Grupo Focal .....	66
ANEXO 13 Transcripción del Grupo Focal .....	68
ANEXO 14 Funcionamiento del prototipo .....	73
ANEXO 15 Póster .....	78

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo marino costero como actividad sostenible debe desarrollarse sin afectar al entorno, lo que beneficia a la comunidad y a los turistas. Es por ello, que es importante conocer información sobre las necesidades que tienen los usuarios que realizan este tipo de turismo a través de: las motivaciones para visitar una playa, los diferentes segmentos de turistas marinos costeros y los servicios requeridos acorde a cada grupo. Al proveer de información sobre el estado de los destinos costeros es posible según Lucas (2017) “evitar problemáticas de saturación, daños ambientales y culturales debido a la masa de visitantes que realizan este tipo de turismo” (p. 33).

A nivel mundial se han implementado estrategias con la finalidad de conocer la situación turística de los destinos playeros. En España debido a la crisis que se vive a causa del COVID-19, la cual ha representado numerosas pérdidas en el sector turístico costero, se han llevado a cabo propuestas con la finalidad de reactivar la actividad y controlar aforos en las playas como es el desarrollo de una aplicación móvil que informa a los visitantes sobre el nivel de ocupación de las playas. Por otro lado, en La Candelaria, Colombia se han desarrollado propuestas de sistemas de información turística-cultural que actúan como responsables de proveer información tanto a turistas como a gestores y actores turísticos; además, estos sistemas promocionan atractivos junto a otra oferta turística, ayudan a la toma de decisiones de los actores turísticos y a la recolección de estadísticas y datos (Sánchez, 2015). Por lo tanto, se puede inferir que el diseño de un sistema de información turística puede servir como instrumento para proveer información importante acerca de la situación de las playas ecuatorianas y ser de utilidad para los visitantes de estos lugares.

El presente proyecto pretende infundir la preocupación por el desarrollo de un turismo sostenible en destinos marinos costeros y tiene como objeto de estudio a los turistas que realizan esta actividad con la finalidad de conocer sus necesidades de información, a través de un análisis cualitativo y cuantitativo, para posteriormente aplicarlo en el diseño de un prototipo de sistema de información turística.

## **1.1 Descripción del problema**

Los avances tecnológicos han logrado que se implementen herramientas para conocer la situación turística de los destinos playeros. En Ecuador, las modalidades existentes con información para visitantes de estos destinos se encuentran en diferentes fuentes: los periódicos que dependiendo de la temporada proveen información sobre los eventos a realizarse en los destinos de sol y playa, el MINTUR que ofrece a través de su página web en la sección de noticias algunos datos sobre los destinos marinos costeros y los GAD's municipales donde se evidencia que en sus sitios webs proporcionan información de las playas, como es el caso del GAD de Salinas que ofrece información acerca de las medidas de bioseguridad implementadas debido a la emergencia sanitaria del COVID-19 y los GAD's en Galápagos que proveen de información turística correspondiente a cada isla, siendo el único destino que en su sitio web ha dividido de forma específica la información de la oferta turística.

A pesar de que existen estas fuentes, no se encuentran organizadas de acuerdo a las necesidades de información de los turistas costeros. Por lo que, se puede evidenciar que es necesario que exista un sistema de información turístico que responda a la demanda de información de los usuarios. Al respecto, Acebo (2018) señala que en Puerto López se contaba con un Sistema de Información Turística (SIT). Sin embargo, este SIT fue suspendido por problemas en su mantenimiento.

Partiendo de esta situación surge la necesidad de diseñar el prototipo de un sistema de información turístico, que servirá para visitantes de las playas, que sea de libre acceso, para que puedan tomar una decisión responsable al momento de asistir a una playa.

## **1.2 Justificación del problema**

El turismo como actividad con fines de sostenibilidad obliga a pensar cómo satisfacer a la demanda turística y beneficiar a la comunidad del destino, es decir, cómo responder a sus necesidades y aportar en su crecimiento respectivamente. La falta de un medio que provea información concreta y visual de los destinos playeros de

Ecuador en un mismo sitio, de acuerdo a datos obtenidos en el presente estudio, ocasiona que sus visitantes se sientan frustrados y tengan problemas en el momento de su búsqueda, también trae dificultades para su toma de decisión de visita a la playa.

La necesidad de acceder a información relevante de las playas que permita conocer su situación turística debe ser considerada como una prioridad a la que se debe responder para un correcto desarrollo de la actividad. De ahí, la necesidad de crear un sistema de información turística para visitantes de playas en Ecuador, con información concreta y eficaz para ayudar en su proceso de búsqueda y en la decisión de visita del destino.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Generar un prototipo de un sistema de información turística, a través del análisis de datos cuantitativos y cualitativos de los turistas costeros, para proveer información completa y relevante sobre las playas ecuatorianas.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Entender las necesidades de información de los turistas costeros, a través del análisis de la revisión bibliográfica y de encuestas a estos, para que permita la organización de la información en una base de datos.
2. Diseñar un prototipo de un sistema de información turística, identificando las necesidades de información de los turistas costeros, para que ayude en el proceso de búsqueda y toma de decisiones de visita a la playa.
3. Validar la propuesta de un prototipo de un sistema de información para turistas costeros, mediante la retroalimentación obtenida de un grupo focal realizado a estos, para identificar la viabilidad del prototipo.

## **1.4 Marco teórico**

A continuación, se abordan temas que son esenciales para el desarrollo del proyecto, con su respectiva información recopilada en la revisión de la literatura: sistemas de información turística, base de datos, motivación y segmentación de la demanda turística marina costera, flujo de visitantes e impactos del turismo marino costero y fundamentación legal.

### **1.4.1 Sistemas de información turística**

Se puede conceptualizar a un sistema de información como un “conjunto organizado, interdependiente de subsistemas, (personas, información y procesos interorganizacionales establecidos) que, captando datos del entorno y transformándolos en información pertinente, responden a objetivos previamente establecidos” (Acebo, 2018, p. 6). De acuerdo con la International Encyclopedia of Hospitality Management:

Un sistema de información acepta datos sin procesar como entrada y luego convierte estos datos en información útil como salida. Además, los usuarios reciben instrucciones específicas a seguir para realizar una actividad. Un sistema de información admite actividades tanto a corto como a largo plazo para los usuarios de una organización. (Pizam, 2010, p. 359)

Un estudio realizado por Wang et al. (2016) menciona que: “Los sistemas pueden proveer de información valiosa a los turistas y ayudarlos a elegir los puntos de interés que más se adecuan a sus preferencias” (p. 4). En el estudio realizado por Palumbo (2015) los turistas consideran que los sistemas marcan un diferencial con los que no los tienen. En los sistemas en turismo “las recomendaciones suelen abarcar atracciones, servicios como alojamiento, transporte y comida, contenido generado por otros usuarios, rutas, tours y planificación para varios días” (Gavalas et al., 2013; Przybylski, 2018). Según Bigné et al. (2000); Cayete (2017) un sistema de información turística se puede definir como: “un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes

turísticos públicos y empresariales de un destino” (p. 8). Hay que mencionar, además que:

Resulta importante encontrar información básica del destino en cuanto a la accesibilidad del mismo, horarios de los servicios, los eventos que se van a realizar, etc. Por ello, para el turista que visita el destino por primera vez resulta esencial una cantidad importante de información, aunque sea básica, del destino. (Cayete, 2017, p. 34)

Acebo (2018) hace hincapié en que son tres las actividades básicas que deben realizar los sistemas de información turística. Primero, captar información que consiste en el proceso de recopilación de datos respecto a las motivaciones y necesidades de los turistas. Segundo, la transformación que permite procesar los datos obtenidos para que la información esté disponible. Tercero, la difusión que establece procedimientos para proveer de información a los usuarios del sistema. Finalmente, una vez realizadas estas actividades es posible tener una retroalimentación a partir de la reacción de los usuarios. En un estudio Sánchez (2015) menciona que: “los sistemas de información suelen estar concentrados y focalizados en la obtención de información de dos tipos: la oferta turística (atractivos, planta, infraestructuras) y la demanda turística (origen, nacionalidad, motivos, tipo de alojamiento, frecuencia, duración, entre otros)” (p.9).

Al respecto, los sistemas de información turística actúan como responsables de la información tanto a turistas como a gestores y actores turísticos. Según el autor, estos sistemas aúnan 1) promoción de atractivos junto a otra oferta turística; 2) toma de decisiones por parte de los actores turísticos y 3) la recolección de estadísticas y datos. (Sánchez, 2015, p. 8)

En La Candelaria, Colombia se propuso un sistema de información turístico-cultural, primero se establecieron las variables comunes a nivel teórico-conceptual a través de bases de datos, en su caso dos, uno enfocado en la oferta y otro en la demanda turística de La Candelaria (Sánchez, 2015). En Puerto López fue posible identificar que los atractivos del destino no estaban siendo aprovechados de manera correcta, por lo que se contaba con un SIT que era patrocinado por el MINTUR y el

GAD Puerto López. Sin embargo, este sistema de información fue suspendido por problemas en su mantenimiento (Acebo, 2018).

#### **1.4.2 Base de datos**

De acuerdo con Coronel et al. (2011) “las bases de datos son estructuras especializadas que permiten a sistemas computarizados guardar, manejar y recuperar datos con gran rapidez. Las bases de datos serán un componente fundamental de los sistemas con los que vaya a trabajar” (p. 5). Cobo (2007); Borja y Moreira (2019) mencionan que una base de datos “es un conjunto de datos almacenados sin redundancias innecesarias en un soporte informático y accesible simultáneamente por distintos usuarios y aplicaciones. Los datos deben de estar estructurados y almacenados de forma totalmente independiente de las aplicaciones que la utilizan” (p. 7)

Según Li, J. et al. (2018): “Los macro datos utilizados en la investigación turística se derivaron principalmente de tres fuentes de datos: usuarios (que representan aproximadamente el 47%), dispositivos (36%) y operaciones (17%)” (p. 4). Así mismo:

Estos macro datos se pueden clasificar en tres categorías por fuentes de datos. (1) Datos CGU (por usuarios): datos textuales en línea y datos fotográficos en línea proporcionados activamente por los usuarios. (2) Datos del dispositivo (por dispositivos): datos de GPS, datos de itinerancia móvil, datos de Bluetooth, datos de RFID, datos de WIFI, etc., recopilados pasivamente a través de dispositivos. (3) Datos de transacción (por operaciones): datos de búsqueda web, datos de visita a la página web, datos de reserva en línea, etc. que registran todas las operaciones en línea relacionadas con el usuario, como búsqueda, reserva y compra y visita a la página web. (p. 5)

Li, Xu, Tang y Wang (2018) afirman que “el desarrollo de la web 2.0 y las redes sociales han ofrecido una plataforma espaciosa para que los usuarios compartan sus experiencias turísticas, en términos de datos textuales (incluidas reseñas de productos y blogs) y datos fotográficos en línea” (p. 5). Ellos también mencionan que las redes

sociales gracias al desarrollo del internet ofrecen plataformas para que los turistas difundan su información.

### **1.4.3 Motivación y segmentación de la demanda turística marina costera**

Hannahgan (2002); Blackshaw y Crawford (2009) han argumentado que "la motivación consiste en todos los impulsos, fuerzas e influencias, conscientes e inconscientes, que harán que un individuo desee alcanzar ciertos objetivos. Es importante que los gerentes comprendan sus propias motivaciones y las de su personal" (p. 148). Las motivaciones de los visitantes de destinos marinos costeros se estudian con la finalidad de conocer la demanda turística y sus necesidades. Swanson y Horridge (2006); Yolal et al. (2015); Carvache-Franco et al. (2020) identifican a la motivación como un conjunto de necesidades que alienta a una persona a involucrarse en actividades turísticas, siendo un factor central en el proceso de toma de decisiones. Se considera a los estudios que son centrados en la demanda turística muy importantes para mejorar la sostenibilidad de un destino costero. "El estudio de la demanda en destinos de sol y playa aporta información importante para desarrollar productos de acuerdo a sus motivaciones, valoración y satisfacción de sus viajeros."(Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W., Villagómez Buele, C., & Arteaga Peñafiel, M., 2018, p. 11).

En el turismo marino costero se han realizado numerosos estudios con la finalidad de identificar las principales motivaciones de este tipo de turismo. Por ejemplo, el estudio realizado por Queroiz, Guerreiro y Ventura (2014) en Las Azores, Portugal demuestra que los turistas se sienten atraídos por las islas debido a sus valores naturales, avistamiento de ballenas, montañismo, buceo y otros deportes. El estudio realizado en Playas Villamil, Ecuador por Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Macas, C., & Orden, M. (2018) que trata sobre la valoración, las motivaciones y la satisfacción del turista muestra que en General Villamil Playas las principales motivaciones de los turistas al visitar este destino son "para disfrutar de la gastronomía típica", "por disfrutar el sol y la playa", "por descansar" y "por sus atractivos turísticos",

lo que evidencia la potencialidad del mismo. En un estudio similar realizado en Montañita, Ecuador se identifica que:

Además de la motivación para practicar surf, otros viajeros llegan atraídos a este lugar por sus playas. Las principales razones para venir a este destino a practicar este deporte fueron “la temperatura del agua” (63,6%) y “el tamaño del oleaje” (62,4%), seguidos de la preferencia por la ola de derecha que se produce en esta playa y el beach break. (Franco, W. C., Naranjo, M. T., & Franco, M. C., 2017, p. 11)

Por otro lado, una investigación de Manta, Ecuador por Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W., Villagómez Buele, C., & Arteaga Peñafiel, M. (2018) indica que “Los hallazgos evidencian que las principales motivaciones de los turistas son descansar, disfrutar de la playa y del sol, y disfrutar de la gastronomía típica de la zona, lo que ratifica las principales motivaciones en destinos con estas características” (p. 1). Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B. (2020) muestran que, en Salinas, Ecuador existen dos factores de motivación de empuje, "escape y novedad" relacionada con tomar un descanso, escapar de la vida cotidiana y experimentar novedades, y "conocimiento y experiencia" relacionado con aprender algo nuevo; y dos factores de motivación de atracción, "marino activo" relacionado con los deportes marinos y la aventura, y "marino estático", asociado con el caminar y disfrute de la playa. Además, se menciona que “En un destino marino, los turistas pueden sentirse atraídos por motivaciones tanto activas como estáticas. Algunos pueden disfrutar practicando deportes y experimentar la aventura (activo), mientras que otros pueden preferir el aire fresco, caminar y recrearse en hermosas playas (estático). ” (Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B., 2020, p. 8). Según Jafari (2016) afirma que:

La segmentación es uno de los dominios del marketing estratégico. Hacer coincidir las capacidades de un productor o proveedor de servicios con las necesidades del cliente se facilita en gran medida mediante la especialización y la operación selectiva en uno o más segmentos del mercado. (p. 834)

Conocer las motivaciones de los visitantes playeros ayuda a establecer distintos segmentos de turistas que realizan esta actividad. Un estudio realizado en Salinas, Ecuador muestra que existen seis factores motivacionales: "Experiencia costera auténtica", "Patrimonio y naturaleza", "Aprendizaje", "Novedad e interacción social", "Actividades físicas" y "Sol y playa". Así mismo, dos segmentos de visitantes: Amantes de la playa y Múltiples motivos costeros. (Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B., 2020). Otra investigación de Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., & Hernández-Lara, A. B. (2020) determina que en Galápagos son seis los factores motivacionales: aprendizaje, herencia y naturaleza, sol y playa, deportes, auténtica experiencia costera, novedad, e interacción social; y dos segmentos de visitantes: "Motivos múltiples" formados por turistas motivados por sol y playa, y "Eco-costero" turistas que tienen una gran motivación para experimentar la vida marina y parques nacionales. Los resultados en Galápagos, Ecuador tienen conclusiones similares con el estudio de Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., Hernández-Lara, A. B., & Buele, C. V. (2020) que se llevó a cabo en Manta, Ecuador donde se evidencia que existen tres dimensiones motivacionales en el destino: ecoturismo y gastronomía, sol y playa y entretenimiento y relajación. La evidencia empírica también muestra que hay tres grupos de turistas: "Amantes de la playa", que tienen grandes motivaciones por el descanso, por el sol y la playa, "Eco-costeros", que tienen altas motivaciones para descansar, disfrutar del sol y la playa, gastronomía local y atractivos turísticos, y "Múltiples motivos", que tienen altas motivaciones en todas las dimensiones motivacionales. Finalmente, Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B. (2019) con sus estudios en Montañita, Ecuador determinan que existen tres dimensiones motivacionales: "Deportes acuáticos y visitas sociales", "Ecoturismo" y "El sol y Playa". Además, se encontraron cuatro conglomerados en este destino: "Turistas Eco-costeros" que son motivados por el sol, la playa y el contacto con la naturaleza, "Turistas Indiferentes" con puntuaciones bajas en casi todas las motivaciones y que no se relacionan con ninguna de las tres dimensiones motivacionales, "Turistas de Deportes Acuáticos" que visitan el destino principalmente motivados por el surf, el sol y playa, y descanso y relajación, y "Turistas de Sol y Playa" que están motivados principalmente por las vacaciones, y sol y playa.

#### **1.4.4 Flujo de visitantes e Impactos del turismo marino costero**

Para comprender a que se hace referencia al hablar sobre el flujo de visitantes es necesario comprender: ¿qué es un visitante?, ¿qué es flujo?, ¿qué es flujo de turistas? y ¿qué es flujo turístico? De acuerdo con Jafari (2016) “visitante abarca tanto a los turistas como a los visitantes del día (también llamados excursionistas). El término se refiere a una persona que ha abandonado temporalmente su entorno habitual para pasar menos de un año en un destino” (p.1008). Según Chua et al. (2016) afirma que:

Flujo se refiere comúnmente al movimiento colectivo de personas u otros conceptos abstractos como energía, material e información, desde un lugar en particular hasta otro. El análisis de flujo se realiza convencionalmente para estudiar dinámica y comprender cómo el entorno influye la forma en que se mueve la gente. (p.1)

García (2014) define al flujo de turista como “el recorrido más habitual transitado por el conjunto de turistas en un destino turístico” (p.9). Además, menciona que flujo turístico es “el resultado cuantificado del desplazamiento temporal y motivado de viajeros, que, desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos”. En su estudio realizado en Málaga sobre el flujo de turistas, ha sido posible identificar los puntos de interés turístico y los bienes turísticos que necesitan ser reforzados para ser más conocidos y ayudar a impulsar, aún más, la imagen de la Capital. Mou et al. (2020) en su investigación indica que “los patrones espaciales de los flujos turísticos representan el movimiento de turistas y muestran diferencias en los recursos turísticos dando consejos para promover un desarrollo turístico equilibrado y sostenible” (p. 1). Ellos en su estudio hacen uso de la huella digital de los turistas, como una novedosa forma de recopilar datos sobre flujos turísticos. Acorde con Mou, Zheng, Makkonen, Yang, Tang y Song (2020) los flujos turísticos se ven influenciados por la distancia y la popularidad de las atracciones, lo que genera un patrón de flujo identificable. El siguiente punto trata sobre los impactos del turismo costero, por lo que es importante conceptualizar el turismo de playa. Jafari (2016) define que:

El turismo de playa es un producto de la modernidad occidental que incluye una amplia gama de prácticas de ocio asociados a la costa que contribuyen a la

economía. Estas prácticas están moldeadas por influencias tanto transnacionales como locales y son dinámicas y fluidas. La mayoría de los estudios sobre turismo de playa abordan su marketing, crecimiento económico y prácticas sostenibles. (p. 89)

En un estudio del Mar Mediterráneo es posible identificar que los ecosistemas costeros se ven sometidos a una presión creciente por los daños y la contaminación provocados por la afluencia masiva de visitantes, lo que está amenazando a los recursos ambientales del destino costero e impidiendo su desarrollo sostenible (Tovar-Sánchez et al., 2019). En una investigación similar realizada en Ayangue por Guerrero (2018) se obtuvo como resultado que:

El exceso de turistas genera impactos negativos sobre los recursos y sobre la experiencia de otros visitantes; la degradación de la calidad ambiental y la contaminación por la proliferación de basura, son elementos claves que demuestran la necesidad de proponer estrategias de colaboración que permitan un uso adecuado, manejando la distribución de los visitantes en el espacio costero. (p. 3)

Finalmente, Guerrero (2018) comenta que “Los impactos causados por el exceso de los visitantes, no son monitoreados, el turismo es intenso y no se controla sobre la degradación de la calidad ambiental” (p. 7).

#### **1.4.5 Fundamentación legal**

A continuación, se detallan los artículos correspondientes a los documentos legales que son necesarios conocer para el desarrollo del proyecto. La Ley Orgánica de Educación Superior que permite saber los derechos como investigadores dentro del proceso de desarrollo del proyecto; el Reglamento de propiedad intelectual de ESPOL que menciona cuáles son sus derechos como institución donde se desarrolla el proyecto; la Ley de Turismo que hace hincapié en las normas de planificación para el desarrollo de la actividad y el Instituto Ecuatoriano de Normalización- Norma Técnica Ecuatoriana que detalla cómo se conforma el comité encargado de la gestión de playas.

- **Ley Orgánica de Educación Superior**

**Artículo 148.-** “...Los profesores o profesoras e investigadores o investigadoras que hayan intervenido en una investigación tendrán derecho a participar, individual o colectivamente, de los beneficios que obtenga la institución del Sistema de Educación Superior por la explotación o cesión de derechos sobre las invenciones realizadas en el marco de lo establecido en esta Ley y la de Propiedad Intelectual. Igual derecho y obligaciones tendrán si participan en consultorías u otros servicios externos remunerados. Las modalidades y cuantía de la participación serán establecidas por cada institución del Sistema de Educación Superior de conformidad a las disposiciones establecidas en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y en ejercicio de su autonomía responsable.”

**Artículo 86.-** define que: “...los derechos de propiedad intelectual constituyen una excepción al dominio público para incentivar el desarrollo tecnológico, científico y artístico...”

- **Reglamento de propiedad intelectual de ESPOL**

**Artículo. 3. -Principios Básicos.** - “La Propiedad Intelectual se registrará dentro de la ESPOL conforme los siguientes principios básicos:

**Formalidad:** La ESPOL mantendrá siempre la necesaria formalidad respecto de su Propiedad Intelectual o la de terceros, realizando directamente registros o firmando contratos, o exigiendo de terceros la presentación de certificados de registro o de contratos firmados, según sea el caso.

**Responsabilidad:** La ESPOL tendrá el cuidado necesario para evitar el uso de Propiedad Intelectual ajena sin la debida autorización, salvo excepciones legales. De la misma forma exigirá de los funcionarios, colaboradores y estudiantes el mismo cuidado. **Confidencialidad:** Los funcionarios, colaboradores y estudiantes de la ESPOL, que en razón de sus funciones o de sus obligaciones contractuales o de colaboración, accedan a información no divulgada o a secretos comerciales e industriales atribuibles a la ESPOL o a instituciones con las que la ESPOL tenga acuerdos de no divulgación, están obligados a abstenerse de divulgarlos o utilizarlos

para intereses o fines diferentes a los establecidos por ESPOL. Las autoridades de ESPOL considerarán lo contrario como un acto de violación de derechos de propiedad intelectual y ejercerán las acciones legales pertinentes. Para asegurar el cumplimiento de lo aquí establecido la ESPOL firmará acuerdos de confidencialidad con quienes sea necesario, y además podrá registrar sus procesos internos y bases de datos vía depósito notarial y notificación al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) o autoridad equivalente...”

**Artículo 9.- Normas generales.** - Previo a divulgar proyectos de investigación realizados por la ESPOL que pudiesen ser comercializados o patentados, deberá realizarse un Análisis de Propiedad Intelectual que identifique potenciales activos de Propiedad Intelectual y señale la mejor forma de protegerlos en beneficio de la ESPOL. Este análisis será realizado por el i3Lab, o quien la mismo designe, con el apoyo de la unidad pertinente, y de ser necesario, el área jurídica de la institución.

**Artículo 10.- Objeto de la protección.** -Los derechos de autor comprenden los derechos morales y los derechos patrimoniales. Estos derechos protegen todo tipo de obras sin consideración del género, mérito, finalidad, destino o modo de expresión. En atención al principio de formalidad establecido en el presente reglamento, la ESPOL solicitará el registro de todas las obras que tenga en titularidad.

**Artículo 11.- Titularidad de Derechos Patrimoniales.** - La ESPOL será la titular exclusiva de la totalidad de los derechos patrimoniales o de explotación de las obras desarrolladas por funcionarios, colaboradores y estudiantes de la ESPOL cuando éstas se realicen en el marco de la relación existente y en el ejercicio de las funciones que le hayan sido asignadas, todo lo cual deberá ser establecido claramente en los contratos respectivos, y sin perjuicio de lo cual la ESPOL podrá conceder licencias gratuitas u onerosas según corresponda a favor de las antedichas personas

**Artículo 13.- Transferencia y Valoración de Propiedad Intelectual de la ESPOL.** - Cualquier activo de Propiedad Intelectual de la ESPOL podrá ser transferido o a terceros, previa autorización expresa y escrita del rector de la institución respecto

de las condiciones de la transferencia. De la misma forma cualquier activo de Propiedad Intelectual de la ESPOL podrá ser materia de valoración, previa autorización expresa y escrita del rector de la institución. Las valoraciones serán realizadas por parte de profesionales que cubran las áreas financieras, de mercado y jurídicas, teniendo como referencia el Manual de la Metodología de Valoración de Activos Intangibles de Propiedad Intelectual, aprobado mediante resolución No.095-2014-DE-IEPI del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, publicado en el Registro Oficial No.277 del 27 de febrero del 2015.

**Artículo 15.- Titularidad.** -La ESPOL reconocerá la calidad de inventor a la persona natural que corresponda, sin embargo, la ESPOL será titular de las patentes de invención o de modelo de utilidad resultantes de inventos generadas por los funcionarios colaboradores y estudiantes, en los siguientes casos:

- a) Totalmente, cuando éstas se realicen en el marco de la relación existente y en el ejercicio de las funciones que le hayan sido asignadas o delegadas al inventor; y,
- b) Totalmente, cuando éstas sean producto de un contrato por obra o por encargo. En los demás casos se estará a lo que disponga el contrato respectivo suscrito con el inventor.

- **Ley de Turismo**

**Art. 17.-** El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

- **Reglamento General a la Ley de turismo**

**Art. 6.- De la planificación.** - Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referenciales para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de

competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales.

- **Instituto Ecuatoriano de Normalización- Norma Técnica Ecuatoriana**

“A.1.2.1 El Comité debe estar integrado por lo menos de 6 representantes para el caso de playas urbanas y rurales, y al menos de 5 representantes para el caso de playas deshabitadas. En la tabla 1.1 se indican los representantes de las instituciones que deben formar parte del Comité Local de Gestión de Playa.”

**Tabla 1.1 Representantes que forman parte del Comité Local de Gestión de Playa** (INEN, 2012).

<b>Representantes Gobierno Local</b>	<b>Urbana</b>	<b>Rural</b>	<b>Deshabitada</b>
Gobierno Provincial/ Municipal/ Junta Parroquial	Obligatorio		Obligatorio uno de los dos
Comuna		Obligatorio	
Ministerio del Ambiente	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

# CAPÍTULO 2

## 2. METODOLOGÍA

### 2.1 Aplicación del Design Thinking en el estudio

El pensamiento de diseño es un proceso utilizado para encontrar soluciones a problemas utilizando elementos centrales y habilidades de juego: empatía, reflexión, creación y experimentación para colaborar, crear y construir sobre los hallazgos (Black et al., 2019). A continuación, en el gráfico 2.1 se visualiza el proceso de *Design Thinking* aplicado al estudio y en la tabla 2.1 se detallan las fases y herramientas que se implementaron durante el proceso de investigación:



Ilustración 2.1 Proceso de Design Thinking (Elaboración propia)

**Tabla 2.1 Fases y herramientas** (Elaboración propia)

Fases	Herramientas
Descubrir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canvas (<b>Anexo 1</b>)</li> <li>• Entrevistas (<b>Anexo 2</b>)</li> <li>• Búsquedas de literatura</li> </ul>
Analizar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de texto</li> <li>• Análisis de contenido</li> </ul>
Diseñar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas (<b>Anexo 4</b>)</li> <li>• Mapa de experiencia del consumidor (<b>Anexo 6</b>)</li> </ul>
Prototipar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prototipo de papel (<b>Anexo 8</b>)</li> <li>• Diagrama de base de datos en Excel (<b>Anexo 9</b>)</li> <li>• Estructura de sistema de base de datos en Access (<b>Anexo 10</b>)</li> </ul>
Implementar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo focal (<b>Anexo 12 y Anexo 13</b>)</li> </ul>

## 2.2 Diseño de la Investigación

Malhotra (2008) definió al diseño de la investigación como una estructura o plano que estable las bases para llevar a cabo el proyecto de investigación, asegurando su realización eficaz y eficiente con la finalidad de resolver el problema. Este proyecto se desarrolló bajo un enfoque mixto, puesto que el diseño de la investigación fue exploratorio y descriptivo. Véase adjunto el gráfico 2.2.



**Ilustración 2.2 Diseño de la investigación** (Elaboración propia)

El presente capítulo partió desde un estudio exploratorio, debido a que “nos permite aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuye con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular” (Gallego, 2020, p. 35). Se planteó el uso de métodos cuantitativos y cualitativos con la ayuda de diferentes herramientas que contribuyeron a la obtención de datos y su respectivo análisis con la finalidad de responder a los objetivos previamente establecidos.

### **2.2.1 Metodologías de la Investigación**

#### **Investigación cualitativa para validar el problema identificado**

La enciclopedia de métodos de investigación cualitativa indicó que: “este tipo de investigación está diseñada para explorar los elementos humanos de un tema dado, donde se utilizan métodos específicos para examinar cómo las personas ven y experimentan el mundo” (Given, 2008, p. 706). En el caso de este proyecto ayudó a identificar cómo las personas experimentan el turismo marino costero.

Por medio de la investigación exploratoria, se llevó a cabo la investigación cualitativa pertinente a la investigación en general para poder proporcionar datos que ayuden a validar el problema presentado. Se realizaron entrevistas a profundidad con profesionales en turismo y con turistas de destinos costeros (**Anexo 2**); por medio del método directo, ya que los participantes de las entrevistas estaban 100% conscientes y enterados del tema a tratar.

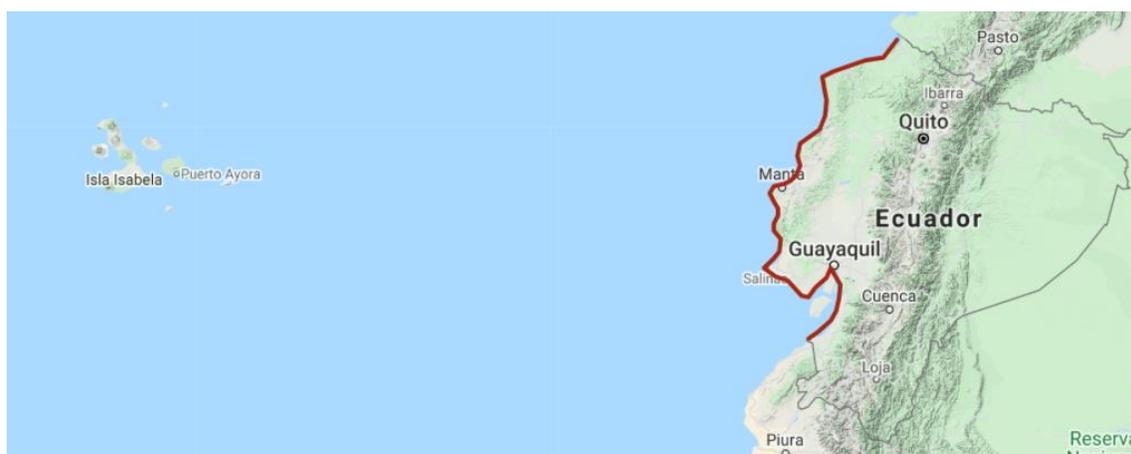
#### **Investigación cuantitativa para conocer las necesidades de información de los turistas costeros**

La enciclopedia de diseño de investigación mencionó que: “los estudios de investigación cuantitativa producen resultados que pueden usarse para describir o notar cambios numéricos en las características mensurables de una población de interés; generalizar a otras situaciones similares; proporcionar explicaciones de predicciones; y explicar las relaciones causales” (Salkind, 2010, p. 1166). La investigación exploratoria cuantitativa permitió conocer el grado de interés de los

usuarios clave, a través de las encuestas piloto para validar el formato del cuestionario usado en la recolección de información. La investigación descriptiva cuantitativa por medio de encuestas permitió conocer las necesidades de información de los clientes.

## 2.3 Área de estudio

### 2.3.1 Ubicación



**Ilustración 2.3 Área de estudio** (Elaboración propia)

Ecuador es un país que tiene cuatro regiones: la región sierra o interandina, costa o litoral, amazónica e insular. Estas regiones se caracterizan por su variedad de atractivos culturales y naturales. En la región costera es posible apreciar hermosas playas que son la razón para el desarrollo del turismo costero. Perrone, Cajiao y Burgos (2009) indicaron que “En Ecuador, el borde costero –zona que colinda con el mar– tiene una longitud de 2.860 km, considerando el contorno conformado por ensenadas, bahías, golfo de Guayaquil, cabos, penínsulas, entre otros accidentes geográficos del perfil” (p. 21). Véase el gráfico 2.3.

Actualmente, los destinos marinos costeros en Ecuador se ven afectados debido a la problemática del Covid-19; razón por la cual las provincias con balnearios han implementado medidas de bioseguridad en las zonas de playa. Además, no existe acceso a todas las playas, son pocas las que están autorizadas para abrir dependiendo de la temporalidad y factores externos.

### **2.3.2 Grupos de interés e Informantes clave**

En este estudio los grupos de interés e informantes clave fueron los visitantes de playas ecuatorianas, que cumplieron con las características acorde al mercado identificado.

## **2.4 Diseño muestral**

### **2.4.1 Definición de la Población Meta**

**Elemento:** Visitantes de destinos marinos costeros

Todos los individuos que se encuentran en esta definición de elemento reunieron las características para el tema de investigación, en el cual fue posible realizar inferencias de acuerdo a los resultados obtenidos en este estudio.

### **2.4.2 Determinación del Marco muestral**

Visitantes de las playas ecuatorianas.

### **2.4.3 Selección de la Técnica de Muestreo**

El muestreo no probabilístico por conveniencia es aquel en el que se seleccionan las unidades muestrales de acuerdo a la conformidad o accesibilidad del investigador; se puede usar para obtener información de la población, de manera rápida y económica. La unidad o elemento de muestreo se selecciona con base a su disponibilidad (Tamayo, 2015).

Para el presente trabajo se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia porque este permitió tener gran facilidad operativa, ser de bajo costo y de selección sin criterio estadístico considerando a personas que visitaron las playas del Ecuador, porque fueron las que brindaron información acertada y con mejor criterio.

#### 2.4.4 Definición del Tamaño de la Muestra

Ya que el tamaño de muestra para el método por conveniencia depende del investigador, se trabajó con una muestra de personas que fuera la más representativa posible con respecto a la población de estudio. No existió una fórmula específica para este método de muestreo que facilite la selección de la muestra, ya que se escogió a las personas que se consideró poseen la información necesaria para el cumplimiento de las necesidades de información. Para acceder a este grupo de estudio se seleccionaron personas de distintas edades que se conoce visitan destinos marinos costeros en Ecuador.

#### 2.5 Variables de estudio

**Tabla 2.2 Variables de estudio** (Elaboración propia)

Denominación	Edad	Género	Motivaciones de los turistas costeros	Necesidades de información	Canales para buscar información
Tipo	Independiente	Independiente	Dependiente	Dependiente	Dependiente
Naturaleza	Cuantitativa	Cualitativa	Cualitativa	Cualitativa	Cualitativa
Unidad de medida	Años	%			
Instrumento	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario
Dimensión	Biológica	Biológica	Social	Social	Social

#### 2.6 Técnicas de recolección de datos

**Tabla 2.3 Técnicas** (Elaboración propia)

Técnicas	Herramientas
Entrevistas	Cuestionario
Encuestas piloto	Cuestionario
Encuestas	Cuestionario
Taller participativo	Canva de mapa de experiencia del consumidor

Las técnicas de recolección de datos usadas en la presente investigación fueron las que se observan en la tabla 2.3, las mismas que se detallan a continuación.

### **2.6.1 Entrevistas para validar el problema identificado**

Se realizaron entrevistas semiestructuradas, según Folgueiras (2016) en este tipo de entrevistas se decide con anterioridad que información se requiere y se elaboran preguntas de forma abierta, lo que permite recoger mayor información que con la entrevista estructurada. El entrevistador debe tener una actitud tolerante a las respuestas que el entrevistado proporcione y puede incorporar nuevas preguntas a partir de las respuestas dadas.

En el presente proyecto con la finalidad de validar el problema previamente identificado se llevaron a cabo entrevistas a un total de diez personas. Para seleccionar a las personas que fueron parte de estas entrevistas se tomó en cuenta que sean visitantes de destinos costeros, razón por la que fueron aplicadas a profesionales del sector turístico y visitantes de las playas del litoral ecuatoriano por ser personas que respondían a las necesidades de información. Para este proceso como instrumento se elaboró un cuestionario con cinco preguntas (**Anexo 2**) y se utilizó una plataforma para realizar las respectivas entrevistas por videollamada donde fue posible grabar el proceso.

### **2.6.2 Encuestas piloto para validar formato de cuestionario**

Malhotra (2008) mencionó que las encuestas piloto “son encuestas que tienden a ser menos estructuradas que las encuestas a gran escala, ya que por lo general contienen más preguntas abiertas y el tamaño de la muestra es mucho menor” (p. 42)

Con la intención de conocer si las preguntas planteadas en el cuestionario servirían para la correcta recolección de datos, se levantó información a un total de seis personas para validar el formato. Los encuestados respondieron al cuestionario y aportaron con sugerencias y dudas a través de videollamadas en la plataforma Zoom (**Anexo 3**); de esta manera se realizaron las respectivas correcciones previas al lanzamiento del cuestionario final.

### **2.6.3 Encuestas para entender las necesidades de información de los turistas costeros y establecer las bases en el diseño del prototipo**

Rodríguez-Jaume (2020) indicó que: “la encuesta es la técnica de recogida de datos más identificada con el quehacer sociológico (...) Las encuestas en entornos virtuales tienen hoy una importante presencia en la investigación social” (p. 164). “Su objetivo es obtener información relativa a las características predominantes de una población mediante la aplicación de procesos de interrogación y registro de datos” (Espinosa, 2016, p. 171)

Con el fin de cumplir con los objetivos específicos uno y dos del proyecto, que buscaron identificar las necesidades de información de los turistas costeros y diseñar el prototipo de un sistema de información turístico, se aplicaron encuestas a visitantes que tienen como preferencia destinos de playa en Ecuador. Se elaboró un cuestionario compuesto de quince preguntas (**Anexo 4**), puesto que fue el instrumento que facilitaba la recolección de información de una muestra de la población previamente seleccionada. Las encuestas fueron realizadas de manera online, ya que las circunstancias que atravesamos actualmente no facilitaban el levantamiento de información de manera presencial.

### **2.6.4 Taller participativo para conocer el proceso de búsqueda de información al visitar un destino costero**

Para elaborar el diseño del prototipo se realizó un taller participativo con la ayuda de una guía (**Anexo 5**) donde los usuarios completaron el mapa de experiencia del consumidor (**Anexo 6**) en base a su experiencia al momento de buscar información al visitar un destino costero. Esto ayudó a reconocer ideas para mejorar el proceso de diseño.

## **2.7 Técnicas de análisis de datos**

Las técnicas de análisis de datos utilizadas en el presente estudio fueron las que se detallan seguidamente.

### **2.7.1 Análisis de los canvas: entender el problema a través de las entrevistas y mapa de experiencia del consumidor.**

Para este proyecto fue necesario analizar los datos obtenidos por medio de las entrevistas para validar el problema identificado. Además, se analizó a través del mapa de experiencia del consumidor la información obtenida en el taller participativo, puesto que de esta forma se concretaron las bases necesarias para el diseño del prototipo de SIT.

### **2.7.2 Estadística descriptiva para el análisis de las encuestas a turistas marinos costeros**

Rendón, Villacís y Miranda (2016) afirmaron que “la estadística descriptiva es la rama de la estadística que formula recomendaciones de cómo resumir, de forma clara y sencilla, los datos de una investigación en cuadros, tablas, figuras o gráficos” (p. 398)

Este tipo de estadística se empleó con la finalidad de analizar los datos obtenidos de las encuestas, a través de herramientas visuales para una mayor comprensión de las variables determinadas.

## **2.8 Criterios de rigor y ética**

Los criterios de rigor y ética para el estudio fueron los siguientes, véase el gráfico 2.4.



**Ilustración 2.4 Criterios de rigor y ética** (Elaboración propia)

### 2.8.1 Criterios de rigor

El rigor es un concepto transversal en el desarrollo de un proyecto de investigación y permite valorar la aplicación escrupulosa y científica de los métodos de investigación, y de las técnicas de análisis para la obtención y el procesamiento de los datos. (Noreña et al., 2012, p. 265). Véase la tabla 2.4 que muestra las características de los criterios de rigor utilizados en el estudio.

**Tabla 2.4 Criterios de Rigor** (Noreña, Alcaraz, Rojas, & Rebolledo, 2012)

<b>Criterios</b>	<b>Características del criterio</b>
Neutralidad	Los resultados de la investigación deben garantizar la veracidad de las descripciones realizadas por los participantes.
Transferibilidad	Los resultados derivados de la investigación cualitativa no son generalizables sino transferibles

#### **-Neutralidad**

La neutralidad en el proyecto sirvió para controlar los posibles juicios ante las respuestas otorgadas durante el proceso investigativo, para que exista una garantía de que los resultados de la investigación no están sesgados por motivaciones, intereses y perspectivas del investigador.

#### **-Transferibilidad**

La transferibilidad en el estudio ayudó para que los resultados derivados de la investigación cualitativa no sean generalizables, sino transferibles de acuerdo con el contexto en el que se aplique; por medio de una descripción exhaustiva de las características del contexto y de los sujetos participantes.

### 2.8.2 Criterios de ética

Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012) indicaron que “la ética cualitativa busca el acercamiento a la realidad del ser humano de manera holística y con mínima

intrusión, otorgando libertad a los participantes y considerándolos sujetos, no objetos de estudio” (p. 269). Obsérvese la tabla 2.5 que detalla las características de los criterios de ética usados en la presente investigación.

**Tabla 2.5 Criterios de Ética**, Adaptación (Noreña, Alcaraz, Rojas, & Rebolledo, 2012)

<b>Criterios</b>	<b>Características del criterio</b>
Confidencialidad	Asegurar la protección de la identidad de las personas que participan como informantes de la investigación.
Responsabilidad	Garantizar el cumplimiento de los acuerdos implícitos o explícitos en el desarrollo del proyecto.
Consentimiento informado	Los participantes deben estar de acuerdo con ser informantes y conocer sus derechos y responsabilidades.

### **-Confidencialidad**

La confidencialidad durante este proceso de investigación se refirió al anonimato en la identidad de los participantes en el estudio y a la privacidad de la información obtenida de los mismos; se buscó garantizar que el acceso de la información es solo para las personas autorizadas en el proyecto.

### **-Responsabilidad**

En el proceso del desarrollo de este proyecto la responsabilidad jugó un papel importante, para garantizar el desempeño correcto de los responsables en las acciones que se llevaron a cabo y en el bienestar de todos los involucrados.

### **-Consentimiento Informado**

El uso del consentimiento informado consistió en que las personas competentes del estudio recibieron información suficiente y comprensible para participar voluntariamente durante el proceso de investigación. **(Anexo 7)**

## 2.9 Validación del prototipo

### -Grupo Focal

Kamberelis y Dimitriadis (2013) mencionaron que “los grupos focales ofrecen un método fructífero para "pensar a través de" la investigación cualitativa. Básicamente, los grupos focales son conversaciones colectivas o entrevistas grupales y se han utilizado para una amplia gama de propósitos durante el siglo pasado” (p. 1)

Se escogió el grupo focal como técnica para validar el prototipo S.I.T.E Beach que significa: Sistema de Información Turística de Ecuador sobre playas, ya que el desenvolvimiento colectivo es mejor que uno individual; puesto que, comparten sus opiniones y proporcionan mayor información conforme fluyen sus ideas.

Se realizó un grupo focal que duró aproximadamente 45 minutos, en el que participaron cinco integrantes que atravesaron un filtro para su selección. El filtro de selección consistió en escoger personas que visiten destinos playeros. A demás se contó con una guía para el correcto levantamiento de información (**Anexo 12**).

## 2.10 Cronograma de investigación

**Tabla 2.6 Cronograma** (Elaboración propia)

<b>Cronograma de Investigación</b>					
<b>Actividades</b>	<b>Semanas</b>				
	<b>15-21 nov</b>	<b>22-28 nov</b>	<b>29 nov- 05 dic</b>	<b>06- 12 dic</b>	<b>13- 20 dic</b>
Búsqueda de técnicas para recolección de datos y análisis de datos					
Elaboración y revisión de instrumento para recolección de datos					
Corrección de formatos y aplicación de encuestas a turistas costeros					
Análisis de datos recolectados					

# CAPÍTULO 3

## 3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo. Además, se responde a cada uno de los objetivos del estudio y se realiza el respectivo análisis financiero para conocer la viabilidad del prototipo.

### 3.1 Análisis

A continuación, se muestra el análisis realizado en cada levantamiento de información, previamente explicado en la parte de metodología.

#### **3.1.1 Análisis del canvas: “entender el problema a través de entrevistas” para validar el problema identificado.**

En el análisis de las entrevistas realizadas a visitantes de destinos playeros para validar el problema, se demostró que existe información acerca de los destinos marinos costeros, pero se encuentra dispersa y no está actualizada; también, uno de los entrevistados mencionó que: “en la página del ministerio de turismo existe cierta información”.

Por otro lado, los entrevistados mencionaron que no existe una herramienta que les permita conocer el estado de los destinos costeros en Ecuador y además indicaron que analizar el flujo de turistas de las playas puede servir para la toma de decisiones. Finalmente, ellos comentaron que estarían dispuestos a proveer información en su visita a la playa y que sería importante que todas las personas que visiten destinos playeros se encuentren predispuestos a brindar información.

### **3.1.2 Análisis de encuestas piloto para validar y mejorar el formato de cuestionario.**

A través del análisis de las encuestas piloto se identificaron las dudas de los encuestados con respecto a la formulación de preguntas entre las que se encontraron: significado de aforo, baterías sanitarias y zonificación, lo que permitió la adecuación del cuestionario para un mejor entendimiento y correcto levantamiento de información que ayudó en el cumplimiento de los objetivos uno y dos del proyecto que correspondieron a entender las necesidades de información de los turistas costeros y diseñar un prototipo de un sistema de información turística respectivamente.

### **3.1.3 Análisis del taller participativo para conocer el proceso de búsqueda de información al visitar un destino playero.**

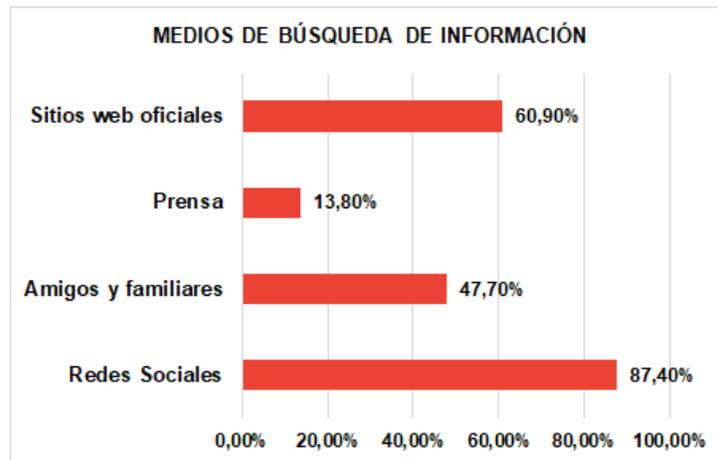
Con la ayuda del mapa de experiencia del consumidor, el cual se aplicó a través de un taller a visitantes de destinos playeros, se identificó que los medios en los que ellos buscan información para visitar estos destinos son: redes sociales, páginas web, Google y Google Maps.

Además, los participantes mencionaron que se sienten inconformes al momento de buscar y no encontrar información concreta de los destinos como: imágenes del lugar y precios de los establecimientos de alojamiento.

Finalmente, fue posible identificar datos que ellos suelen buscar antes de viajar a la playa como: información sobre el clima, restaurantes, hoteles y sitios turísticos, lo que ayudó en el proceso de diseño del sistema de información respondiendo al objetivo dos del estudio.

### **3.1.4 Análisis de las encuestas a través de la estadística descriptiva.**

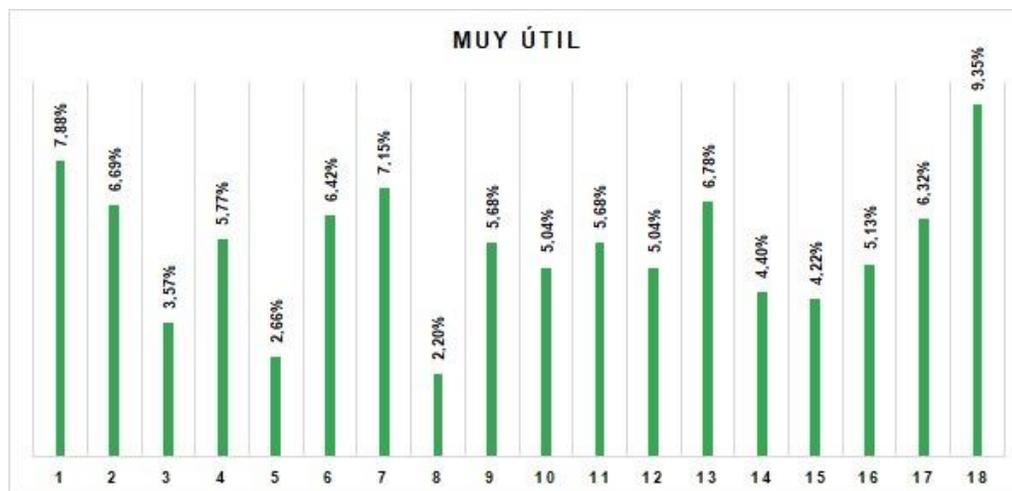
A partir de una muestra de 252 visitantes de playas ecuatorianas, se analizaron los resultados obtenidos del estudio con la finalidad de conocer *¿Cuáles son los medios en los que usted busca información de destinos playeros?* A continuación, mírese en el gráfico 3.1:



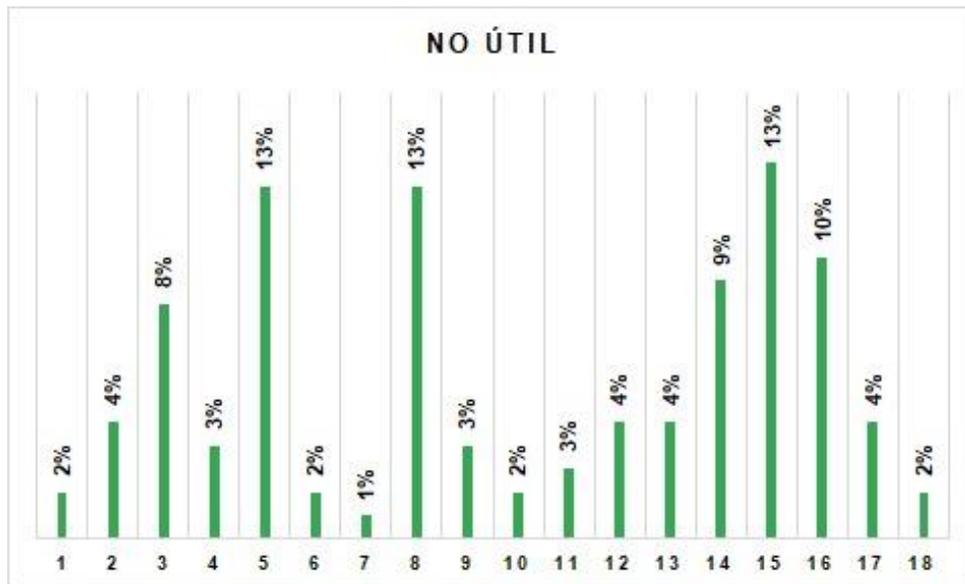
**Ilustración 3.1 Medios de búsqueda de información** (Elaboración propia)

Se obtuvo que los medios más utilizados para la búsqueda de información por los visitantes de destinos playeros son redes sociales y sitios web. Por el contrario, hay un menor uso de la prensa como medio para buscar información.

Conociendo esto, surgió la necesidad de saber *¿En qué medida la disponibilidad de esta información le parece útil para su decisión de ir o no a la playa?*, véanse los gráficos 3.2, 3.3 y la tabla 3.1:



**Ilustración 3.2 Información muy útil** (Elaboración propia)



**Ilustración 3.3 Información no útil** (Elaboración propia)

**Tabla 3.1 Descripción de los gráficos de información**

Número	Descripción
1	Medidas de bioseguridad
2	Horario de playas
3	Eventos sociales
4	Atractivos turísticos
5	Actividades deportivas
6	Oferta hotelera
7	Alimentos y bebidas
8	Alquilan equipos deportivos
9	Aforo
10	Parqueo
11	Seguridad y presencia de salvavidas
12	Presencia de fauna
13	Baños públicos
14	Renta de sillas y parasoles
15	Ingreso de mascotas
16	Accesibilidad para discapacitados
17	Centros de salud
18	Aseo y condiciones ambientales

Se evidenció que existe un mayor interés por los visitantes playeros en tener acceso a información sobre el aseo y condiciones ambientales, medidas de bioseguridad, oferta de establecimientos de alimentos y bebidas, y oferta hotelera de los destinos marinos costeros para decidir visitar una playa. Por el contrario, fue posible identificar que conocer establecimientos que alquilan equipos deportivos, las ofertas de actividades deportivas y los eventos sociales no son información útil, ni relevante para decidir sobre su viaje.

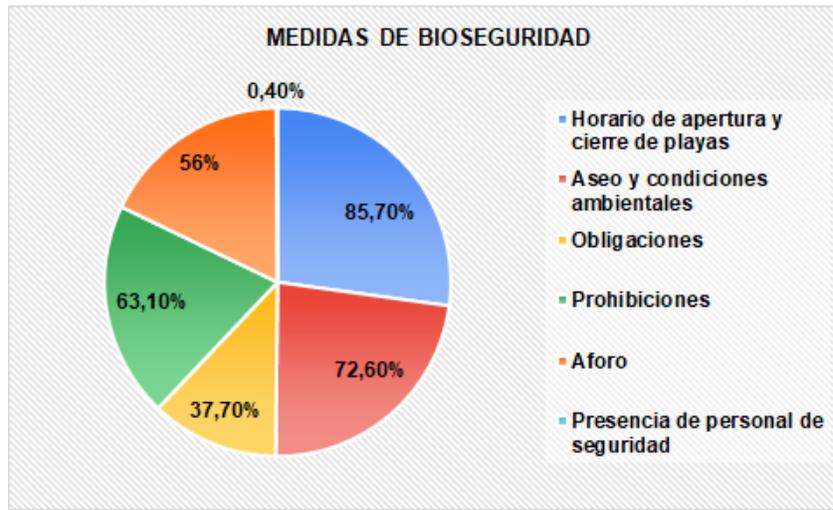
Para conocer la información a la que les gustaría tener acceso a los encuestados que visitan destinos playeros, se plantearon las siguientes interrogantes: Primero, *¿Qué información acerca de oferta y servicios le gustaría conocer antes de visitar una playa?*, lo que se visualiza en el gráfico 3.4:



**Ilustración 3.4 Oferta y servicios** (Elaboración propia)

Se demostró que para los visitantes playeros es importante conocer la oferta de atractivos turísticos, hotelera y de establecimientos de alimentos y bebidas. Por el contrario, conocer información sobre establecimientos que alquilan equipos deportivos y servicio de rentas de sillas y parasoles no es información relevante para su visita.

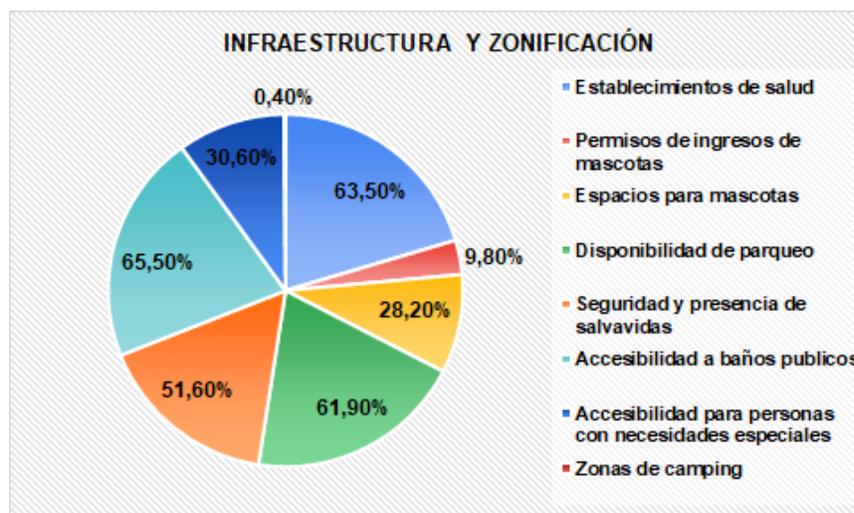
Posteriormente, al ya conocer el interés por la oferta y servicios turísticos se procedió a analizar *¿Qué información acerca de medidas de bioseguridad le gustaría conocer antes de visitar una playa?* A continuación, se muestra en el gráfico 3.5:



**Ilustración 3.5 Medidas de bioseguridad** (Elaboración propia)

Se obtuvo como resultado que los encuestados están interesados mayormente en conocer sobre los horarios de apertura y cierre de las playas, el aseo y condiciones ambientales. Por otro lado, conocer la presencia de personal de seguridad fue una nueva información de interés ingresada por un encuestado.

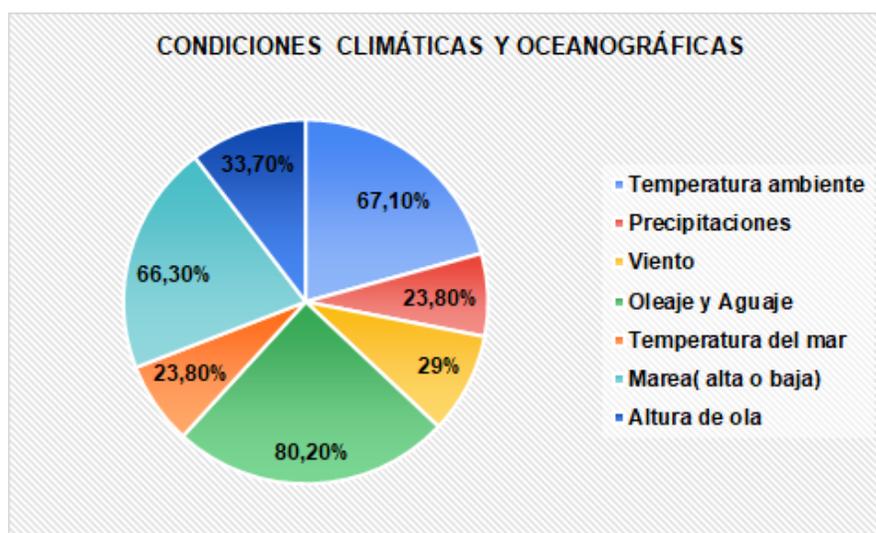
De la misma manera, se analizó la pregunta *¿Qué información acerca de infraestructura y zonificación le gustaría conocer antes de visitar una playa?*, véase el gráfico 3.6:



**Ilustración 3.6 Infraestructura y zonificación** (Elaboración propia)

Se evidenció que los visitantes playeros se encuentran interesados en conocer información acerca de la accesibilidad a baños públicos, establecimientos de salud y la disponibilidad de parqueo; tener acceso a información de zonas de camping fue una respuesta ingresada por los encuestados. Por el contrario, conocer si se permite el ingreso de mascotas no es información relevante para ellos.

Finalmente, conociendo algunas de las necesidades de información de los visitantes playeros, se concluyó a analizar *¿Qué información acerca de las condiciones climáticas y oceanográficas le gustaría conocer antes de visitar una playa?*, véase el gráfico 3.7:



**Ilustración 3.7 Condiciones climáticas y oceanográficas** (Elaboración propia)

Se identificó que los encuestados están mayormente interesados en conocer sobre la temperatura ambiente, oleaje y aguaje, marea alta y marea baja. Así mismo, les interesa conocer sobre el viento, las precipitaciones y la altura de ola, pero no es información primordial para decidir sobre su visita a la playa.

### 3.2 Resultados principales de la investigación

Una vez que se realizó el respectivo análisis de los datos, obtenidos con el trabajo de campo, se identificaron las principales necesidades de información turística de los visitantes playeros, las mismas que respondieron al objetivo uno del estudio y sirvieron

como base para el diseño del prototipo de SIT alineado con el objetivo dos del proyecto. Véase en el gráfico 3.8:



**Ilustración 3.8 Necesidades de información de los visitantes costeros** (Elaboración propia)

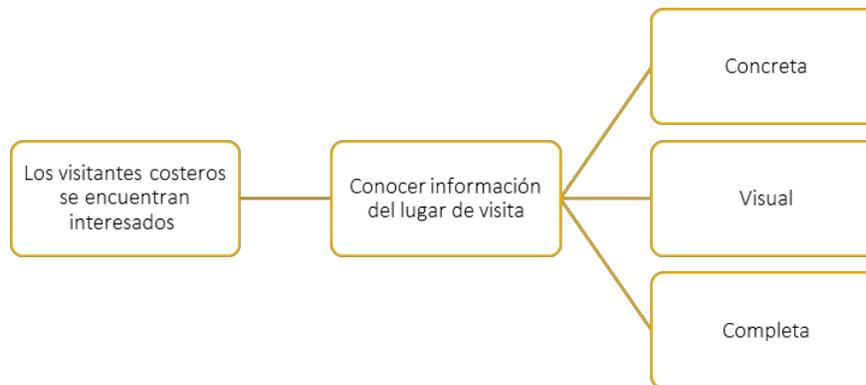
De la misma manera, se determinaron los medios más usados para la búsqueda de información sobre playas ecuatorianas, los mismos que sirvieron para diseñar el prototipo de sistema de información en respuesta al objetivo dos del estudio, véase el gráfico 3.9:



**Ilustración 3.9 Medios más usados de búsqueda de información** (Elaboración propia)

Finalmente, se distinguió de qué forma se encuentran interesados los visitantes marinos costeros en conocer la información, lo que ayudó en el proceso de diseño del

prototipo respondiendo al objetivo dos del estudio, como se puede visualizar en el gráfico 3.10:



**Ilustración 3.10 Descripción de la información** (Elaboración propia)

### 3.3 Discusión de los resultados

El acceso a información para visitantes de destinos marinos costeros en Ecuador debería ser considerado como una prioridad para el correcto desarrollo de la actividad turística. En efecto, ya existe información de los destinos playeros, pero ésta se encuentra de forma dispersa y dificulta su búsqueda oportuna. Entender las necesidades de información de los visitantes playeros se debe analizar desde su perspectiva y es uno de los principales puntos para tomar en consideración en el desarrollo del turismo marino costero. Se conoció que existe la necesidad del acceso a la información de manera concreta, completa, organizada y visual que actualmente no se encuentra disponible en un mismo sitio, lo que causa inconformidad en el momento de la búsqueda.

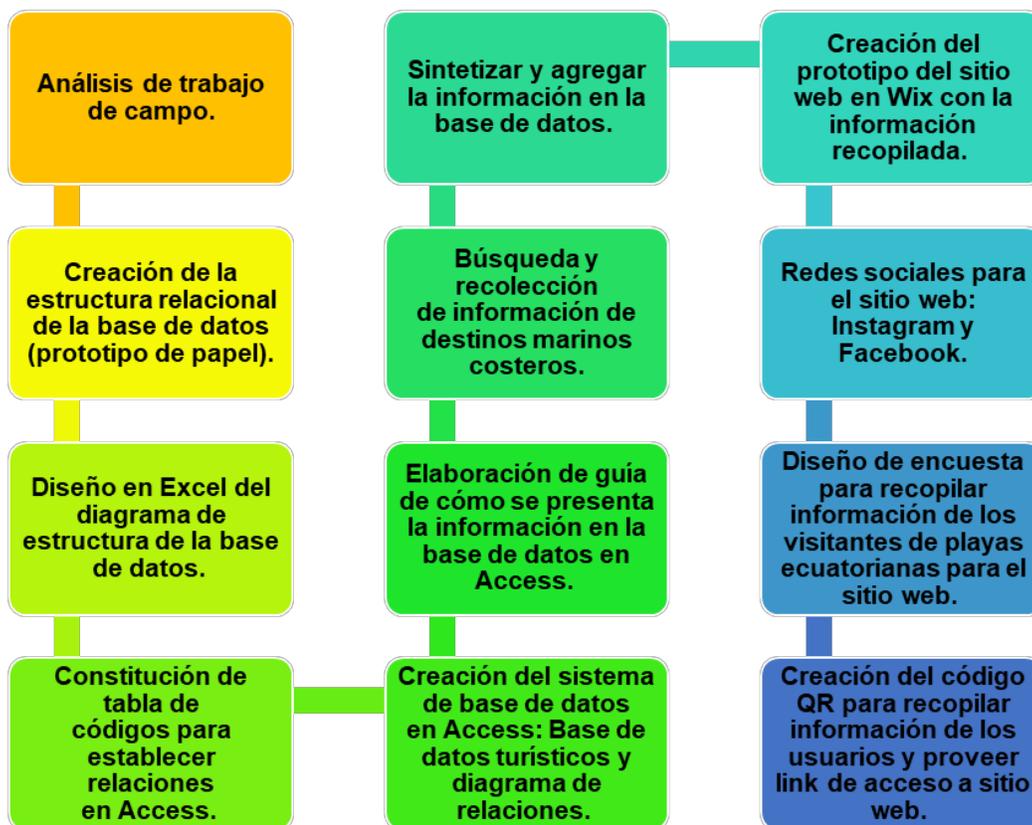
La información anteriormente mencionada sirvió para establecer las bases en el diseño del prototipo (**Anexo 11**). A través de los resultados obtenidos en las encuestas a los visitantes de playas ecuatorianas se seleccionó la información necesaria para el diseño de la estructura del sistema de base de datos relacional y la creación de la base de datos en Access, además se eligió el diseño y se sintetizó la información relevante que debe tener el prototipo de SIT acorde a las necesidades de información de los turistas costeros, y finalmente, se identificó el medio por el cual se transmitirá la

información de los destinos costeros hacia los clientes/beneficiarios. De la misma manera, a través de los resultados obtenidos del taller participativo fue posible: conocer el proceso de búsqueda de información del turista costero al visitar una playa, lo que ayudó en el proceso de diseño del SIT y a identificar cómo les gustaría visualizar la información del destino.

Por último, en la realización de este estudio fue limitante la pandemia del COVID-19, ya que impidió que el trabajo de campo se realice de manera presencial.

### 3.4 Proceso de diseño del prototipo

En base a las decisiones tomadas se desarrolló el prototipo de sistema de información turística que cumplió el procedimiento que se observa en el gráfico 3.11:



**Ilustración 3.11 Proceso de diseño del prototipo** (Elaboración propia)

### 3.5 Análisis de costos

Para conocer la viabilidad del prototipo se realizó su respectivo análisis financiero, el cual consistió en identificar los costos e ingresos para posteriormente realizar el flujo de caja. A continuación, obsérvese lo antes mencionado desde la tabla 3.2 hasta la tabla 3.10.

**Tabla 3.2 Valores e información adicional** (Elaboración propia)

VALORES	
Coste por desarrollo de página de web	\$ 800,00
Coste por hora del diseñador	\$10,00
Hosting (espacio en internet) anualmente	\$40,00
Dominio (nombre reservado para el sitio) anualmente	\$8,00
Presupuesto de marketing (MENSUAL)	\$ 150,00
Registro de derecho de marca	\$ 208,00
Mantenimiento	\$ 200,00
INFORMACIÓN ADICIONAL	
#Número de veces que se realiza mantenimiento anualmente	3,00
#Número de horas que trabaja el diseñador	30,00

**Tabla 3.3 Presupuesto inicial** (Elaboración propia)

PRESUPUESTO INICIAL	COSTO ANUAL
Costo del desarrollo de página web	\$ 800,00
Presupuesto de marketing	\$ 1.800,00
Coste por diseño de página web	\$ 300,00
Hosting (espacio en internet) anualmente	\$ 40,00
Dominio (nombre reservado para el sitio) anualmente	\$ 8,00
Registro de derecho de marca	\$ 208,00
Mantenimiento	\$ 600,00
<b>TOTAL de Inversión</b>	<b>\$ 3.756,00</b>

**Tabla 3.4 Costos fijos anuales** (Elaboración propia)

COSTOS FIJOS ANUALES	
Costo de Marketing	\$1.800,00
Hosting	\$40,00
Dominio	\$8,00
Mantenimiento	\$600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.448,00</b>

**Tabla 3.5 Costo variable unitario** (Elaboración propia)

COSTO VARIABLE UNITARIO	
Actualizaciones	\$25,00
Saturaciones en el servidor	\$50,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$75,00</b>

**Tabla 3.6 Precio, margen y punto de equilibrio** (Elaboración propia)

<b>Precio por espacio publicitario anual</b>	<b>\$180,00</b>
Total de costo variable unitario	\$75,00
<b>Margen de contribución</b>	<b>\$105,00</b>
Total de costos fijos anuales	\$2.448,00
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>23</b>

**Tabla 3.7 Proyección de ingreso y ganancia del primer año** (Elaboración propia)

PROYECCIÓN DE INGRESO Y GANANCIA DEL PRIMER AÑO	
# total de hoteles y establecimientos de alimentos y bebidas	277
Cientes potenciales %	15%
Cientes potenciales	42
Ingreso anual por espacio publicitario	180
<b>Proyección de Ingreso anual</b>	<b>\$7.479,00</b>
Total de costo variable unitario	\$75,00
Costo total variable	\$3.116,25
Costo total fijo	\$2.448,00
<b>Ganancia en el primer año</b>	<b>\$1.914,75</b>

**Tabla 3.8 Crecimiento de clientes potenciales por año** (Elaboración propia)

Clientes potenciales	Porcentaje de crecimiento	# de clientes por año
1 año	15%	42
2 año	17%	47
3 año	19%	53
4 año	21%	58

**Tabla 3.9 Ingresos y costos por año** (Elaboración propia)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ingreso por año	\$7.479,00	\$8.476,20	\$9.473,40	\$10.470,60
Costo total fijo	\$2.448,00	\$2.448,00	\$2.448,00	\$2.448,00
Costo total variable	\$3.116,25	\$3.531,75	\$3.947,25	\$4.362,75
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.914,75</b>	<b>\$2.496,45</b>	<b>\$3.078,15</b>	<b>\$3.659,85</b>

**Tabla 3.10 Flujo de caja** (Elaboración propia)

FLUJO DE CAJA					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Saldo anterior		\$244,00	\$2.158,75	\$4.655,20	\$7.733,35
Inversión Inicial	\$3.756,00				
Ingresos		\$7.479,00	\$8.476,20	\$9.473,40	\$10.470,60
Egresos		\$5.564,25	\$5.979,75	\$6.395,25	\$6.810,75
Flujo Neto	\$-3.756,00	\$2.158,75	\$4.655,20	\$7.733,35	\$11.393,20
Financiamiento	\$4.000,00				
Flujo Acumulado	\$244,00	\$2.158,75	\$4.655,20	\$7.733,35	\$11.393,20
<b>VAN</b>	<b>\$13.685,15</b>				
<b>TIR</b>	<b>104%</b>				

Como se puede visualizar en la tabla 3.10 tanto el VAN como la TIR son valores positivos, lo que significa que el desarrollo del prototipo es una opción viable a largo plazo.

### 3.6 Análisis de validación de prototipo

El tiempo que tomó desarrollar el grupo focal fue aproximadamente de 45 minutos. Luego de que los participantes navegaron por el sitio web se procedió con las

respectivas preguntas. En base a la primera pregunta planteada, la cual fue ¿Creen que el sitio web responde a las necesidades de información que tienen los visitantes de playas?, se pudo obtener un análisis positivo porque todas las participantes consideran que el sitio web provee información completa y relevante que buscan cuando deciden hacer turismo en las playas, mencionaron que existe información que es muy importante conocer debido a la pandemia; una de las participantes indicó “tiene mucha información sobre todo para una persona que venga desde la Sierra y que nunca haya visitado la playa”.

La siguiente pregunta fue ¿Creen que el sitio web puede ayudar en la toma de decisión para visitar una playa?, la respuesta fue unánime, debido a que todas las participantes consideraron que el sitio web les ayuda con información a tomar una decisión sobre qué playa visitar. Como tercera pregunta se planteó ¿Qué creen que necesita la página web para complementar la información?, la respuesta fue que la página es muy completa, sin embargo, una de las participantes indicó que en el caso de que esto se vuelva funcional se puede agregar información de transporte. Otra pregunta fue ¿Qué tan amigable es el manejo del sitio con sus respectivas secciones?, a los participantes les pareció de fácil uso el manejo del prototipo y mencionaron que la sección de foro les parece muy útil.

Finalmente, consultamos a las participantes si estarían dispuestas a brindar información en su visita a la playa su respuesta fue en su mayoría afirmativa mientras no tengan que proveer datos personales. En base a esto podemos concluir que el sitio web se ha desarrollado correctamente para cumplir con las necesidades de información que tienen los visitantes de playas.

# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones del proyecto integrador.

### 4.1 Conclusiones

- La accesibilidad a la información turística de destinos marinos costeros es una limitante, puesto que encontrar la información dispersa, desactualizada y no visual se convierte en una barrera para tomar la decisión de visitar estos lugares.
- El desarrollo de un sistema de información turística para visitantes de playas ecuatorianas resulta eficaz para responder a las necesidades de información de los mismos y presenta una ayuda significativa en su decisión de visita a una playa.
- Conocer la información que necesita un visitante de playas ecuatorianas es fundamental para crear una base de datos que sea útil para una adecuada organización de la información turística de destinos marinos costeros.
- Las encuestas, como técnicas de recolección de información, demuestran ser muy esenciales para entender cuáles son las necesidades de información de los visitantes de playas ecuatorianas. Así mismo, contribuyen en el proceso de diseño del sistema de información turística.
- El mapa de experiencia del consumidor es una herramienta importante en el proceso de diseño, puesto que ayuda a comprender desde una perspectiva más personal el proceso de búsqueda de información del cliente.
- Es viable desarrollar un sistema de información turística para visitantes de playas ecuatorianas, dado que los clientes potenciales respondieron a través de un grupo focal que de esta manera sería fácil acceder a la información que necesitan cuando hacen turismo en destinos marinos costeros.

- La implementación del sistema de información turística para visitantes de playas ecuatorianas amerita una inversión, por lo que conlleva a la necesidad de la búsqueda de estrategias de financiamiento.

#### **4.2 Recomendaciones**

- Las fases de diseño son susceptibles a mejoras, por lo que se puede agregar información sobre los medios de transporte de acuerdo a las sugerencias obtenidas de los usuarios en el grupo focal.
- Se sugiere de ser posible además de validar el sistema con usuarios que visiten destinos marinos costeros, también hacerlo con profesionales del sector turístico marino costero para conocer sus propuestas de mejora.
- Se recomienda en caso de no tener conocimientos en Access, para la creación de base de datos, usar otro programa que puedan manejar como Excel.
- Se aconseja realizar talleres con personas de distintas regiones y extranjeros para conocer su proceso de búsqueda de información, y de esta manera ampliar la información proporcionada para el diseño del prototipo.
- En caso de querer convertir esta propuesta en funcional, se sugiere intentar establecer alianzas con las entidades reguladoras de la actividad turística.
- Para desarrollarse en un futuro es necesario recopilar información de todas las playas ecuatorianas y crear un código QR para cada playa, que permita recopilar información de los visitantes para la pestaña usuarios del sitio web.

# BIBLIOGRAFÍA

Acebo, G. R. (2018). *Análisis de los componentes que integran un sistema de información turístico: caso cabecera cantonal de Puerto López* (Bachelor's thesis, JIPIJAPA-UNESUM). Obtenido de:

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1290/1/UNESUM-ECU-ECOTURISMO-17-2018.pdf>

ACERO, D. (2002). Instituto ecuatoriano de Normalización. Obtenido de: <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/2631.pdf>

Black, S., Gardner, D. G., Pierce, J. L., & Steers, R. (2019). Design thinking. *Organizational Behavior*.

Blackshaw, T., & Crawford, G. (2009). *The SAGE dictionary of leisure studies*. Sage.

Bigné, J. E., Alcañiz, J. E. B., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Esic editorial.

Borja Jiménez, R. A., & Moreira Núñez, W. E. (2019). *Implementación de un sistema Web para la automatización del proceso de gestión de capacitación Docente* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Matemáticas y Físicas Carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales).

Borbúa, L. G. (2004). Reglamento General a la Ley de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., Hernández-Lara, A. B., & Buele, C. V. (2020). Segmentation, motivation, and sociodemographic aspects of

tourist demand in a coastal marine destination: a case study in Manta (Ecuador). *Current Issues in Tourism*, 23(10), 1234-1247.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1600476>

Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B. (2019). Segmentation of foreign tourist demand in a coastal marine destination: The case of Montañita, Ecuador. *Ocean & Coastal Management*, 167, 236-244.

<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2018.10.035>

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Macas, C., & Orden, M. (2018). Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(13), 4-16.

Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B. (2020). Motivation and segmentation of the demand for coastal and marine destinations. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100661.

<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100661>

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B. (2020). Analysis of Push and Pull Motivations and the Intentions to Return and Recommend a Coastal or Marine Destination. *Journal of Coastal Research*.

<https://doi.org/10.2112/JCOASTRES-D-20-00006.1>

Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., & Hernández-Lara, A. B. (2020). From motivation to segmentation in coastal and marine destinations: a study from the Galapagos Islands, Ecuador. *Current Issues in Tourism*, 1-17.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1811651>

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W., Villagómez Buele, C., & Arteaga Peñafiel, M. (2018). The tourist demand from the perspective of the motivation, assessment and satisfaction in a sun and beach destination: The Manta case, Ecuador. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 22 (2), 561–572.

Chua, A., Servillo, L., Marcheggiani, E., & Moere, A. V. (2016). Mapping Cilento: Using geotagged social media data to characterize tourist flows in southern Italy. *Tourism Management*, 57, 295-310. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.013>

Coronel, C., Morris, S., & Rob, P. (2011). *Base de datos: diseño, implementación y administración*. Cengage Learning Editores.

Cobo, Á. (2007). *Diseño y programación de bases de datos*. Visión Libros.

Consejo Politécnico ESPOL (2020). Reglamento de Propiedad Intelectual de la ESPOL, ESPOL.

De Turismo, L. (2008). Ley de turismo. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Espinosa, V. M. A. (2016). Beneficios de las encuestas electrónicas como apoyo para la investigación. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 7(22), 168-186.

Folgueiras, P. (2016). *La entrevista*. Obtenido de: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Franco, W. C., Naranjo, M. T., & Franco, M. C. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39), 113-129.

Gallego-Galán, I. (2020). La investigación de mercados. *Investigación de Mercados* Obtenido de: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/19760/La%20investigaci%C3%B3n%20de%20mercados.pdf?sequence=1>

García, S. (2014). *Flujos turísticos en destinos de ciudad*. El caso de Málaga capital. Obtenido de:

<https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/6940/TFM%20FINAL%20SUSANA%20GARC%C3%8DA%20ARANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gavalas, D., Konstantopoulos, C., Mastakas, K., & Pantziou, G. (2014). Mobile recommender systems in tourism. *Journal of network and computer applications*, 39, 319-333. <https://doi.org/10.1016/j.inca.2013.04.006>

Gayete, C. (2017). *Estudio de los sistemas de información turística en el municipio de Oropesa del Mar*. Análisis y propuestas de mejora. Obtenido de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/89861>

Given, L. M. (Ed.). (2008). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. Sage publications.

Guerrero Rea, F. A. (2018). *Evaluación de la capacidad de carga turística de la playa de Ayangue, para el diseño de un plan de manejo de visitantes* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social). Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35006/1/TESIS%20FINAL.pdf>

Hannahgan, T. (ed.) (2002) *Management: Concepts and Practices*. Harlow: Prentice Hall

Jafari, J., & Xiao, H. (2016). *ENCYCLOPEDIA OF TOURISM*: Springer International Publishing Switzerland. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.07.011>

Kamberelis, G., & Dimitriadis, G. (2013). *Focus groups*. London: Routledge.

Li, J., Xu, L., Tang, L., Wang, S., & Li, L. (2018). Big data in tourism research: A literature review. *Tourism Management*, 68, 301-323. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.009>

Lucas Sánchez, T. C. (2017). *Capacidad de carga turística en la zona de uso público del Área Nacional de Recreación "Playas de Villamil" en la provincia del Guayas, como herramienta de gestión turística* (Doctoral dissertation). Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18363/1/TESIS%20LUCAS%20TATIANA.pdf>

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta edición ed.). Ecuador: Pearson Prentice Hall.

Mou, N., Zheng, Y., Makkonen, T., Yang, T., Tang, J. J., & Song, Y. (2020). Tourists' digital footprint: The spatial patterns of tourist flows in Qingdao, China. *Tourism Management*, 81, 104151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104151>

Noreña-Peña, A., Moreno, N. A., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. M. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4322420>

Palumbo, F. (2015). Developing a new service for the digital traveler satisfaction: The Smart Tourist App. *International Journal of Digital Accounting Research*, 15. <https://core.ac.uk/download/pdf/60666233.pdf>

Perrone, A., Cajiao, D., & Burgos, M. (2009). Turismo de naturaleza en la zona marino-costera del Ecuador continental. *Conservación Internacional Ecuador, Ministerio del Ambiente del Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador. Guayaquil, Ecuador.*

Pizam, A. (Ed.). (2012). *International Encyclopedia of Hospitality Management 2nd edition*. Routledge.

Queiroz, R.E., Guerreiro, J. & Ventura, M.A. Demanda de las áreas protegidas de los turistas visitantes en pequeñas islas oceánicas: el caso-estudio de las Azores (Portugal). *Environ Dev Sustain* 16, 1119–1135 (2014). <https://doi.org/10.1007/s10668-014-9516-y>

Rendón-Macías, M. E., Villasís-Keeve, M. Á., & Miranda-Novales, M. G. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>

Rodríguez-Jaume, M. J. (2020). Internet como modo de administración de encuestas. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (172), 164-167. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7586927.pdf>

Salkind, N. J. (Ed.). (2010). *Encyclopedia of research design* (Vol. 1). Sage.

Sánchez, M. M. (2015) Propuesta y diseño de un sistema de información turística para centros colombianos: estudio de caso del centro histórico de La Candelaria (Bogotá). *Reflexión Política*, 17 (33), 146-161. <https://www.redalyc.org/pdf/110/11040046012.pdf>

SUPERIOR, L. O. D. E., & OFICIAL, D. D. R. (2010). Ley Orgánica De Educación Superior, LOES. Obtenido de: <https://www.ces.gob.ec/documentos/Normativa/LOES.pdf>

Swanson, K.K. and Horridge, P.E., 2006. Travel motivations as souvenir purchase indicators. *Tourism Management*, 27(4), 671– 683. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.03.001>

Tamayo, G. (2015). *Diseños muestrales en la investigación*. Obtenido de: <http://udem.scimago.es/index.php/economico/article/view/1410/1542>

Tovar-Sánchez, A., Sánchez-Quiles, D., & Rodríguez-Romero, A. (2019). Massive coastal tourism influx to the Mediterranean Sea: The environmental risk of sunscreens.

*Science of the Total Environment*, 656, 316-321.

<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.11.399>

Wang, X., Li, X. R., Zhen, F., & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction? Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309-320.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.12.003>

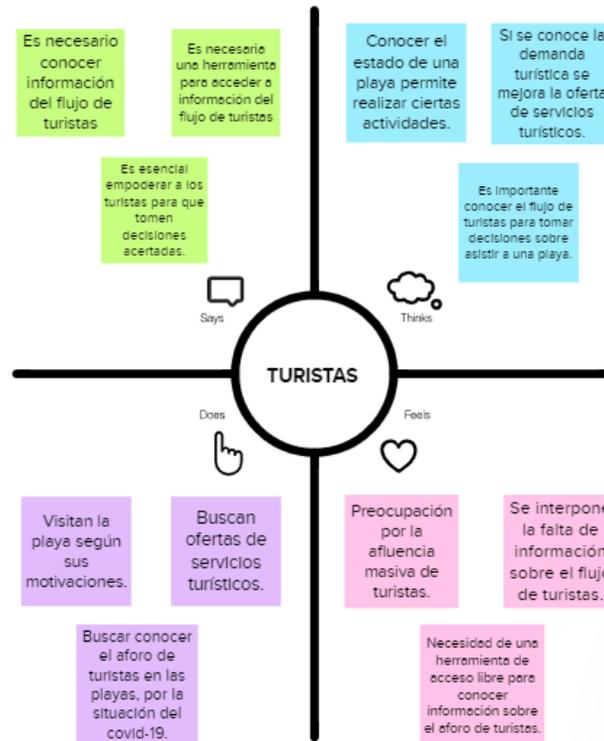
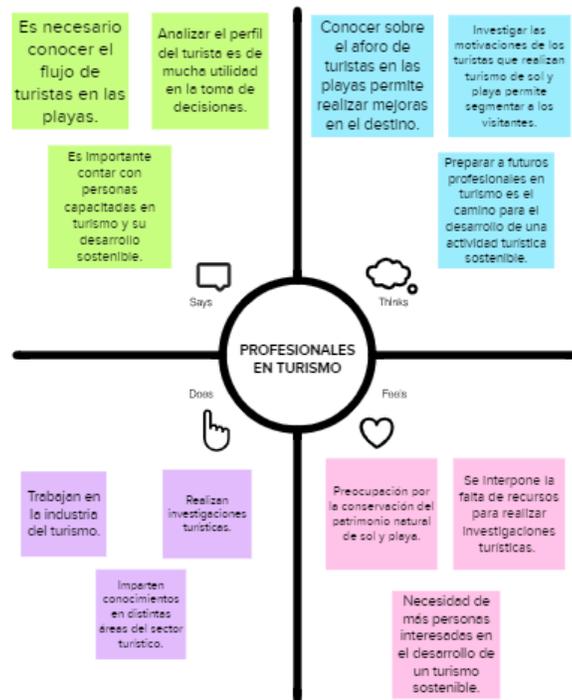
Yolal, M.; Rus, R.V.; Cosma, S., and Gursoy, D., 2015. A pilot study on spectators' motivations and their socio-economic perceptions of a film festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 16(3), 253– 271.

<https://doi.org/10.1080/15470148.2015.1043610>

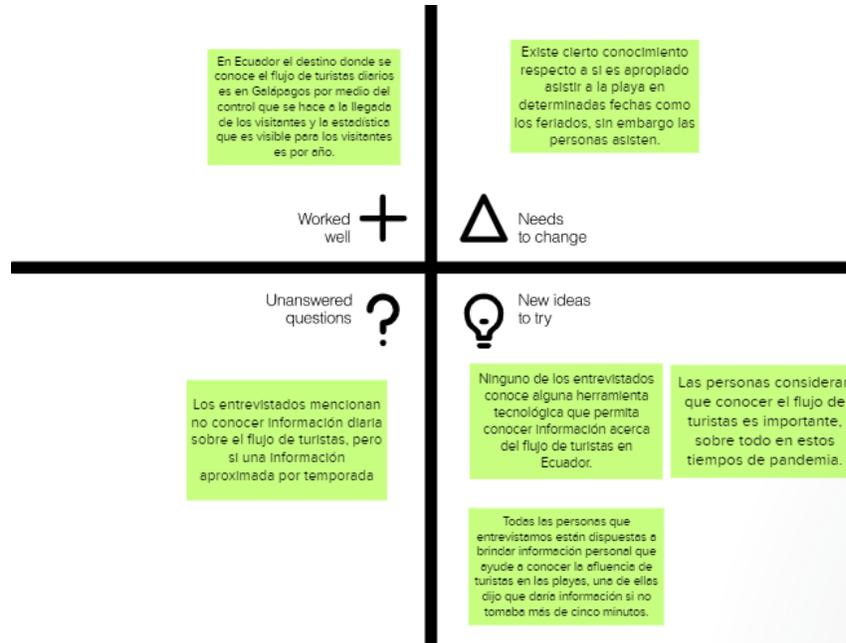
# **ANEXOS**

## ANEXO 1 Canvas

- Mapas de empatía



## • Cuadrícula de Retroalimentación



## • Entender el problema con entrevistas

### 1 Interviews

User interviews can tell you a lot about the situation you're working with and the problem you're trying to solve. Interviewees can be stakeholders, potential users, or people who live or work in the environment you're investigating. Even a small sample of interviews can generate a wealth of data.

One person should do the interviewing, and one person should take notes. **Remember to keep questions open-ended** so you don't unintentionally lead your interviewee to any specific answer.

Interviewee:	Things to keep in mind:	Interviewee:	Things to keep in mind:
<b>Interviewee:</b> Raizza Maquizaca <b>Interviewer:</b> Melissa López <b>Note-taker:</b> Melissa López <b>Date + time:</b> 29/10/2020, 3 minutos	No existe información actualizada	<b>Interviewee:</b> Angelo Calderón <b>Interviewer:</b> Paulina Flores <b>Note-taker:</b> Melissa López <b>Date + time:</b> 28/10/2020, 5 minutos	No existe este tipo de herramienta en el país.
Question	Answer	Question	Answer
1. ¿Conoce si existe información diaria disponible y accesible acerca de la afluencia de turistas en las playas?	Hay información, pero no actualizada, en página de ministerio de turismo existe una información o en tesis de estudiantes.	1. ¿Conoce si existe información diaria disponible y accesible acerca de la afluencia de turistas en las playas?	No, si diera que conozco es información aproximada y por temporadas, porque así lo cuentan en colegio de Salinas.
2. ¿Conoce alguna herramienta (página web/aplicación) que le de información acerca del flujo de turistas en las playas?	No hay una herramienta tecnológica así en Ecuador.	2. ¿Conoce alguna herramienta (página web/aplicación) que le de información acerca del flujo de turistas en las playas?	No, no conozco.
3. ¿Considera que conocer el flujo de turistas en las playas puede servir para la toma de decisiones que mejoran la actividad turística?	Si, totalmente.	3. ¿Considera que conocer el flujo de turistas en las playas puede servir para la toma de decisiones que mejoran la actividad turística?	Si, considero que si ayuda mucho en la toma de decisiones.
4. ¿Considera que la falta de información sobre el flujo de turistas impide tomar buenas acciones en beneficio de las playas?	Si, lo considero.	4. ¿Considera que la falta de información sobre el flujo de turistas impide tomar buenas acciones en beneficio de las playas?	Si, estoy de acuerdo.
5. ¿Sería dispuesto a brindar información durante un viaje a la playa que ayude a conocer la afluencia de turistas en las playas?	Si, estaría dispuesto a dar esa información.	5. ¿Sería dispuesto a brindar información durante un viaje a la playa que ayude a conocer la afluencia de turistas en las playas?	Si, estaría dispuesto, sobre todo ahora con la pandemia.

## Observations

Use this space to write down your team's observations about the situation you're researching.

Existe cierto conocimiento respecto a si es apropiado asistir a la playa en determinadas fechas como los feriados, sin embargo las personas asisten.

Los entrevistados mencionan no conocer información diaria sobre el flujo de turistas, pero si una información aproximada por temporada

Las personas consideran que conocer el flujo de turistas es importante, sobre todo en estos tiempos de pandemia.

En Ecuador el destino donde se conoce el flujo de turistas diarios es en Galápagos por medio del control que se hace a la llegada de los visitantes y la estadística que es visible para los visitantes es por año.

Todas las personas que entrevistamos están dispuestas a brindar información personal que ayude a conocer la afluencia de turistas en las playas, uno de ellos dijo que daría información si no tomaba más de cinco minutos.

Ninguno de los entrevistados conoce alguna herramienta tecnológica que permita conocer información acerca del flujo de turistas en Ecuador.

## 3 Analysis + Takeaways

Review your Interviews and your observations. Note patterns or insights here.

PRO TIP: Hold 'C' and drag to draw arrows between Ideas.

Existen distintas motivaciones por las que los turistas visitan las playas.

Es importante empoderar al turista con información relevante que le permita tomar decisiones para asistir o no a la playa.

Conocer información sobre el flujo de turistas en la playas le permite a los turistas tomar decisiones.

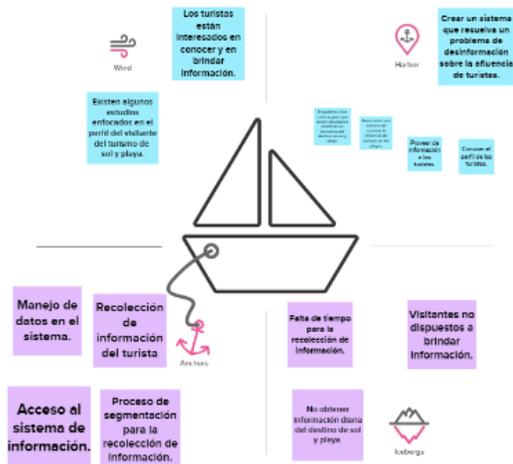
Saber el número de turistas permite a los prestadores de servicios turísticos mejorar su oferta.

Conocer el número de turistas permite identificar un número necesario de recursos.

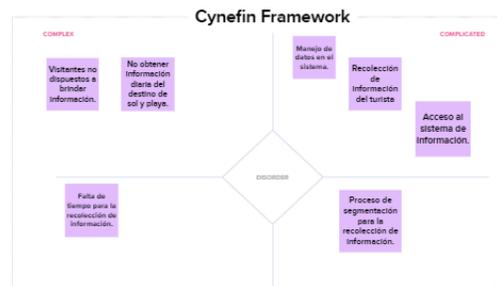
Algunas personas no tienen conocimiento sobre el desarrollo de la actividad turística pero consideran que conocer información sobre el flujo de turistas es beneficioso.

## • Priorizar los problemas

### 1 PROBLEM DISCOVERY



### 2 PROBLEM SENSING

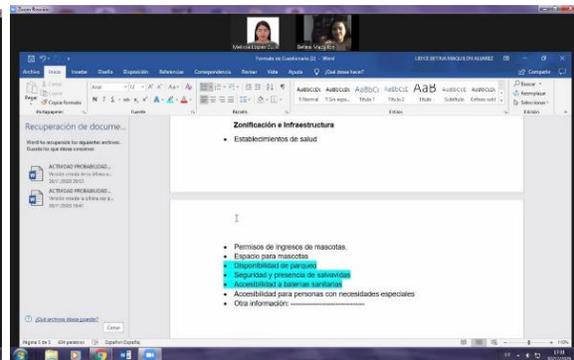
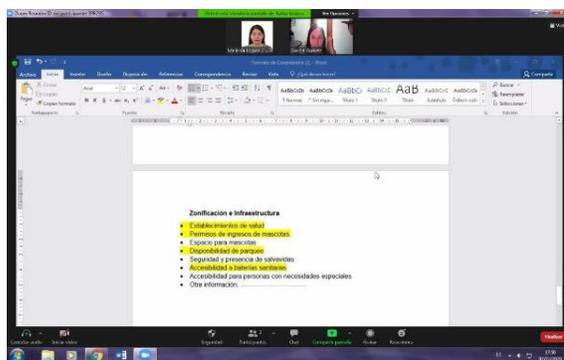
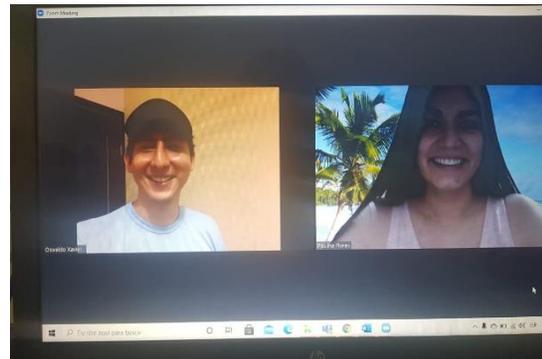
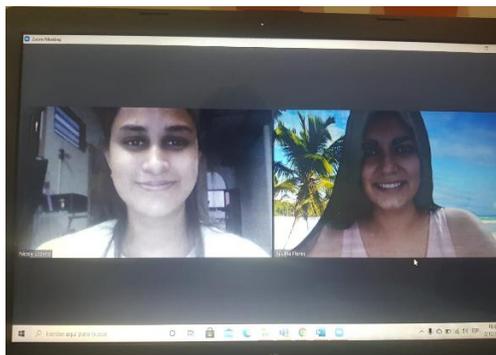


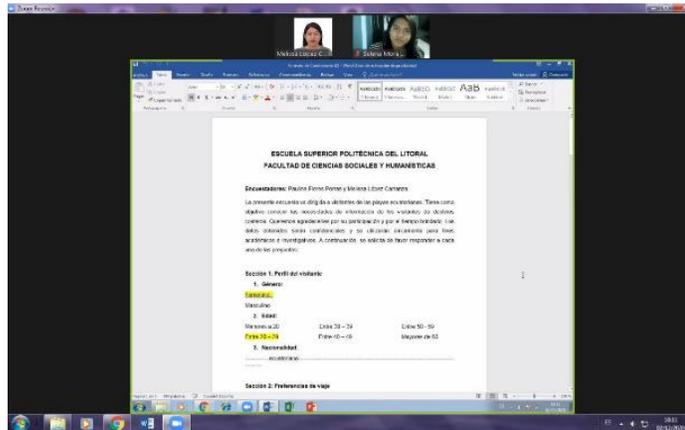
## ANEXO 2 Formato de cuestionario para entrevistas

### Preguntas para validación del problema:

- 1: ¿Conoce si existe información disponible y accesible acerca de los destinos costeros?
- 2: ¿Conoce alguna herramienta (página web/aplicación) que le dé información acerca del estado de los destinos costeros?
- 3: ¿Considera que analizar el flujo de turistas en las playas puede servir para la toma de decisiones que mejoren la actividad turística?
- 4: ¿Considera que la falta de información sobre las necesidades de turistas impide tomar buenas acciones en beneficio de las playas?
- 5: ¿Estaría dispuesto a brindar información durante un viaje a la playa que ayude a conocer las motivaciones para visitar la playa?

## ANEXO 3 Evidencias de encuestas piloto





## ANEXO 4 Formato de cuestionario para encuestas

# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

**Encuestadores:** Paulina Flores Porras y Melissa López Carranza.

### Sección 1: Perfil del visitante

#### 1. Género:

Femenino

Masculino

Otro

#### 2. Edad:

Menores a 20

Entre 30 – 39

Entre 50 - 59

Entre 20 – 29

Entre 40 – 49

Mayores de 60

#### 3. Nacionalidad:

Ecuatoriana

Otra:

## Sección 2: Preferencias de viaje

### 4. ¿Con qué frecuencia visita una playa anualmente?

De 1 a 3 veces al año

De 4 a 6 veces al año

De 7 a 9 veces al año

Más de 9 veces al año

### 5. ¿Con quién viaja cuando va a la playa? Puede seleccionar más de una opción.

Familia

Amigos

Compañeros de trabajo

En pareja

Solo

Otros.....

### 6. ¿Cuáles son sus motivaciones para visitar un destino costero? Puede seleccionar más de una opción.

- Disfrutar la gastronomía típica
- Disfrutar del sol y la playa
- Descansar
- Visitar atractivos turísticos
- Ecoturismo
- Entretenimiento
- Aprendizaje
- Interacción social
- Caminar y disfrutar la playa
- Practicar deportes acuáticos como: Surf, Kayak, Buceo, Snorkelling, Parapente
- Otros: -----

## Sección 3: Información

### 7. ¿Usted busca información al visitar una playa? (Ejemplo: lugares dónde hospedarse, dónde comer, qué actividades hacer, etc.)

Sí

No.... ¿Por qué? (si contesta NO, salta a la pregunta 12)

**8. ¿Qué información busca habitualmente al visitar una playa? Puede seleccionar más de una opción.**

- Medidas de bioseguridad (Ejemplos: horarios de apertura y cierre de playas, prohibiciones, obligaciones, etc.)
- Oferta de servicios turísticos (Ejemplos: hoteles, restaurantes, actividades turísticas, atractivos, etc.)
- Zonificación e infraestructura (Ejemplos: parqueo, baños públicos, accesibilidad para personas con discapacidad, etc.)
- Condiciones climáticas y oceanográficas (Ejemplos: Temperatura ambiente, precipitaciones, viento, marea, altura de ola, etc.)
- Otra información: -----

**9. ¿En qué medida la disponibilidad de esta información le parece útil para su decisión de ir o no a la playa? A continuación, valore acorde a su preferencia.**

	1 no útil	2 poco útil	3 neutro	4 útil	5 muy útil
Medidas de bioseguridad					
Horarios de apertura de playas					
Eventos sociales					
Oferta de atractivos turísticos del destino					
Oferta de actividades deportivas					
Oferta hotelera					
Oferta de establecimientos de alimentos y bebidas					
Establecimientos que alquilan equipos deportivos					
Aseo y condiciones ambientales					
Aforo (capacidad de personas)					
Disponibilidad de parqueo					
Seguridad y presencia de salvavidas					
Avistamiento o presencia de fauna					
Accesibilidad a baterías sanitarias					
Servicios de renta de sillas y parasoles					
Permiso para el ingreso de mascotas					
Accesibilidad para personas con necesidades especiales					

Presencia de centros de salud					
-------------------------------	--	--	--	--	--

**10. ¿Cuáles son los medios en los que usted busca esa información? Puede seleccionar más de una opción.**

- Redes sociales
- Amigos y familiares
- Prensa
- Sitios web oficiales
- Otros:

**11. ¿En qué momento consulta esta información?**

- Antes de visitar la playa
- De camino a la playa
- Durante su estancia en la playa

**12. ¿Qué información acerca de oferta y servicios le gustaría conocer antes de visitar una playa? Puede seleccionar más de una opción.**

- Oferta de atractivos turísticos del destino
- Oferta de actividades deportivas
- Oferta hotelera
- Oferta de establecimientos de alimentos y bebidas
- Avistamiento o presencia de fauna
- Servicios de renta de sillas y parasoles
- Establecimientos que alquilan equipos deportivos
- Eventos sociales
- Otra información: -----

**13. ¿Qué información acerca de medidas de bioseguridad le gustaría conocer antes de visitar una playa? Puede seleccionar más de una opción.**

- Horarios de apertura y cierre de playas por pandemia

- Aseo y condiciones ambientales
- Obligaciones
- Prohibiciones
- Aforo (capacidad de personas)
- Otra información: -----

**14. ¿Qué información acerca de infraestructura y zonificación le gustaría conocer antes de visitar una playa? Puede seleccionar más de una opción.**

- Establecimientos de salud
- Permisos de ingresos de mascotas.
- Espacio para mascotas
- Disponibilidad de parqueo
- Seguridad y presencia de salvavidas
- Accesibilidad a baños públicos
- Accesibilidad para personas con necesidades especiales
- Otra información: -----

**15. ¿Qué información acerca de las condiciones climáticas y oceanográficas le gustaría conocer antes de visitar una playa? Puede seleccionar más de una opción.**

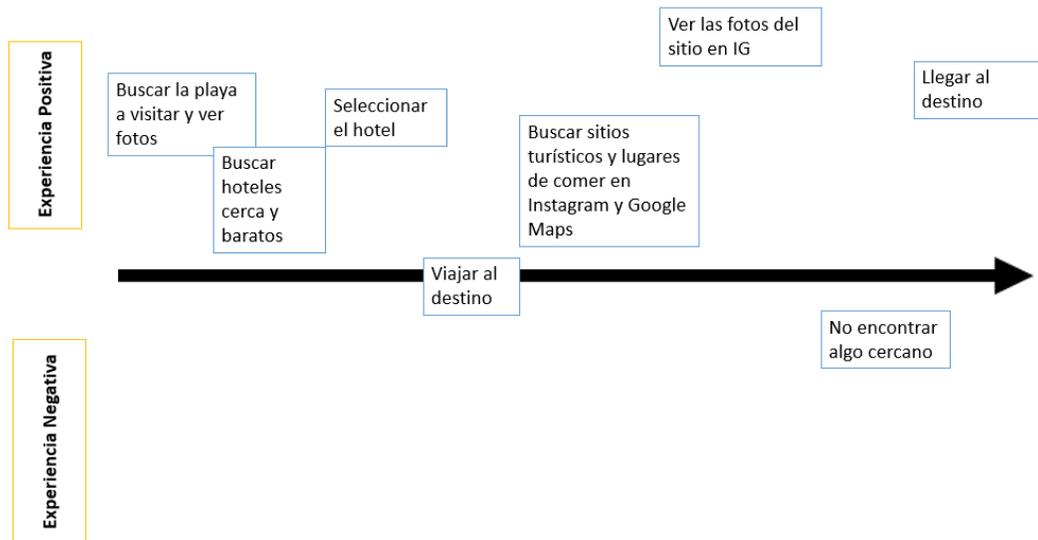
- Temperatura ambiente
- Precipitaciones
- Viento
- Oleaje y aguaje
- Temperatura del mar
- Marea (alta o baja)
- Altura de ola
- Otra información: -----

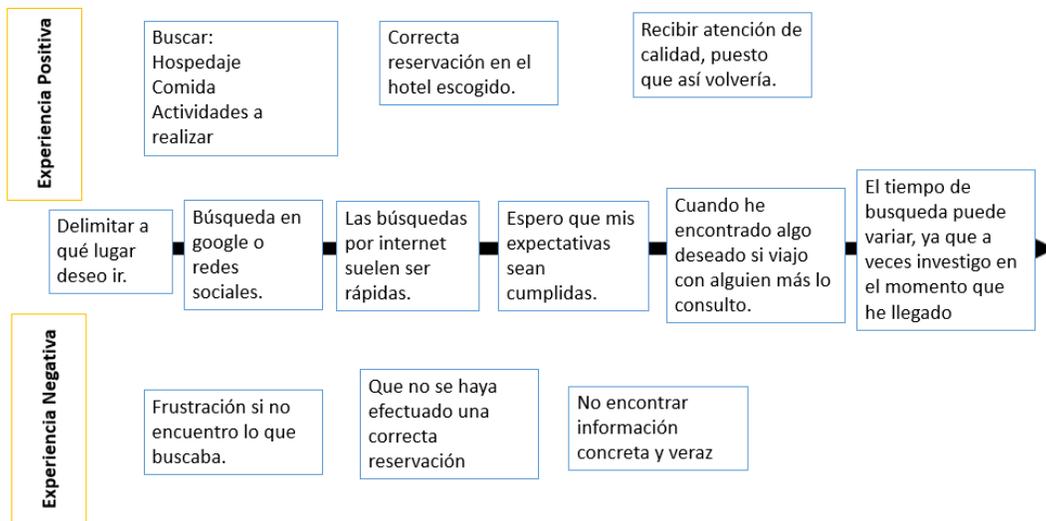
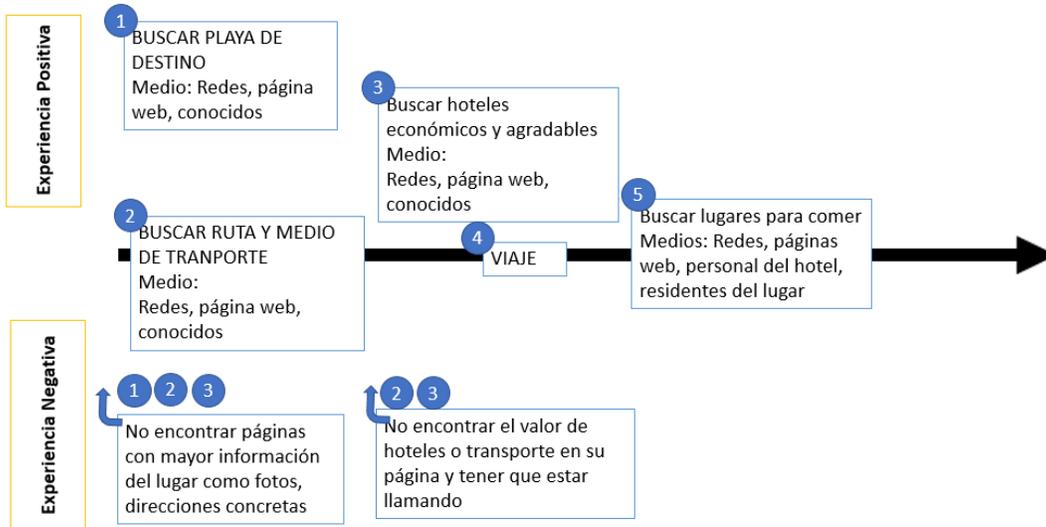
## ANEXO 5 Guía del taller participativo

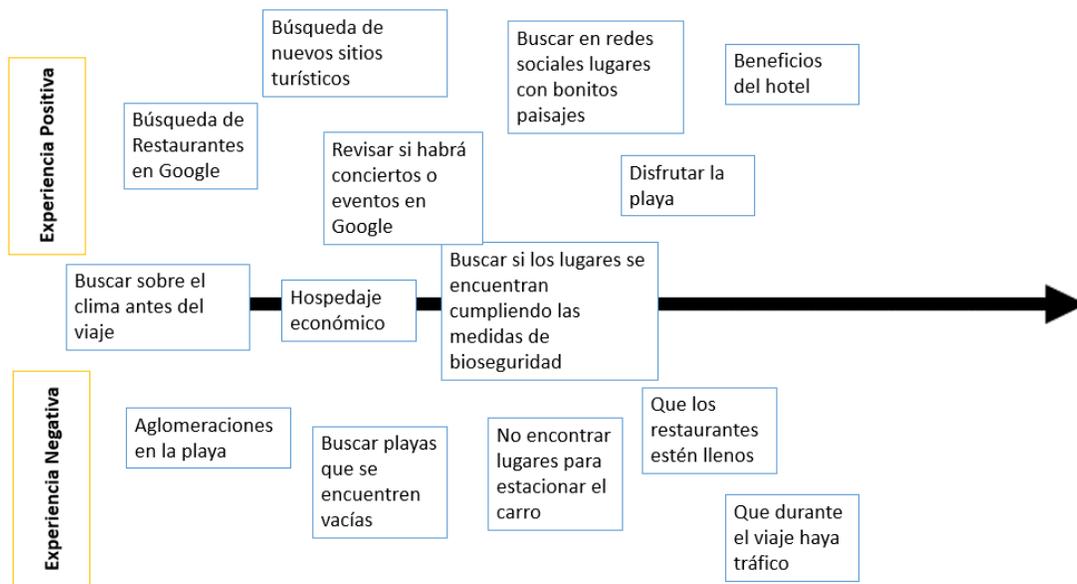
### GUÍA DEL TALLER PARTICIPATIVO

1. Bienvenida por parte de los investigadores.
2. Presentación del taller a realizar: hablar sobre el mapa de experiencia del consumidor.
3. Explicación a través de un breve vídeo.
4. Indicación de la duración del taller: 20 minutos.
5. Dar inicio: mientras los participantes completan sus plantillas en un documento online de PowerPoint, ellos pueden hacer preguntas a los investigadores que están supervisando el proceso.
6. Finalizar el taller y agradecer a los involucrados por su participación.

## ANEXO 6 Mapa de experiencia del consumidor



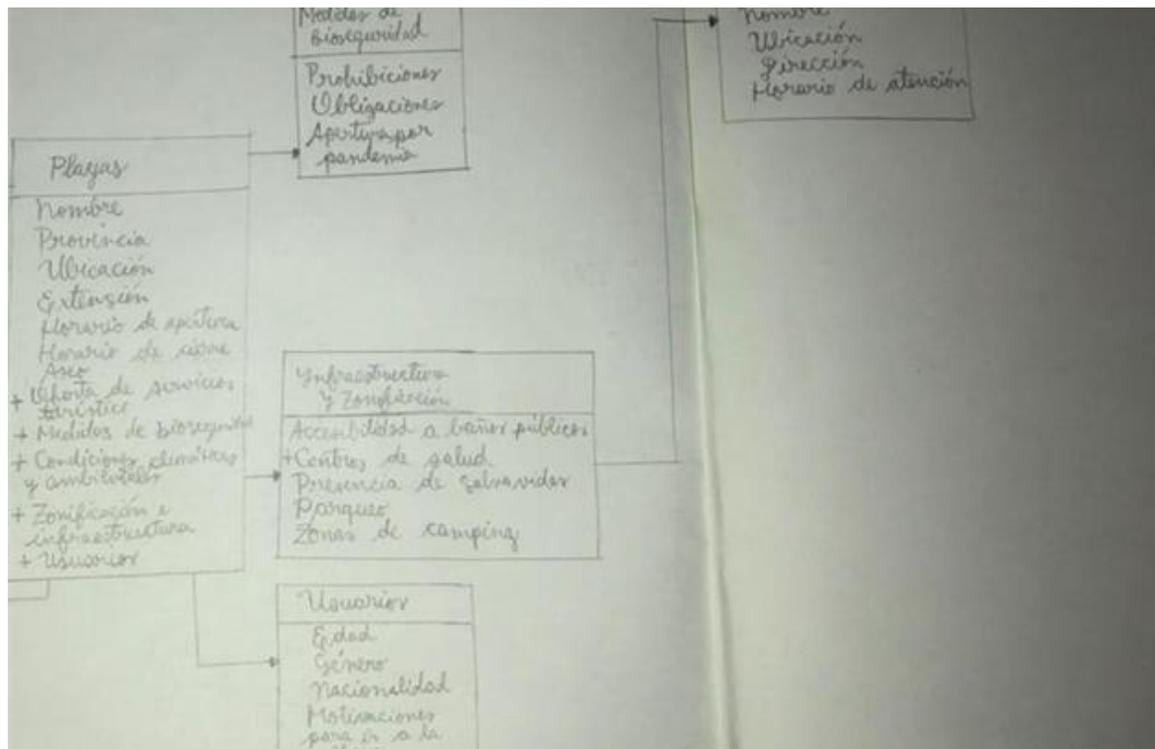
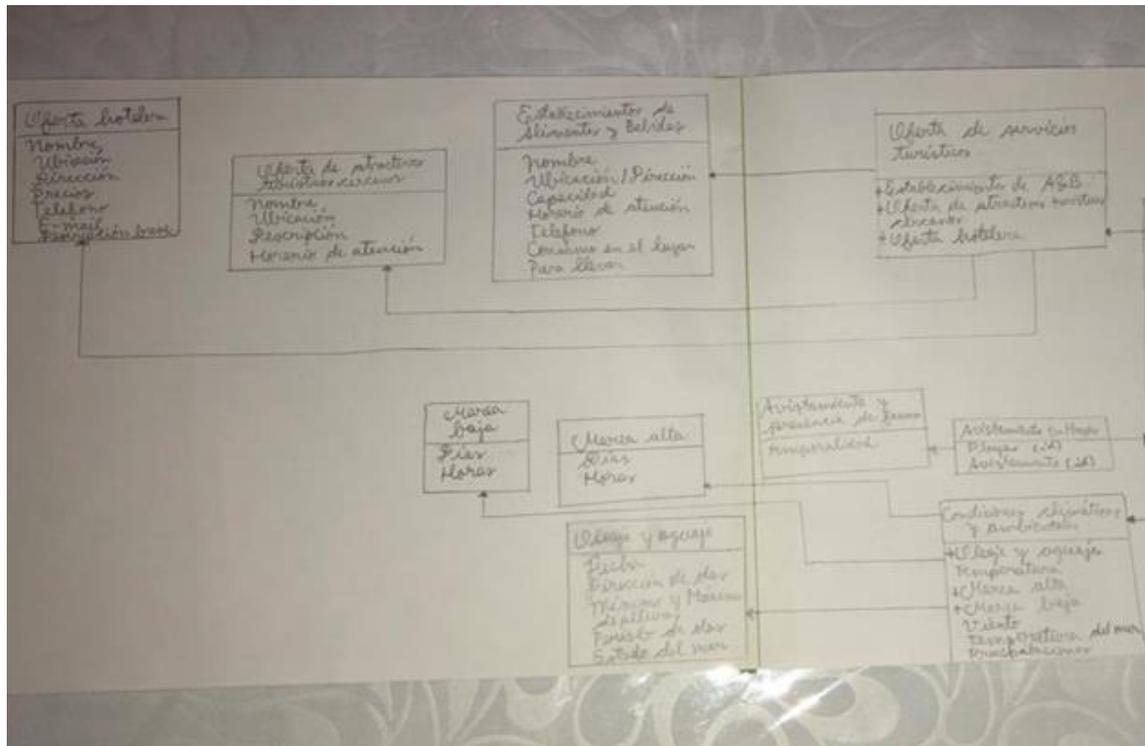




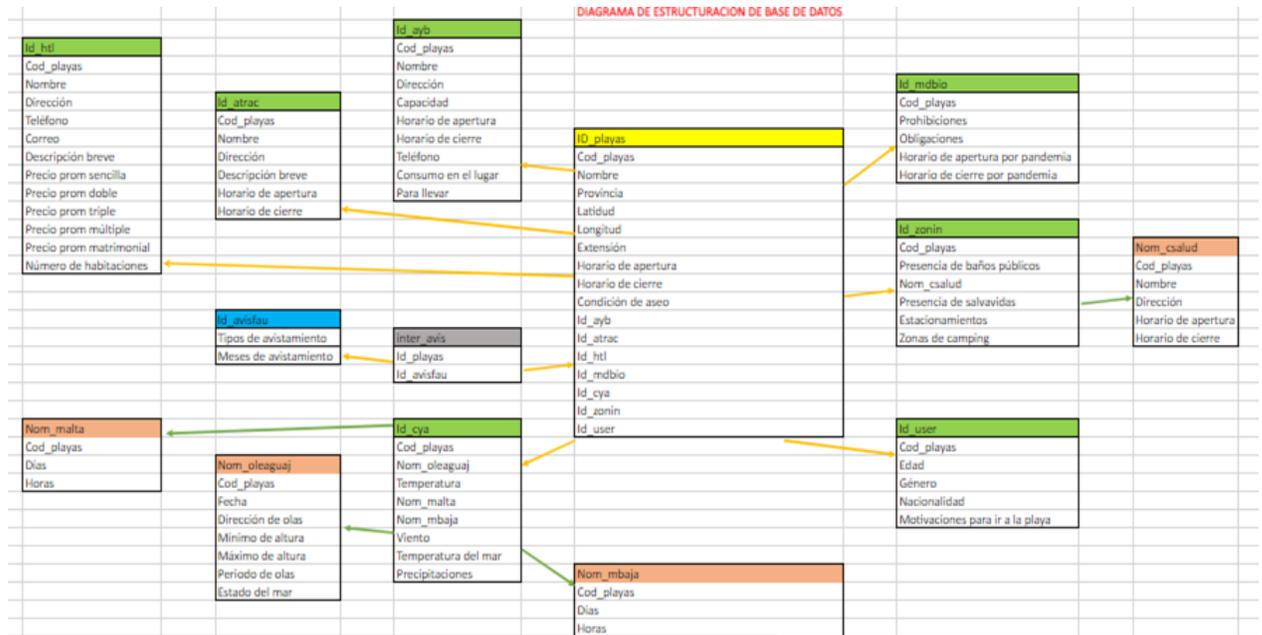
### **ANEXO 7 Formato de consentimiento informado**

La presente encuesta va dirigida a visitantes de las playas ecuatorianas. Tiene como objetivo conocer las necesidades de información de los visitantes de destinos costeros. Queremos agradecerles por su participación y por el tiempo brindado. Los datos obtenidos serán confidenciales y se utilizarán únicamente para fines académicos e investigativos.

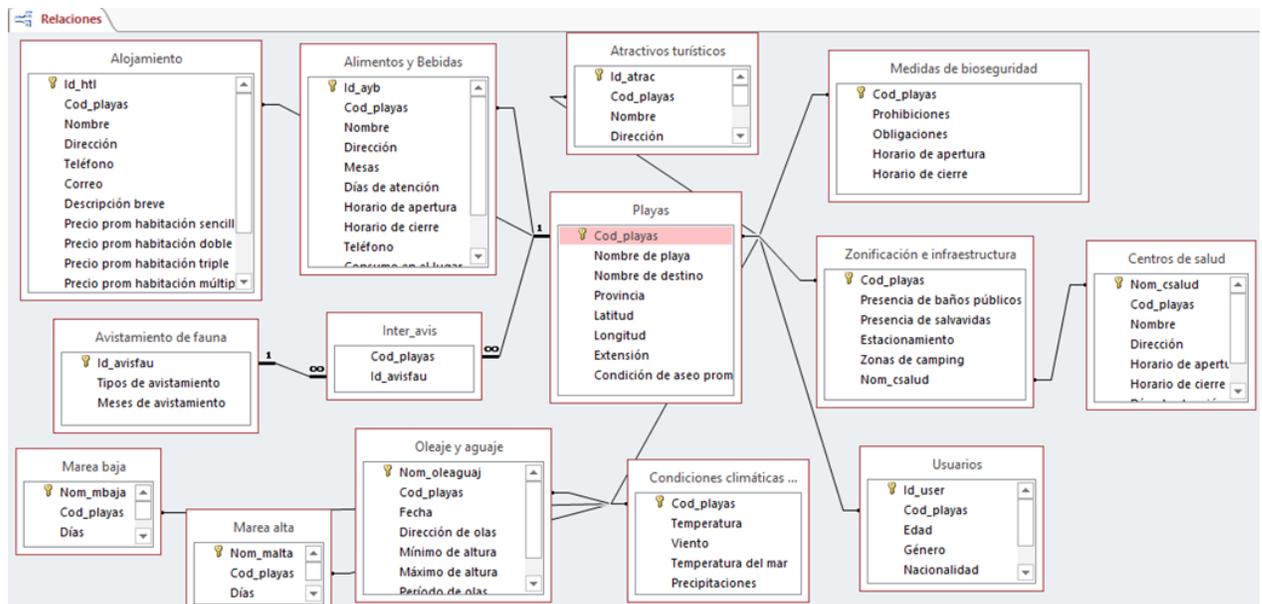
## ANEXO 8 Prototipo de papel



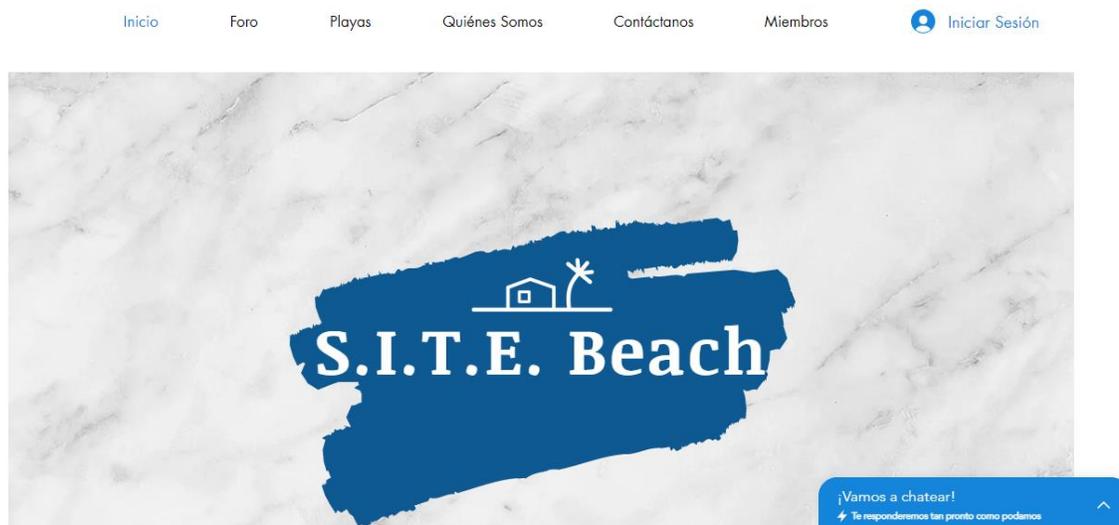
## ANEXO 9 Diagrama de base de datos en Excel



## ANEXO 10 Estructura de sistema de base de datos en Access



## ANEXO 11 Prototipo S.I.T.E Beach



<https://melissalilibeth98.wixsite.com/prototipositebeach>

## ANEXO 12 Guía de Grupo Focal

### GUÍA DE GRUPO FOCAL

Nombre del modulador: \_\_\_\_\_ N. ° de entrevistados: \_\_\_\_

Hora de comienzo: \_\_: \_\_ Hora de finalización: \_\_: \_\_

Buenos días/tardes, les doy la bienvenida a todos ustedes, espero que durante este tiempo puedan sentirse a gusto. Mi nombre es \_\_\_\_\_. Quiero agradecerles por su participación y por el tiempo brindado. Estamos haciendo un estudio para conocer su opinión del prototipo S.I.T.E Beach (Sistema de Información Turística de Ecuador sobre Playas). Los datos obtenidos serán confidenciales y se utilizarán únicamente para fines académicos e investigativos. Por otro lado, nos gustaría contar con su permiso para que este grupo sea grabado y para poder trabajar con él en la investigación. Durante este proceso, les pedimos encarecidamente de ser posible poner sus teléfonos en silencio o vibración para evitar distracciones en los presentes. Si necesita contestar una llamada, sienta la libertad de poder levantarse y contestar su llamada, pero con toda cordialidad se pide que silencie su llamada. En el momento de querer contribuir con sus aportaciones, pueden usar la opción de levantar la mano para

permitirle darle la palabra cuando la persona que se encuentre hablando termine. El tiempo que durará este Grupo Focal es aproximadamente 45 minutos.

(El moderador procede a realizar las preguntas que permitirán obtener la información)

**Pregunta para romper el hielo:** ¿Cuáles son sus motivaciones para visitar una playa?

1: **Para empezar, desearía conocer desde su perspectiva respecto a la información que se encuentra en el sitio web** ¿Creen que responde a las necesidades de información que tienen los visitantes de playas? ¿Creen que puede ayudar en la toma de decisión para visitar una playa?

2: **Al buscar información de destinos marinos costeros** ¿Creen que el prototipo de sitio web les aminora el tiempo de búsqueda de información? ¿Encuentran en el sitio web información completa, concreta y visual? Sí/No? ¿Qué necesitarían para encontrarla completa?

3: **Al haber revisado el prototipo me gustaría saber** ¿Qué fue lo que más les llamó la atención? ¿Les parece que el proceso de búsqueda de información es fácil de manejar y amigable? ¿Existe algo que se deba mejorar?

4: **En el diseño del sitio web existe un apartado de un foro para que las personas que deseen puedan interactuar a través de preguntas con otras o dejar sus comentarios** ¿Creen que esta opción es de utilidad? ¿Sí / No? ¿Por qué?

5: **Finalmente, me gustaría saber si estarían dispuestos a brindar información en su visita a la playa, a través de una pequeña encuesta para contribuir con datos para el prototipo en la pestaña llamada “usuarios”** ¿Sí/No? ¿Por qué?

## **ANEXO 13 Transcripción del Grupo Focal**

### **TRANSCRIPCIONES DEL GRUPO FOCAL**

Buenas tardes, les doy la bienvenida a todos ustedes, espero que durante este tiempo puedan sentirse a gusto. Mi nombre es Paulina Flores. Quiero agradecerles por su participación y por el tiempo brindado. Estamos haciendo un estudio para conocer su opinión del prototipo S.I.T.E Beach (Sistema de Información Turística de Ecuador sobre Playas). Los datos obtenidos serán confidenciales y se utilizarán únicamente para fines académicos e investigativos. Por otro lado, nos gustaría contar con su permiso para que este grupo sea grabado y para poder trabajar con él en la investigación. Durante este proceso, les pedimos encarecidamente de ser posible poner sus teléfonos en silencio o vibración para evitar distracciones en los presentes. Si necesita contestar una llamada, sienta la libertad de poder levantarse y contestar su llamada, pero con toda cordialidad se pide que silencie su llamada. En el momento de querer contribuir con sus aportaciones, pueden usar la opción de levantar la mano para permitirle darle la palabra cuando la persona que se encuentre hablando termine. El tiempo que durará este Grupo Focal es aproximadamente 45 minutos.

#### **Me gustaría conocer ¿Cuáles son sus motivaciones para visitar una playa?**

**Emely:** Distracción, relajación y compartir con familiares y amigos.

**Nashly:** relajación, viajar sola o en familia.

**Betina:** por turismo y por ir a comer platos típicos.

**Nicole:** para desestresarse y pasar un bonito rato ameno.

**Selena:** viajes con amigos, familia y gastronomía.

**Alisson:** para relajarme y por la comida.

**Desearía conocer desde su perspectiva respecto a la información que se encuentra en el sitio web ¿Creen que responde a las necesidades de información que tienen los visitantes de playas?**

**Selena:** yo considero que, si tiene cierta información importante como la apertura de las visitas a las playas, las prohibiciones y las obligaciones que tienen justo en estos momentos que estamos pasando por esta pandemia. También especifica si existen los baños públicos o el estacionamiento respectivo y los salvavidas.

**Emely:** sí yo considero que si tiene información relevante por ejemplo en mi caso me gusta bastante el tema de los hoteles porque te da un precio estimado, te redirige al sitio, te da fotos de los hoteles, adicional a eso te sugiere lugares para visitar entonces son cosas que generalmente yo busco al momento de hacer turismo, pero no los encuentro en un solo sitio tengo que andar buscando en varias páginas.

**Betina:** yo creo que sí la verdad es que sí tiene mucha información sobre todo para una persona que venga no sé desde la Sierra que nunca haya visitado la playa. Me llamó mucho la atención sobre los restaurantes porque yo soy muy fan de la comida típica de la playa y también sobre el avistamiento de ballenas, a veces una persona no sabe en qué temporada van a estar las ballenas entonces esto me parece de verdad muy útil.

**Nicole:** a mí lo que me llamó mucho fue el clima, ósea puedes visualizar en que clima te encontrarías para tal día, eso, me gustó mucho y bueno aportando a lo que dijeron acerca de los hoteles, la comida que es muy importante cabe recalcar y más que nada el espacio en el que uno está rodeado.

**Nashly:** me gustó bastante la página estaba fácil irse a cualquier ladito y te regresa. Lo de la temperatura, me gusta bastante lo del clima, lo de las zonas turísticas los lugares que uno puede visitar incluso está el horario de apertura y esas cosas casi uno no las ve simplemente ah bueno la Chocolatera siempre está abierta, pero resulta que no que solo está abierta hasta las 5:00 o 5:30 y lo que tienen las estadísticas de las edades de visita me parece agradable.

**Alisson:** sí porque es muy fácil de manejar, es un poco simple pero llamativo a la vez. Basta con esa información, me parece adecuado, no es complejo y es fácil a la vista entonces sí.

### ¿Creen que puede ayudar en la toma de decisión para visitar una playa?

**Nicole:** en lo personal sí porque generalmente uno lo que busca es el clima y el horario ahora por esto de la pandemia, busca los restaurantes más cercanos. Considerando esto como mis tres puntos principales sí me da la información y por ende me ayudaría mucho a tomar una decisión.

**Betina:** yo creo que sí porque como dije antes hay personas que vienen desde muy lejos y la verdad es que aquí si hay bastante información en la que se pueden guiar, que le gusta y que no, y así pueden tomar una decisión para evitar perder el tiempo.

**Selena:** Siguiendo el comentario de las anteriores chicas, considero que sí es muy importante, más en el tiempo que ahora estamos en pandemia, con este tipo de información podemos ver si las playas están abiertas, qué hoteles están disponibles, los horarios de restaurantes, la gastronomía qué hay y también podemos visualizar qué actividades se pueden hacer, entonces eso es muy importante que si influye al momento de escoger si ir a esa playa o ir a otra.

### Al buscar información de destinos marinos costeros ¿creen que el prototipo de sitio web les aminora el tiempo de búsqueda de información? ¿Encuentran en el sitio web información completa, concreta y visual? ¿Sí o no? Y en el caso que su respuesta sea no ¿qué necesitarían para encontrarla completa? ¿Qué creen que a este sitio web le hace falta?

**Emely:** por mi parte sí

**Alisson:** por mi parte también, creo que es muy completa, o sea, te evita el hecho de buscar una cosa, buscas todo al mismo tiempo, ya no estás abriendo una pestaña que para ver hoteles, la otra que los horarios, la otra que, si están abiertos, entonces yo creo que sí, también

**Nicole:** por mi parte sí, yo también digo que sí está completa la información. Lo poco que he visto está completa.

**Nashly:** y no sabía qué otra información añadirle, es lo que uno generalmente busca para ir a la playa, bueno si es que buscan, bueno los hoteles, la comida, también qué se yo la marea alta, la marea baja, el tiempo cómo está. No sé qué más podría añadirle.

**Betina:** Yo creo, no sé si no revise bien o tal vez si esté, vi mal, pero, yo creo que, si le faltaría como, por ejemplo: tickets de buses para ir o boletos de avión, ya como para decir que todo, todo está completo, porque de ahí por el resto está muy bien.

**Nicole:** Y aportando una cosita más, yo sé qué es el turismo, pero estaría bueno, no sé si ustedes también se embarcan en eso, pero digamos que, hay personas que realmente digamos que llegan al terminal, y el terminal no es qué está cerca de las playas. Entonces qué rutas también pasan para la playa, creo que ahorita es ballenita el terminal digamos que, de salinas, entonces qué rutas pasan por la playa, que ruta de bus urbano para por la playa, entonces eso sería un dato extra que pueden aportar ahí.

**Al haber revisado el prototipo me gustaría saber, les parece qué el proceso de búsqueda de información es fácil de manejar y amigable, existe algo que se deba mejorar en ese proceso**

**Nicole:** No, para mí todo bien, todo muy bien

**Betina:** Si está, yo creo que sí está bien, incluso hay una lupita para buscar más rápido, entonces me parece bien.

**Nashly:** Iba a decir qué tal vez, la parte de suscribirse, de iniciar sesión, no entendí muy bien. Va a llegar alguna notificación a nuestro correo de qué información, no entendí es partecita.

**Paulina:** Ok, te explico, la parte de suscribirse es porque al momento de ustedes lo hacen con un correo o una contraseña, pueden tener acceso, en la página hay una pestaña que se llama Foro, y ese foro ustedes pueden hacer sus preguntas que pueden ser respondidas por nosotras como creadoras del sitio web o puede ser con otras personas que también se suscribieron y también pueden responder a las cosas, o sea a sus inquietudes, por ejemplo, ustedes pueden hacer una pregunta, no sé...

**Nicole:** yo si me apuntaría, yo si tomaría esa decisión de suscribirme, más que nada para conocer las opiniones de las personas, porque eso influye bastante en tomar una decisión, porque si tú eres una persona real, que recién va a conocer y conoces muy poca información acerca que digamos de un hotel, ahí te pueden dar toda la información que tú necesitas o esa persona que ya conoce, puede poner información y te puede ayudar a tomar esa decisión.

### **Finalmente, estarían dispuestas a brindar información sobre su visita a la playa**

**Emely:** Si son ustedes, es decir, si son conocidas lo haría, pero si es gente desconocida no lo haría.

**Betina:** Ah claro por mí no hay problema, además creo que eso puede ayudar para que más personas tengan como que confianza, así es como lo entendí, no sé si estoy mal.

**Selena:** Por mí parte, sí debería si ser, si es una encuesta que no implique datos personales o más, entonces si ayudaría, porque eso también fomentaría al turismo en lo que es la costa y también el país y ayudaría a llenar todos los vacíos que puede haber en ciertas páginas, en ciertos lugares.

### **Respecto a la sección de foro que se encuentra en el sitio web, nos gustaría saber si la consideran útil, si creen que es importante que el sitio web cuente con esta sesión**

**Alisson:** yo creo que sí, sí me parece útil

**Betina:** yo también creo que sí, porque así podemos ver sobre las experiencias de otra persona y así mismo aportar para que las demás personas puedan ver por qué deberían ir y por qué no.

**Nashly:** yo iba a decir qué me parece súper bien, también vendría a contestar el foro cada que tenga la experiencia de ir a una playa, porque, bueno, al menos yo si buscaría, si yo sé que existe está página, yo si buscaría referentes de las personas.

## ANEXO 14 Funcionamiento del prototipo

### SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ECUADOR SOBRE PLAYAS PARA VISITANTES DE PLAYAS ECUATORIANAS

En la siguiente ilustración se visualiza brevemente la representación gráfica de la secuencia para el funcionamiento de S.I.T.E. Beach (Sistema de información turística de Ecuador sobre Playas)



A continuación, se detalla el funcionamiento de S.I.T.E Beach (Sistema de Información Turística de Ecuador sobre Playas), el cual empieza con la constitución de una tabla de códigos que representa la información que se necesita y ayuda a establecer sus respectivas relaciones en Access, para facilitar el proceso de búsqueda de información en la Base de datos.

NOMBRE	CÓDIGO ÚNICO
Playas	id_playas
Establecimiento de A&B	id_ayb
Oferta de atractivos turísticos	id_atrac
Oferta hotelera	id_htl
Medidas de bioseguridad	id_mdbio
Condiciones climáticas y ambientales	id_cya

Zonificación e infraestructura	id_zonin
Usuarios	id_user
Avistamiento y presencia de fauna	id_avisfau
Avistamiento en playas	inter_avis
Oleaje y aguaje	nom_oleaguaj
Marea alta	nom_malta
Marea baja	nom_mbaja
Centros de salud	nom_csalud

Posteriormente, se desarrolla una guía para identificar de qué manera va a ingresar en la base de datos, que ha sido creada en Access la información previamente recolectada.

<b>GUÍA DE INFORMACIÓN DE BASE DE DATOS</b>			
<b>INFORMACIÓN DE CAMPOS DE BASE DE DATOS</b>			
<b>SECCIONES</b>	<b>NOMBRE DE LA CELDA</b>	<b>TIPO DE VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>PLAYAS</b>	Códigos	número	Número del 01 al 60
	Nombre de la playa	texto	50 caracteres
	Nombre del destino	texto	50 caracteres
	Provincia	texto	Lista de las 24 provincias del Ecuador
	Latitud	número	Coordenadas UTM
	Longitud	número	Coordenadas UTM
	Extensión	número	En kilómetros
	Condición de aseo	texto	25 caracteres
<b>ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	Nombre	texto	100 caracteres
	Dirección	texto	200 caracteres
	Capacidad	número	Capacidad máxima de pax por establecimiento
	Horario de apertura	número	En horas, 00h00 a 23h59
	Horario de cierre	número	En horas, 00h00 a 23h59
	Teléfono	número	10 dígitos
	Consumo en el lugar	menú	Opciones: sí, no
	Para llevar	menú	Opciones: sí, no
<b>OFERTA DE ATRACTIVOS</b>	Nombre	texto	100 caracteres
	Dirección	texto	200 caracteres

<b>TURÍSTICOS</b>	Descripción breve	texto	300 caracteres
	Horario de apertura	número	En horas, 00h00 a 23h59
	Horario de cierre	número	En horas, 00h00 a 23h59
<b>OFERTA HOTELERA</b>	Nombre	texto	100 caracteres
	Dirección	texto	200 caracteres
	Teléfono	número	10 dígitos
	Correo	texto	100 caracteres
	Descripción breve	texto	300 caracteres
	Precio prom hab sencilla	número	Valor en dólares estadounidenses
	Precio prom hab doble	número	Valor en dólares estadounidenses
	Precio prom hab triple	número	Valor en dólares estadounidenses
	Precio prom hab múltiple	número	Valor en dólares estadounidenses
	Precio prom hab matrimonial	número	Valor en dólares estadounidenses
Número de habitaciones	número	Número de habitaciones por establecimiento de alojamiento	
<b>MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD</b>	Prohibiciones	texto	1000 caracteres
	Obligaciones	texto	1000 caracteres
	Horario de apertura	número	En horas, 00h00 a 23h59
	Horario de cierre	número	En horas, 00h00 a 23h59
<b>AVISTAMIENTO Y PRESENCIA DE FAUNA</b>	Tipos de avistamiento	texto	50 caracteres
	Meses de avistamiento	texto	200 caracteres
<b>ZONIFICACIÓN E INFRAESTRUCTURA</b>	Presencia de baños públicos	menú	Opciones: sí, no
	Presencia de salvavidas	menú	Opciones: sí, no
	Estacionamientos	menú	Opciones: sí, no
	Accesibilidad para personas con discapacidades	menú	Opciones: sí, no
	Presencia de personal de	menú	Opciones: sí, no

	seguridad		
	Espacios para mascotas	menú	Opciones: sí, no
	Zonas de camping	menú	Opciones: sí, no
<b>CENTROS DE SALUD</b>	Nombre	texto	100 caracteres
	Dirección	texto	200 caracteres
	Horario de apertura	número	En horas, 00h00 a 23h59
	Horario de cierre	número	En horas, 00h00 a 23h59
<b>CONDICIONES CLIMÁTICAS Y AMBIENTALES</b>	Temperatura	URL	<a href="https://weather.com/es-EC/tiempo/hoy//-2.22,-80.96?par=google&amp;temp=c">https://weather.com/es-EC/tiempo/hoy//-2.22,-80.96?par=google&amp;temp=c</a>
	Viento	URL	<a href="https://weather.com/es-EC/tiempo/hoy//-2.22,-80.96?par=google&amp;temp=c">https://weather.com/es-EC/tiempo/hoy//-2.22,-80.96?par=google&amp;temp=c</a>
	Temperatura del mar	URL	<a href="https://www.temperaturadelmar.es/america-sur/ecuador/salinas/">https://www.temperaturadelmar.es/america-sur/ecuador/salinas/</a>
	Precipitaciones	URL	<a href="https://weather.com/es-EC/tiempo/hoy//-2.22,-80.96?par=google&amp;temp=c">https://weather.com/es-EC/tiempo/hoy//-2.22,-80.96?par=google&amp;temp=c</a>
<b>OLEAJE Y AGUAJE</b>	Fecha	fecha	(Día/Mes/Año)
	Dirección de olas	texto	50 caracteres, puntos cardinales
	Mínimo de altura	número	Metros
	Máximo de altura	número	Metros
	Periodo de olas	número	Segundos
	Estado del mar	texto	50 caracteres
	Consultas	URL	<a href="https://www.inocar.mil.ec/web/index.php/boletines/oleaje-y-aguaje">https://www.inocar.mil.ec/web/index.php/boletines/oleaje-y-aguaje</a>
<b>MAREA ALTA</b>	Días	texto	50 caracteres
	Horas	número	En horas, 00h00 a 23h59
	Consultas	URL	<a href="https://es.tideschart.com/Ecuador/Santa-Elena/Canton-Salinas/Salinas/">https://es.tideschart.com/Ecuador/Santa-Elena/Canton-Salinas/Salinas/</a>
<b>MAREA BAJA</b>	Días	texto	50 caracteres
	Horas	número	En horas, 00h00 a 23h59
	Consultas	URL	<a href="https://es.tideschart.com/Ecuador/Santa-Elena/Canton-">https://es.tideschart.com/Ecuador/Santa-Elena/Canton-</a>

			<a href="#">Salinas/Salinas/</a>
<b>USUARIOS</b>	Edad	menú	Menores a 20, entre 20 y 29, entre 30 y 39, entre 40 y 49, entre 50 y 59, mayores de 60
	Género	menú	Opciones: masculino, femenino, otros
	Nacionalidad	texto	50 caracteres
	Motivaciones para ir a la playa	texto	150 caracteres

Una vez realizadas las respectivas tablas, se procede a crear la estructura relacional en Access y agregar la información recopilada por medio de internet, catastros y encuestas a través de un código QR en la base de datos.

Todos los objet...

Alimentos y Bebidas

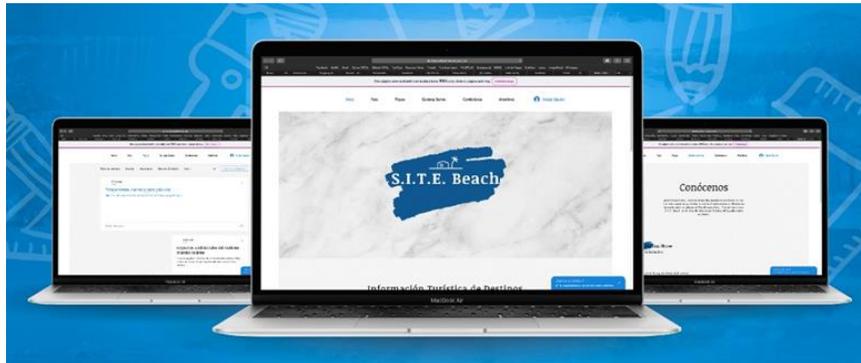
Id_ayb	Cod_playas	Nombre	Dirección	Mesas	Días de ater	Horario de a	Horario de c	Teléfono	Consumo er	Para llevar	Obs
1		Restaurante Mariscos A	Avenida Male	26	jueves a domi	12:00	23:00	42772631	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
2		Casa Rabotti	Calle 52, Salin		todos los días	12:00	23:00	987285940	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salu
3		El Veler	Fidón Tomalá,	40	lunes a viernes	8:00	19:30	42771379	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sáb
4		La Isla del Marisco Salin	Avenida Malec	11	todos los días	7:30	22:00	42771407	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
5		Sogale cafe-restaurant	Carlos espinoz	15	domingo a mié	12:00	18:00	43127639	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	juev
6		Café Jazz	Salinas Provinc	4	todos los días	8:00	21:00	967992662	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
7		Luccy's Mexican Grill	11, Calle 37, Jo		miércoles a sá	17:00	22:00	991518075	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	vier
8		Marcelo's Tacos	Malecón, Salin	0	todos los días	4:00	16:00	998165118	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
9		La Ostra Nostra Restaur	Ave Eloy Alfarr	25	todos lod días				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	lune
10		Cevichería LOJANITA	Av. Gral. Enriq	12	todos los días	8:00	22:00	42770819	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Dor
11		Claudio y Alberto Bistr	Av Malecon (El	0	lunes a jueves	13:30	21:30	999226894	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	vier
12		Jhimy's food	Jaime Roldos /	11	todos los días	8:00	16:00	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
13		Mapri parrilla	Vicente Rocaf	0				980348033	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	los j
14		Crepe & company	Avenida Malec	10	todos los días	8:00	23:00	983737879	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Vier
15		Mar y Tierra	Avenida Malec	19	todos los días	12:00	23:00	42770877	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
16		Restaurante Mar Azul	Malecón, Salin	10	todos los días	8:00	21:00	42770788	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	fine
17		El Patto de Chescos	Avenida Malec	0	todos los días	3:00	21:00	995523161	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
18		PARRILLADA DON CIRO	General Enriq	10	todos los días	0:00	23:59	42770484	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
19		Cevichería Vanessa	Av. Eduardo A:	5	todos los días			42770912	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	lun-
20		Food Planet Salinas	Malecón Salin	0	todos los días	12:00	23:59	988583605	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	De 1
21		Pedro empanadas	Malecón Salin	4	jueves a domi	8:30	22:30	990352336	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Lunr
22		Cevichería de HUGO Sa	Calle 15 esquir	8				986759426	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	lune
23		Hamburguesas del Casi	Avenida Malec	0				968943836	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	lune
24		Pizzeria El Hornero	Avenida 10 y C	16	lunes a sábadc	14:00	23:00	42770471	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Dor
25		Mañabar	Avenida Malec	15	lunes, miércol	7:30	1:00	42770609	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No é

Registro: 1 de 71

Vista Hoja de datos



Finalmente, con la información ya disponible en la base de datos, se procede a agregar la información manualmente en el sitio web S.I.T.E. Beach que ha sido creado como medio por el que se va a transmitir la información a los usuarios.



# DISEÑO DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PARA VISITANTES DE PLAYAS ECUATORIANAS

## PROBLEMA

Los visitantes de playas ecuatorianas demuestran que sienten frustración al momento de buscar información sobre los destinos costeros y evidencian la importancia de tener acceso en un mismo sitio a este tipo de datos que respondan a sus necesidades de información y les facilite tomar una decisión para visitar una playa.

## OBJETIVO GENERAL

Generar un prototipo de un sistema de información turística, a través del análisis de datos cuantitativos y cualitativos de los turistas costeros, para proveer información completa y relevante sobre las playas ecuatorianas.

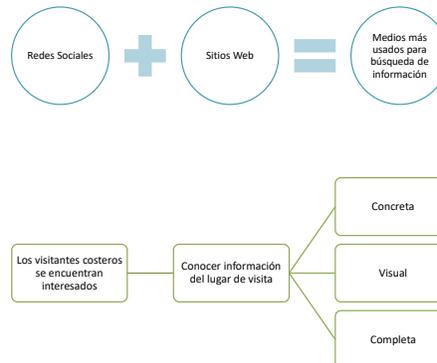
## PROPUESTA

Hemos basado el desarrollo de un sistema de información turística en 4 entrevistas realizadas a expertos del sector turístico, 252 encuestas que se realizaron a visitantes de playas ecuatorianas y 4 mapas de experiencias del consumidor que fueron resueltos por turistas costeros. Nuestra propuesta de valor consiste en proveer en un mismo sitio datos turísticos que respondan a las necesidades de información de los visitantes de playas ecuatorianas.



## RESULTADOS

Los resultados obtenidos del trabajo de campo arrojaron los siguientes datos: la información que necesitan los visitantes costeros, los medios que usan para buscar información y como desean visualizar la misma.



## CONCLUSIONES

- El desarrollo de un sistema de información turística para visitantes de playas ecuatorianas resulta eficaz para responder a las necesidades de información de los turistas costeros y presenta una ayuda significativa en su decisión de visita a una playa.
- Conocer la información que necesita un visitante playero es fundamental para crear una base de datos que sea útil para una adecuada organización de la información turística de destinos marinos costeros.

- Es viable desarrollar un sistema de información turística para visitantes de playas ecuatorianas, dado que los clientes potenciales respondieron a través de un grupo focal que de esta manera sería fácil acceder a la información que necesitan cuando hacen turismo en destinos marinos costeros.
- La implementación del sistema de información turística para visitantes de playas ecuatorianas amerita una inversión, por lo que conlleva a la necesidad de la búsqueda de estrategias de financiamiento.