

DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.331>

Aplicativos móviles como herramienta tecnológica en la idoneidad de los servicios turísticos en el Cantón Santa Cruz-Galápagos

Mobile applications as a technological tool in the suitability of tourist services in the Canton Santa Cruz-Galapagos

As aplicações móveis como ferramenta tecnológica na adequação dos serviços turísticos do Cantão de Santa Cruz-Galápagos

José Lenin Rogel-Villacis ¹jrogel@uce.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-6897-3808>Magda Francisca Cejas-Martínez ²magda.cejas@unach.edu.ec<https://orcid.org/0000-002-0618-3608>Andy Alejandro Jaya-Pérez ³ajaya@uce.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-9751-0108>Derling José Mendoza-Velazco ⁴derling969@gmail.com<https://orcid.org/0000-0001-8275-3687>Correspondencia: jrogel@uce.edu.ec* **Recepción:** 09/ 10/ 2020 * **Aceptación:** 30/11/ 2020 * **Publicación:** 04/01/ 2021

1. Magister en Educacion y Desarrollo Social, Licenciado en Educacion Ambiental y Ecoturismo Docente Investigador de la Universidad Central del Ecuador, Sede Galápagos, Campus Miraflores, Carrera de Turismo Ecológico, Ecuador.
2. Magister en Administracion del Trabajo y Relaciones Laborables, Doctorado Dentro del Programa de Estudios Empresariales, Doctor en Ciencias Sociales Mencion Estudios del Trabajo, Licenciada en Relaciones Industriales, Docente Investigador de la Universidad Nacional de Chimborazo y Docente Titular de la Universidad de las Fuerzas Armadas, Ecuador.
3. Licenciado en Turismo Ecológico, Actividades de Inspección y Cuarentena en Puertos y Aeropuertos de la Provincia de Galápagos, Universidad Central del Ecuador, Sede Galápagos, Ecuador.
4. Doctor en Educación, Especialista en Didáctica de las Matemáticas, Licenciado en Educación Mención: Matemáticas y Física, Técnico Superior Universitario en Electrónica, Docente Investigador Universidad UTE and Universidad Nacional de Educación UNAE, Ecuador.



Resumen

Los aplicativos móviles como herramienta de comercialización de servicios turísticos es una de las alternativas crecientes y de actualidad a nivel mundial. La investigación que se presenta tiene como objetivo general analizar el uso de aplicativos móviles como herramienta tecnológica para la idoneidad de los servicios turísticos en el Cantón Santa Cruz, del archipiélago de Galápagos, en vista de la importancia que posee la zona para el turismo y en pro de mejorar el servicio y la experiencia de viaje de los turistas, esta investigación es de enfoque mixto, diseño de campo con apoyo en la revisión documental y descriptiva, los resultados de manera generalizada arrojan que los turistas demandan el uso de aplicativos móviles en el Cantón Santa Cruz para mejorar su experiencia turística, en vista del apoyo que representan las tecnologías 2.0 en la actualidad. Se concluye que los comerciantes y empresas que ofrecen sus servicios turísticos en la zona deben organizarse para hacer posible dicha demanda.

Palabras claves: Turismo; tecnología; aplicativos; servicio.

Abstract

Mobile applications as a marketing tool for tourism services is one of the growing and current alternatives worldwide. The research presented here has the general objective of valorizing the use of mobile applications as a tool for the marketing of tourist services in Santa Cruz County, Galapagos archipelago, in view of the importance of the area for tourism and in order to improve the service and the travel experience of tourists, This research is of mixed approach, field design with support in the documentary and descriptive review, the results in a generalized way show that tourists demand the use of mobile applications in the Santa Cruz Canton to improve their tourist experience, in view of the support represented by technologies 2.0 at present. It is concluded that traders and companies that offer their tourist services in the area should organize themselves to make this demand possible.

Keywords: Tourism; technology; applications; service.

Resumo

Os aplicativos móveis como ferramenta de marketing para serviços turísticos é uma das alternativas crescentes e atuais em todo o mundo. A pesquisa apresentada tem o objetivo geral de analisar a utilização de aplicações móveis como ferramenta tecnológica para a adequação de serviços turísticos no Cantão de Santa Cruz, do arquipélago de Galápagos, tendo em vista a importância da área para o turismo e na região. Com o objetivo de melhorar o serviço e a experiência de viagem turística, esta pesquisa é de abordagem mista, com desenho de campo apoiado na revisão documental e descritiva, os resultados de forma generalizada mostram que os turistas demandam o uso de aplicativos móveis no Cantón Santa Cruz para melhorar sua experiência turística, tendo em vista o suporte que as tecnologias 2.0 representam hoje. Conclui-se que os comerciantes e empresas que oferecem seus serviços turísticos na região devem se organizar para viabilizar essa demanda.

Palavras-chave: Turismo; tecnologia; formulários; serviço.

Introducción

Las Islas que comprenden el Archipiélago de Galápagos se encuentran ubicadas geográficamente a una distancia aproximada de 600 millas de la costa ecuatoriana, históricamente cuenta con visitas sustancialmente crecientes, particularmente la Isla Santa Cruz, se encuentra ubicada en el centro del archipiélago y es la receptora del ingreso de más del 60% de los visitantes, una parte de ellos vienen bajo la contratación previa de un paquete turístico y otra parte realiza sus contrataciones in situ, ya sea para tours navegables, diarios, cabotajes entre puertos y tours de bahía, entre otros.

Razón por la cual, cada vez se hace mas importante contar con estrategias que faciliten el acceso de los turistas a las diferentes bondades que posee el archipiélago y donde puedan obtener información sobre la conservación del ecosistema y acceso a la variedad de servicios que permita al turista elegir la opción que más se adapte a sus necesidades.

En la actualidad, las tecnologías de la información, en adelante TIC's, se han convertido en fuente de apoyo importante e indispensable para acelerar, incrementar y mantener los diferentes mercados, particularmente el turístico, en vista de los crecientes avances y cada vez más prácticos servicios que ofrece la tecnología de la Web 2.0, estos se han convertido en una de las principales fuentes de información para los usuarios al momento de tomar decisiones.



En este sentido, según informe difundido por el Instituto Nacional Ecuatoriano en los últimos años, existe un promedio de 1.2 millones de personas que posee teléfonos inteligentes (Smartphone) lo que significa que esta cifra representa un crecimiento de 141% .

Lo expresado con antelación da cuenta del desarrollo tecnológico y de las políticas públicas existentes en el Ecuador y que han sido aplicadas en sectores como el turismo a través del uso de tecnología y de proyectos I+D+I que se tornan de mucha importancia para el desarrollo local.

La producción científica que aborda el fenómeno del uso del teléfono celular se ha incrementado en las bases de datos especializadas en los últimos años; esto puede deberse a que es muy alta la población que cuenta con uno y que aparentemente es la forma más fácil y eficiente para comunicarse. Vásconez & Pardo (2020). De esta manera, se destaca la tecnología móvil como una herramienta tecnológica de comunicación que permite utilizar las TIC en diferentes sectores, siendo uno de ellos el turismo el cual sin duda genera grandes aportes para la economía mundial, nacional y regional de los países. Para la Organización Mundial de Turismo (OMT) el turismo se ha convertido en la industria número uno a nivel internacional, muy por encima de la producción de automotores, productos químicos, petróleo y alimentos. Cabe recalcar que el turismo mueve alrededor de 8.800 millones de turistas internacionales alrededor del mundo, anualmente con un ingreso económico superior a 1.5 billones de dólares en exportaciones y generó empleo a una de cada diez personas de forma directa e indirecta. Para el 2019 se estimó (ONU, OMT, OCDE) un promedio de llegadas internacionales que alcanzaron el total de 1.500 millones de turistas; lo cual supone un aumento del 4 % con respecto a 2018 y la consolidación de un decenio sin precedentes en que el turismo creció más rápido que el conjunto de la economía mundial.

Cabe destacar que el turismo en los primeros meses del año 2020 disminuyó en un 56% y cayó en un 98% en el mundo. Según estimaciones de la OMT la pérdida del turismo estuvo centrada en casi 320.000 millones de dólares en exportaciones, más del triple de lo que se perdió en las crisis sostenidas por la economía mundial en los últimos periodos.

Es así que se resalta en la crisis mundial sobre la salud (pandemia Covid 19) como los ingresos del turismo han caído vertiginosamente apuntando que las llegadas de turistas se reducirá para finales del 2020 y el primer semestre del 2021 entre entre el 58 % y el 78 % , destacándose con ello las limitaciones que ha ocasionado la pandemia, así como la duración de las restricciones a

los viajes y la reapertura gradual de las fronteras, que ya ha comenzado, pero cuyo futuro sigue siendo incierto.

Para Martínez, Castañeda & Rodríguez (2018) hace una década los turistas interesados en un determinado destino, precisaban de un comportamiento espacio-temporal para conocer con precisión los recorridos que requería el interés de estos, sin embargo, gracias al desarrollo de las tecnologías de información y de comunicación existe una gran diversidad dispositivos, como por ejemplos el GPS, que integran una tecnología fácil y precisa incrementándose en forma considerable los sistemas de acceso a la información para el turista, además de ofrecer informaciones relacionadas con la velocidad y la dirección de los movimientos de los visitantes en el ámbito turístico. De igual manera la variedad de los sistemas de información útiles para el turismo, ha generado interés en los estudios de patrones de comportamientos que siguen los turistas al momento de elegir un destino (Ahas et al, 2008; Tiru et al., 2010), destacándose así dispositivos como el Bluetooth (Delafontaine et al., 2012), geográficamente fotos de referencia (Girardin et al., 2008), tweets de twitter georreferenciados (Hawelka et al., 2014) y otros métodos (Asakura e Iryu, 2007; McKercher & Lau, 2009; Peasonen & Holster, 2012; Zoltan & McKercher , 2015).

La descripción de las herramientas tecnológicas susceptibles de aplicación a la actividad turística (Smartphone y Apps) requiere contemplar la vinculación y/o posibilidades que ofrece el comercio electrónico a un sector como el turismo entendido como el conjunto de transacciones de productos o servicios que tienen lugar, total o parcialmente, a través de medios electrónicos. En el caso del turismo se está consolidando como uno de los sectores que se desarrolla con mayor éxito en Internet, sobre todo por las ventajas que ofrece. Así, por una parte, han comenzado a proliferar nuevos negocios en la red (agencias de viajes virtuales, directorios y portales turísticos, sistemas de gestión de destinos, entre otros), que además de proveer información sobre servicios ofertados por proveedores turísticos y recursos disponibles en destinos turísticos, facilitan operaciones como la reserva y venta de cualquier tipo de plaza incluida en un servicio o paquete turístico.

De este modo las opciones que se derivan del escenario planteado plantean un fuerte impacto a través de la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación con el uso de los dispositivos móviles y con el desarrollo de las App en todo el mundo, y en particular para el Ecuador, dado que parece obvio pensar que la comunidad puede beneficiarse de esta novedosa y potencial herramienta tecnológica.



Asimismo y en concordancia con (Monserrat, 2014), las tecnologías de la información han condicionado el turismo, produciendo modificaciones en los hábitos y comportamiento de consumo turístico, la disposición y manejo de los nuevos sistemas informáticos de contratación de los servicios como son los sistemas de reserva on-line, agiliza y optimiza la respuesta al beneficio tecnológico.

Por otro lado, las novedosas formas de marketing (comercialización) para captar a los posibles clientes a través del uso y puesta en práctica de las páginas web de cada empresa, se utilizan las opciones que brindan las redes sociales, así como enlaces con otros medios publicitarios

Con el cual este artículo pretende como propósito analizar la valoración que tiene los aplicativos móviles Como Herramienta tecnológica para la comercialización de servicios turísticos en el cantón santa cruz-galápagos procurando preponderar la actualización constante de la información que está a disposición del cliente en pro de poder canalizar las opciones para una mejor experiencia del servicio turístico. Todo esto enfocado a mantener la fidelidad de los turistas, donde la relación con el mismo no finaliza tras la contratación del servicio, si no que va encaminada a la continuidad posterior a la estancia y la referencia de futuros viajeros.

El propósito de esta investigación es analizar el desarrollo y el progreso de aplicativos móviles como herramienta tecnológica para la idoneidad de los servicios turísticos en el Cantón Santa Cruz, del archipiélago de Galápagos.

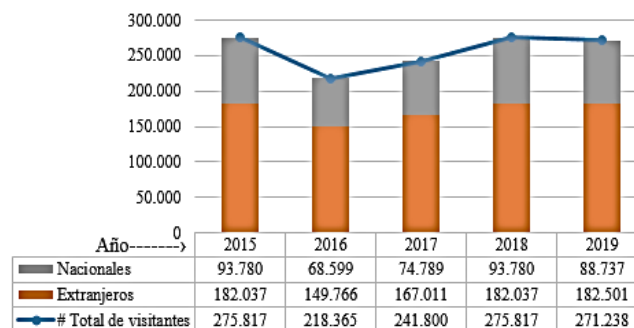
Las preguntas abordadas en este documento incluyen:

- (1) ¿Qué se ha hecho hasta ahora con respecto a la implementación de aplicativos móviles como herramienta tecnológica para la idoneidad de los servicios turísticos en el Cantón Santa Cruz, del archipiélago de Galápagos??
- (2) ¿En qué medida la aparición de estas nuevas herramientas de recopilación de datos ha impactado la teoría y la práctica del turismo?
- (3) ¿Cuál podría ser el impacto de la "revolución de los teléfonos inteligentes" en los servicios turísticos y las experiencias en el tiempo y el espacio?

Desarrollo

Tecnología de la información y el sector turístico en la Isla Santa Cruz

Las TICs son un factor muy importante para el sector turístico en la Isla Santa Cruz-Galápagos, ya que cada año se registran miles de visitas tanto extranjeros como nacionales (Véase Figura 1). La forma habitual donde los clientes ubican y obtienen la información sobre los servicios turísticos que ofrece la Isla Santa Cruz, es a través de las páginas web de los diferentes sitios que posee la isla; restaurantes, hospedaje y agencias de viajes, esta cifra de viajeros que requiere la internet para planificar su viaje, vacaciones o turismo en todas sus clasificaciones, se incrementa con los años, algunos más diestros que otros al momento de navegar por las diferentes opciones. En el grafico 1, se muestra como el auge de internet y las tecnologías 2.0 han permitido a los consumidores y en especial a los turistas mayor autonomía y comodidad a la hora de elegir, de manera que la experiencia de consumo pasa a otro nivel, donde el turista prescindiendo de intermediarios, tiene mayor protagonismo y libertad para mirar las opciones de su viaje. (Bouchard, Llonch, Martín y Osácar, 2013).



El impacto en los demandantes de turismo en cuanto a sus hábitos de consumo, ha sido generado en gran medida por la disposición y ampliación de la información que estos poseen a través de las TIC's, en cuanto a posibles destinos, ofertas y promociones, así como a las posibilidades de comparación de precios, servicios, calidad y recomendaciones entre las diferentes opciones turísticas, lo cual a su vez ha motivado a las diferentes empresas turísticas de la zona a competir mejorando los planes, ofertas e instalaciones, provocando una dinámica comercial más rápida y de mayor ventaja para el turismo local y nacional.

Tal como expresa (Melchior, 2012), citado por (Montserrat, 2014, p.69) “El sector turístico ha de estar atento y vigilante a las innovaciones, a la vez que comunicado con el resto del mundo: en ambas necesidades están presentes las TIC’s”.

Es por ello, que dentro de las alternativas que le permitan al turista disfrutar de una experiencia de servicio confiable, instantánea y a la satisfacción inmediata de sus necesidades, se encuentran los aplicativos móviles, en adelante (Apps) para mejorar la disposición de la información permanente, pagar en línea, ganar tiempo de los visitantes en la compra de servicios de tours, boletos, diferir pagos a través de tarjetas de crédito, entre otros, “la llegada de los dispositivos móviles y su integración con el mundo web está generando un fuerte cambio en la industria turística, que se aprecia en nuevos productos y servicios que se ofrecen por estos canales...” (Campos, 2014, p. 1) Por tanto, la propuesta que motiva esta investigación parte de la practicidad y facilidad que involucra el uso y valoración de las Apps para todo tipo de persona, tanto los que manejan constantemente el internet, como los que no lo hacen, (Bouchard, et al, 2013, p. 44) “Todos los actores del sector turístico han tenido que adaptarse rápidamente para ofrecer algún tipo de valor añadido, innovando y transformándose. Empresas virtuales, comercialización online, web 2.0, turismo 2.0, blogs, redes sociales o dispositivos móviles...” véase en imagen 1



Aplicativos móviles y la experiencia turística

Dentro del conglomerado de atributos y tecnologías que posee la web 2.0, se encuentran las Apps, cada vez más sofisticadas y amigables en lo que respecta a su uso, comodidad y variedad.

Poner grafica de aplicaciones móviles para el turismo (las más usadas) apps que se usen en Galápagos. Tener un Apps en el teléfono móvil o Tablet puede ahorrar tiempo y termina siendo una experiencia instantánea al momento de utilizarla para obtener información o agilizar algún procedimiento comercial. Existe una gran variedad que van desde juegos y entretenimiento, mapas y ubicaciones, hasta de apoyo educativo e-learning, lo que diferencia el uso de las Apps, respecto al uso de buscadores o navegadores, es la experiencia de obtener la información específica, instantánea y muchas veces personalizada de lo que se consulta, sin obviar que todas estas ventajas se obtienen a través del dispositivo móvil, teléfono, o tablet, no es necesario ubicar una computadora o procesador para utilizarlas.

De manera que, en el sector turístico representa una gran ventaja, debido al movimiento que caracteriza a la actividad, los clientes prefieren andar ligeros la mayoría de las veces y el dispositivo electrónico más frecuente es el teléfono y la tablet, lo que representa facilidad de información a la mano del turista para planificar su experiencia de viaje, para elegir sus opciones y para las transacciones comerciales, entre otros, “de algún modo sustituyen o complementan aquellos objetos y recursos que tradicionalmente han acompañado al visitante que se mueve por lugares que no le son familiares” (Bouchard, et al, 2013, p. 45), los billetes, el mapa, la guía turística, los folletos con información sobre transportes, los trípticos sobre atractivos turístico culturales, el diccionario con palabras y frases básicas en el idioma local, el libro de itinerarios turísticos, tienen cabida en un solo dispositivo móvil, (ob cit).

Asimismo, existe una gran variedad de aplicaciones para Android, algunas de ellas programadas por empresas y otras por programadores independientes, es el sistema operativo de Google y es usado por dispositivos como HTC, LG, Motorola, Samsung y BQ, la selección de aplicaciones presenta varios temas delicados, como el hecho de que no tienen por qué estar optimizadas para la versión de Android que está en uso, y que la mayoría de las aplicaciones no funcionan correctamente en una tablet, hay un control exhaustivo sobre el malware en la Google Play Store, así que existe una alta seguridad en el dispositivo Android. Cada aplicación cuenta con al menos dos widgets diferentes que permite la personalización de teléfono, el usuario puede organizar un buen número de pantallas principales según el tipo de aplicaciones que se tengan en uso, Android es un sistema operativo personalizable, que permite realizar diversos cambios como se requieran para que la experiencia de usuario sea la mejor posible.



Por otro lado, iOS es un sistema operativo sencillo, conducido por Apple, lo utilizan los dispositivos iPhone y el iPad, es un sistema operativo muy especializado, permite ventajas para los usuarios que disfrutan de aplicaciones estructuradas a detalle con altos estándares, sin embargo, para aquellos que prefieren la personalización, se les puede dificultar un poco la experiencia. Existen otros sistemas operativos en el mercado, como Symbian, es propiedad de Nokia y el utilizado para sus teléfonos, cualquier otra compañía tendrá que tener el permiso de Nokia antes de usar este sistema operativo. Windows Phone; desarrollado por Microsoft, es utilizado básicamente por los terminales o Smartphone de gama alta de Nokia. BlackBerry OS; desarrollado por RIM (Research In Motion), que también es la empresa fabricante de los BlackBerry, es el sistema operativo utilizado en los BlackBerry, desarrollando así su propio SO móvil. Firefox OS; de la Fundación Mozilla, responsable del navegador Firefox, es un sistema operativo que intenta abrirse en el mercado y empresas como Geeksphone y Alcatel lo están utilizando en la actualidad.

Es de considerarse entonces que, los aplicativos móviles y su uso dentro y fuera de la Isla Santa Cruz, sería un servicio de valor agregado que le permitiría como lugar turístico de vanguardia ofrecer un servicio de información para facilitar al turista, visitante o interesado, planificar su experiencia de viaje y el intercambio comercial, pero antes de considerar la programación de algunas aplicaciones que se pueden usar en la zona, es importante responder algunas interrogantes, basadas en la cantidad de visitantes o turistas que usan dispositivos móviles, que tipo de sistema operativo es más frecuente en la isla, si los turistas están dispuestos a cancelar la descarga de una apps en su dispositivo que le brinde una mejor experiencia de servicio, entre otros.

Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se partió de la consulta de diferentes fuentes bibliográficas, lo cual permitió indagar en algunos principios de información científica para determinar la teoría sobre el uso y la correcta integración de las aplicaciones móviles en el área turística y así potenciar el desarrollo de la matriz productiva. Se realizó un diagnóstico de 374 turistas mediante la cual se permitió determinar la necesidad e impacto del proyecto, se pretende para el desarrollo de la investigación analizar el uso de aplicativos móviles como herramienta tecnológica para la idoneidad de los servicios turísticos en el Cantón Santa Cruz, del archipiélago de Galápagos, en

vista que actualmente no existe una app definida para dispositivos móviles que tenga toda la información necesaria para el turista sobre esta isla y que le permita visualizar con claridad y realizar transacciones comerciales de los diferentes servicios turísticos que posee el lugar, sin embargo, como se mencionó en un principio este cantón representa el 60% de ingreso turístico del archipiélago, convirtiéndolo quizá en uno de los más importantes y visitados.

Lo que se pretende con esta investigación es mejorar ese porcentaje, con mecanismos de vanguardia apoyados en la tecnología 2.0 que le permita ofrecer una experiencia completa y gratificante al turista, mejorando de esta forma el servicio y por consiguiente optar a mayores ingresos en la localidad.

Es una investigación de enfoque mixto; cualitativo y cuantitativo, lo que permite a los investigadores profundizar en las características del objeto de estudio mediante la revisión documental y especializada que requiere el tema, y un instrumento de recolección de datos debidamente estructurado, a fin de obtener la información necesaria para cumplir con el objetivo de investigación, respectivamente.

Asimismo es de diseño de campo, con apoyo documental de fuentes primarias, lo que facilitó que los autores obtuvieran información de los diferentes trabajos de investigación y donde protagonizaron conjuntamente con el postulante a grado académico un proceso exhaustivo de recolección de datos relacionado con el tema que se aborda en este artículo, de igual forma es de tipo descriptivo porque no hubo intervención, ni manipulación de variables en el campo, solo se tomaron los datos tal y como se presentaban a través de un instrumento debidamente validado.

Finalmente se utiliza como instrumento de recolección de los datos un test, a través de un cuestionario de once (11) preguntas, que fue aplicado a 374 turistas que se movilizaron en la Isla de Santa Cruz en la temporada alta del turismo (15 días) y que se consideraron de acuerdo a la base de datos de la agencia de bioseguridad para galápagos.

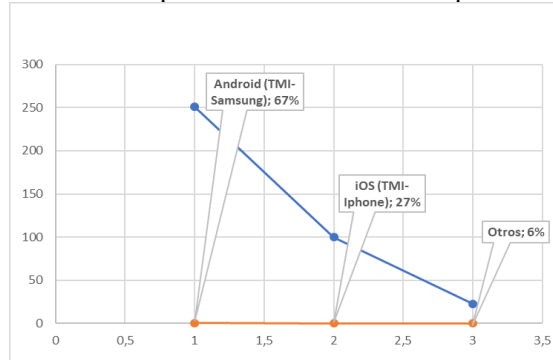
Adicionalmente se tomaron algunos datos de investigaciones realizadas in situ con anterioridad y que fueron consideradas para fortalecer los resultados arrojados por el presente estudio.

Resultados

En ese contexto se consulta el trabajo de grado de Jaya y Lennin (2017), donde se realiza una pregunta a los turistas en la Isla Santa Cruz, sobre el tipo de sistema operativo que usa el dispositivo

móvil, de los cuales el 67% de ellos utilizan un Sistema Operativo Android, el 27% tiene en uso un sistema operativo iOS y el 6% usa otro de los sistemas disponibles en el mercado.

Figura 1: Sistemas operativos más usados en dispositivos móviles

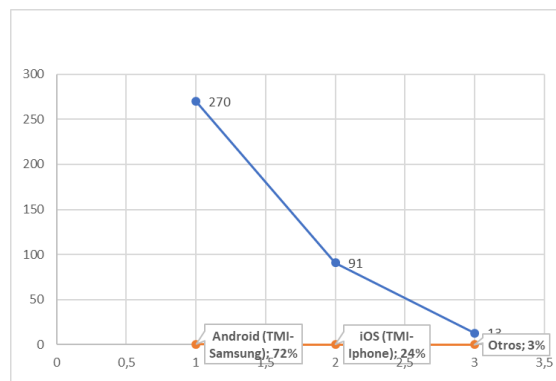


Elaborado por: Rogel y Jaya (2018)

Fuente: Jaya (2017)

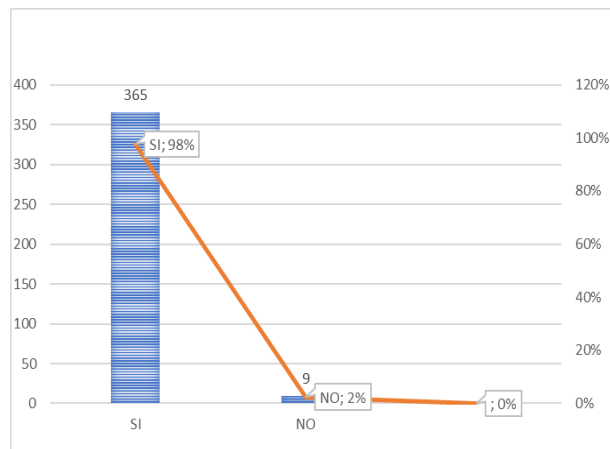
En el test que se aplicó a los 374 turistas, hubo una coincidencia en proporción a estos resultados que se presentan, donde la mayoría de los turistas tenían como sistema operativo de uso, el Android en su dispositivo móvil o tablet, con un 70% de coincidencias.

Gráfico 2: Uso de sistema operativo en dispositivo móvil



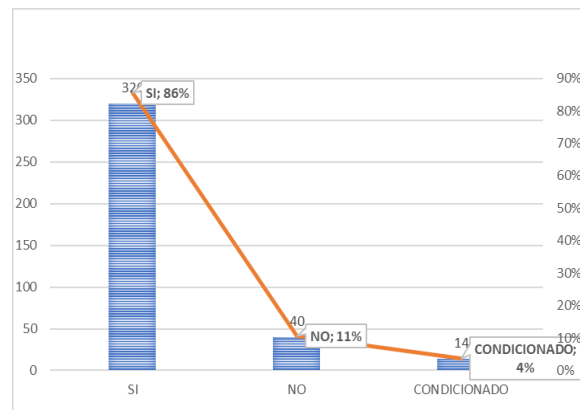
Por otro lado, se consulta a los turistas si considera importante la descarga de Apps en su dispositivo móvil como apoyo a su experiencia turística, donde el 98% de los turistas estuvieron de acuerdo en que si lo consideran importante.

Gráfico 3: Apps como apoyo del turismo

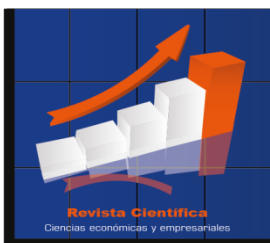


Otro de los resultados, arroja que la mayoría de los turistas encuestados en un 86 %, se encuentran de acuerdo en cancelar por el uso del dispositivo movil que les permita tener una mejor experiencia turistica dentro de la isla.

Gráfico 4: Cancelar por uso de Apps de apoyo turistico



Estos resultados, entre otros, vislumbran que existe una clara necesidad por parte de los turistas en tener a la mano el apoyo de un dispositivo móvil que le permita tener una mejor experiencia de viaje y turismo, incluso la mayoría de ellos se encuentran dispuestos a pagar por ese servicio.



Discusión

Los resultados del análisis indican en primera instancia que el 94% de los turistas que arriban a Galápagos traen consigo dispositivos móviles (celulares), constituyéndose en un soporte requerido para descargar aplicaciones en la que se pueda informar sobre los distintos servicios turísticos que ofertan las operadoras y agencias de viajes en el Cantón Santa Cruz herramienta tecnológica que es valorada notablemente por parte de los comerciantes de la Isla Galapagos y además por parte de los turistas interesados en la Isla. En este orden de ideas esta herramienta permite comercializar de manera on line en tiempos relativamente menores que una búsqueda y comercialización en ventanilla.

Si al resultado analizado en el párrafo superior le sumamos que el 98% de los turistas consideran importante y por ende demuestran su predisposición en descargar las aplicaciones móviles en el caso de que existieren, y en un grado menor pero aún significativo en la que el 86% de los consultados.

Conclusiones

Las aplicaciones móviles han revolucionado la industria del turismo, convirtiéndose a su vez en una gran oportunidad para el sector, es importante para el Cantón Santa Cruz mantenerse en la vanguardia de los nuevos servicios al turista que le permita tener una buena experiencia de viaje. Probablemente cierto grado de dificultad que debería sortear la presente alternativa es la capacidad de alcance del servicio de ancho de banda instalado en la isla para que la velocidad sea la adecuada a fin de ejecutar este tipo de automatización de servicios.

Para ello se hace necesario evaluar que tipo de Apps permitiría a los turistas tener mejor calidad de servicio y agilización de las transacciones comerciales, lo cual da motivos a una futura investigación, donde se pueda conocer con detenimiento que les gustaría a los turistas tener a la mano al momento de planificar su experiencia en la Isla, mapa, localizadores, gps, orientación ecológica, entre otros.

Referencias

1. Bouchard, D. I, Llonch, M, Martin, C y Osacar, M. E. (2013). Turismo cultural y apps. Un breve panorama de situación actual. Revista Her&Mus, Volumen V, (numero 2) (enero - febrero 2013), pp 44-54. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Hermus/article/view/313393/403512>
2. Caicedo, Acuna, Rodríguez & Acuna (2016). Aplicativo Móvil Como Estrategia De Marketing Para El Impulso De La Matriz Productiva En El Área Turística. Revista 3C Tecnología Vol.5. Num.17. Marzo-Junio 2016, pp.41-53, ISSN2254-4143
3. Campos, A. (2014). Las apps móviles potencian en sector turístico. Recuperado de: <https://mundocontact.com/las-apps-moviles-potencian-al-sector-turistico/>
4. Informe sobre el uso de Smartphone (2019). Recuperado en <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>
5. International Journal of Scientific Management and Tourism (2018) 4-2: 391-412, Martínez, R., Castañeda, J.A. & Rodríguez, M.A.: —Empleo del GPS como base para analizar la secuencia de visita de los turistas
6. Jaya, A. (2017). Estudio de factibilidad para la implementación de una aplicación en dispositivos móviles como herramienta de información y comercialización turística en las cooperativas que brindan servicio de cabotaje en el Cantón Santa Cruz (Trabajo de titulación, para optar el Título de Licenciado en Turismo Ecológico). Carrera de Turismo Ecológico. Universidad Central del Ecuador, sede Galápagos. Recuperado en file:///C:/Users/DELL/Desktop/TESIS%20APLICACION%20MOVIL%20ANDY%20JAYA%202017%20FINAL.pdf
7. Monserrat, P. (2014). Impacto de las TICs en el Sector Turístico. Universidad de Valladolid. Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales y del Trabajo. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8459/1/TFG-O%20435.pdf>
8. Ruiz Ledesma, Elena Fabiola, Gutiérrez García, Juan Jesús, & Garay Jiménez, Laura Ivoone. (2018). Visualizando problemas de la derivada con aplicaciones en dispositivos móviles. Innovación educativa (México, DF), 18(76), 39-67. Recuperado en 31 de marzo



de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732018000100039&lng=es&tlng=es

9. Vásconez-Villavicencio, Amparo Marina; Pardo -Paredes, Eleonor Virginia (2020). Relación del uso del teléfono celular y los niveles de atención en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe. Vol. 18-01.

References

1. Bouchard, D. I, Llonch, M, Martin, C e Osacar, M. E. (2013). Turismo cultural e apps. Uma breve visão geral da situação atual. Revista Her & Mus, Volume V, (número 2) (janeiro - fevereiro de 2013), páginas 44-54. Obtido em: <https://www.raco.cat/index.php/Hermus/article/view/313393/403512>
2. Caicedo, Acuna, Rodríguez e Acuna (2016). A Aplicação Mobile como Estratégia de Marketing para Promover a Matriz Produtiva na Área do Turismo. 3C Technology Magazine Vol.5. No. 17. Março a junho de 2016, pp. 41-53, ISSN2254-4143
3. Campos, A. (2014). Aplicativos móveis impulsionam o setor de turismo. Recuperado de: <https://mundocontact.com/las-apps-moviles-potencian-al-sector-turistico/>
4. Relatório sobre o uso de smartphone (2019). Obtido em <https://www.entaciónrencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>
5. Revista Internacional de Gestão Científica e Turismo (2018) 4-2: 391-412, Martínez, R., Castañeda, J.A. & Rodríguez, M.A.: —Uso do GPS como base para analisar a sequência de visitas de turistas
6. Jaya, A. (2017). Estudo de viabilidade para a implementação de uma aplicação em dispositivos móveis como ferramenta de informação turística e marketing nas cooperativas que prestam serviço de cabotagem no Cantão de Santa Cruz (Trabalho de Licenciatura, para obtenção do Curso de Licenciatura em Turismo Ecológico). Raça de Turismo Ecológico. Universidade Central do Equador, sede em Galápagos. Recuperado no arquivo: <C:/Users/DELL/Desktop/TESIS%20APLICACION%20MOVIL%20ANDY%20JAYA%202017%20FINAL.pdf>

7. Monserrat, P. (2014). Impacto das TICs no Setor de Turismo. Universidade de Valladolid. Escola Universitária de Ciências Empresariais e do Trabalho. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8459/1/TFG-O%20435.pdf>
8. Ruiz Ledesma, Elena Fabiola, Gutiérrez García, Juan Jesús e Garay Jiménez, Laura Ivoone. (2018). Visualizando problemas derivados com aplicativos em dispositivos móveis. Inovação educacional (México, DF), 18 (76), 39-67. Recuperado em 31 de março de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732018000100039&lng=es&tlng=es
9. Vásquez-Villavicencio, Amparo Marina; Pardo-Paredes, Eleonor Virginia (2020). Relação do uso do celular e níveis de atenção no processo ensino-aprendizagem. Revista Encuentros, Universidade Autônoma do Caribe. Vol. 18-01.

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).