



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA DE TURISMO

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE APLICACIONES MÓVILES PARA
LA RESERVACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN LA
CIUDAD DE LOJA**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA: IBETH SOLANGE GARCÍA CHARIGUAMAN

DIRECTORA: Ing. CLAUDIA PATRICIA MALDONADO ERAZO

Riobamba – Ecuador

2021

© 2021, **Ibeth Solange García Chariguaman**

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

Yo, Ibeth Solange García Chariguaman, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 14 de enero de 2021

A handwritten signature in blue ink. The signature consists of a stylized initial 'I.' followed by the name 'SOLANGE' on the top line and 'GARCIA' on the bottom line. The text is enclosed within a circular scribble.

Ibeth Solange García Chariguaman

060604876-7

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA DE TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación; tipo: Proyecto técnico, **ANÁLISIS COMPARATIVO DE APLICACIONES MÓVILES PARA LA RESERVACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE LOJA**, realizado por la señorita: **IBETH SOLANGE GARCÍA CHARIGUAMAN**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carlos Aníbal Cajas Bermeo, MSc. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	2021-01-14
Ing. Claudia Patricia Maldonado Erazo, MSc. DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	2021-01-14
Ing. Ana Carola Flores Mancheno, MSc. MIEMBRO DEL TRIBUNAL	_____	2021-01-14

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mi abuelito, a mi madre y a mi hermana, pues ellos fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sembraron en mí el valor de responsabilidad y deseos de superación, en ellos tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes son infinitas.

Ibeth

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a mis profesores en especial a mi tutora Ing. Patricia Maldonado, que gracias a su gran conocimiento y consejos se ha esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro. También agradezco de forma sincera a mi abuelita Luz Rodríguez que gracias a sus cuidados y su apoyo puedo culminar una etapa en mi vida.

Ibeth

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xvii
SUMMARY	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Planteamiento del problema	5
1.3 Justificación	5
1.4 Objetivos	6
1.4.1 <i>Objetivo general</i>	6
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	6

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA	7
2.1 Internet	7
2.2 Tecnologías de información y comunicación	7
2.3 E-turismo	7
2.4 Aplicaciones móviles	8
2.5 Word of mouth	9
2.6 Electronic word of mouth	9

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	11
----	---------------------------------	----

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS	14
4.1	Identificación de aplicaciones móviles	14
4.1.1	<i>Búsqueda de aplicaciones</i>	14
4.1.1.1	<i>Agoda</i>	14
4.1.1.2	<i>Airbnb</i>	14
4.1.1.3	<i>Booking</i>	14
4.1.1.4	<i>Cheap Hotels-Hotel most</i>	15
4.1.1.5	<i>Despegar</i>	15
4.1.1.6	<i>eDestinos</i>	15
4.1.1.7	<i>Hipmuk</i>	15
4.1.1.8	<i>Espanol.skyscanner.com</i>	15
4.1.1.9	<i>Expedia.com</i>	15
4.1.1.10	<i>Hoteles baratos</i>	16
4.1.1.11	<i>Hotel Search</i>	16
4.1.1.12	<i>Hoteles.com</i>	16
4.1.1.13	<i>Hotellook</i>	16
4.1.1.14	<i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	16
4.1.1.15	<i>Hotels guy</i>	16
4.1.1.16	<i>Hotel Deals</i>	16
4.1.1.17	<i>Kayak</i>	17
4.1.1.18	<i>Lonelyplanet</i>	17
4.1.1.19	<i>Orbitz</i>	17
4.1.1.20	<i>Travelocity</i>	17

4.1.1.21	<i>Trip advisor</i>	17
4.1.1.22	<i>Trip.com</i>	18
4.1.1.23	<i>Triposo</i>	18
4.1.1.24	<i>Trivago</i>	18
4.1.1.25	<i>Viajala</i>	18
4.1.2	<i>Criterios de discriminación</i>	18
4.2	Levantamiento de los criterios de evaluación	23
4.2.1	<i>Análisis horizontal de criterios</i>	23
4.2.2	<i>Homogenización de terminología</i>	26
4.2.3	<i>Identificación de criterios relevantes</i>	28
4.2.4	<i>Levantamiento de información</i>	29
4.2.5	<i>Sistematización de la información</i>	34
4.2.5.1	<i>Estado de los establecimientos</i>	34
4.2.5.2	<i>Tipo de alojamiento</i>	34
4.2.5.3	<i>Categoría de establecimientos catastrados</i>	36
4.2.5.4	<i>Distancia desde el centro de la ciudad</i>	36
4.2.5.5	<i>Idiomas hablados</i>	37
4.2.5.6	<i>Agoda</i>	38
4.2.5.7	<i>Airbnb</i>	44
4.2.5.8	<i>Booking</i>	48
4.2.5.9	<i>Despegar</i>	55
4.2.5.10	<i>Expedia</i>	55
4.2.5.11	<i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	62
4.2.5.12	<i>Hoteles.com</i>	69
4.2.5.13	<i>Orbitz</i>	73
4.2.5.14	<i>Travelocity</i>	78
4.2.5.15	<i>Trip.com</i>	83
4.3	Análisis comparativo	86

CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	92
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Diferencias entre <i>WOM</i> y <i>e-WOM</i>	9
Tabla 1-3: Matriz de análisis horizontal	11
Tabla 2-3: Matriz de homogenización de criterios	12
Tabla 1-4: Clasificación de aplicaciones	19
Tabla 2-4: Establecimientos de alojamiento en la ciudad de Loja	19
Tabla 3-4: Detalle de los criterios de evaluación que posee cada aplicación del estudio, parte I	24
Tabla 4-4: Detalle de los criterios de evaluación que posee cada aplicación del estudio, parte II	25
Tabla 5-4: Homogenización de criterios	26
Tabla 6-4: Clasificación de los criterios	27
Tabla 7-4: Clasificación de los criterios de búsqueda	28
Tabla 8-4: Porcentaje de los criterios de comparación	28
Tabla 9-4: Descripción de las variables de información general	30
Tabla 10-4: Levantamiento de información	30
Tabla 11-4: Descripción de colores y símbolos de la matriz de datos	31
Tabla 12-4: Ejemplo de la aplicación <i>Agoda</i>	32
Tabla 13-4: Análisis comparativo del tipo de alojamiento en establecimientos catastrados	87
Tabla 14-4: Análisis comparativo de categoría en establecimientos catastrados	88
Tabla 15-4: Análisis comparativo del tipo de alojamiento en establecimientos no catastrados	88
Tabla 16-4: Análisis comparativo del tipo de alojamiento en establecimientos no catastrados, caso <i>Airbnb</i>	89

Tabla 17-4: Análisis comparativo de categoría en establecimientos catastrados90

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1-4: Establecimientos de alojamiento en la ciudad de Loja.....	23
Gráfica 2-4: Establecimientos registrados en el catastro turístico	34
Gráfica 3-4: Tipo de alojamiento según establecimientos catastrados	35
Gráfica 4-4: Tipo de alojamiento según establecimientos no catastrados	35
Gráfica 5-4: Categoría de establecimientos catastrados	36
Gráfica 6-4: Distancia desde el centro de la ciudad (km).....	37
Gráfica 7-4: Número de idiomas hablados en los establecimientos	37
Gráfica 8-4: Establecimientos de la App <i>Agoda</i> registrados en el catastro turístico.....	38
Gráfica 9-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App <i>Agoda</i>	39
Gráfica 10-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App <i>Agoda</i>	39
Gráfica 11-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Agoda</i>	40
Gráfica 12-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App <i>Agoda</i>	41
Gráfica 13-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App <i>Agoda</i>	41
Gráfica 14-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Agoda</i>	42
Gráfica 15-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App <i>Agoda</i>	43
Gráfica 16-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados de la App <i>Agoda</i>	43
Gráfica 17-4: Evaluación de los huéspedes de la App <i>Agoda</i>	44
Gráfica 18-4: Establecimientos de la App <i>Airbnb</i> registrados en el catastro turístico	44
Gráfica 19-4: Categoría de los establecimientos catastrados de la App <i>Airbnb</i>	45
Gráfica 20-4: Categoría de los establecimientos no catastrados de la App <i>Airbnb</i>	45
Gráfica 21-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Airbnb</i>	46
Gráfica 22-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App <i>Airbnb</i>	46

Gráfica 23-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Airbnb</i>	47
Gráfica 24-4: Evaluación de los huéspedes en la App <i>Airbnb</i>	48
Gráfica 25-4: Establecimientos de la App <i>Booking</i> registrados en el catastro turístico.....	48
Gráfica 26-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App <i>Booking</i>	49
Gráfica 27-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App <i>Booking</i>	50
Gráfica 28-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Booking</i>	50
Gráfica 29-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App <i>Booking</i>	51
Gráfica 30-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App <i>Booking</i>	52
Gráfica 31-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Booking</i>	52
Gráfica 32-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados de la App <i>Booking</i>	53
Gráfica 33-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados de la App <i>Booking</i>	54
Gráfica 34-4: Evaluación de los huéspedes en la App <i>Booking</i>	54
Gráfica 35-4: Establecimientos de la App <i>Expedia</i> registrados en el catastro turístico	55
Gráfica 36-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App <i>Expedia</i>	56
Gráfica 37-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App <i>Expedia</i>	57
Gráfica 38-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Expedia</i>	57
Gráfica 39-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App <i>Expedia</i>	58
Gráfica 40-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App <i>Expedia</i>	59
Gráfica 41-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Expedia</i>	59
Gráfica 42-4: Forma de pago por establecimientos catastrados en la App <i>Expedia</i>	60
Gráfica 43-4: Forma de pago por establecimientos no catastrados en la App <i>Expedia</i>	61
Gráfica 44-4: Evaluación de los huéspedes de la App <i>Expedia</i>	61
Gráfica 45-4: Establecimientos de la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i> registrados en el catastro turístico	62

Gráfica 46-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	63
Gráfica 47-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	63
Gráfica 48-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	64
Gráfica 49-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	65
Gráfica 50-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	66
Gráfica 51-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	66
Gráfica 52-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	67
Gráfica 53-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados en la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	68
Gráfica 54-4: Evaluación de los huéspedes de la App <i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	68
Gráfica 55-4: Establecimientos de la App <i>Hoteles.com</i> registrados en el catastro turístico	69
Gráfica 56-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App <i>Hoteles.com</i>	69
Gráfica 57-4: Accesibilidad en los establecimiento de la App <i>Hoteles.com</i>	70
Gráfica 58-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App <i>Hoteles.com</i>	71
Gráfica 59-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Hoteles.com</i>	71
Gráfica 60-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App <i>Hoteles.com</i>	72
Gráfica 61-4: Evaluación de los huéspedes de la App <i>Hoteles.com</i>	72
Gráfica 62-4: Establecimientos de la App <i>Orbitz</i> registrados en el catastro turístico	73
Gráfica 63-4: Categoría de los establecimientos catastrados en el App <i>Orbitz</i>	73
Gráfica 64-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App <i>Orbitz</i>	74
Gráfica 65-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Orbitz</i>	74

Gráfica 66-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App <i>Orbitz</i>	75
Gráfica 67-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App <i>Orbitz</i>	75
Gráfica 68-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Orbitz</i>	76
Gráfica 69-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App <i>Orbitz</i>	77
Gráfica 70-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados en la App <i>Orbitz</i>	77
Gráfica 71-4: Evaluación de los huéspedes de la App <i>Orbitz</i>	78
Gráfica 72-4: Establecimientos de la App <i>Travelocity</i> registrados en el catastro turístico	78
Gráfica 73-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App <i>Travelocity</i>	79
Gráfica 74-4: Categoría de los establecimientos no catastrados de la App <i>Travelocity</i>	79
Gráfica 75-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Travelocity</i>	80
Gráfica 76-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App <i>Travelocity</i>	80
Gráfica 77-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App <i>Travelocity</i> ..	81
Gráfica 78-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Travelocity</i>	81
Gráfica 79-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App <i>Travelocity</i>	82
Gráfica 80-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados en la App <i>Travelocity</i>	82
Gráfica 81-4: Evaluación de los huéspedes de la App <i>Travelocity</i>	83
Gráfica 82-4: Establecimientos de la App <i>Trip.com</i> registrados en el catastro turístico.....	83
Gráfica 83-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App <i>Trip.com</i>	84
Gráfica 84-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App <i>Trip.com</i>	84
Gráfica 85-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App <i>Trip.com</i>	85
Gráfica 86-4: Forma de pago en lo establecimientos catastrados en la App <i>Trip.com</i>	86
Gráfica 87-4: Evaluación de los huéspedes de la App <i>Trip.com</i>	86
Gráfica 88-4: Clasificación para el análisis comparativo	87

RESUMEN

El objetivo del proyecto técnico fue realizar un análisis comparativo de aplicaciones móviles para la reservación del servicio de alojamiento en la ciudad de Loja para lo cual se contó con un listado tanto de aplicaciones móviles como de establecimientos ubicados en la parte urbana de la zona de estudio. La identificación de aplicaciones móviles se llevó a cabo mediante una búsqueda en la aplicación *Play Store*, por cada aplicación se identificaron criterios de evaluación que fueron homologados para después determinar entre ellos cuáles eran los de mayor uso entre las aplicaciones, se recolectó la información sobre cada criterio priorizado la cual fue sistematizada en una base de datos en el programa *Microsoft Excel*, finalmente a la información recolectada se le aplicaron 2 tests estadísticos con la ayuda del *software* MINITAB 15. Se encontraron un total de 25 aplicaciones móviles, siendo 10 aplicaciones tomadas en cuenta para el estudio, en cuanto a los criterios después de la homologación dieron un total de 36 de los cuales 21 criterios fueron priorizados para levantar la información. Para el análisis estadístico se aplicaron las pruebas *t-student* y U de *Mann Whitney*. Se concluye que no existen diferencias significativas entre las evaluaciones de los criterios cuantitativos de las Apps, debido a que, tienen una valoración semejante, es decir, los turistas perciben una experiencia similar al momento de hospedarse en cualquier establecimiento de la ciudad de Loja. Se recomienda ampliar la información debido a que cada día surgen nuevas tecnologías, a la vez nuevas Apps que ofrecen distintos servicios entre ellos el de hospedaje, y son en estas Apps donde se da una retroalimentación más rápida y eficaz de las experiencias, con lo cual su estudio resulta en un importante elemento para la mejora de las experiencias.

Palabras clave: <TURISMO>, <APLICACIONES MÓVILES>, <RESERVA DIRECTA>, <SERVICIO DE ALOJAMIENTO>, <ANÁLISIS COMPARATIVO>.



01/03/2021

0680-DBRAI-UPT-2021

SUMMARY

The objective of this technical project was to conduct a comparative analysis of mobile applications for the reservation of accommodation services in the city of Loja; for this purpose, a list of both mobile applications and accommodation facilities located in the urban sector of the studied area was made. The identification of mobile applications was developed through a search in the Play Store app and evaluation criteria were considered. The criteria were homologated to determine the most used applications. Information was collected on each prioritized criterion which was systematized in a database in Microsoft Excel. Finally, two statistical tests were applied to collect information by utilizing the MINITAB 15 software. A total of 25 mobile applications were found and 10 of them were considered for the study. Regarding the criteria, after the homologation the total were 36 and 21 were prioritized to collect information. For the statistical analysis, T-student and Mann Whitney U tests were applied. It was concluded that there are no significant differences among the evaluations of the quantitative criteria of the Apps since they have a similar valuation; that is, tourists perceive a similar experience when staying in any accommodation facility in Loja city. It is recommended to expand the information because every day new technologies emerge, as well as new Apps that offer different services including accommodation, and these Apps offer a faster and more effective feedback of the experiences; therefore, a study of them constitutes an important element for the improvement of the experiences.

Keywords: <TOURISM>, <MOBILE APPLICATIONS>, <DIRECT FEEDBACK>, <ACCOMMODATION SERVICE>, <COMPARATIVE ANALYSIS>.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial la constante expansión del turismo genera un gran consumo de servicios y productos, que ha sido satisfecha a través de diversos avances tecnológicos que han brindado la facilidad de modificación y actualización de la información (Anato, 2006), por lo cual se conoce según estadísticas oficiales que el 50% de turistas compran a través de las agencias *on-line* (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018), sin embargo, los turistas no solo adquieren el servicio mediante dichas agencias sino también a través de aplicaciones móviles (Apps).

Por esta razón, se ha identificado un cambio de perspectiva dentro de la industria del turismo a partir de la aparición e integración de las Apps en el proceso de consumo de turismo, hecho que ha dado al turista una facilidad para la compra y personalización de experiencias (Saura, et al., 2017), por tal razón la mayoría de locales comerciales, hoteles, cafeterías han optado por comercializar sus productos o servicios mediante las diferentes Apps (Cañar, 2016).

Por lo antes mencionado, se puede afirmar que las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICs), se han convertido en los nuevos canales de compra y una forma innovadora de marketing (Short, 2013). Con el avance de las TICs se ha favorecido el sector turístico, debido a que permite al turista encontrar información de una manera rápida y generar datos sobre el consumo experimentado (Alves y Correa, 2016).

En el Ecuador, el avance de las TICs es escaso debido a la baja inversión, por esta razón existe una notoria desventaja en relación con otros países (Costa Ruiz, et al. 2018), a pesar de ello se puede notar en los últimos años un incremento en estas nuevas tecnologías, que se ha visto reflejado de la siguiente manera:

El 58,3% de la población ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. El 66,9% en el área urbana frente al 39,6% del área rural, además que el 40,7% de las personas usó Internet para obtener información, mientras el 31,0% lo utilizó como medio de comunicación en general. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017)

Actualmente, las TICs han pasado a convertirse en un eje principal de desarrollo porque ayudan a la dinamización de la economía del país y a mejorar la competitividad del mismo (Crespo García, 2013).

Con el incremento del uso de las TICs, las actividades comerciales dentro del sector turístico en el país se han empezado a desarrollar, un ejemplo a nivel nacional es la plataforma GoRaymi que

ofrece servicios como calendarios festivos, mapas informativos, lugares que visitar y gestores turísticos. También, se han implementado Apps dentro del país en las ciudades de Quito y Guayaquil, para un mejor desarrollo de la visita (Cañar, 2016), pero estos ejemplos dan cuenta que hasta este punto las Apps se encuentran enfocadas en dar información sobre los servicios que se ofertan, más no en agilizar los procesos de la cadena de valor del turismo.

De esta manera, se propone el estudio de las Apps de reserva que operan en el territorio ecuatoriano, para con ello conocer como el servicio de alojamiento se encuentra siendo comercializado por medio de las plataformas digitales.

El presente documento se ha estructurado, en cinco secciones, inicia con la presentación del diagnóstico del problema junto con la revisión de la literatura, seguido se presenta el marco metodológico, por último, se detalla los resultados alcanzados, así como las principales conclusiones que se obtienen tras el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

La aparición de las telecomunicaciones y del internet ha cambiado todas las áreas de desarrollo de los seres humanos (Carrera y Vega 2017), es así como las web 1.0 y 2.0 han modificado de forma significativa la vida de la población y la forma de realizar negocios, porque permite mejorar la forma de relacionarse y de comunicarse, siendo la industria más afectada con estos cambios la del turismo (Parra-Meroño, et al., 2017), que se encuentra sujeta a una constante evolución, fruto del avance de las tecnologías (Carrera y Vega, 2017).

Es así como, el internet se ha convertido en uno de los medios más importante para la promoción de los destinos turísticos (Florido Benítez, [sin fecha]), porque proporciona ventajas a sus usuarios como son:

Disposición de un gran número de opciones a elegir, una forma de pago inmediata mediante transferencias, reducido plazo de distribución para muchos productos tales como software y música, y finalmente una disposición más fácil y rápida de la literatura de ayuda. (Carrera y Vega, 2017)

Además, permite trasladar las interacciones físicas a una plataforma virtual, y así cambiar la forma en que se consume, de una manera estática a un consumo móvil e inalámbrico (Martín-Sánchez, et al., 2012).

Por tal motivo, se han incorporado en la industria turística las Apps que son herramientas de gran utilidad para los turistas porque permite la comunicación constante (Florido Benítez [sin fecha]), de éste con el proveedor del servicio turístico, además permiten adquirir productos en cualquier lugar a través de los dispositivos móviles, generando así nuevos canales de comercialización (Martín-Sánchez, et al., 2012).

A partir del uso de Apps en el turismo aparece el consumidor 2.0 que se ayuda de las mismas para obtener la información de una manera rápida (Parra-Meroño, et al., 2017), y así lograr un consumo ágil de productos o servicios, es decir realizar compras o reservas en pocos instantes, sin la necesidad de trasladarse a un sitio de venta físico, además se le permite al turista comparar precios y calidades de lo que desea adquirir (HostelTur, 2016).

En el caso de Ecuador, el bajo desarrollo e inversión en las nuevas tecnologías no ha permitido prosperar en el mercado competitivo a nivel mundial, por tal razón se ha generado una

dependencia tecnológica (Costa Ruiz, et al. 2018), la cual se puede observar cuando solo se ofertan los servicios a través de páginas web o Apps, las mismas que se encuentran ancladas a plataformas internacionales para permitir el consumo, mientras que, las plataformas propias del país se limitan solamente a difundir información de los destinos.

Aunque el Ecuador se propone ser digital, aun no incorpora Apps que brinden un consumo ágil de sus servicios dentro del sector turístico. A esto se suma la falta de información sobre que canales de distribución, son los que se están manejando a nivel país.

Con el propósito de analizar esta situación, se toma como zona de estudio la ciudad de Loja, ubicada al sur del país, misma que se caracteriza, por ser un punto medio entre la Costa y la Amazonía. La ciudad de Loja, así como el cantón en general, contempla al turismo como una de las actividades para la dinamización de su economía, al mismo tiempo que trabaja por la búsqueda de alternativas para facilitar el desarrollo de esta actividad en distintos espacios.

Así también, Loja destaca como la “Capital Cultural del Ecuador”, donde en los últimos años se ha realizado el “Festival Internacional de las Artes Vivas”, evento que ha aportado en el progreso comercial, socio-económico y turístico en la ciudad (Morales Espinosa y Pardo Villalta 2019), al registrar en la segunda edición del año 2017, una participación de 6 081 personas dato que ha incrementado en el 52% en comparación con la primera edición, la afluencia turística en base a la nacionalidad determina que por cada 100 nacionales 2 son extranjeros, en tanto que, por cada 10 residentes 5 son visitantes (Flores Mancheno, et al. 2019).

En cuanto al servicio de hospedaje en la ciudad de Loja, éste es amplio debido a que se encuentra conformado por 53 establecimientos, con un total de 1 371 habitaciones y 2 372 plazas (MINTUR, 2020), la tasa de ocupación de dichos establecimientos es de: 56,92% para un hotel 5 estrellas, 17,24% para un hotel 4 estrellas, 27,10% para un hotel 3 estrellas y 27,21% para un hotel 2 estrellas (Observatorio Turístico Región Sur del Ecuador-UTPL, 2020).

Por lo antes mencionado, se conoce que el Observatorio Turístico Región Sur del Ecuador-UTPL emite boletines mensuales sobre el alojamiento en la ciudad de Loja mediante indicadores que son: huéspedes, tarifa promedio, ocupación, porcentaje de ocupación diario, rendimiento financiero (REVPAR) y estadía promedio. Esta información permite conocer cómo se encuentra el alojamiento en la ciudad, aunque no se puede apreciar información sobre cómo se está comercializando el servicio de hospedaje.

Por lo tanto, es importante generar información sobre los canales de comercialización que están siendo utilizados por parte del sector hotelero en la ciudad, debido a que la información obtenida

puede ayudar a los prestadores del servicio de hospedaje a conocer cuál es el mejor canal para promocionarse y por cual obtener más clientes.

Además, dicha información también es de importancia para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) de Loja debido a que, el turismo es una competencia recurrente entre los niveles de gobierno, y al conocer cómo se desarrolla la comercialización en el sector hotelero, se puede mejorar la actividad turística en la ciudad creando así un destino turístico inteligente.

1.2 Planteamiento del problema

En este contexto, el presente proyecto busca comparar diversas aplicaciones de reservación y sus criterios de evaluación sobre el servicio de alojamiento prestado, para identificar las diferencias significativas entre las Apps y con ello contribuir en el fortalecimiento de las estrategias de comercialización digital del servicio turístico hotelero de la ciudad.

1.3 Justificación

El Ministerio de Turismo del Ecuador (2019) en el Plan Nacional de Turismo 2030, busca crear lineamientos que potencien el sector turístico en el país, contemplando en el eje 2, la conectividad aérea, terrestre, fluvial y marítima; así como la conectividad de los sistemas de comunicación digital en los destinos turísticos del Ecuador. Este interés se traduce en la ejecución de estrategias para la digitalización del sector turístico y el desarrollo de destinos inteligentes a fin de fomentar la capacidad tecnológica de la rama productiva de turismo, dejando atrás aquellas plataformas que solo permiten la consulta de información, para avanzar en canales de comercialización digital directa a nivel móvil.

En este contexto, al combinar las nuevas tecnologías con el turismo, se obtiene destinos inteligentes en los cuales no solo influye el uso de tecnología de vanguardia, sino también los ejes estratégicos de: gobernanza, innovación, accesibilidad universal y sostenibilidad (Valderrama, 2018), es decir, destinos que proporcionen interacción e integración del turista con el entorno, subiendo así la calidad de la experiencia y a su vez mejorando la calidad de vida de los residentes (López de Ávila y García, 2015).

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Realizar un análisis comparativo de aplicaciones móviles para la reservación del servicio de alojamiento en la ciudad de Loja.

1.4.2 Objetivos específicos

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

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Internet

El internet a partir de 1990 ha ayudado a transformar la industria turística (Parra-Meroño, et al., 2017), debido a que, es una herramienta de promoción, que facilita la modificación y actualización de información (Majó y Galí, 2002), además permite la comunicación entre las personas y elimina barreras temporales y de ubicación geográfica (Ruiz y Palací, 2012).

El fácil acceso a la comunicación e información ha producido procesos de digitalización en el turismo que se pueden apreciar por la forma en que se manejan las TICs (Parra-Meroño, et al., 2017).

2.2 Tecnologías de información y comunicación

Las TICs “se encuadran dentro del conjunto de herramientas, tecnologías y programas creados con el fin de tratar, gestionar, administrar, distribuir, y compartir cualquier tipo de información a través de diferentes canales tecnológicos” (De Gregorio Pachón, 2014).

Por ello, se puede decir que las TICs son herramientas estratégicas que contribuyen a la gestión empresarial (Toapanta y Arellano, 2016) porque suministran información y canales para su distribución, convirtiéndose en un instrumento necesario para la obtención de buenos resultados en la gestión (De Gregorio Pachón, 2014).

Con el avance de las TICs se ha revolucionado de forma significativa las relaciones sociales y la forma de comercialización (Gutiérrez Taño, et al., 2014) donde se puede observar el desarrollo del turismo electrónico (e-turismo).

2.3 E-turismo

El e-turismo en una forma amplia de verlo, es decir, son las actividades comerciales y empresariales del sector turístico llevadas a cabo mediante los medios electrónicos (Álvarez Armas, 2002), donde la difusión de información es apoyada en el internet a través de los sitios web (Ávila Ramírez, et al., 2018).

Las primeras páginas web utilizadas dentro del sector turístico para promocionar destinos fueron las webs 1.0 que eran páginas de propiedad de los establecimientos o instituciones (Filgueria Gomis, 2008), y su principal característica es que son webs unidireccionales donde el usuario no podía interactuar (Parra-Meroño, et al., 2017).

Después de estas páginas web 1.0 y con la innovación que representa el internet, apareció la web 2.0 que es un conjunto de herramientas que permiten al usuario tener una mejor experiencia, porque facilita la publicación de archivos multimedia, recuperar la información y permite la interacción entre sus usuarios (Filgueria Gomis 2008), convirtiéndose así en una web bidireccional, donde el consumidor puede compartir su experiencia en tiempo real (Parra-Meroño, et al., 2017).

El esparcimiento de la web 2.0 se ha fortalecido por el incremento de los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes o *Smartphone* y *tablets*), por los cuales se puede acceder a la información desde cualquier lugar y en cualquier momento (Parra-Meroño, et al., 2017), siendo su característica más notable la de poder descargar aplicaciones adicionales (Molina Rivera, et al., 2012).

Por la evolución de la web 1.0 a la web 2.0 y el uso de los dispositivos móviles dentro de la misma, ha permitido a la industria del turismo que, además de encontrarse en sitios web, se incorpore a las Apps conocidas como el e-turismo Apps, que hace referencia a tecnologías innovadoras que ayudan a la personalización de la experiencia para los turistas (Saura, et al., 2017).

2.4 Aplicaciones móviles

Las Apps son un software que se desarrolla mediante un dispositivo móvil inteligente, las cuales permiten a su usuario mantenerse conectado y obtener una experiencia personalizada que une lo real con lo virtual y viceversa (Florido Benítez [sin fecha]), alcanzando una gran importancia dentro de la sociedad y de la industria turística, porque permite llegar a varios usuarios en todos los canales de comercialización (Saura, et al., 2017).

El uso de las Apps en el sector turístico ha generado una serie de beneficios como son:

Comodidad, rapidez y disponibilidad inmediata de información, Precios más flexibles, Experiencias exclusivas y personalización del servicio turístico, Interactividad con el cliente, Destinos turísticos inteligentes, Auge de la economía colaborativa, Presencia global en el mercado turístico internacional, Agilización de procesos y reducción de costes. (HostelTur, 2016)

Por todos los beneficios mencionados, se produce un empoderamiento del usuario puesto que puede expresar su opinión de los servicios que consume (Gutiérrez Taño, et al., 2014), por tal motivo el turismo debe adaptarse continuamente a los comportamientos y procesos de decisión de los consumidores (Salvi, et al., 2013).

En este contexto, los comentarios, la valoración y percepción de calidad que realizan los turistas por el consumo de servicios, influyen en las futuras compras de los mismos, conformando así el tradicional “boca - oreja” o en inglés *Word-of-mouth* o WOM, está comunicación que se da entre

consumidores de servicios es una de las fuentes más manejadas por las personas que desean viajar (Salvi, et al., 2013).

2.5 Word of mouth

El WOM se constituye en “una comunicación informal de persona a persona entre un comunicador no comercial y un receptor con respecto a una marca, un producto, una organización o un servicio” (Harrison-Walker, 2001, citado en Salvi, et al., 2013: p.5), es decir, es una recomendación u opinión personal basada en la experiencia de consumo (Balagué, et al., 2016), esta actividad es muy común entre los consumidores porque causa una gran influencia en los mismos a la hora de realizar compras (Ruiz y Palací, 2012).

Por tal motivo, el WOM es más efectivo que la venta personal, la publicidad impresa y los anuncios comerciales transmitidos en radio o televisión (Ruiz y Palací, 2012), para que cumpla con esta particularidad debe contar con las siguientes características que son: “el receptor debe tener confianza en el emisor, el receptor debe tener confianza en la marca o producto, el WOM debe ser transparente y el WOM debe ser no intrusivo” (Abujatum Dueñas et al. 2011). El WOM se ha fortalecido con nuevas herramientas que lo han trasladado a plataformas ideales como blogs, chats y redes sociales (Ruiz y Palací, 2012) .

2.6 Electronic word of mouth

El término *WOM* actualmente tiene su semejante, como es el *Electronic Word-of-mouth* (e-WOM) (Gutiérrez Taño, et al., 2014), que hace referencia a una comunicación informal entre clientes mediante el internet, en plataformas que permiten a sus usuarios interactuar (Salvi, et al., 2013), además la comunicación se puede realizar entre consumidores y fabricantes siendo así la información más fiable (Campo Martínez y Yagüe Guillén, 2011).

Existen varias diferencias entre los términos WOM y e-WOM que son:

Tabla 1-2: Diferencias entre WOM y e-WOM

	WOM	e-WOM
Relación entre emisor y receptor	Conocidos	Desconocidos
Tipo de comunicación	Cara a cara	Electrónica
Encuentro entre emisor y receptor	Simultaneo	No simultaneo
Dirección de la información	Bidireccional	Unidireccional Bidireccional
Barreras de comunicación	Restricciones geográficas	No hay barreras (Internet)

	WOM	e-WOM
Volumen de información	Pequeño	Grande
Capacidad de medición	Difícil medición	Facilidad de medición
Difusión del mensaje	Pocos usuarios	Muchos usuarios
Fiabilidad de la fuente	Menor fiabilidad	Mayor fiabilidad

Fuente: Fernández Carús, 2014

Se establece que la principal diferencia es el alcance, porque el e-WOM al encontrarse *on-line* permite tener la información más rápido y llegar a más personas (Salvi, et al., 2013).

Con el incremento del e-WOM, la industria más afectada es el turismo y de forma significativa el sector hotelero (Salvi, et al., 2013), esto ocurre porque el turismo al ser un servicio que no se puede realizar de manera anticipada, los turistas buscan la mayor cantidad de información del destino para reducir el riesgo en la toma de decisiones (Zanfardini, et al., 2016).

Serra Cantallops y Salvi (2014) citados en Zanfardini et al. (2016) reconocieron que existen varios factores que llevan a los turistas a compartir comentarios sobre hoteles que son: “la calidad del servicio, la satisfacción/insatisfacción del consumidor, el sentido de pertenencia a una comunidad, la identificación social, las expectativas de compra, ayudar a otros turistas, ayudar a las empresas, fallos en el servicio, entre otras”.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

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

El primer objetivo se fundamentó en la identificación de las distintas aplicaciones móviles relacionadas al servicio de alojamiento, para lo cual se empleó un dispositivo móvil de sistema Android, donde se ejecutaron las siguientes actividades:

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

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

- Se elaboró una matriz de análisis horizontal, que enlistó los criterios de evaluación de cada aplicación, como se muestra a continuación:

Tabla 1-3: Matriz de análisis horizontal

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

- Luego, se homogenizó la terminología de los criterios para precisar el área evaluada, mediante la siguiente matriz:

Tabla 2-3: Matriz de homogenización de criterios

Criterios	App 1	App 2	App 3	App 4
A				
B				

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

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

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

H₀: no existe diferencia significativa en la evaluación promedio de los criterios

H₁: existe diferencia significativa en la evaluación promedio de los criterios

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

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

H₀: no existe diferencia significativa en la mediana de la evaluación de los criterios

H₁: existe diferencia significativa en la mediana de la evaluación de los criterios

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

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1 Identificación de aplicaciones móviles

El primer objetivo se fundamentó en la identificación de las distintas aplicaciones móviles relacionadas al servicio de alojamiento, dentro del cual se ejecutaron las siguientes actividades:

4.1.1 *Búsqueda de aplicaciones*

Se efectuó una búsqueda dentro de la App *Play Store* de *Android*, bajo los siguientes términos: “alojamiento”, “turismo” y “hoteles”. Dando como resultado las siguientes Apps que ofertan alojamiento en la ciudad de Loja.

4.1.1.1 *Agoda*

Sitio web para viajes *on-line* y servicios relacionados, que cuenta con una aplicación para dispositivos móviles. En el sitio se puede encontrar y reservar de forma directa alojamiento, vuelos, taxis al aeropuerto, ofertas existentes, alquiler de coches y actividades.

4.1.1.2 *Airbnb*

Mercado comunitario que sirve para reservar alojamiento de una forma económica en más de 190 países a través del internet, sea por medio de un computador o desde un dispositivo móvil, esta modalidad se basa en “*Bed and Breakfast*” (de donde proviene el “*bnb*”).

Este sistema cuenta con la diferencia que el alojamiento no se realizará en un hotel, sino en el hogar de una persona. Lo interesante es que, se puede alquilar de forma directa desde apartamentos hasta casas del árbol, iglús, geo domos, molinos, etc. (Entorno turístico, [sin fecha]).

4.1.1.3 *Booking*

Es una de las mayores compañías digitales de viajes, contando con un sitio web y una aplicación para dispositivos móviles. La plataforma conecta a millones de viajeros con experiencias únicas, diversas opciones de transporte y alojamientos increíbles, desde casas hasta hoteles, además facilita que alojamientos de cualquier lugar del planeta puedan llegar a una audiencia global e impulsar su negocio a través de la reserva directa del servicio.

4.1.1.4 *Cheap Hotels-Hotel most*

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

4.1.1.5 *Despegar*

Agencia de viajes en línea que cuenta con presencia en 21 países. Está disponible como sitio web y aplicación móvil. Las búsquedas se realizan por filtros, la reserva del servicio de hospedaje es de forma directa y se puede leer la experiencia de otros viajeros, además que permite a los usuarios recibir promociones personalizadas a sus direcciones de correo electrónico y realizar el pago por una variedad de tarjetas disponibles en Ecuador.

4.1.1.6 *eDestinos*

Sitio web y aplicación móvil que permite la planificación de viajes con la búsqueda y reserva directa de vuelos, hoteles, autos, ofertas, seguros, viajes en grupo, aerolíneas y aeropuertos.

4.1.1.7 *Hipmuk*

Aplicación para los sistemas *Android* e *iOS*, utilizada por viajeros que buscan hospedaje, alimentación y sitios de visita. Muestra mapas de ubicación y comentarios de los usuarios.

4.1.1.8 *Espanol.skyscanner.com*

Sitio web que se lo puede utilizar desde la computadora o descargarla en un dispositivo móvil, se encuentra vinculado con más sitios web de viajes. En el sitio se puede buscar y comparar vuelos, hospedaje y renta de autos. La ubicación de los sitios que se muestra está vinculada a *Google maps*. Además, permite configurar una alerta cuando los precios promedio de los hoteles suben o bajan.

4.1.1.9 *Expedia.com*

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

4.1.1.10 Hoteles baratos

La aplicación de reserva de hoteles baratos, es un motor de búsqueda de hoteles disponibles, la cual compara entre distintas aplicaciones y permite la reserva a través de otras aplicaciones móviles.

4.1.1.11 Hotel Search

La aplicación móvil es un motor de búsqueda que ayuda a encontrar alojamiento y comparar los precios de hoteles en todo el mundo, no es posible reservar de forma directa.

4.1.1.12 Hoteles.com

Ofrece servicios de reservación mediante su propia red de sitios web localizados y se puede obtener la aplicación para dispositivo móvil. Hoteles.com proporciona a sus clientes una de las selecciones más amplias de hospedaje en línea con cientos de establecimientos en todo el mundo, incluidos hoteles independientes, grandes cadenas hoteleras y *apart-hotels*, también se especializa en brindar hospedaje durante periodos con poca disponibilidad.

4.1.1.13 Hotellook

Aplicación móvil que se encuentra catalogada como un buscador que permite comparar precios en 80 sistemas líderes en reservación de hoteles. Muestra ofertas de 760 000 hoteles, moteles, departamentos, hostales u otro tipo de alojamiento en 205 países. Cuenta con un mapa interactivo vinculado con *Google maps*.

4.1.1.14 Hotels Ecuador by tritogo

Aplicación gratuita que ayuda a buscar fácilmente mejores precios de hoteles en Ecuador, precios baratos y de alquiler de coches, la reserva de los servicios se realiza de forma directa en la App.

4.1.1.15 Hotels guy

Aplicación gratuita para encontrar cientos y miles de hoteles baratos o las increíbles ofertas. Su función es comparar hoteles baratos en los numerosos sitios web de reserva en todo el internet, para reservar ésta se redirige a otras Apps como *Booking*.

4.1.1.16 Hotel Deals

Plataforma para la comparación de alojamiento, donde se puede encontrar resorts, moteles, albergues, casas de familia, alquileres de vacaciones, entre otros; las reservas de servicios en la App no se realizan de forma directa.

4.1.1.17 *Kayak*

Es un sitio web que busca en cientos de páginas de viajes a la vez y muestra a los viajeros la información que necesitan para elegir el vuelo, hotel, auto de alquiler o paquete de viaje perfecto. También, se la puede descargar en un dispositivo móvil. La reserva de los servicios se realiza en otras Apps a las cuales dirige. La ubicación de los sitios que se muestran está vinculada a *Google maps*.

4.1.1.18 *Lonelyplanet*

Plataforma para reservar distintos tipos de alojamiento a los cuales, los compara principalmente con *Booking*. La búsqueda se puede hacer por medio de filtros, además presenta una breve descripción del lugar que se esté buscando. Se ayuda de *Google maps*. Tiene una aplicación móvil que se basa en guías de viaje propias de la empresa.

4.1.1.19 *Orbitz*

Sitio web que ofrece una amplia variedad de hoteles, vuelos, vehículos de alquiler, cruceros, paquetes de vacaciones y actividades en el lugar de destino, la reserva de los servicios se realiza de forma directa. Cuenta con una aplicación para dispositivos móviles y ofrece el revolucionario programa para clientes frecuentes “Recompensas *Orbitz*”, el único programa para clientes recompensados inmediatamente con viajes, hoteles y paquetes, que se canjean en decenas de miles de hoteles alrededor del mundo. La ubicación de los sitios que se muestran está vinculada a *Google maps*.

4.1.1.20 *Travelocity*

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

4.1.1.21 *Trip advisor*

Sitio web que se lo puede utilizar desde la computadora o descargar en un dispositivo móvil, en el cual se puede guardar las ideas de viaje, conversar con más viajeros, además de facilitar el envío de alertas de precios y ofertas. El sitio web se encuentra vinculado a más sitios de viajes. Se puede encontrar y reservar a través de otras Apps servicios como hospedaje, restaurantes, alquileres vacacionales, vuelos y foros. La ubicación de los sitios que se muestran está vinculada a *Google maps*.

4.1.1.22 *Trip.com*

Es una agencia de viajes en línea que posee un sitio web y una aplicación móvil, en esta última se pueden encontrar tres beneficios exclusivos: 30% más de *trip coins*, crear itinerarios propios, y gestionar fácilmente la reserva; además, los comentarios solo se pueden generar desde la App. Se puede buscar entre una diversidad de hospedaje, los cuales se pueden reservar de forma directa y permite ver la ubicación por medio de *Google maps*.

4.1.1.23 *Tripso*

Es una plataforma de contenido de viaje inteligente. Examina la web y analiza millones de sitios web y reseñas. La aplicación permite elegir hoteles, lugares de interés, actividades y restaurantes favoritos y agregarlos a una lista de deseos. Luego, se puede reservar los sitios favoritos sin problemas a través de *Booking*. La plataforma contiene guías que se pueden descargar en un dispositivo móvil para acceder a mapas, consejos locales, reservas y sugerencias personalizadas, todo sin internet.

4.1.1.24 *Trivago*

Es una compañía de tecnología transnacional alemana especializada en servicios y productos relacionados con internet en los campos de hoteles, alojamientos y metabúsqueda. Compara ofertas y reserva principalmente con *Booking*, *Hoteles.com* y *Tripadvisor*. Se puede observar la ubicación a través de *Google maps*.

4.1.1.25 *Viajala*

Es un metabuscador de vuelos y hoteles líder en Latinoamérica que actualmente opera en 7 países como son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Perú, compara los precios de cientos de aerolíneas y agencias en un mismo lugar. La oferta deseada se puede reservar directamente con el proveedor sin intermediarios ni costo adicional.

4.1.2 ***Criterios de discriminación***

Se aplicó un proceso de discriminación fundamentado en dos criterios de inclusión para el proceso de estudio, los cuales son: a) Ser una aplicación que permita el proceso de reserva directa, en relación a este criterio se han clasificado las aplicaciones móviles identificadas en 4 grupos que son los que se presentan en la tabla 1-4; y b) Disponer establecimientos de alojamiento de la zona de estudio. En este punto, se contemplaron tanto los establecimientos del catastro turístico de la

ciudad de Loja como aquellos que no se encuentran catastrados, la información se aprecia en la tabla 2-4.

Tabla 1-4: Clasificación de aplicaciones

Reserva directa	Motores de búsqueda (comparación)	Guías turísticas (no permiten reserva)	Aplicaciones inactivas*
<i>Airbnb</i>	<i>Cheap Hotels – Hotel most</i>	<i>Lonelyplanet</i>	<i>Hipmuk</i>
<i>Agoda</i>	<i>Espanol.skyscanner.com</i>	<i>Triposo</i>	
<i>Booking</i>	Hoteles Baratos		
Despegar	<i>Hotel Search</i>		
<i>eDestinos</i>	<i>Hotellook</i>		
<i>Expedia.com</i>	<i>Hotels guy</i>		
<i>Hotels Ecuador by tritogo</i>	<i>Hotel deals</i>		
Hoteles.com	<i>Kayak</i>		
<i>Orbitz</i>	<i>Trip advaisor</i>		
<i>Travelocity</i>	<i>Trivago</i>		
<i>Trip.com</i>	<i>Viajala</i>		

*Corresponde a aquellas aplicaciones que han desaparecido dentro de la *Play store* luego de que fueron identificadas.

Las aplicaciones que se encuentran en el primer grupo corresponden a las aplicaciones que cumplieron con la condición de permitir una reserva directa y corresponden al grupo de objeto de estudio.

Tabla 2-4: Establecimientos de alojamiento en la ciudad de Loja

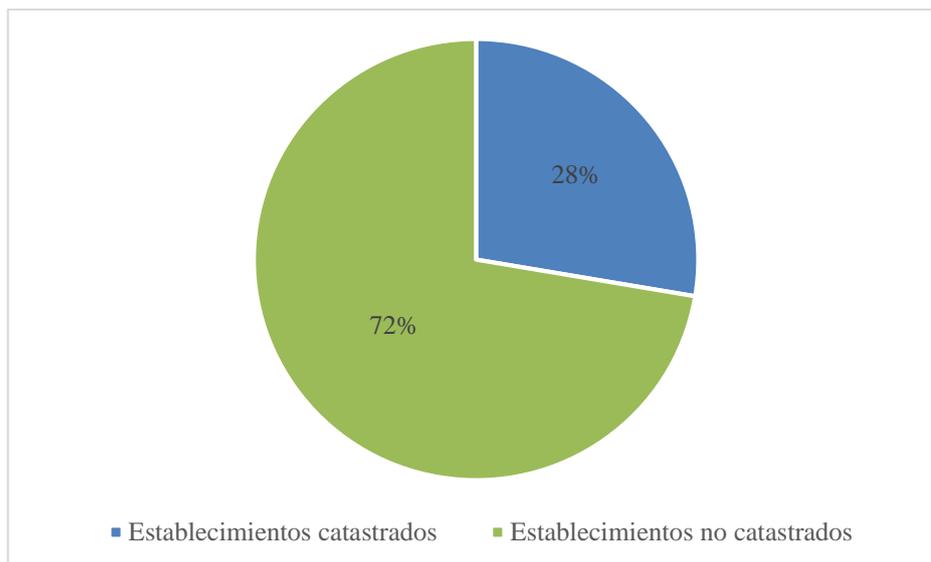
Establecimientos catastrados	Establecimientos no catastrados
1. "La Riviera"	1. Acogedor departamento central
2. Aguilera Internacional	2. Acogedor departamento en Loja
3. América	3. Acogedor y práctico departamento en Loja
4. Berlín	4. Acogedora habitación con vista a la ciudad de Loja
5. Bombuscaro	5. Alojamiento completamente privado en Loja
6. Caribe	6. Alojamiento elite
7. Carrión	7. Alquiler en la Castellana de Ecuador, Loja
8. Cristal Palace	8. Amazila suite-Scenic Balcon view n. University
9. Del Valle	9. Amplio y cómodo departamento
10. El Cardenal	10. Apartamento central, el mejor lugar para hospedarse en Loja
11. El Inca	11. Apartamento cómodo: centro de la ciudad de Loja
12. Expohostal	
13. Floy'S Hotel	
14. Gaviota Azul	
15. Gran Colombia	
16. Grand Victoria Boutique	

Establecimientos catastrados	Establecimientos no catastrados
17. Hostal Mendoza 18. Hotel Caluva 19. Hotel Casben 20. Hotel La Dehesa 21. Hotel Paris 22. Hotel Prado Internacional 23. Jardines Del Rio 24. La Casa De Manuel 25. La Castellana Hotel 26. Libertador 27. Los Arupos 28. Los Lirios. 29. Los Molinos 30. Marbella 31. Metropolitano 32. Mirador 33. Podocarpus 34. Pucara 35. Quinara 36. Quo Vadis 37. Ramses 38. Real Colon 39. Romar Royal 40. San Luis 41. San Sebastián 42. Sántoni 43. Sonesta 44. The Mills 45. Valle Colonial 46. Vallto 47. Vilcabamba 48. Villonaco 49. Vinaros 50. Virgen Del Cisne Hotel 51. Zamorano Real 52. Zamorano Real Hotel	12. Apartamento moderno e independiente en el centro 13. Apart-estudio 24 14. Bonita habitación en mejor sector Loja 15. Breakfast and family 16. By the river/eco trail. HS WiFi Week&Monthly Disc 17. Casa amoblada con hermosa vista en Loja Ecuador 18. Casa analú 19. Casa cómoda bien ubicada para vacaciones familiares 20. Casa de huéspedes 21. Casa de lujo en barrio residencial Quito tenis 22. Casa en la Loja Ecuador 23. Casa en Loja 24. Casa grande zona segura 25. Casa residencial 26. Casa unifamiliar "Kris" 27. Casa valle del sol (Loja) 28. Casas del rio 29. Chalet en medio de la naturaleza 30. Comfortable bedroom 31. Como en casa no hay ningún lugar, en confianza 32. Cómoda suit amoblada y a estrenar con bonita vista 33. <i>Complete apartment</i> (Mini departamento completo) 34. Confortable habitación en la ciudad de Loja 35. Confortable mini departamento 36. Corporación Loiza 37. <i>Cozy apartment</i> 38. <i>Deluxe apartment city center</i> 39. Depart moderno con vistas preciosas de la ciudad 40. Departamento 41. Departamento 24 de mayo excelente ubicación 42. Departamento aire puro 43. Departamento amoblado Loja, <i>departament</i> Loja 44. Departamento amplio en una excelente zona de Loja 45. Departamento central moderno con estacionamiento 46. Departamento céntrico vintage 47. Departamento centro, a 5 minutos UTPL y terminalT 48. Departamento compartido días semanas o meses 49. Departamento confortable en el centro de la ciudad 50. Departamento confortable y acogedor 51. Departamento moderno amoblado

Establecimientos catastrados	Establecimientos no catastrados
	<p>52. Departamento Rodríguez Witt en Loja</p> <p>53. Departamento totalmente amoblado</p> <p>54. Departamento vacacional por el terminal de Loja</p> <p>55. Descanso y relax garantizado; Aquaroq</p> <p>56. Dulce hogar</p> <p>57. Elegante departamento acogedor central 2 habitación</p> <p>58. Estar en el campo a 1km de la ciudad</p> <p>59. <i>Gaby furnished apartments</i></p> <p>60. Gioshouse</p> <p>61. Grand Hotel Loja</p> <p>62. <i>Great location beautiful quiet safe neighborhood</i></p> <p>63. Habitación amoblada para estudiante. Loja, Ecuador</p> <p>64. Habitación amplia confortable con desayuno</p> <p>65. Habitación cómoda y segura</p> <p>66. Habitación confortable de descanso</p> <p>67. Habitación de renta en Loja, Zolio Rodríguez</p> <p>68. Habitación en un ambiente familiar</p> <p>69. Habitación en vivienda cálida y tranquila</p> <p>70. Habitación individual amoblada cerca Supermaxi</p> <p>71. Habitación limpia, amplia en un ambiente hogareño</p> <p>72. Habitación mediana muy cómoda</p> <p>73. Habitación y paz</p> <p>74. Habitaciones confortables</p> <p>75. Habitaciones y Apartamentos Vellisimo Center</p> <p>76. Hermosa casa de campo/respira aire puro</p> <p>77. Hermosa casa en el centro de Loja</p> <p>78. Hermosa casa y acogedora</p> <p>79. Hermosa habitación privada</p> <p>80. Hermoso ático en el corazón de la ciudad</p> <p>81. Hermoso departamento en el corazón de Loja</p> <p>82. Hermoso y moderno departamento</p> <p>83. Hospedaje Carigan</p> <p>84. Hospedaje cómodo, seguro y tranquilo</p> <p>85. Hospedaje con una hermosa vista</p> <p>86. Hospedaje relajado y seguro (Loja-Ecuador)</p> <p>87. Hostal Arias</p> <p>88. Hostal Camil</p> <p>89. Hostería Quinta Montaña</p> <p>90. Hotel Iruña</p> <p>91. Hotel <i>The chandelier</i></p> <p>92. Howard Johnson Hotel Loja</p> <p>93. HS WIFI, comfy, geart view, privileged location</p> <p>94. Iviaojamiento</p> <p>95. Kigman Paradise</p> <p>96. La casa de la abuela Rosita</p> <p>97. La casa de la chimenea</p>

Establecimientos catastrados	Establecimientos no catastrados
	98. La mejor vista de la ciudad, cerca al centro-Dep2 99. La parada del nómada 100.Lindo departamento en Loja 101.Lindo y cómodo departamento 102.Los abuelos 103.Lu Jolie 104.Lujoso apartamento en la mejor zona de Loja 105.Mi casa, tu casa! 106.Mi rincosito familiar 107.Mini apartamento amoblado 108.Mini departamento en ambiente familiar 109. <i>Nice apartment</i> in Loja/Lindo departamento en Loja 110. <i>Nice fully furnished apartment</i> 111.Orquídeas Loja, el placer de sentirte en casa 112. <i>Penthouse</i> con vista a la ciudad 113.Qué lindo hogar 114.Rentamos habitación en sitio central de Loja, EC 115.Residencia cerca a UTPL 116.Residencial internacional "Ambiente familiar" 117.River romos 118.San Sebastián acogedor 119.Suite altavista 120.Suite ejecutiva, Loja 121.Suite en como en casa! 122.Suite mirador 123.The alpha house 124.Tranquilidad en la pequeña ciudad 125.Tú casa 126.Tú casa. Loja te esperas 127.Un departamento cálido y acogedor 128.Un lugar con arte 129.Un lugar tranquilo como su hogar 130.Un lugar único, en el centro histórico de Loja 131.Una casa acogedora con espacio para todos 132.Unihotel 133.Villa Amanda a place to relax and take a rest 134.Villa de los ángeles 135.Visita Loja Ecuador 136.Visita Loja Ecuador y mira una nueva cultura

Se localizaron 52 establecimientos dentro del catastro de la ciudad de Loja y 136 establecimientos no catastrados, los cuales conforman el total de la oferta turística del servicio de alojamiento, para su mejor visualización la información se detalla en la gráfica 1-4.



Gráfica 1-4: Establecimientos de alojamiento en la ciudad de Loja

4.2 Levantamiento de los criterios de evaluación

El segundo objetivo, se centró en el levantamiento de los criterios de evaluación para realizar el análisis comparativo.

4.2.1 Análisis horizontal de criterios

Se elaboró un matriz de análisis horizontal en donde se enlistaron los criterios de evaluación de cada aplicación, como se muestra en la tabla 3-4 y 4-4.

Tabla 3-4: Detalle de los criterios de evaluación que posee cada aplicación del estudio, parte I

Apps	<i>Agoda</i>	<i>Airbnb</i>	<i>Booking</i>	<i>Despegar</i>	<i>eDestinos</i>
Criterios	<ul style="list-style-type: none"> - Áreas - Calidad-precio - Categoría - Comentarios - Confort y calidad de la habitación - Limpieza - Nombre del alojamiento - Oferta de las habitaciones - Opciones de pago - Presupuesto - Servicios - Tipo de alojamiento - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Comentarios - Estancias únicas - Flexibilidad de cancelación - Habitaciones y camas - Idioma del anfitrión - Instalaciones - Más opciones (súper anfitrión y accesibilidad) - Rango de precios - Reglas de la casa - Reservación inmediata - Servicios - Tipo de lugar - Tipo de propiedad - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento disponible - Cadena - Cancelación gratis - Comentarios - Comidas - Confort - Distancia desde el centro de la ciudad - Estrellas - Instalaciones - Limpieza - Personal - Preferencia de cama - Presupuesto - Relación calidad-precio - Reservas sin tarjeta de crédito - Servicios de la habitación - Tipo de alojamiento - Todas las ofertas - Ubicación - Wifi 	<ul style="list-style-type: none"> - Alternativas de pago - Cadena hotelera - Comentarios - Elige por lugar de interés - Estrellas - Nombre del alojamiento - Ofertas - Perfil de viaje - Precio - Régimen - Reserva flexible - Servicios - Tipo de alojamiento - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Cancelación gratuita - Comidas - Estrellas - Nombre del hotel - Opinión de los huéspedes - Precio por noche - Servicios del hotel - Tipo de pago - Tipo de propiedad - Ubicación

Tabla 4-4: Detalle de los criterios de evaluación que posee cada aplicación del estudio, parte II

Apps	Expedia	Hotels Ecuador by tritogo	Hoteles.com	Orbitz	Travelocity	Trip.com
Criterios	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso para discapacitados - Áreas - Clasificación por estrellas - Comentarios - Comodidad de la habitación - Condición del hotel - Evaluación - Forma de pago - Limpieza de la habitación - Nombre del hotel - Ofertas - Otras opciones (hoteles disponibles y hoteles VIP Access) - Rango de precios - Recomendados - Servicio y personal - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Baños privados - Cadena - Comentarios - Comidas - Condiciones de reserva - Confort - Disponibilidad - Distancia desde el centro de la ciudad - Estrellas - Instalaciones y servicios - Limpieza - Ofertas - Personal - Preferencia de cama - Presupuesto por noche - Recepción 24 horas - Relación calidad precio - Servicios de la habitación - Tipo de alojamiento - Ubicación - Wifi-gratis 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso para discapacitados - Cancelación gratis - Categoría de estrellas - Comentarios verificados - Evaluación de los huéspedes - Instalaciones - Lugares de interés - Nombre del establecimiento - Tarifa por noche - Temas o estilos - Tipo de hospedaje - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso para discapacitados - Áreas - Clasificación por estrellas - Comentarios - Comodidad de la habitación - Condición del hotel - Forma de pago - Limpieza de la habitación - Nombre del hotel - Otras opciones (Hoteles disponibles y hoteles VIP Access) - Rango de precios - Servicio y personal - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad - Áreas - Clasificación por estrellas - Comentarios - Comodidad de la habitación - Condición del hotel - Forma de pago - Limpieza de la habitación - Nombre del hotel - Otras opciones (Hoteles disponibles) - Rango de precios - Servicio y personal - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Cadena hotelera - Comentarios - Desayuno incluido - Descuentos - Disponible para reservar - Estrellas - Idiomas hablados - Instalaciones - Limpieza - Margen de precios - Pago - Políticas de reservas - Servicio - Tipo de alojamiento - Tipo de cama - Ubicación

4.2.2 Homogenización de terminología

Se homogenizó la terminología de los criterios para precisar el área evaluada, dando un total de 36 criterios, los cuales se presenta en la tabla 5-4.

Tabla 5-4: Homogenización de criterios

Criterios	Agoda	Airbnb	Booking	Despegar	E destinos	Expedia	Hotels Ecuador	Hoteles.com	Orbitz	Travelocity	Trip.com	TOTAL
Accesibilidad						X		X	X	X		4
Alojamiento disponible			X			X		X	X	X	X	6
Áreas	X					X			X	X		4
Baño privado							X					1
Cadena			X	X			X				X	4
Calidad-precio	X		X				X					3
Cancelación		X	X		X			X				4
Categoría de estrellas	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	10
Comentarios	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	10
Comidas			X	X	X		X				X	5
Condición de la reserva		X	X	X			X				X	5
Condición del hotel						X			X	X		3
Confort de la habitación	X		X			X	X		X	X		6
Descuentos	X		X	X		X	X				X	6
Distancia desde el centro de la ciudad			X				X					2
Estancias únicas		X										1
Evaluación de los huéspedes					X	X		X				3
Forma de pago	X			X	X	X			X	X	X	7
Habitaciones y camas		X	X				X				X	4
Idiomas hablados		X									X	2
Instalaciones		X	X				X	X			X	5
Limpieza	X		X			X	X		X	X	X	7
Lugares de interés				X				X				2
Más opciones (súper anfitrión, accesibilidad)		X										1
Nombre del establecimiento	X			X	X	X		X	X	X		7
Perfil de viaje				X				X				2
Personal			X			X	X		X	X		5
Precio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
Recepción 24 horas							X					1
Recomendado						X						1

Criterios	Agoda	Airbnb	Booking	Despegar	E destinos	Expedia	Hotels Ecuador	Hoteles.com	Orbitz	Travelocity	Trip.com	TOTAL
Reglas de la casa		X										1
Servicios	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	10
Tipo de alojamiento	X	X	X	X			X	X			X	7
Tipo de propiedad		X			X							2
Ubicación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
Wifi			X				X					2

Los 36 criterios se clasificaron en 3 grupos: de búsqueda, dando un total de 25, son criterios que permiten navegar dentro de las Apps; de evaluación cuantitativa, dando un total de 7, son criterios que permiten dar una calificación numérica a cada establecimiento; y mixtos, dando un total de 4, son criterios que dan información del hospedaje y permiten dar una evaluación.

Tabla 6-4: Clasificación de los criterios

Búsqueda	Evaluación cuantitativa	Mixtos
<ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad - Alojamiento disponible - Áreas - Baño privado - Cadena - Cancelación - Categoría de estrellas - Comidas - Condición de la reserva - Descuentos - Distancia desde el centro de la ciudad - Estancias únicas - Forma de pago - Habitaciones y camas - Idiomas hablados - Lugares de interés - Más opciones (superhost, accesibilidad) - Nombre del establecimiento - Perfil de viaje - Reglas de la casa - Precio - Recepción 24 horas - Recomendado - Tipo de alojamiento - Tipo de propiedad 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad-precio - Condición del hotel - Confort de la habitación - Evaluación de los huéspedes - Limpieza - Número de comentarios - Personal 	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones - Servicios - Ubicación - Wifi

A su vez, el grupo de criterios de búsqueda se segmenta en dos tipos de análisis: de descripción, son criterios que ayudan a definir de forma precisa las aplicaciones; de relación, permiten caracterizar a cada establecimiento para futuras relaciones.

Tabla7-4: Clasificación de los criterios de búsqueda

Descripción	Relación
<ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento disponible - Áreas - Baño privado - Cadena - Comidas - Condición de la reserva - Descuentos - Estancias únicas - Habitaciones y camas - Lugares de interés - Más opciones (súper anfitrión, accesibilidad) - Nombre del establecimiento - Perfil de viaje - Reglas de la casa - Precio - Recepción 24 horas - Recomendado 	<ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad - Cancelación - Categoría de estrellas - Distancia desde el centro de la ciudad - Forma de pago - Idiomas hablados - Tipo de alojamiento - Tipo de propiedad

4.2.3 Identificación de criterios relevantes

Se identificaron los criterios con mayor uso entre las Apps priorizadas, para lo cual se estableció la siguiente condición: son parte del análisis comparativo aquellos criterios que coinciden en más del 65% entre las Apps de estudio.

Tabla 8-4: Porcentaje de los criterios de comparación

Clasificación	Criterios	Porcentaje	
Búsqueda	Descripción	Precio	100%
		Nombre del establecimiento	64%
		Alojamiento disponible	55%
		Descuentos	55%
		Comidas	45%
		Condición de la reserva	45%
		Áreas	36%
		Cadena	36%
		Habitaciones y camas	36%
		Lugares de interés	18%
		Perfil de viaje	18%

Clasificación		Criterios	Porcentaje
		Baño privado	9%
		Estancias únicas	9%
		Más opciones (súper anfitrión, accesibilidad)	9%
		Reglas de la casa	9%
		Recepción 24 horas	9%
		Recomendado	9%
	Relación	Categoría de estrellas	91%
		Tipo de alojamiento	64%
		Forma de pago	64%
		Cancelación	36%
		Accesibilidad	36%
		Tipo de propiedad	18%
		Idiomas hablados	18%
		Distancia desde el centro de la ciudad	18%
Evaluación cuantitativa	Número de comentarios	91%	
	Limpieza	64%	
	Confort de la habitación	55%	
	Personal	45%	
	Calidad-precio	27%	
	Condición del hotel	27%	
	Evaluación de los huéspedes	27%	
Mixtos	Ubicación	100%	
	Servicios	91%	
	Instalaciones	45%	
	Wifi	18%	

Los criterios que se resaltan en la tabla 8-4 son aquellos que cumplen con la condición antes mencionada, a estos se incluyeron los criterios que se encuentran dentro de los grupos de evaluación cuantitativa, mixtos y relación, los cuales se tomaron en cuenta para el estudio debido a que, están basados en parámetros necesarios para una correcta aplicación del proceso metodológico planeado.

4.2.4 Levantamiento de información

Se efectuó el levantamiento de información en base a los criterios de evaluación priorizados, en función de cada establecimiento registrado de la ciudad, y por cada App priorizada para el estudio.

La matriz se construyó a dos conjuntos de información: a) Una primera parte fue destinada para describir información general de cada establecimiento, como se presenta en la tabla 9-4; y b) una segunda parte utilizada para detallar los criterios cualitativos y cuantitativos.

Tabla 9-4: Descripción de las variables de información general

Variables	Análisis descriptivo
Catastro	Se utilizó para especificar establecimiento que se encuentran registrados o no en el catastro turístico de la ciudad de Loja
Tipo de alojamiento	Fue usado para detallar la tipología de hospedajes encontrados en el estudio
Categoría catastrado	Se empleó para precisar la clasificación en estrellas oficial que consta en el catastro
Categoría no catastrado	Variable utilizada para la descripción de la categoría especificada en cada App
Distancia desde el centro de la ciudad	Se efectuó para señalar la distancia de los establecimientos en kilómetros en relación a la zona central
Idiomas hablados	Variable dividida en número y detalle de idiomas con las que se pueden interactuar en los establecimientos

La recolección de la información se llevó a cabo durante un mes, utilizando los dos primeros días para una revisión general de las Apps y los establecimientos, como se presenta en la tabla 10-4. En la etapa de revisión la App *eDestinos*, fue eliminada debido a la falta de información relevante para el estudio.

Tabla 10-4: Levantamiento de información

Aplicación	Julio																												
	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28								
<i>Agoda</i>	x			x			x			x			x			x				x									
<i>Booking</i>	x			x			x			x			x			x				x									
<i>Expedia</i>	x			x			x			x			x			x				x									
<i>Trip.com</i>	x			x			x			x			x			x				x									
<i>Hotels Ecuador by tritogo</i>		x			x			x			x			x			x										x		

Aplicación	Julio																					
	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
Hoteles.com		x			x			x			x			x			x				x	
Orbitz		x			x			x			x			x			x				x	
Travelocity		x			x			x			x			x			x				x	
Despegar		x			x			x			x			x			x				x	
Airbnb			x			x			x			x			x			x				x

Toda la información fue sistematizada dentro de una base de datos generada en el programa *Microsoft Excel*, un ejemplo de la base de datos se presenta en la tabla 12-4, los colores utilizados y símbolos presentes en la matriz de datos se describen en la tabla 11-4.

Tabla 11-4: Descripción de colores y símbolos de la matriz de datos

Colores y símbolos	Descripción
	Establecimiento que no aparece en ninguna App
	Establecimiento que no se encuentran en la App
	Establecimiento que no cuentan con una evaluación dentro de la App
	Criterios que no aplican para el establecimiento
	Criterios de evaluación que no califica la App
	Criterios opcionales de evaluación dentro de la App
*	Criterios obligatorios de evaluación dentro de la App
N/D	No dispone de información
1-5 Puntos	En las Apps <i>Booking</i> y <i>Hotels Ecuador by tritogo</i> , la categoría de casas y departamentos se da por esta clasificación

Tabla 12-4: Ejemplo de la aplicación *Agoda*

Información general							AGODA																
Nombre del establecimiento	Catastro	Tipo alojamiento	Categoría catastrado	Distancia desde el centro de la ciudad	Idiomas hablados		Calidad-precio* (10 puntos)	Condición del hotel* (10 puntos)	Confort de la habitación (10 puntos)	Instalaciones (10 puntos)	Limpieza* (10 puntos)	Personal (10 puntos)	Servicio* (10 puntos)	Ubicación* (10 puntos)	Wifi (10 puntos)	Evaluación de los huéspedes*	Número de Comentarios*	Accesibilidad	Cancelación		Categoría no catastrados	Formas de pago	
					Número	Detalle													Disposición	Detalle		Cantidad	Detalle
Grand Hotel Loja	No	Hotel		1.4 km	2	Español Inglés	10	10		10		10	10		9.6	1	N/D	No	N/A	4 E	1	Pago en el Estb.	
"La Riviera"	Si	Hostal	1 E	1.8 km	1	Español	8	8.6	8.2		8.6	7.6	9		8.3	51	N/D	No	N/A		1	Pago en el Estb.	
Bombuscaro	Si	Hotel	Primera	1 km	1	Español																	
El Cardenal	Si	Hotel	3 E	2.6 km	2	Español Inglés	9.6	9.8	9.5		9.8	9.6	8.4		9.5	62	Si	No	No reembolsable		1	Pago on-line	
El Inca	Si	Hostal	1 E		1	Español																	
La Castellana Hotel																							

Romar Royal	Si	Hotel	3 E	0.3 km	2	Español Inglés	8	10			10	8	10	8.8	1	Si	Si	Gratuita con 7 días de antelación		2	Reserva con TC Pago en el Estb.
San Luis																					
Vilcabamba	Si	Hotel	Tercera	1.3 km	1	Español										N/D	Si	Gratuita con 1 día de antelación		2	Reserva con TC Pago en el Estb.
Villonaco	Si	Hotel	2 E	1.7 km	1	Español	8	8.2	7.9		8.2	7.9	9.1	8.4	120	Si	Si	Reembolsable		1	Pago en el Estb.
Virgen Del Cisne Hotel																					
Howard Johnson Hotel Loja	No	Hotel		1.3 km	2	Español Inglés	6	10			10	7	8	8.2	2	Si	Si	No reembolsable Gratuita con 1 día de antelación	3.5 E	2	Reserva con TC Pago en el Estb.
Villa de los ángeles	No	Departamento completo		2.7 km	1	Español										No	No	N/A	3 E	1	Pago en el Estb.

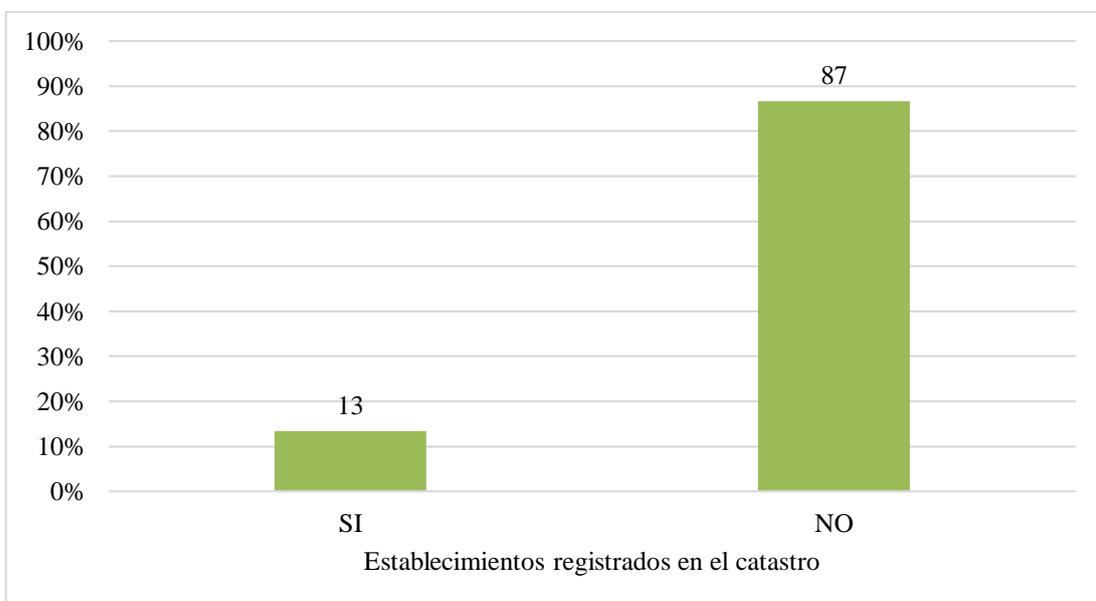
*E = Estrella/s, Estb = Establecimiento, N/D = No Disponible, N/A= No aplica, TC = Tarjeta de Crédito

4.2.5 Sistematización de la información

La información recolectada se presenta en gráficos de barras, los cuales se analizaron de forma descriptiva para su fácil comprensión: a) Primero se analizaron las variables pertenecientes a la información general de los establecimientos encontrados en las Apps priorizadas para el estudio y b) Se analizaron varios criterios dentro de cada aplicación estudiada.

4.2.5.1 Estado de los establecimientos

Los establecimientos que se encontraron previamente fueron 188, de los cuales 31 establecimientos catastrados no se hallaron en ninguna de las Apps estudiadas, quedando un total de 157, de los cuales 136 que representa el 87% no se encuentran dentro del catastro turístico de la ciudad y 21 que corresponden al 13% de establecimientos pertenecientes al catastro turístico, como se muestra en la gráfica.



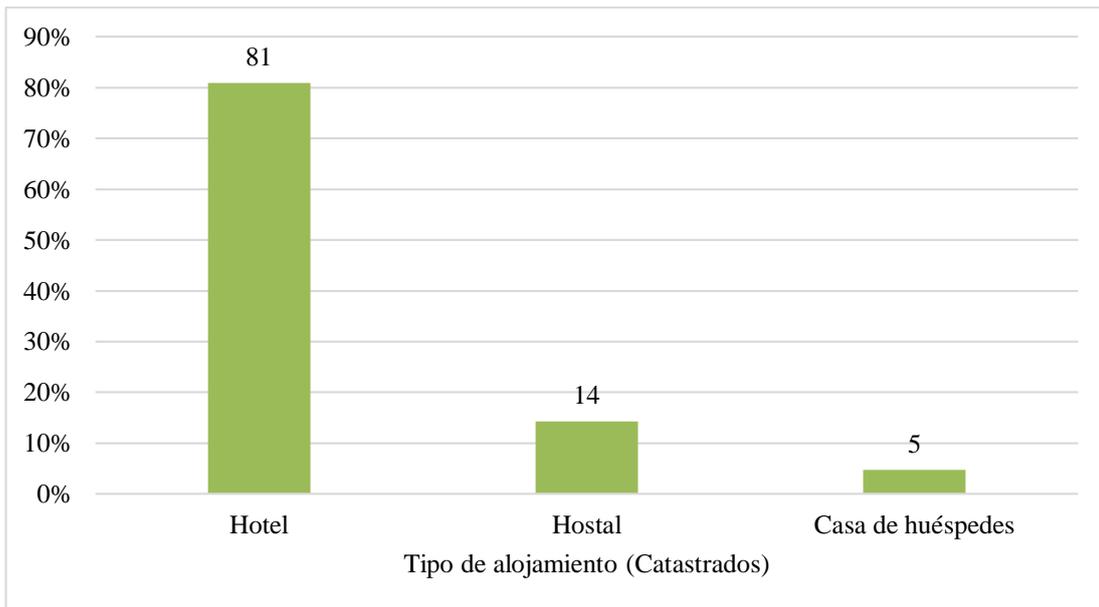
Gráfica 2-4: Establecimientos registrados en el catastro turístico

4.2.5.2 Tipo de alojamiento

El tipo de alojamiento se divide en establecimientos catastrados y no catastrados, debido a la diferencia que existe en su tipología.

- Establecimientos catastrados

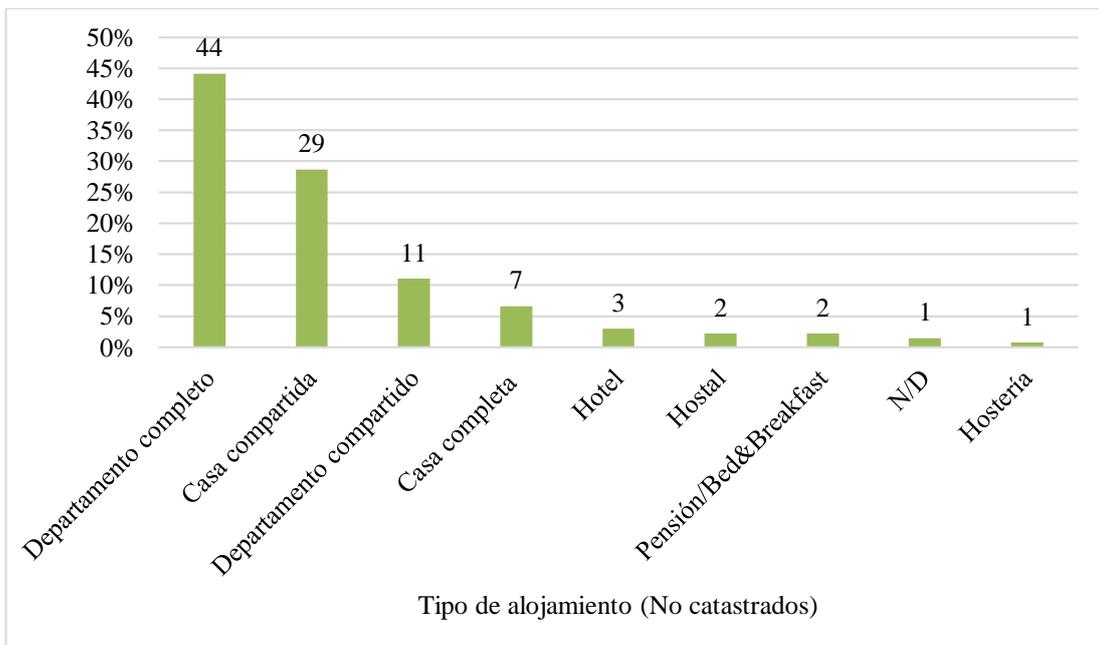
De los 21 establecimientos que se encuentran dentro del catastro, el 81% pertenece a la tipología de hotel, le sigue el 14% que representa a hostel, y el 5% tiene como tipo casa de huéspedes.



Gráfica 3-4: Tipo de alojamiento según establecimientos catastrados

- Establecimientos no catastrados

Los 136 establecimientos no catastrados en su mayoría son departamentos completos representando así el 44%, continúan la tipología casa compartida con el 29%, le sigue departamento compartido con un 11%, casa completa con un 7%, el tipo hotel se encuentra con un 3%, hostel y *bed&breakfast* se encuentran con un 2%, y por último hostería con el 1%.

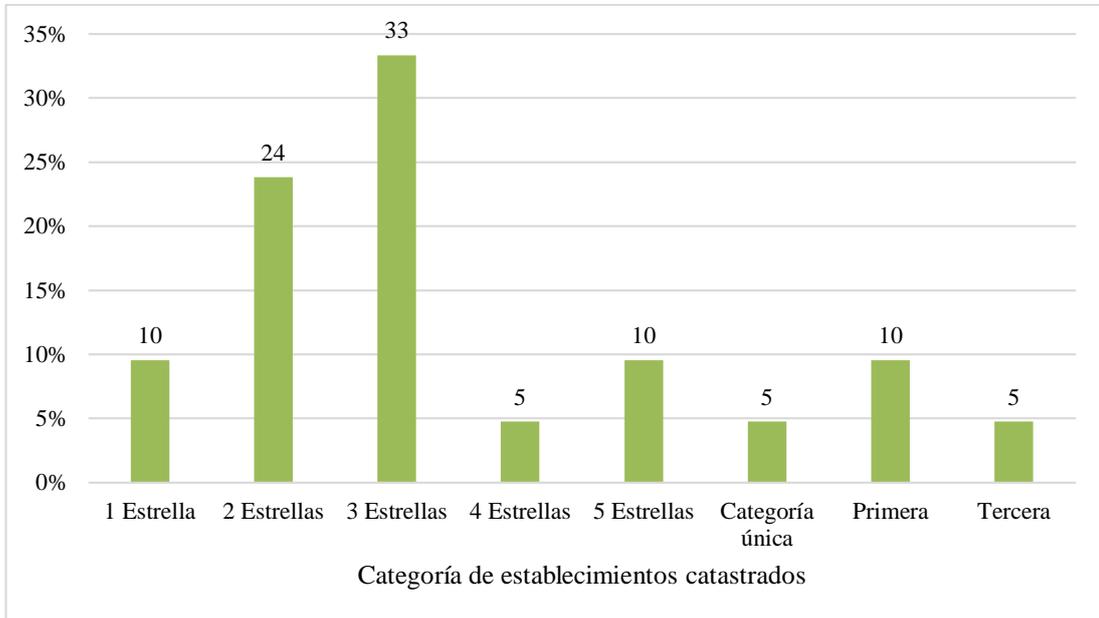


*N/D = No disponible

Gráfica 4-4: Tipo de alojamiento según establecimientos no catastrados

4.2.5.3 Categoría de establecimientos catastrados

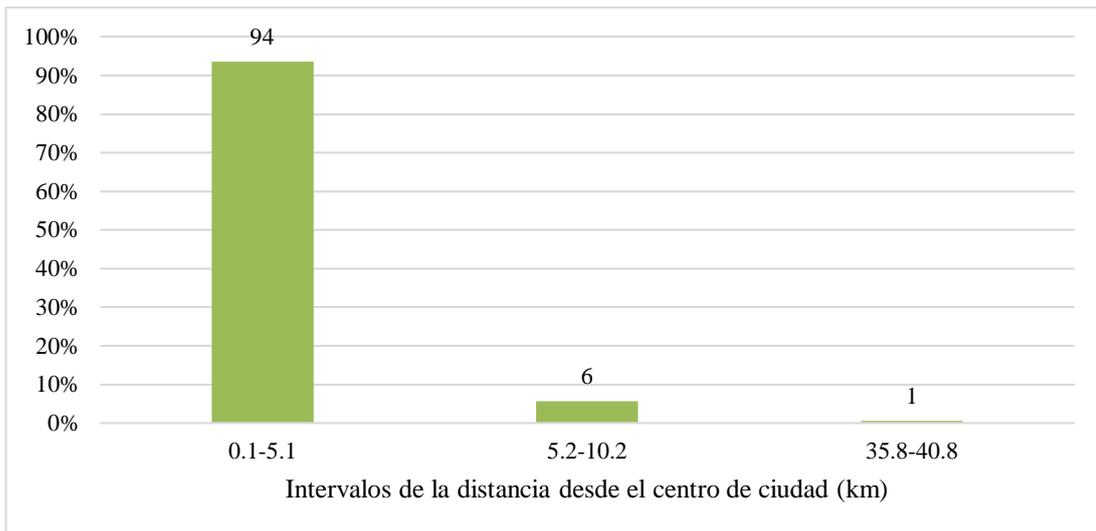
La categoría que predomina entre los establecimientos catastrados es 3 estrellas con un 33%, le sigue 2 estrellas con un 24%, seguido de las categorías 1 estrella, 5 estrellas y Primera que cuentan con el 10% respectivamente, y por último se encuentran 4 estrellas, categoría única y Tercera con un 5%.



Gráfica 5-4: Categoría de establecimientos catastrados

4.2.5.4 Distancia desde el centro de la ciudad

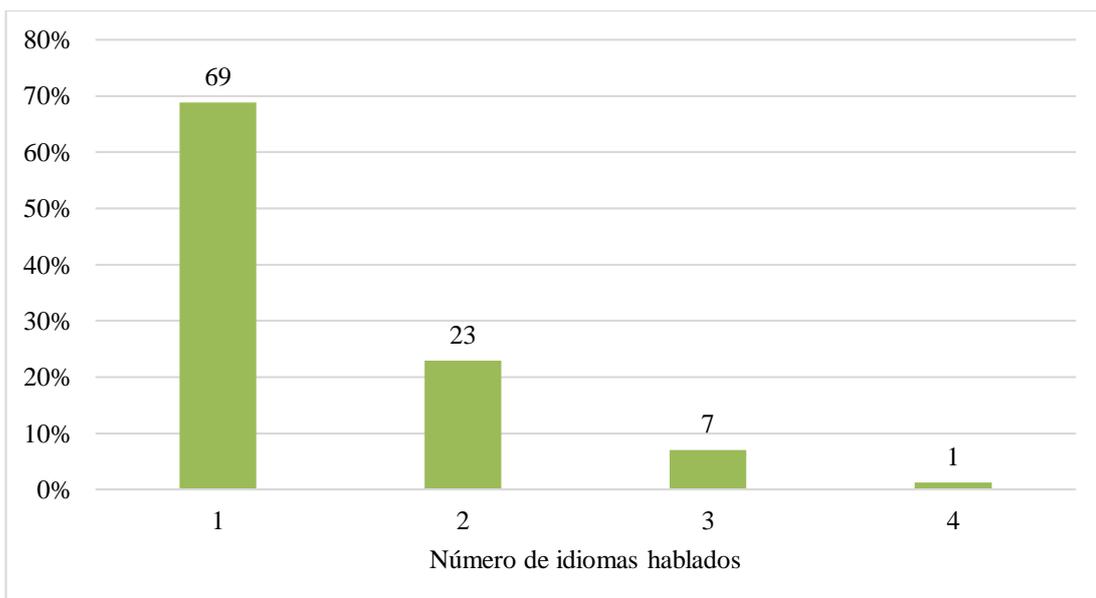
La distancia desde el centro de la ciudad fue tomada en cuenta en kilómetros (km), apreciándose que la mayoría de establecimientos se encuentran dentro de un intervalo de 0,1 a 5,1 km de distancia tomando como referencia el centro de la ciudad de Loja, el 6% se encuentra de 5,2 a 10,2 km y el 1% se encuentra de 35,8 a 40,8 km, siendo los establecimientos más lejanos.



Gráfica 6-4: Distancia desde el centro de la ciudad (km)

4.2.5.5 Idiomas hablados

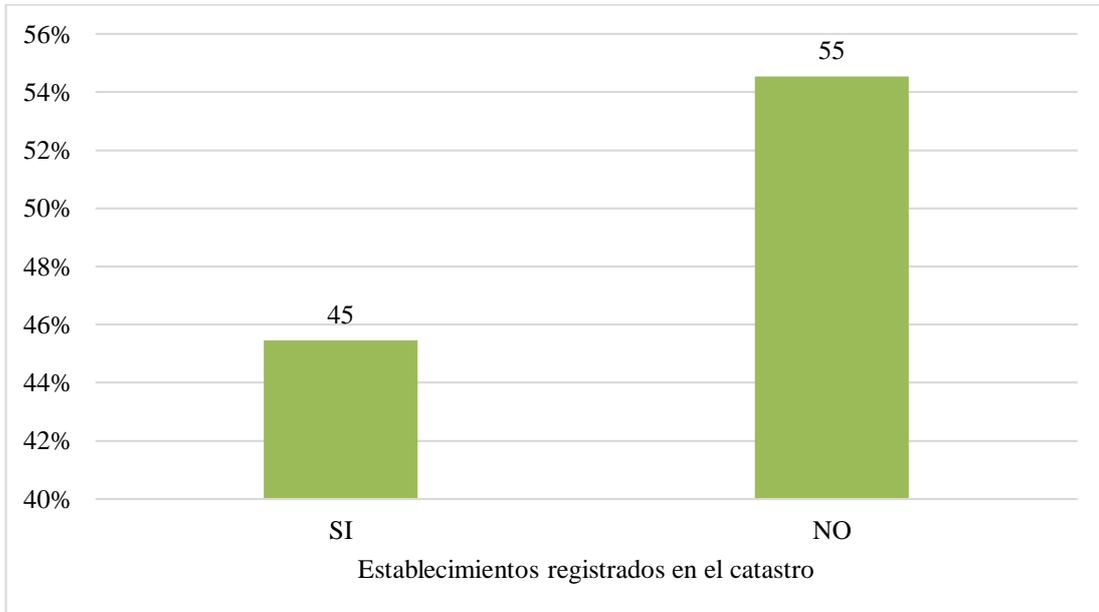
En cuanto al número de idiomas que se hablan en los establecimientos predomina un idioma con el 69%, le sigue 2 idiomas con el 23%, 3 idiomas con el 7% y 4 idiomas con 1%. El idioma que se habla en su totalidad es el español con un 100%.



Gráfica 7-4: Número de idiomas hablados en los establecimientos

4.2.5.6 Agoda

En la aplicación *Agoda* se encontraron un total de 33 establecimientos, de los cuales 18 no son catastrados representando el 55%, y 15 que pertenecen al catastro turístico dando un 45%.



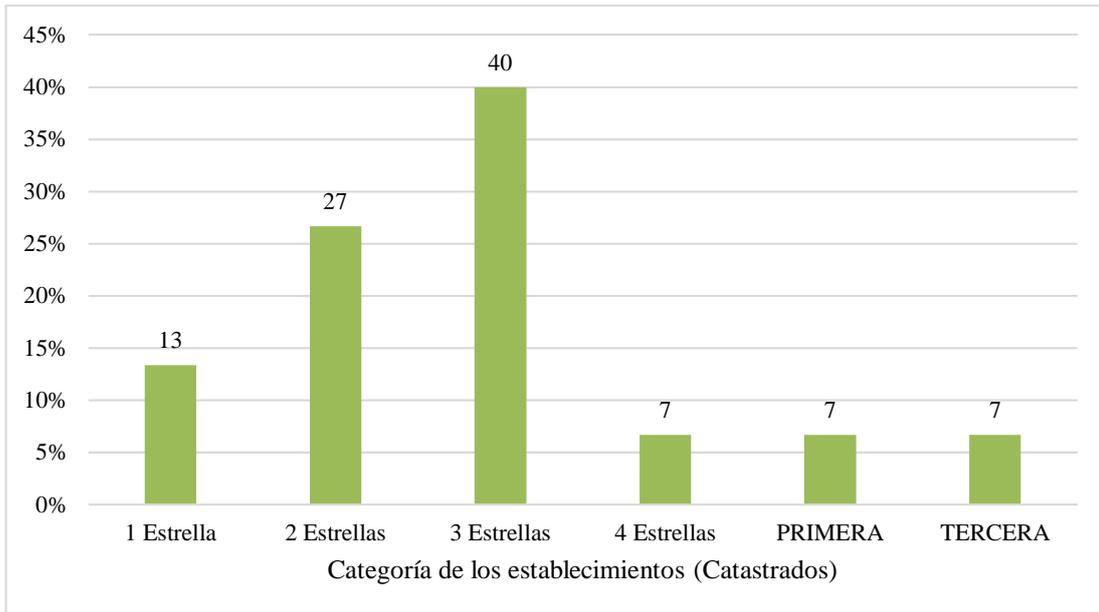
Gráfica 8-4: Establecimientos de la App *Agoda* registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos

La presente variable se divide en: a) categoría de establecimientos catastrados como se muestra en la gráfica 9-4 y b) categoría de establecimientos no catastrados, como se indica en la gráfica 10-4, existe esta división debido a que la diferencia de categorías que se aplica en cada caso.

- Establecimientos catastrados

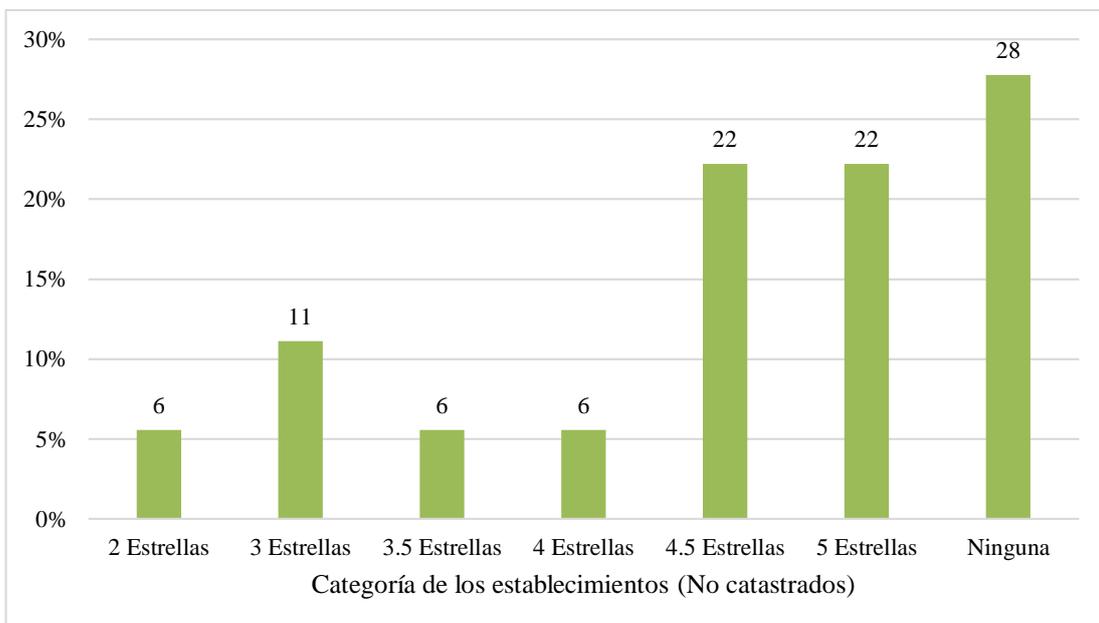
De los 15 establecimientos pertenecientes al catastro turístico, la mayoría se encuentran en la categoría de 3 estrellas con un 40%, a continuación, se encuentra la categoría 2 estrellas con un 27%, una estrella obtiene un porcentaje de 13 y finalmente, se encuentran las categorías 4 estrellas, Primera y Tercera con un 7% respectivamente.



Gráfica 9-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App *Agoda*

– Establecimientos no catastrados

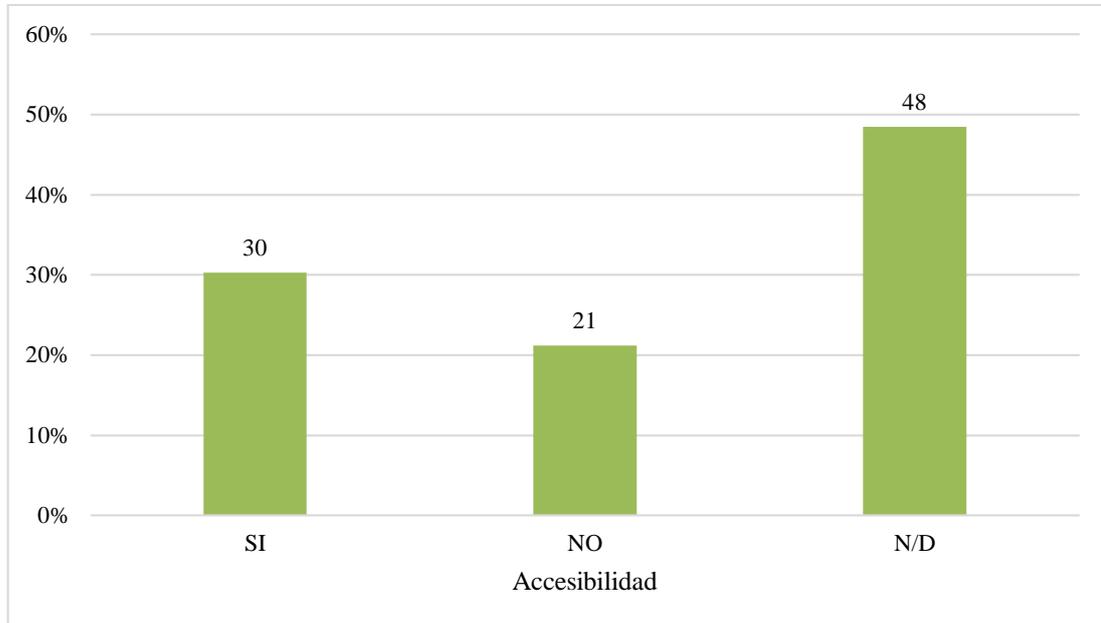
Los 18 establecimientos no catastrados en su mayoría no cuentan con ninguna categoría lo que representa el 28%, continúan las categorías 4.5 estrellas y 5 estrellas con un 22%, sigue la categoría 3 estrellas con un 11%, y al final se ubican las categorías 2 estrellas, 3.5 estrellas y 4 estrellas con el 6% cada una.



Gráfica 10-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App *Agoda*

- Según accesibilidad

La mayoría de los establecimientos registrados en la aplicación no disponen de información sobre la accesibilidad en el alojamiento lo que representa el 48%, el 30% si cuenta con instalaciones accesibles para sus clientes y el 21% no son accesibles.



*N/D = No disponible

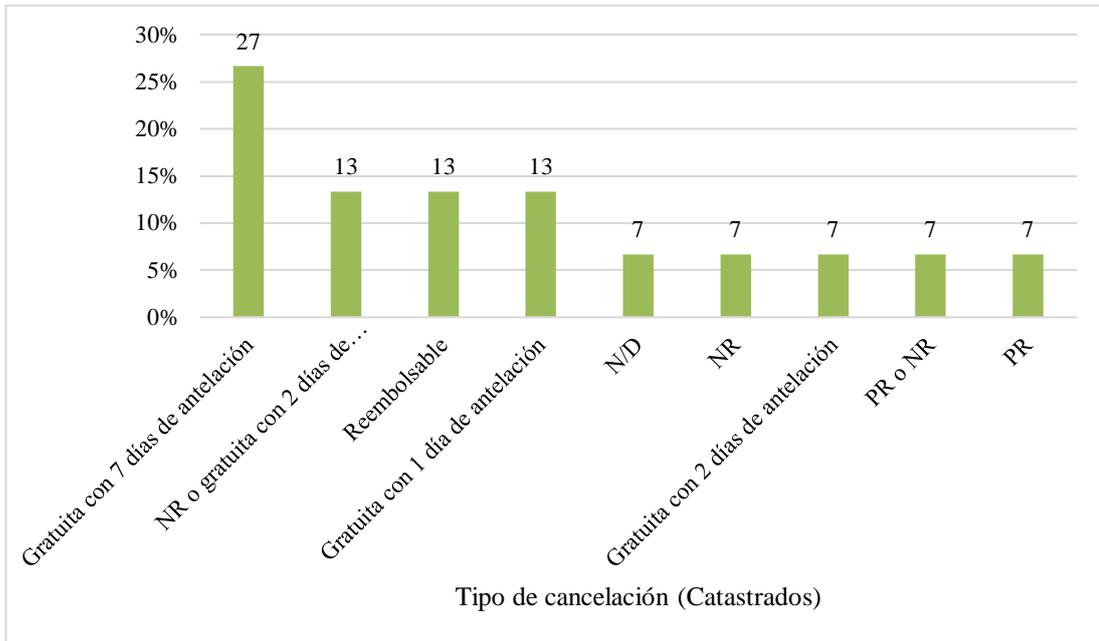
Gráfica 11-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App Agoda

- Según cancelación

La variable cancelación se divide por establecimientos catastrados en la gráfica 12-4 y no catastrados en la gráfica 13-4.

- Establecimientos catastrados

En los establecimiento catastrados predomina la cancelación gratuita con 7 días de antelación con un 27%, continúan las cancelaciones reembolsable, gratuita con 1 día de antelación y no reembolsable o gratuita con 2 días de antelación con un 13%, y por último se encuentran las cancelaciones parcialmente reembolsable, parcialmente reembolsable o no reembolsable, gratuita con 2 días de antelación, no reembolsable y no dispone de informacion con un 7% respectivamente.

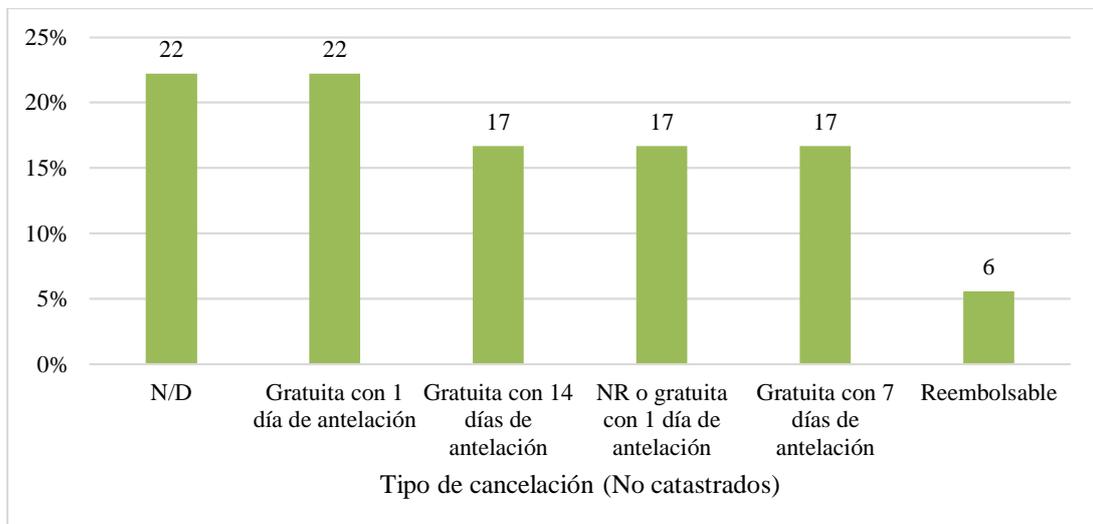


* N/D = No disponible, NR = No reembolsable, PR = Parcialmente reembolsable

Gráfica 12-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App *Agoda*

– Establecimientos no catastrados

Los tipos de cancelación más frecuentes en los establecimientos no catastrados son gratuitos con 1 día de antelación y no dispone de información, le sigue con un 17% las cancelaciones gratuitas con 14 días de antelación, no reembolsable o gratuita con un día de antelación, y gratuita con 7 días de antelación, por último, se encuentran la cancelación reembolsable con un 6%.

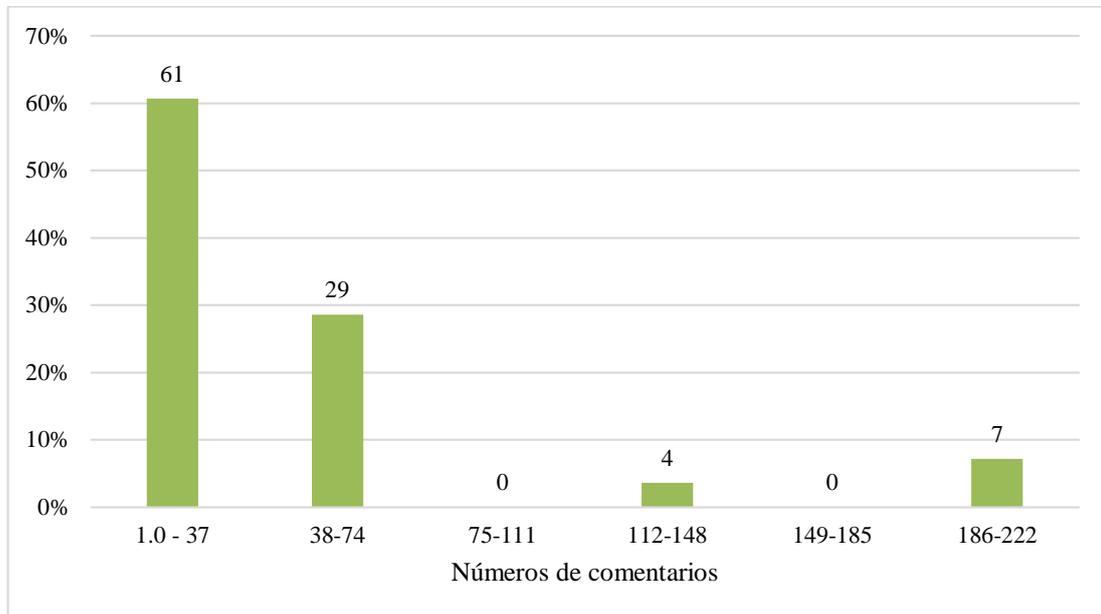


* N/D = No disponible, NR = No reembolsable

Gráfica 13-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App *Agoda*

- Según número de comentarios

De los 33 establecimientos presentes en la aplicación solo 28 cuentan con comentarios, de los cuales la mayoría está en un intervalo de 1 a 37 dando un 61%, el intervalo de 38 a 74 cuenta con un 29%, un 4% de los establecimientos tienen comentarios en un intervalo de 112 a 148, y un 7% tiene comentarios entre 186 a 222.



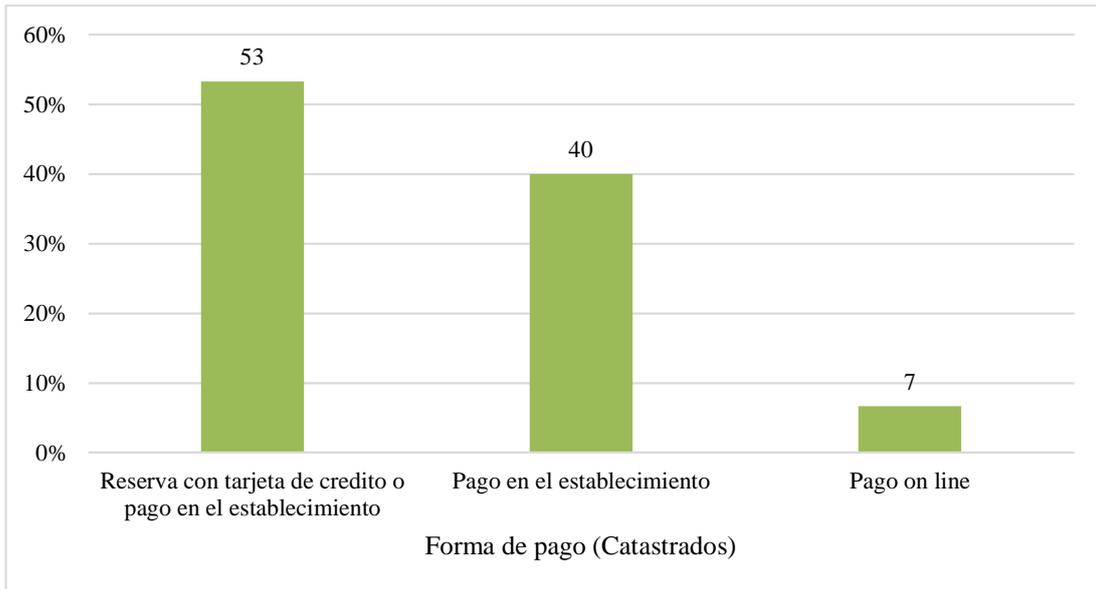
Gráfica 14-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Agoda*

- Según forma de pago

La forma de pago se segmenta en dos: por establecimientos catastrados que se observa en la gráfica 15-4 y por establecimientos no catastrados como se muestra en la gráfica 16-4.

- Establecimientos catastrados

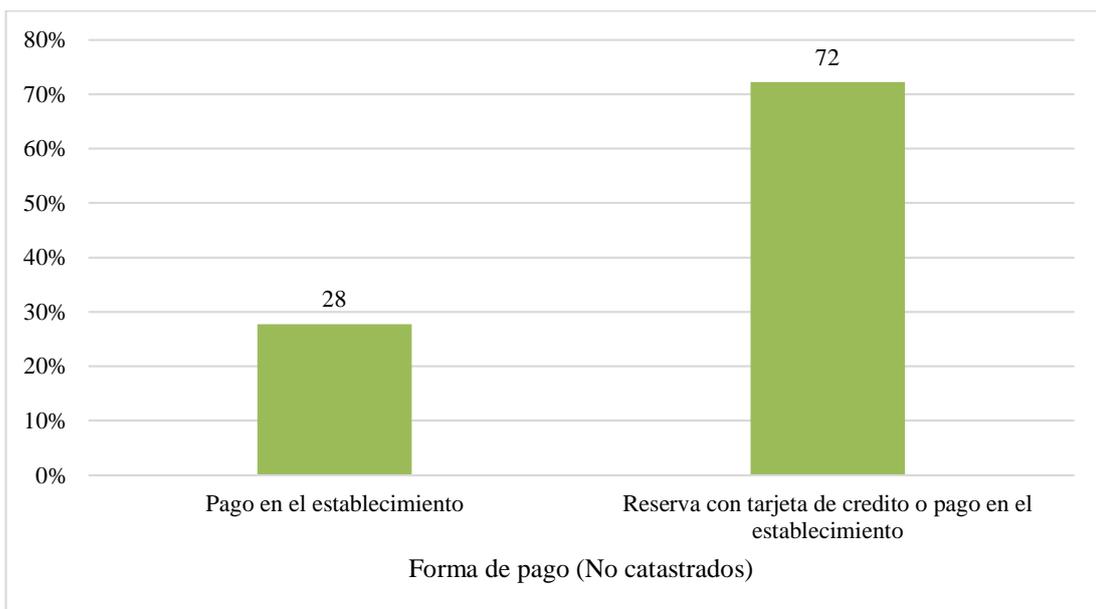
La mayor parte de los establecimientos cuentan con la forma de pago por medio de reserva con tarjeta de crédito o pago en el establecimiento que representa el 53%, el 40% presenta la forma de pago en el establecimiento y un 7% por pago *on-line*.



Gráfica 15-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App *Agoda*

– Establecimientos no catastrados

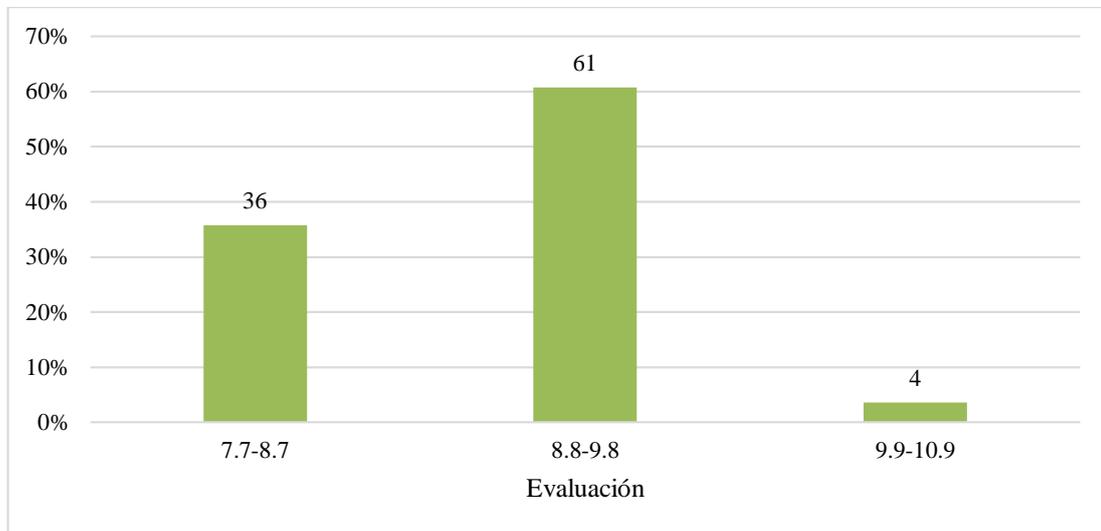
La forma de pago predominante en los establecimientos no catastrados es la reserva con tarjeta de crédito o pago en el establecimiento con un 72%, el 28% restante pertenece a la forma de pago en el establecimiento.



Gráfica 16-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados de la App *Agoda*

- Según evaluación de los huéspedes

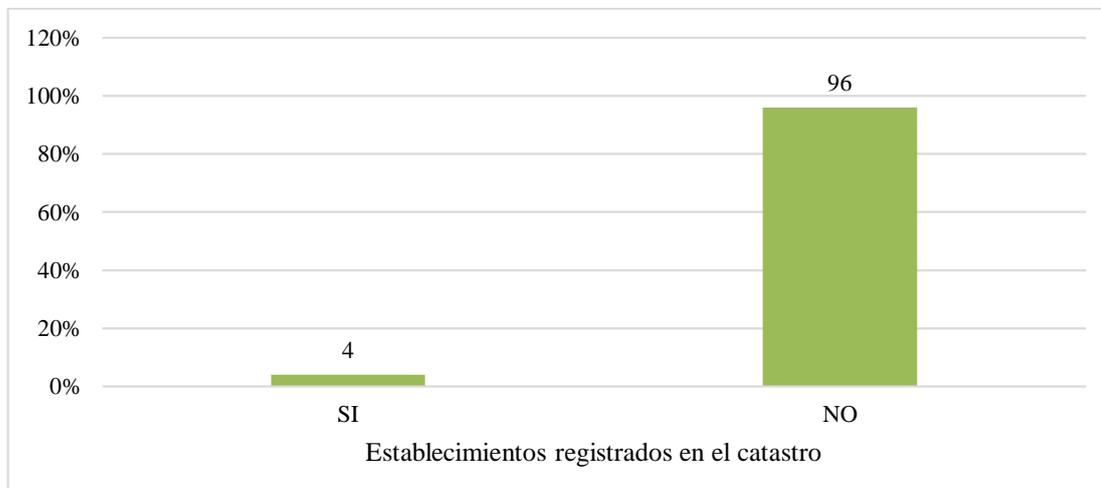
La aplicación permite calificar a los establecimientos sobre 10 puntos, de los 33 establecimientos registrados solo 28 cuentan con una evaluación por parte de los huéspedes debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados. La mayoría de los establecimientos se encuentran en un intervalo de 8,8 a 9,8 representando el 61%, continúan un 36% de los alojamientos en un intervalo de 7,7 a 8,7 y por último con un 4% el intervalo 9,9 a 10,9.



Gráfica 17-4: Evaluación de los huéspedes de la App Agoda

4.2.5.7 Airbnb

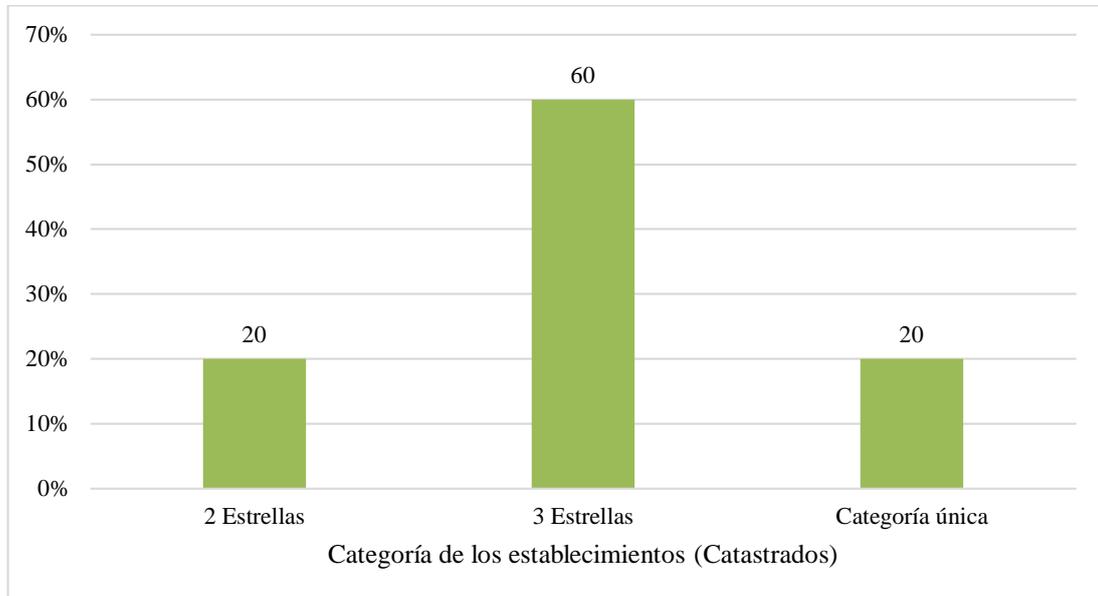
En la presente aplicación se registraron un total de 128 establecimientos, de los cuales 123 no se encuentran registrados en el catastro turístico dando así un 96% y 5 que pertenecen al catastro de la ciudad representando un 4%.



Gráfica 18-4: Establecimientos de la App Airbnb registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos
 - Establecimientos catastrados

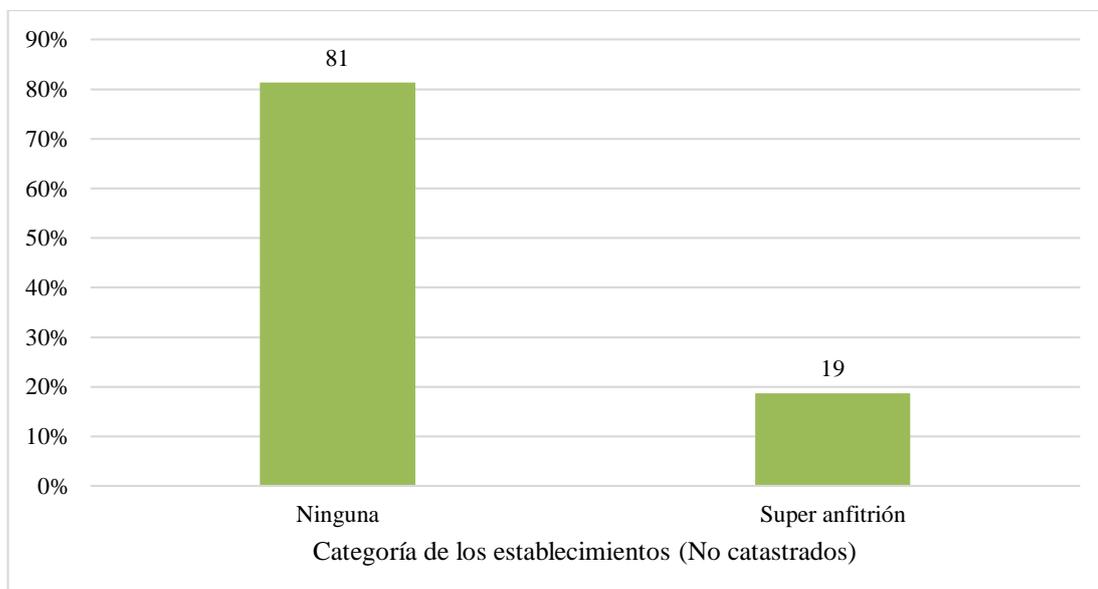
Los 5 establecimientos catastrados presentes en la App, en su mayoría son de 3 estrellas con un 60%, le sigue 2 estrellas y categoría única con un 2%.



Gráfica 19-4: Categoría de los establecimientos catastrados de la App *Airbnb*

- Establecimientos no catastrados

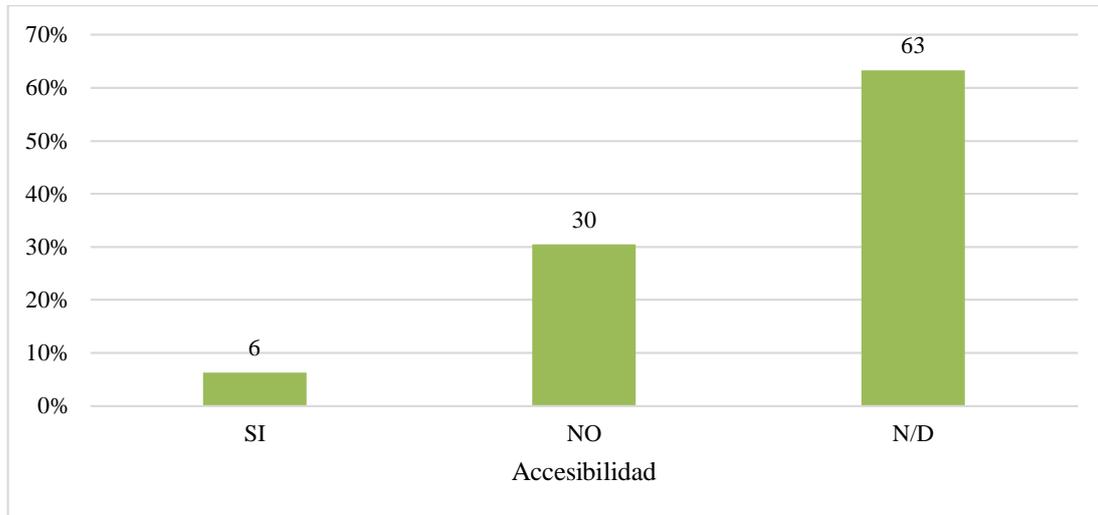
La aplicación *Airbnb* solo cuenta con la categoría súper anfitrión que representa el 19% y el resto de establecimientos no cuentan con ninguna categoría siendo el 81%.



Gráfica 20-4: Categoría de los establecimientos no catastrados de la App *Airbnb*

- Según accesibilidad

Los establecimientos no disponen de información sobre la accesibilidad representando el 63%, le sigue el 30% que no cuenta con instalaciones accesibles y el 6% que tiene instalaciones adaptadas.

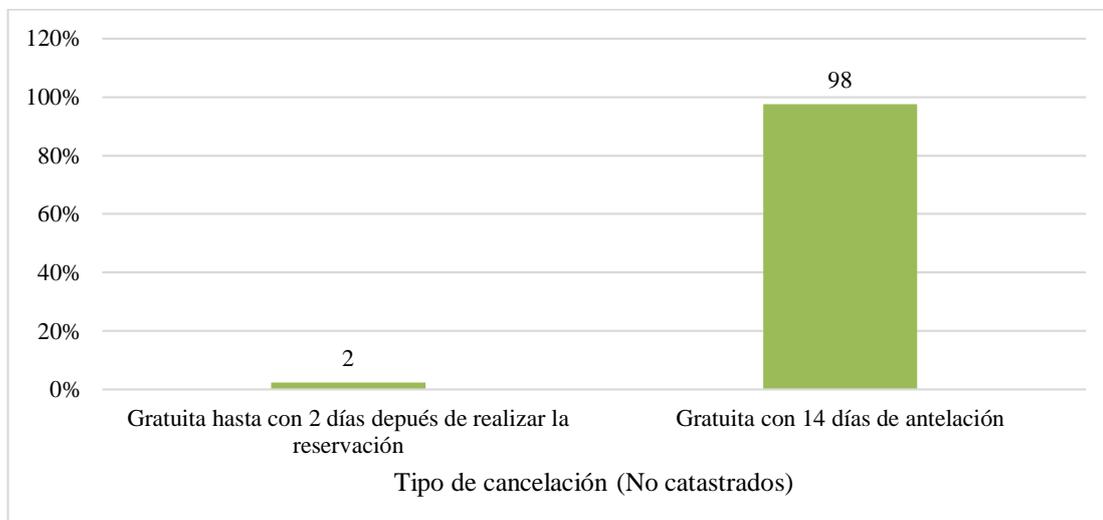


*N/D = No disponible

Gráfica 21-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App *Airbnb*

- Según cancelación

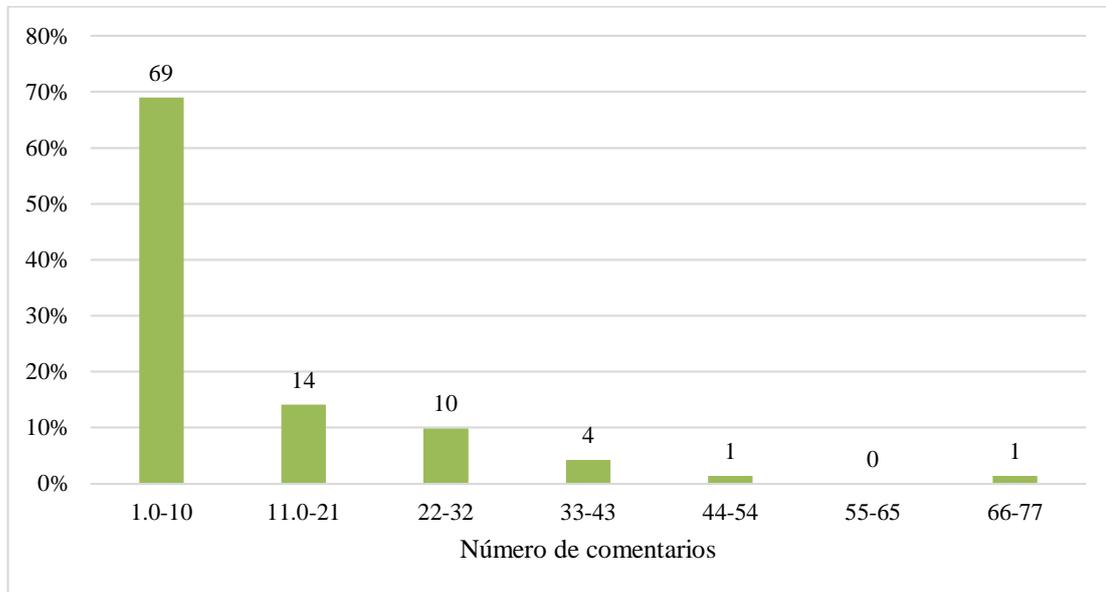
La variable cancelación se divide en: a) Establecimientos catastrados, los cuales en su totalidad presentan una cancelación gratuita con 14 días de antelación y b) Establecimientos no catastrados en donde el 98% presenta cancelación gratuita con 14 días de antelación y el 2% restante cuenta con cancelación gratuita hasta dos días después de realizar la reservación, como se presenta en la gráfica 22-4.



Gráfica 22-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App *Airbnb*

- Según número de comentarios

De los 128 establecimientos registrados en la aplicación 57 no cuentan con comentarios y de los 71 establecimientos restantes la mayor parte se encuentran en el intervalo de 1 a 10 representando el 69%, continua de 11 a 21 con un 14%, el 10% se ubica en comentarios de 22 a 32, mientras que, los intervalos de 44 a 54 y 66 a 77 cuentan con un 1%.



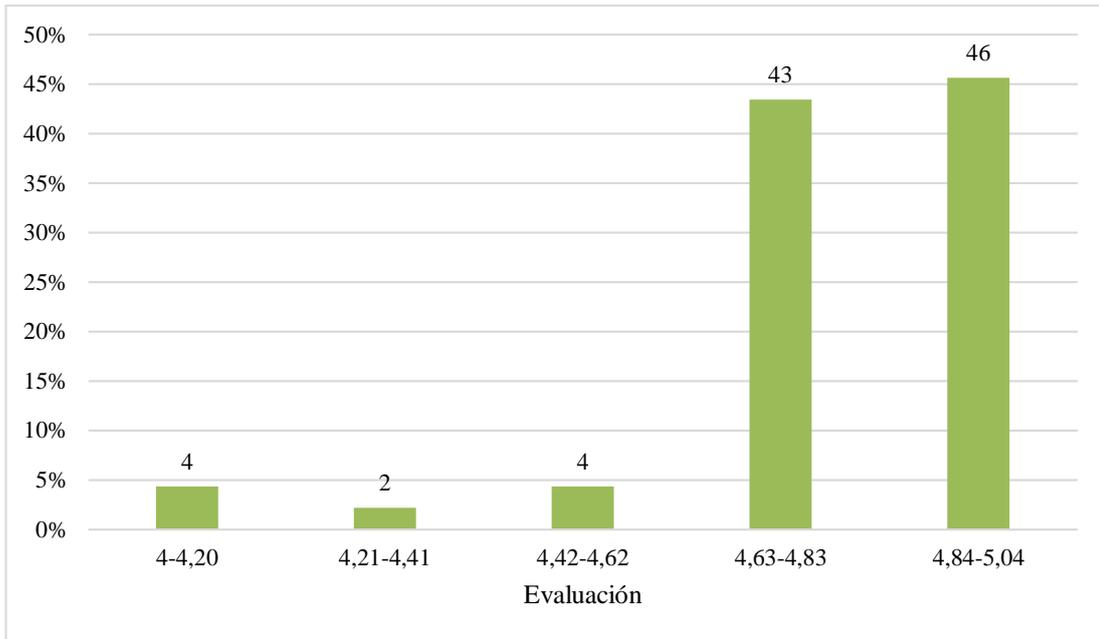
Gráfica 23-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Airbnb*

- Según forma de pago

Las formas de pago en la App *Airbnb* para todos los establecimientos identificados es pago *online* y reserva con tarjeta de crédito, las cuales se presentan tanto en los establecimientos catastrados y no catastrados.

- Según evaluación de los huéspedes

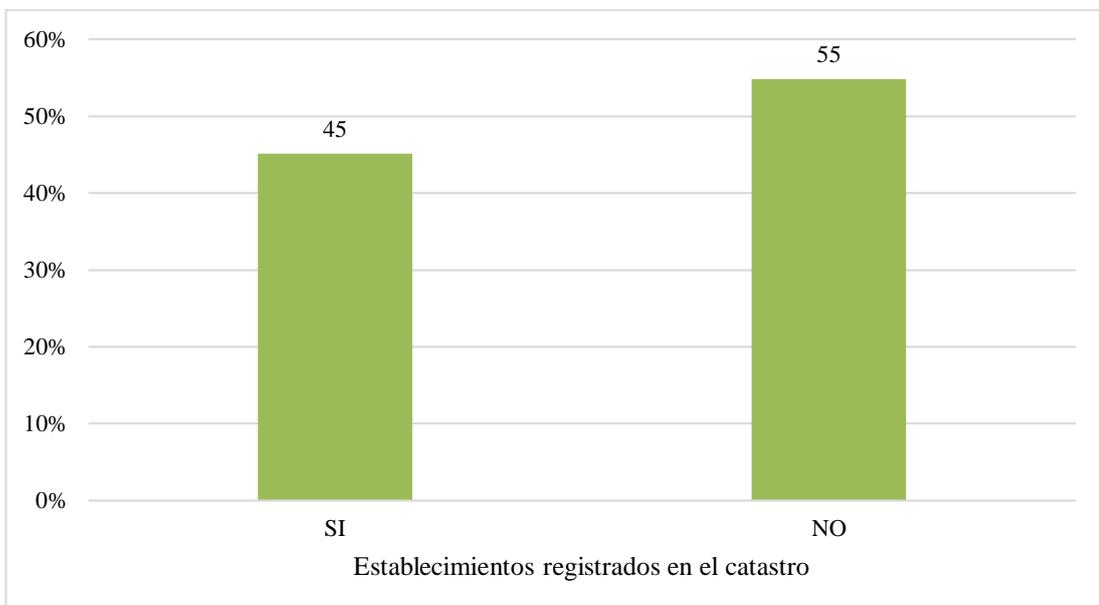
La aplicación permite calificar a los establecimientos con un máximo de 5 puntos y un mínimo de 1 punto, de los 128 establecimientos solo 46 están evaluados en la App debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados o cuentan con menos de 2 evaluaciones. Principalmente, los establecimientos se encuentran dentro de intervalo de 4,84 a 5,04 con un 46%, le sigue un 43% en un intervalo de 4,63 a 4,83; los intervalos 4 a 4,20 y 4,42 a 4,62 cuentan con un 4%, y por último el intervalo 4,21 a 4,41 presenta un 2%.



Gráfica 24-4: Evaluación de los huéspedes en la App *Airbnb*

4.2.5.8 Booking

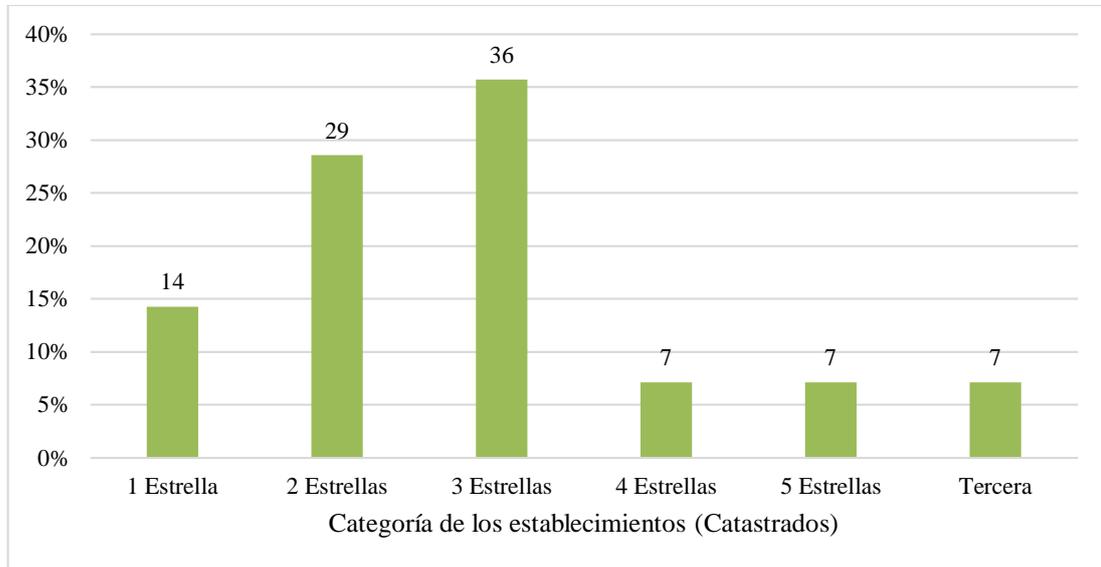
La presente aplicación registró un total de 31 establecimientos, de los cuales 17 que son el 55% no se encuentran registrados en el catastro turístico y 14 (45%) pertenecen al catastro turístico de la ciudad.



Gráfica 25-4: Establecimientos de la App *Booking* registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos
 - Establecimientos catastrados

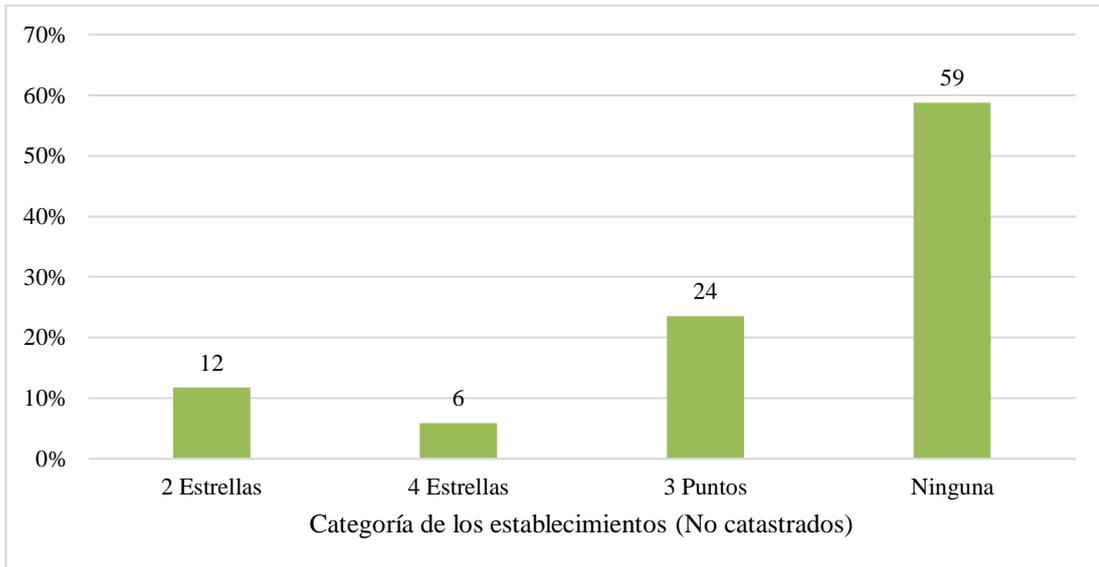
Los establecimientos catastrados con un 36% pertenecen a la categoría 3 estrellas, continua el 29% con 2 estrellas, el 14% son establecimientos de 1 estrella y las categorías 4 estrellas, 5 estrellas y Tercera tienen un 7% cada uno.



Gráfica 26-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App *Booking*

- Establecimientos no catastrados

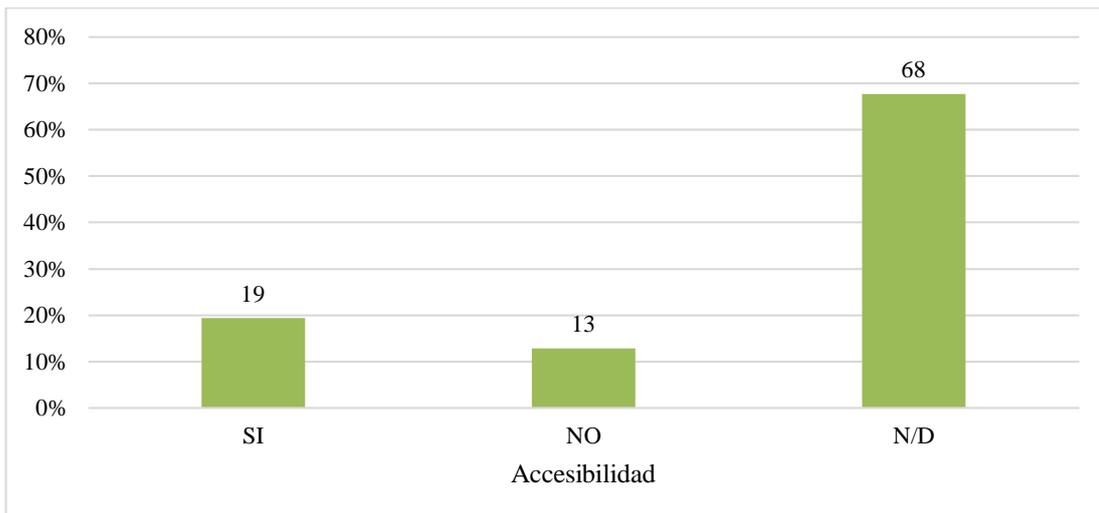
La aplicación *Booking* cuenta con una categoría dada por puntos para las casas y departamentos, la gran parte de los establecimientos no pertenecen a ninguna categoría, el 24% se encuentra en la categoría de 3 puntos, le sigue con 12% la categoría 2 estrellas y por último 4 estrellas con un 6%.



Gráfica 27-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App *Booking*

- Según accesibilidad

Los establecimientos en su mayoría no disponen de información sobre la accesibilidad dando un 68%, el 19% representa a los establecimientos que cuentan con instalaciones accesibles para los clientes y el 13% no cuenta con accesibilidad.

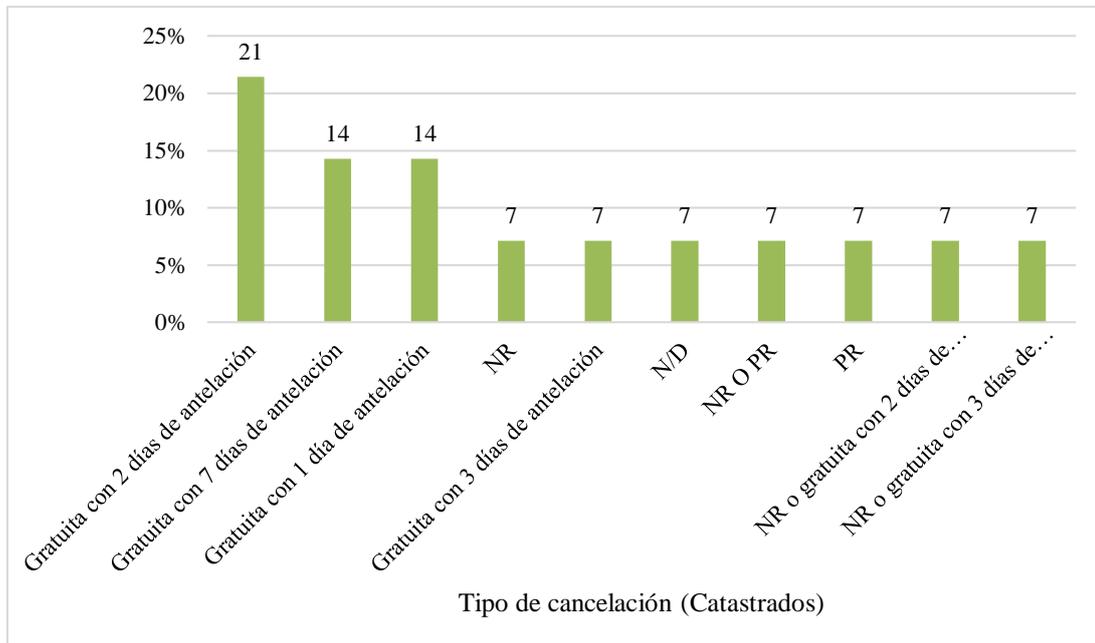


*N/D = No disponible

Gráfica 28-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App *Booking*

- Según cancelación
 - Establecimientos catastrados

La cancelación gratuita con 2 días de antelación es la que predomina con un 21%, continúan las cancelaciones gratuitas con 1 y 7 días de antelación que representan el 14%, finalmente las cancelaciones: no reembolsable o parcialmente reembolsable, no reembolsable, gratuita con 3 días de antelación, parcialmente reembolsable, no reembolsable o gratuita con 2 días de antelación, no reembolsable o gratuita con 3 días de antelación cuentan con el 7% cada una.

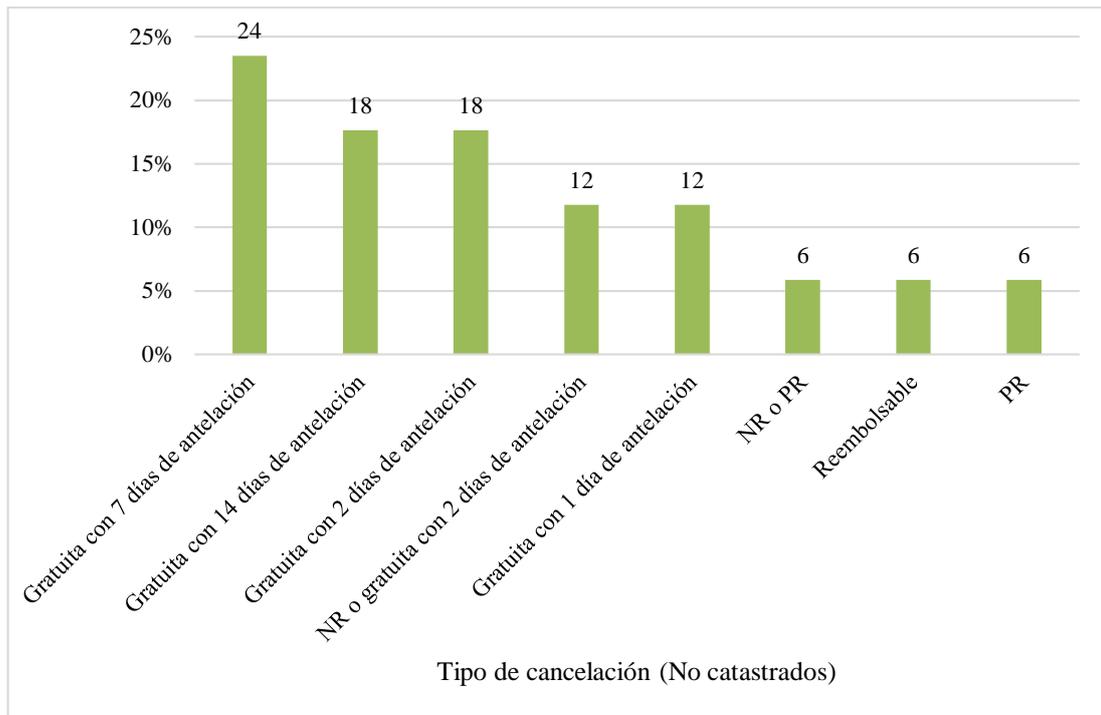


*N/D = No disponible, NR = No reembolsable, PR = Parcialmente reembolsable

Gráfica 29-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App *Booking*

- Establecimientos no catastrados

El 24% de los establecimientos no catastrados pertenecen a la cancelación gratuita con 7 días de antelación; las cancelaciones gratuitas con 14 días de antelación y gratuitas con 2 días de antelación cuentan con el 18%, le siguen las cancelaciones gratuitas con 2 días de antelación o no reembolsable y gratuitas con 1 día de antelación con un 12%; finalmente, con 6% se encuentran las cancelaciones no reembolsables o parcialmente reembolsables, reembolsable, y parcialmente reembolsable.

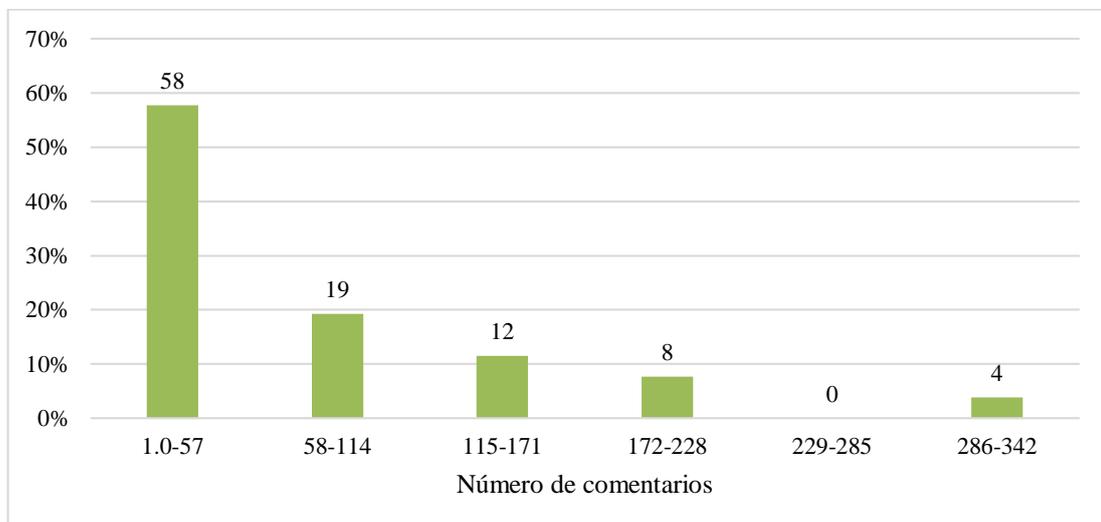


*NR = No reembolsable, PR = Parcialmente reembolsable

Gráfica 30-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App *Booking*

- Según número de comentarios

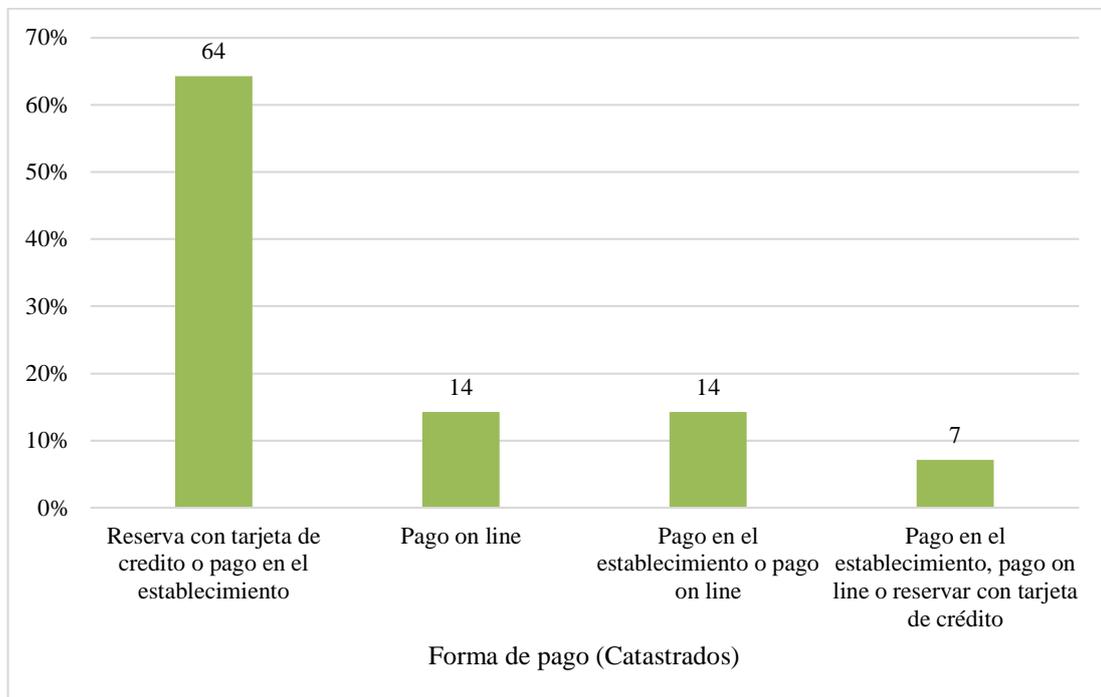
De los 31 establecimientos presentes en la App, 5 no cuentan con comentarios, dando un resultado de 26 establecimientos que presentan comentarios, de los cuales, el 58% se encuentra en un intervalo de 1 a 57, le sigue el 19% entre 58 a 114, un 12% tiene de 115 a 171 comentarios, el 8% pertenece al intervalo de 172 a 228, y tan solo el 4% presenta comentarios entre 286 a 342.



Gráfica 31-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Booking*

- Según forma de pago
 - Establecimientos catastrados

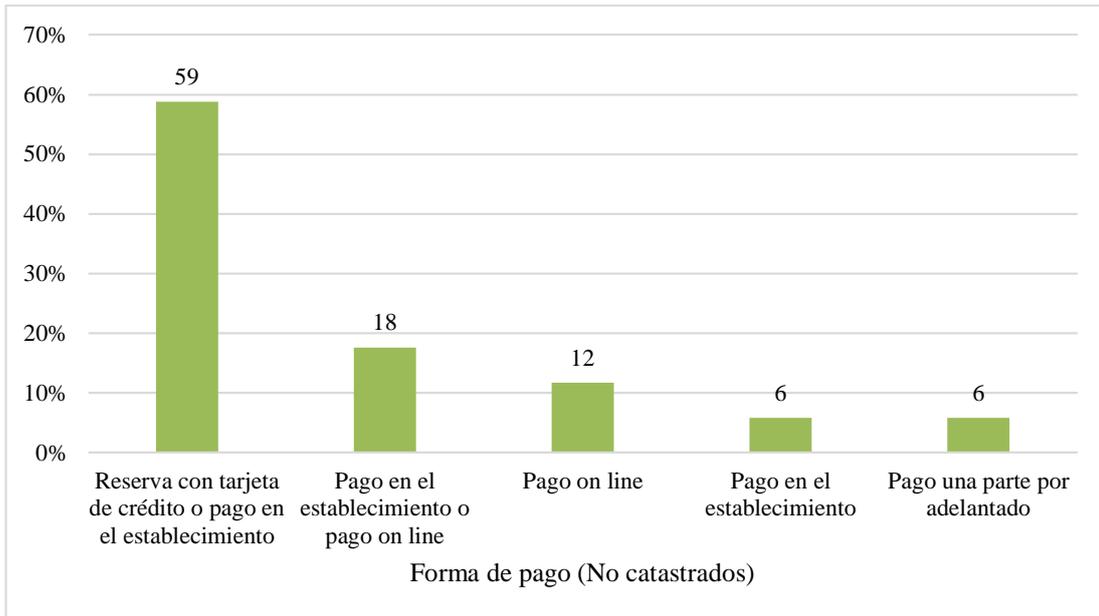
La forma de pago mayoritaria es la reserva con tarjeta de crédito o pago en el establecimiento con un 64%, continúan pago *on-line*, y pago en el establecimiento o pago *on-line* con un 14%; por último, con un 7% se encuentra pago en el establecimiento y la combinación de pago *on-line* o reserva con tarjeta de crédito.



Gráfica 32-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados de la App *Booking*

- Establecimientos no catastrados

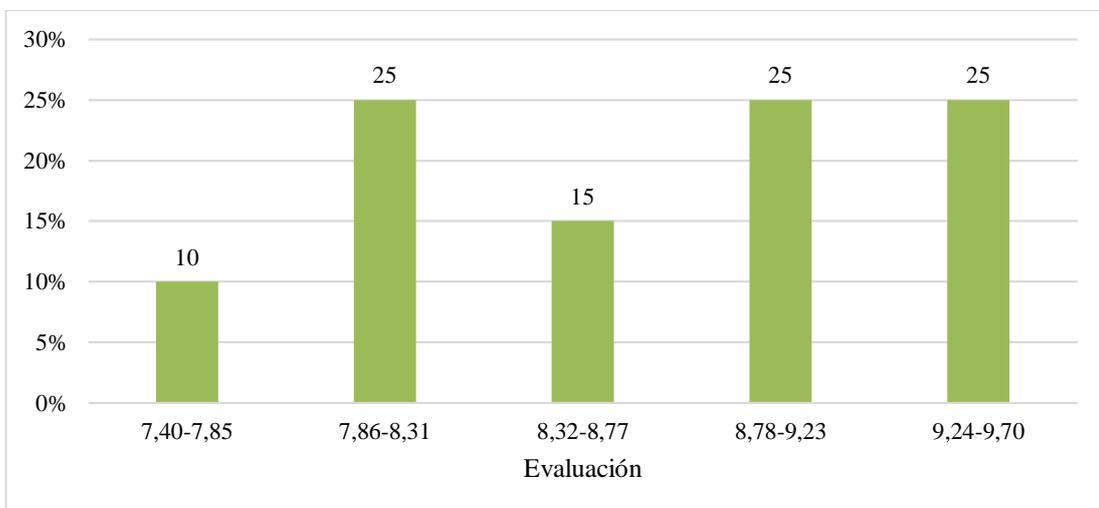
En los establecimientos no catastrados la forma de pago que predomina es la reserva con tarjeta de crédito o pago en el establecimiento con un 59%, le sigue con 18% el pago en el establecimiento o pago *on-line*, el 12% representa a pago *on-line*; finalmente, el pago en el establecimiento y pago una parte por adelantado cuentan con el 6%.



Gráfica 33-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados de la App *Booking*

- Según evaluación de los huéspedes

La aplicación califica a los establecimientos con un máximo de 10 puntos y mínimo 1 punto. De los 31 establecimientos encontrados en la aplicación, 11 no cuentan con una evaluación por parte de los huéspedes debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados o cuentan con menos de 4 evaluaciones, dando un total de 20 establecimientos que cuentan con una calificación. Entre los intervalos 7,86 a 8,31; 8,78 a 9,23 y 9,24 a 9,70 representan un 25% cada uno, el intervalo de 8,32 a 8,77 representa el 15% y el intervalo 7,40 a 7,85 cuenta con un 10%.



Gráfica 34-4: Evaluación de los huéspedes en la App *Booking*

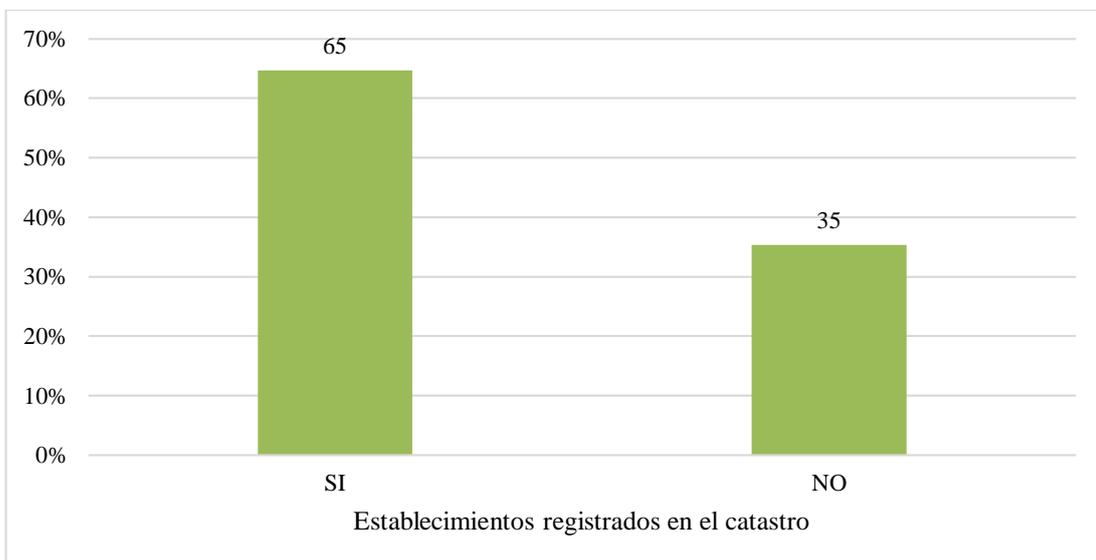
4.2.5.9 Despegar

La aplicación cuenta con un total de 3 establecimientos, de los cuales todos pertenecen al catastro turístico de la ciudad de Loja, cuentan con categorías de 3 estrellas, 4 estrellas y 5 estrellas. La accesibilidad se ve reflejada en que 2 establecimientos son accesibles y uno no dispone de esa información.

Los establecimientos muestran diferentes cancelaciones como: gratuita con 2 días de antelación, no reembolsable y no dispone de información. El número máximo de comentarios es de 20 y el mínimo de 9; en cuanto a la forma de pago que presentan los establecimientos, 2 son reserva con tarjeta de crédito o pago *on-line* y uno por reserva con tarjeta de crédito. La evaluación se da con un puntaje máximo de 10 puntos y el promedio de los alojamientos es de 7,43 puntos.

4.2.5.10 Expedia

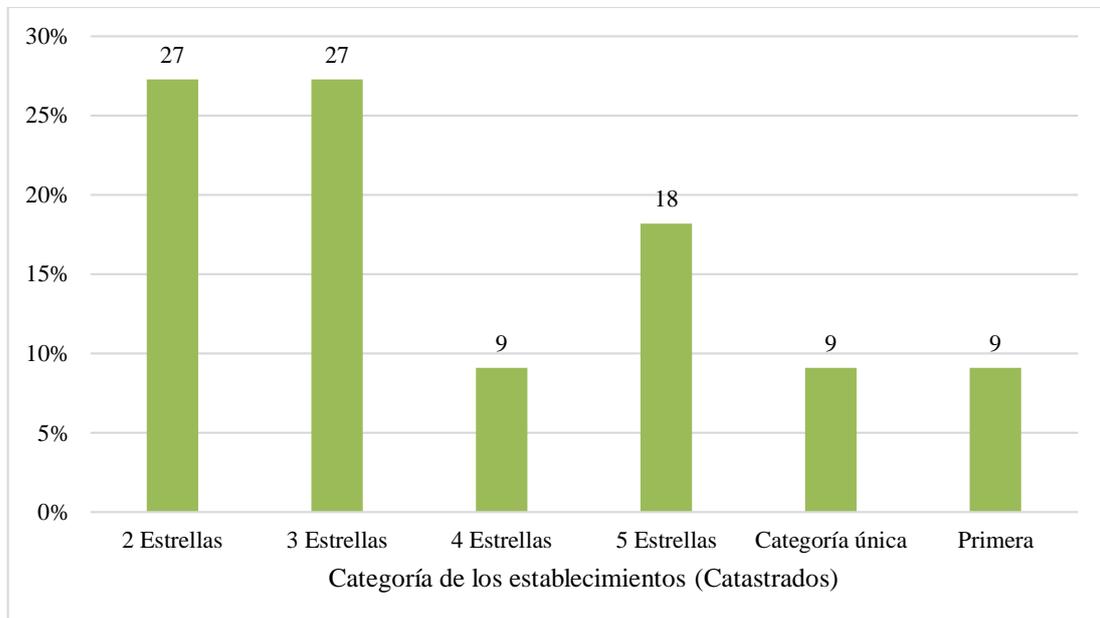
La aplicación tiene un total de 17 establecimientos que se dividen en 11 pertenecientes al catastro turístico y 6 que no se encuentran catastrados, dando porcentajes del 65% y 35% respectivamente.



Gráfica 35-4: Establecimientos de la App *Expedia* registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos
 - Establecimientos catastrados

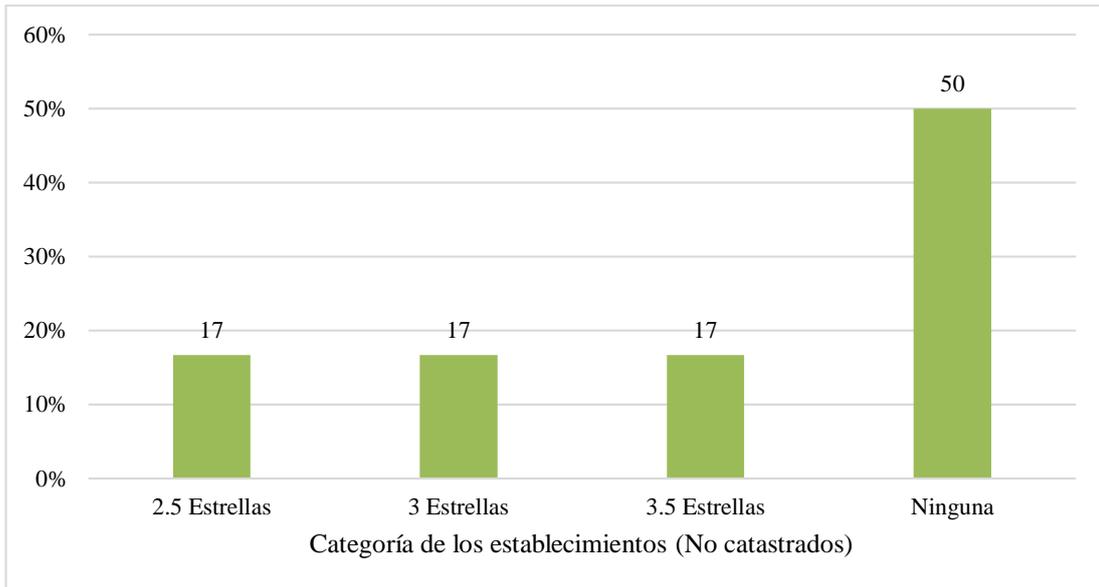
Los establecimientos en su mayoría se encuentran en las categorías 2 y 3 estrellas con un 27% cada una, le sigue la categoría 5 estrellas con un 18% y con un 9% se encuentran las categorías 4 estrellas, categoría única y Primera.



Gráfica 36-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App *Expedia*

- Establecimientos no catastrados

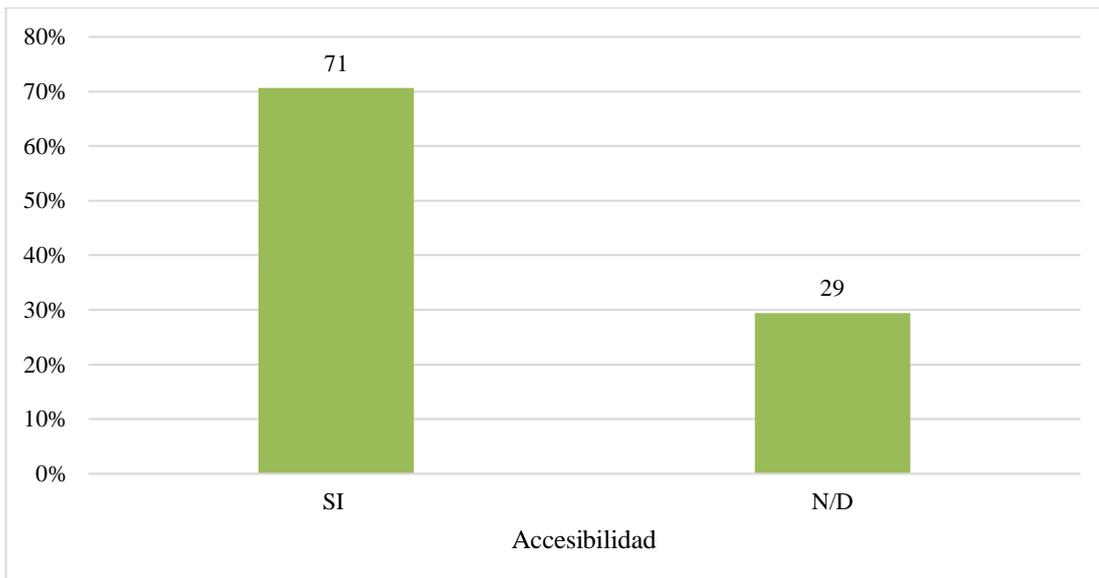
Los establecimientos no catastrados en un 50% no pertenecen a ninguna categoría, las categorías 2,5 estrellas, 3 estrellas y 3,5 estrellas cuentan con un 17% cada una.



Gráfica 37-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App *Expedia*

- Según accesibilidad

Los establecimientos que cuentan con instalaciones accesibles se encuentran en un 71%, mientras que, el porcentaje restante no presenta información sobre la accesibilidad.

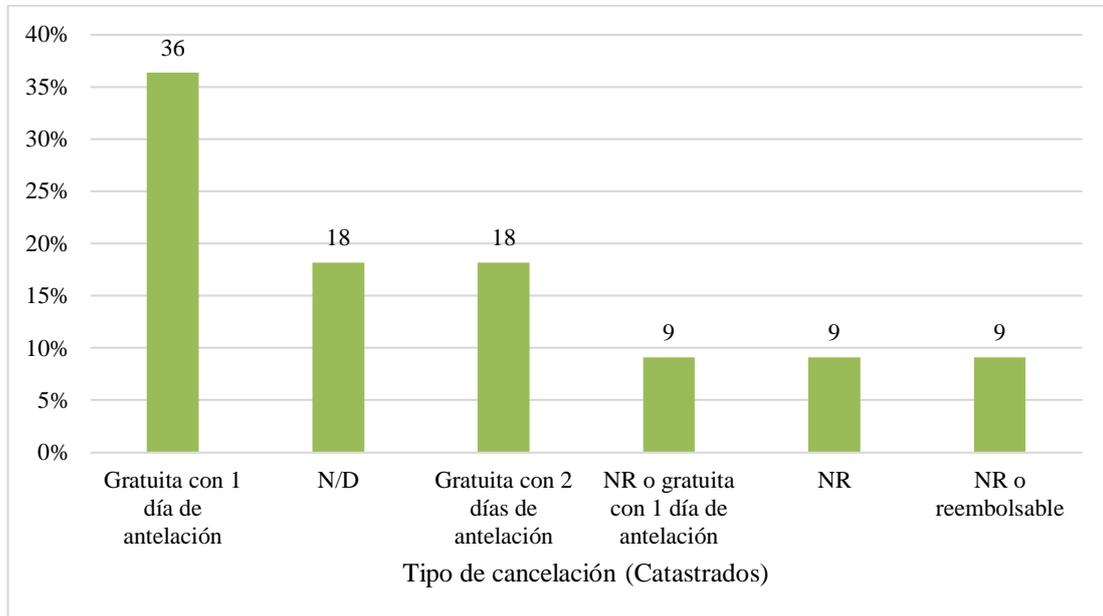


*N/D = No disponible

Gráfica 38-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App *Expedia*

- Según cancelación
 - Establecimientos catastrados

La cancelación gratuita con 1 día de antelación es la que predomina con un 36%, continúan la cancelación gratuita con 2 días de antelación y no dispone de información con un 18% cada una, y con el 9% se encuentra a las cancelaciones no reembolsable o gratuita con 1 día de antelación, no reembolsable y no reembolsable o reembolsable.

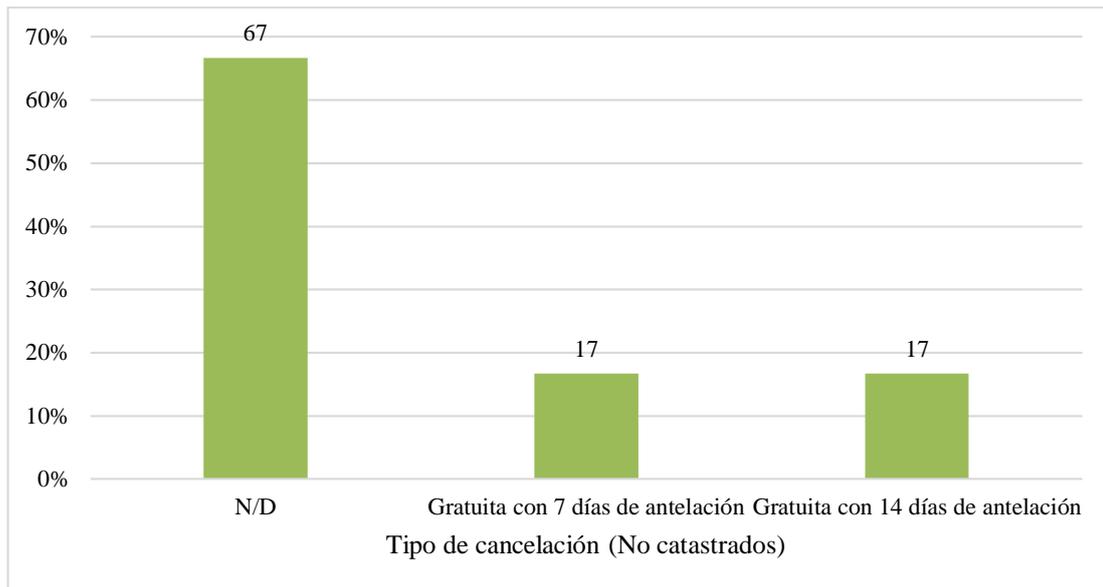


*N/D = No disponible, NR = No reembolsable

Gráfica 39-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App *Expedia*

- Establecimientos no catastrados

La mayor parte de los establecimientos no catastrados no se dispone de información acerca de la cancelación, siendo el 67%; las cancelaciones gratuitas con 7 días de antelación y gratuitas con 14 días de antelación representan un 17% cada una.

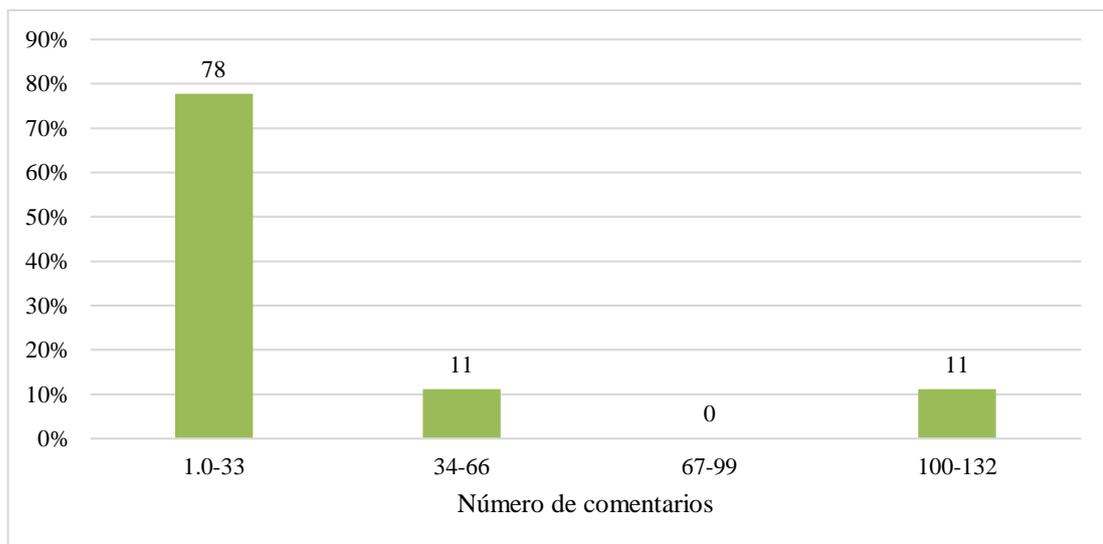


*N/D = No disponible

Gráfica 40-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App *Expedia*

- Según número de comentarios

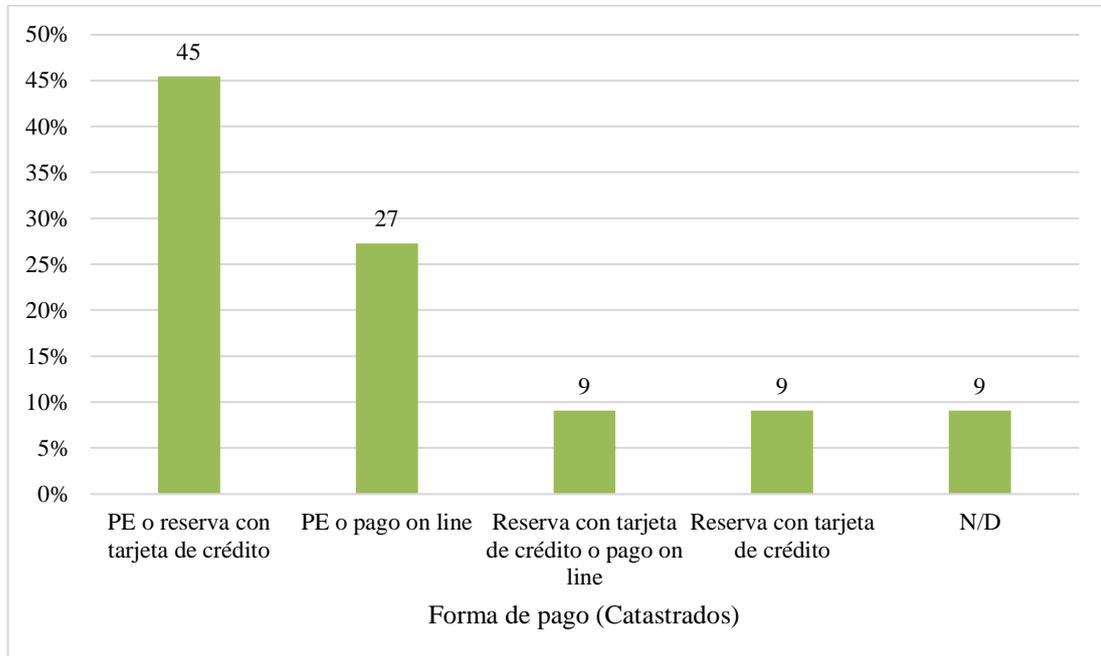
De los 17 establecimientos presentes en la aplicación, 8 no contienen comentarios, de los 9 restantes, el 78% tiene comentarios entre 1 a 33, los intervalos 34 a 66 y 100 a 132 representan 11% cada uno, y el intervalo de 67 a 99 no presenta ningún valor.



Gráfica 41-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Expedia*

- Según forma de pago
 - Establecimientos catastrados

La combinación de pago más utilizada en los establecimientos catastrados es el pago en el establecimiento o reserva con tarjeta de crédito con un 45%, le sigue el pago en el establecimiento o pago *on-line* con un 27%, continúan la reserva con tarjeta de crédito o pago *on-line*, reserva con tarjeta de crédito y no dispone de información con un 9% cada una.

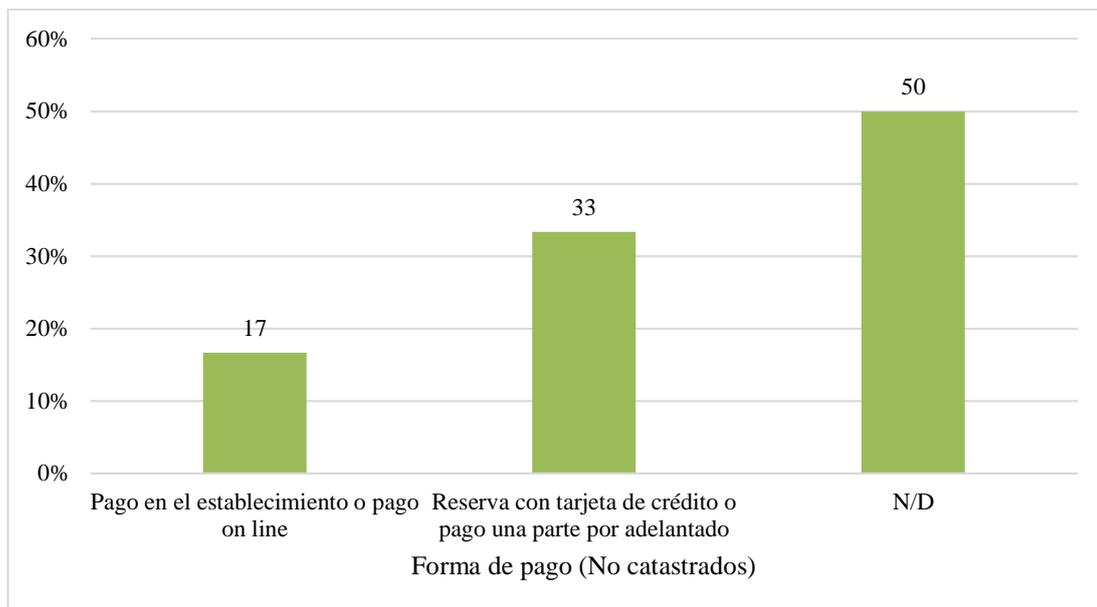


*N/D = No disponible, PE = Pago en el establecimiento

Gráfica 42-4: Forma de pago por establecimientos catastrados en la App *Expedia*

- Establecimientos no catastrados

El 50% de los establecimientos no disponen de información sobre la forma de pago, el 33% tiene como forma de pago la reserva con tarjeta de crédito o pago una parte por adelantado, y el 17% posee una forma de pago en el establecimiento o pago *on-line*.

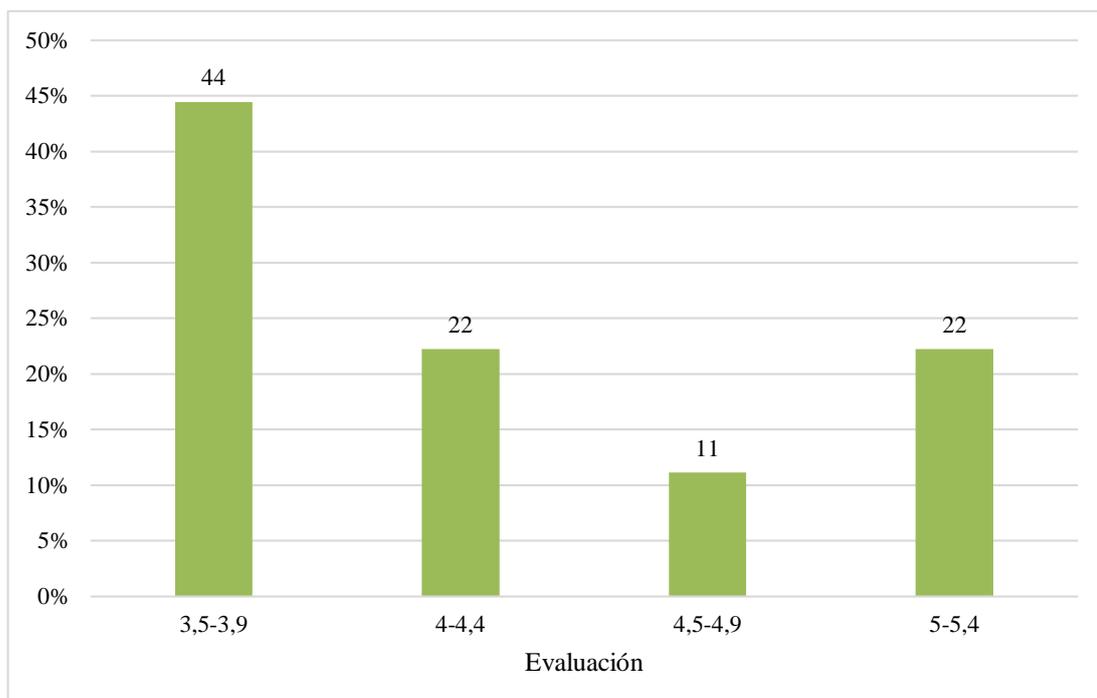


*N/D = No disponible

Gráfica 43-4: Forma de pago por establecimientos no catastrados en la App *Expedia*

- Según evaluación de los huéspedes

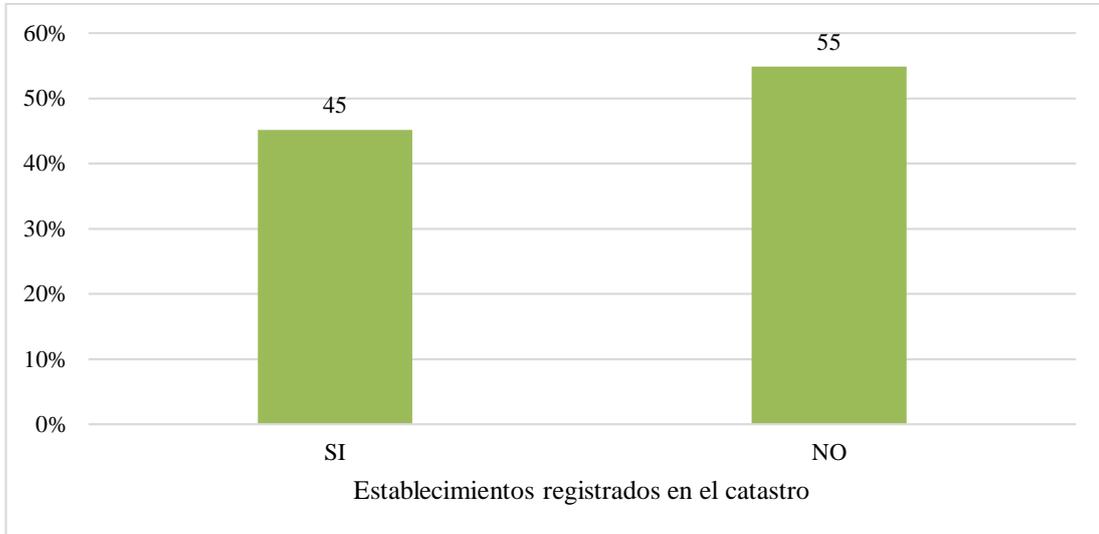
La evaluación presente en la aplicación se da sobre 5 puntos, los establecimientos que cuentan con una calificación dentro de la App son 9, debido a que 8 alojamientos no han sido evaluados porque aún no han sido reservados. El 44% está en un intervalo de 3,5 a 3,9; los intervalos 4 a 4,4 y 5 a 5,4 tiene un 22% cada uno, y el 11% restante presenta un intervalo de 4,5 a 4,9.



Gráfica 44-4: Evaluación de los huéspedes de la App *Expedia*

4.2.5.11 Hotels Ecuador by tritogo

La aplicación presenta un total de 31 establecimientos de los cuales, 14 (45%) se encuentran registrados en el catastro turístico y 17 (55%) no se presentan dentro del catastro de la ciudad.

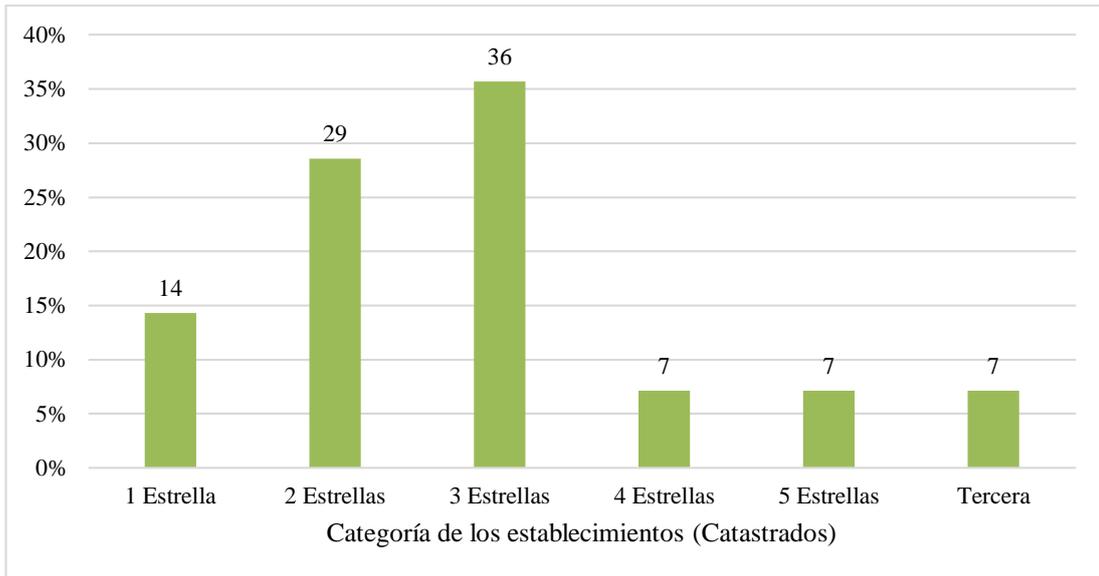


Gráfica 45-4: Establecimientos de la App *Hotels Ecuador by tritogo* registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos

- Establecimientos catastrados

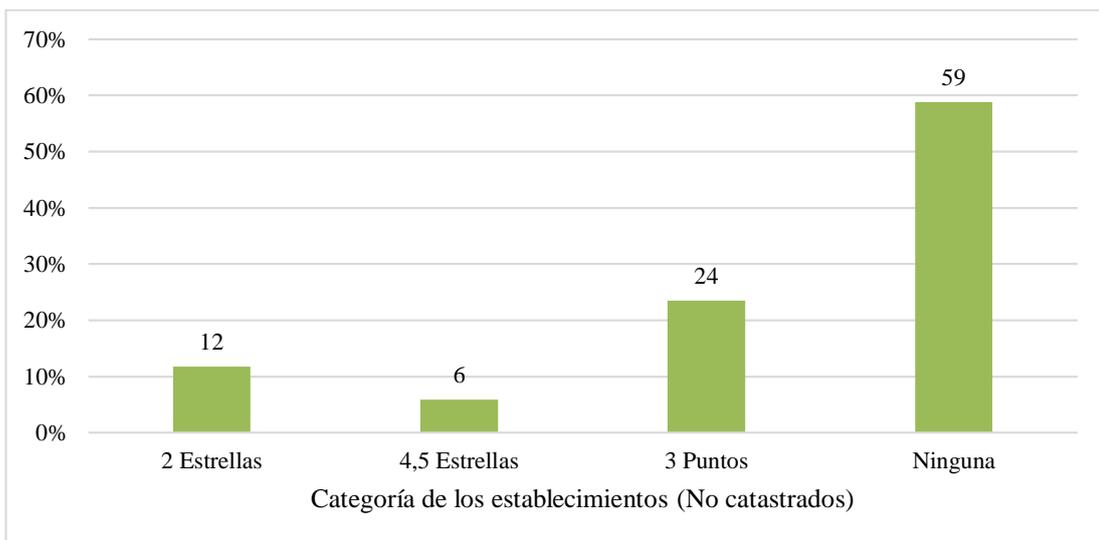
La categoría sobresaliente dentro de los establecimientos catastrados es la de 3 estrellas con un 36%, le sigue 2 estrellas con un 29%, continúa 1 estrella con 14%, y finalmente se encuentran las categorías 4 estrellas, 5 estrellas y Tercera con 7% cada una.



Gráfica 46-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App *Hotels Ecuador by tritogo*

– Establecimientos no catastrados

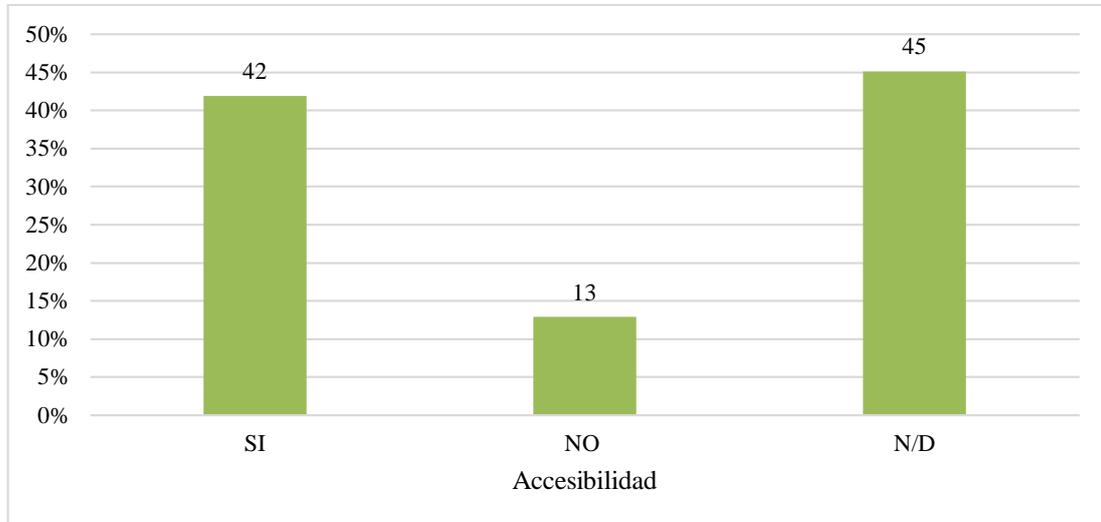
La aplicación presenta una categoría de puntos para casas y departamentos, la gran parte de los establecimientos no catastrado no posee categoría representando así el 59%, el 24 % representa a la categoría 3 puntos, el 12% son 2 estrellas y el 6% simboliza la categoría 4,5 estrellas.



Gráfica 47-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App *Hotels Ecuador by tritogo*

- Según accesibilidad

El 45% de los establecimientos no disponen de información sobre la accesibilidad, el 42% son establecimientos que tienen instalaciones accesibles, y el 13% restante son establecimientos no accesibles.



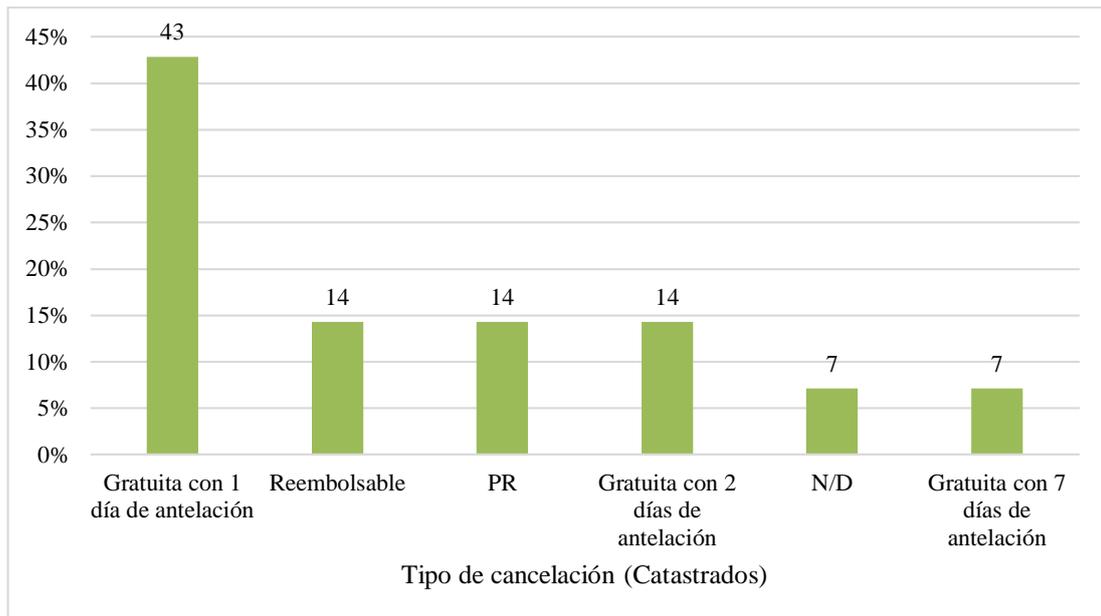
*N/D = No disponible

Gráfica 48-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App *Hotels Ecuador by tritogo*

- Según cancelación

- Establecimientos catastrados

La mayoría de los establecimientos tienen una cancelación gratuita con 1 día de antelación con un 43%, las cancelaciones del tipo reembolsables, parcialmente reembolsables y gratuitas con 2 días de antelación obtienen un 14% cada una; por último, la cancelación gratuita con 7 días de antelación y aquellos que no dispone de información presentan un 7% cada una.

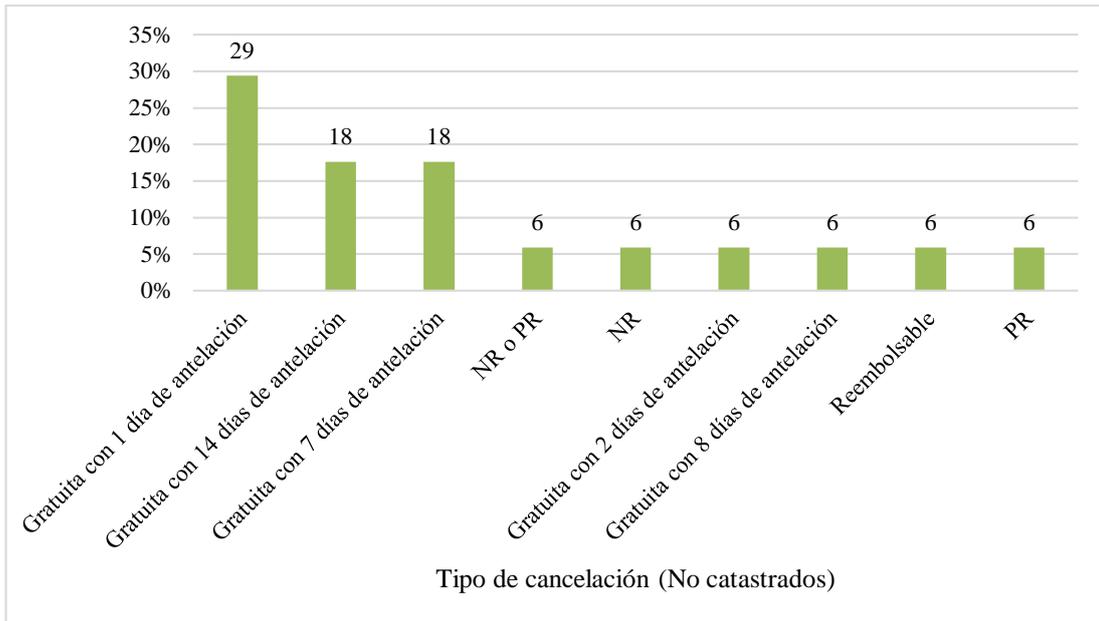


*N/D = No disponible, PR = Parcialmente reembolsable

Gráfica 49-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App *Hotels Ecuador by tritogo*

– Establecimientos no catastrados

La cancelación gratuita con 1 día de antelación es la que predomina en los establecimientos no catastrados con un 29%, le siguen las cancelaciones gratuitas con 14 días de antelación y gratuitas con 7 días de antelación con un 18% cada una; finalmente las cancelaciones: no reembolsables o parcialmente reembolsables, no reembolsables, gratuitas con 2 días de antelación, gratuitas con 8 días de antelación, reembolsables y parcialmente reembolsables cuentan con 6% cada una.

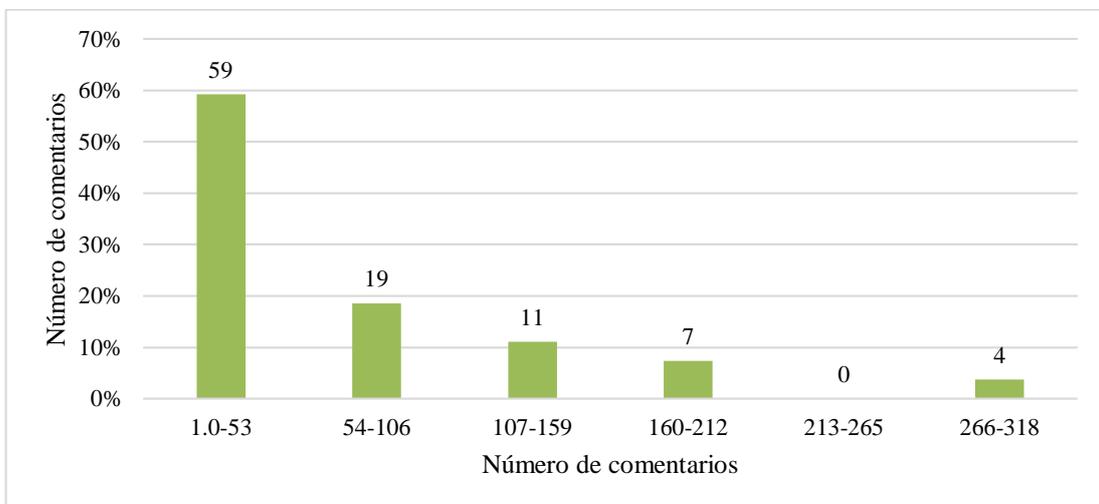


*N/D = No disponible, NR = No reembolsable, PR = Parcialmente reembolsable

Gráfica 50-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App *Hotels Ecuador by tritogo*

- Según número de comentarios

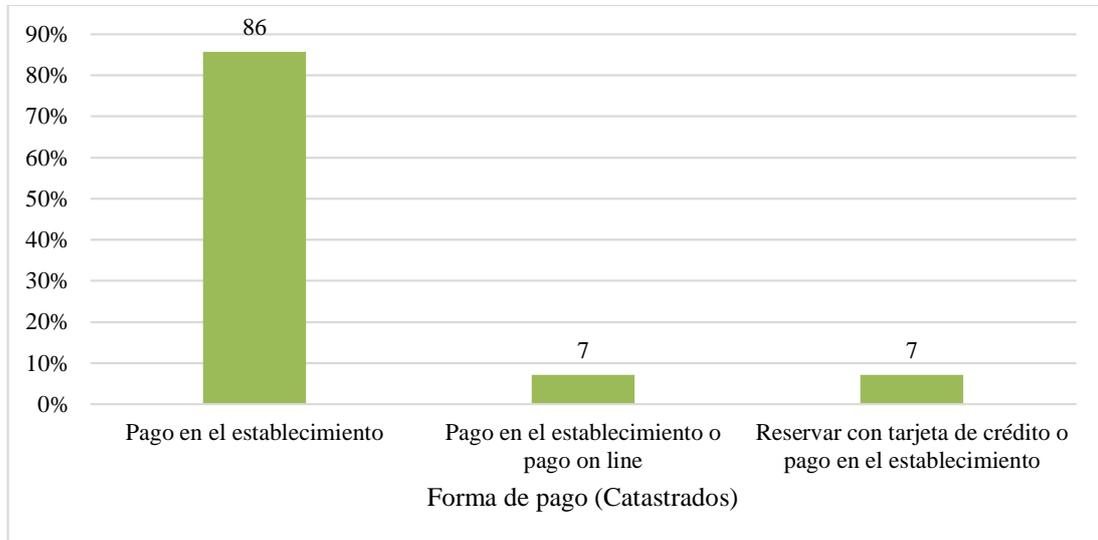
Los establecimientos que cuentan con comentarios son un total de 27 de los 31 presentes en la aplicación, distribuyéndose bajo los siguientes intervalos: el 59% presenta entre 1 a 53 comentarios, le sigue el 19% entre 54 a 106, seguido del 11% entre 107 a 159, el 7% tiene comentarios entre 160 a 212, y solo el 4% posee 266 a 318.



Gráfica 51-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Hotels Ecuador by tritogo*

- Según forma de pago
 - Establecimientos catastrados

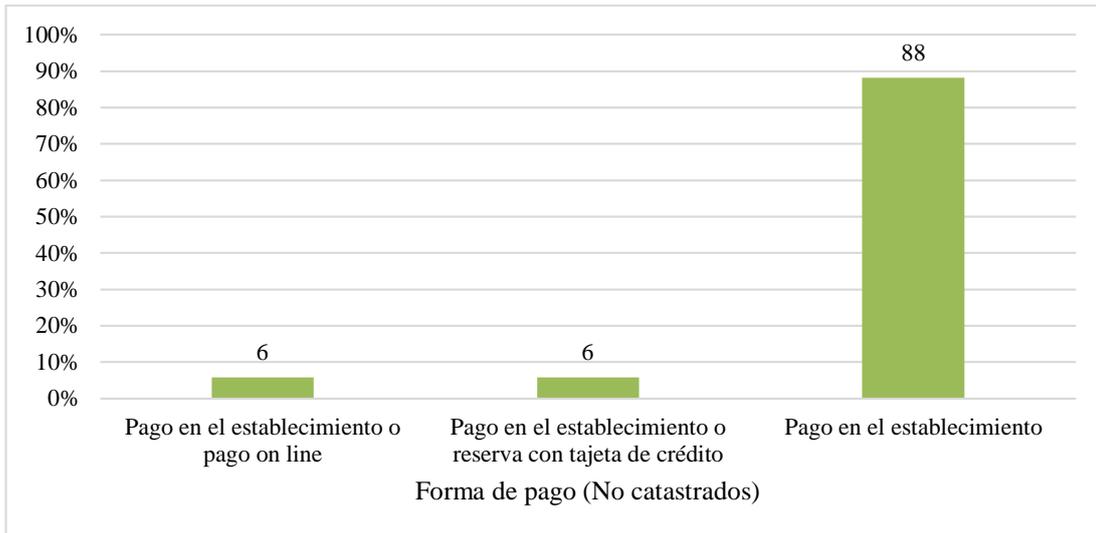
El 86% de los establecimientos catastrados cuentan con la forma de pago en el establecimiento, mientras que, las formas de pago en el establecimiento o pago *on-line* y reservar con tarjeta de crédito o pago en el establecimiento obtienen 7% cada una.



Gráfica 52-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App *Hotels Ecuador by tritogo*

- Establecimientos no catastrados

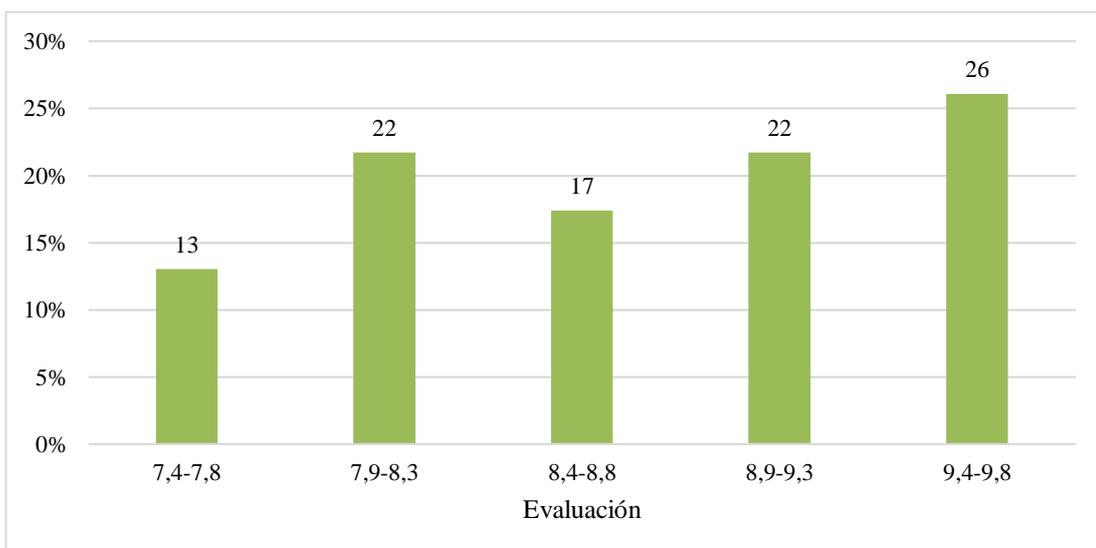
La forma de pago predominante en los establecimientos no catastrados es pago en el establecimiento con un 86%, le sigue pago en el establecimiento o pago *on-line* y pago en el establecimiento o reserva con tarjeta de crédito con 6% cada una.



Gráfica 53-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados en la App *Hotels Ecuador by tritogo*

- Según evaluación de los huéspedes

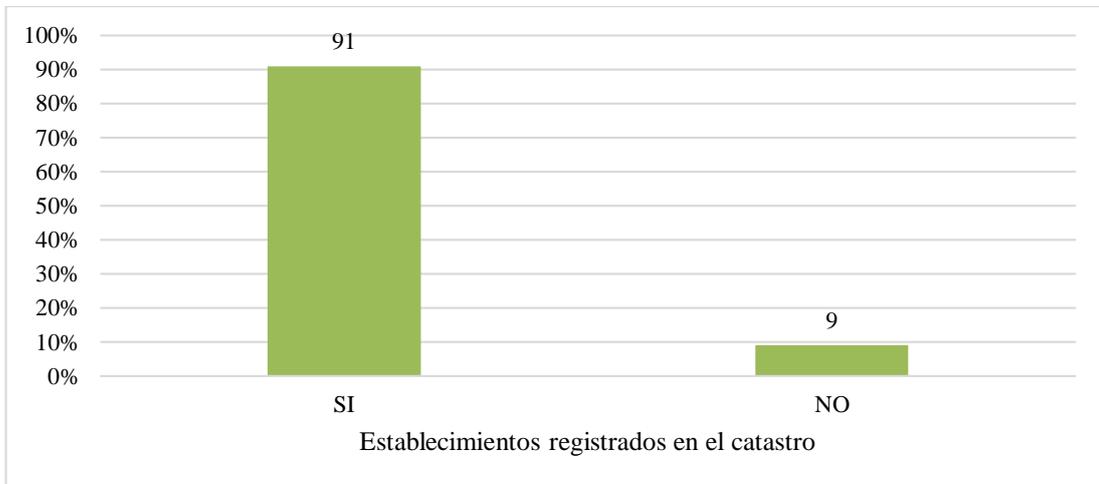
La aplicación califica los establecimientos sobre 10 puntos. De los 31 establecimientos presentes en la aplicación, solo 23 cuentan con una evaluación por parte de los huéspedes debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados o cuentan con menos de 4 evaluaciones. Obtiene el intervalo de 7,4 a 7,8 un total de 13%, el 22 % se encuentra de 7,9 a 8,3, el intervalo de 8,4 a 8,8 tiene un 17%; de 8,9 a 9,3 tiene un 22%, y finalmente el 26% está entre 9,4 a 9,8.



Gráfica 54-4: Evaluación de los huéspedes de la App *Hotels Ecuador by tritogo*

4.2.5.12 Hoteles.com

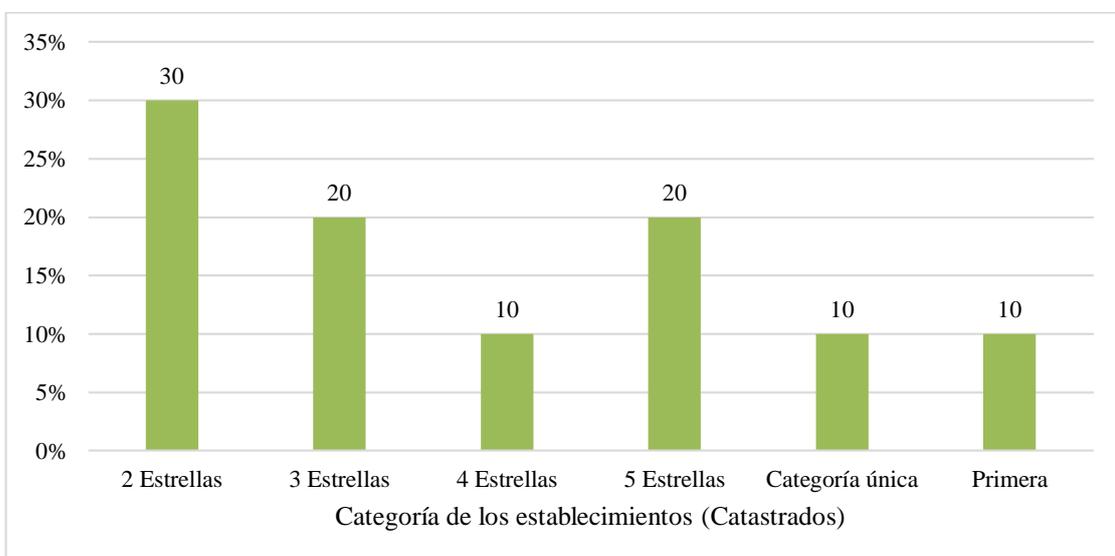
Los establecimientos encontrados en la aplicación son un total de 11, de los cuales 10 que representa el 91% pertenecen al catastro turístico de la ciudad y un establecimiento que representa el 9% no se encuentra catastrado.



Gráfica 55-4: Establecimientos de la App Hoteles.com registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos

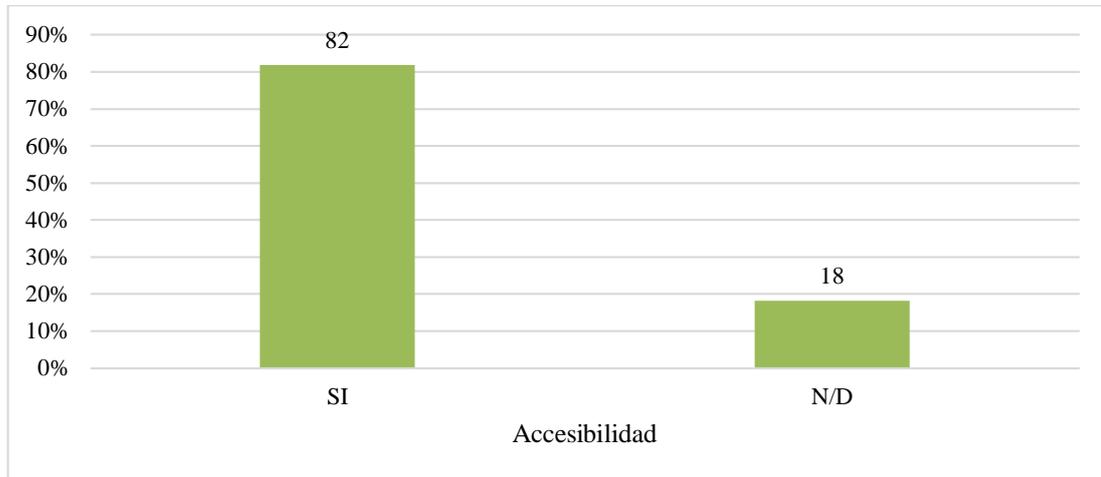
La variable se divide en: a) establecimientos catastrados donde el 30% pertenece a la categoría 2 estrellas, las categorías 3 estrellas y 5 estrellas tienen 20% cada una, por último, las categorías 4 estrellas, categoría única y Primera obtienen un 10% cada una, como se puede observar en la gráfica 56-4; y b) un establecimiento no catastrado que pertenece a la categoría 3,5 estrellas.



Gráfica 56-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App Hoteles.com

- Según accesibilidad

El 82% de los establecimientos cuentan con instalaciones accesibles, el 18% restante no dispone de información acerca de la accesibilidad.

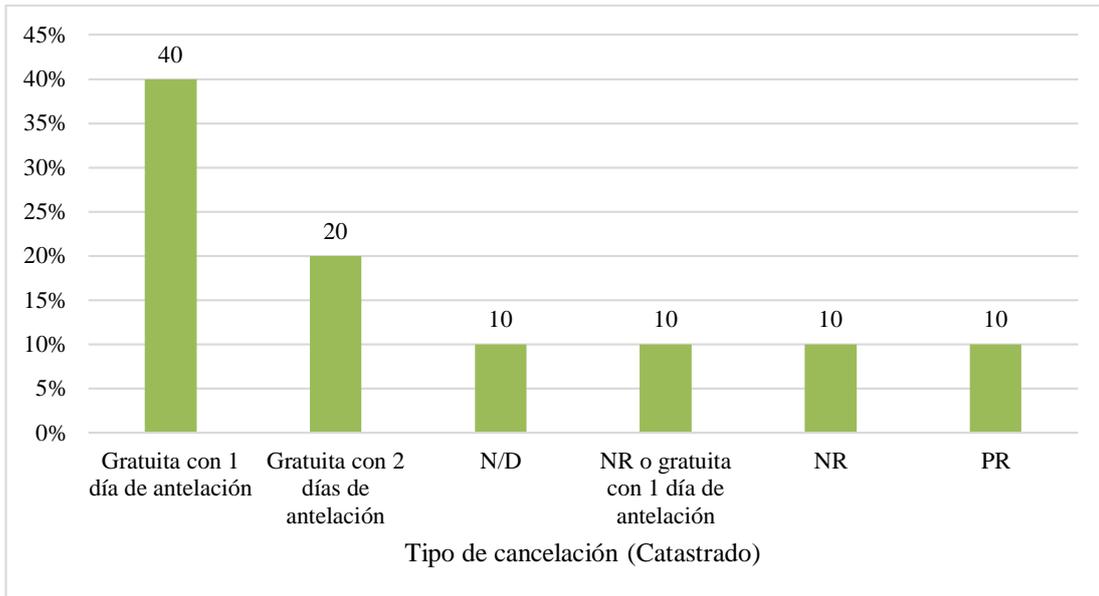


*N/D = No disponible

Gráfica 57-4: Accesibilidad en los establecimiento de la App Hoteles.com

- Según cancelación

El criterio cancelación se distribuye en: a) Establecimientos catastrados en donde predomina la cancelación gratuita con 1 día de antelación con un 40%, le sigue con 20% la cancelación gratuita con 2 días de antelación y, por último, se hallan los tipos de cancelaciones: no reembolsables o gratuitas con 1 día de antelación, no reembolsables, parcialmente reembolsables y no dispone de información con 10% cada una, como se muestra en la gráfica 58-4; y b) Un establecimiento no catastrado que tiene una cancelación no reembolsable.

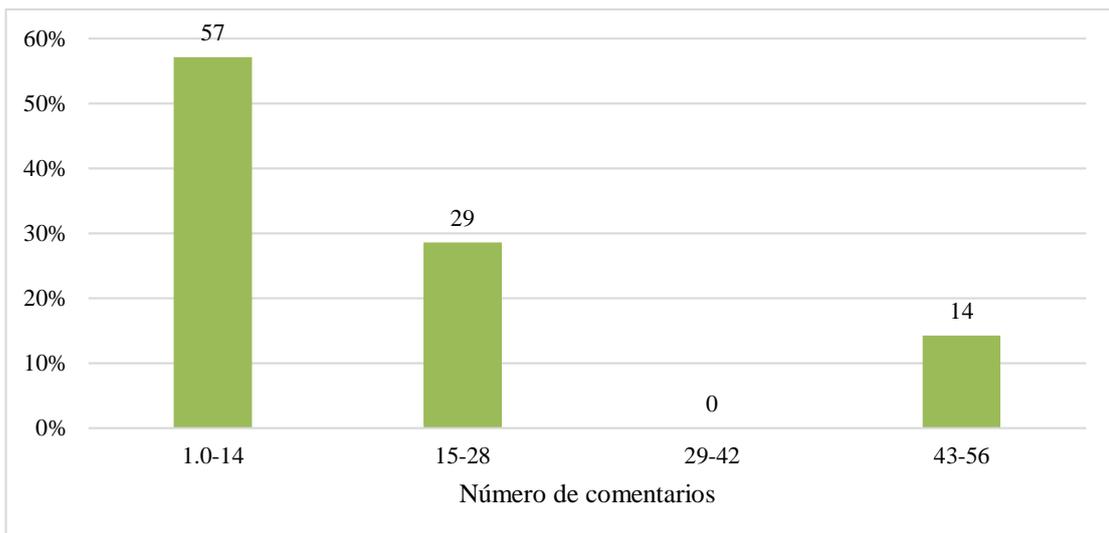


*N/D = No disponible, NR = No reembolsable, PR = Parcialmente reembolsable

Gráfica 58-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App Hoteles.com

- Según número de comentarios

Los establecimientos que presentan comentarios son un total de 7 de los 11 encontrados en la aplicación, el 57% están en un intervalo de 1 a 14 comentarios, el 29% pertenece entre 15 a 28, y de 43 a 56 obtiene un 14%.

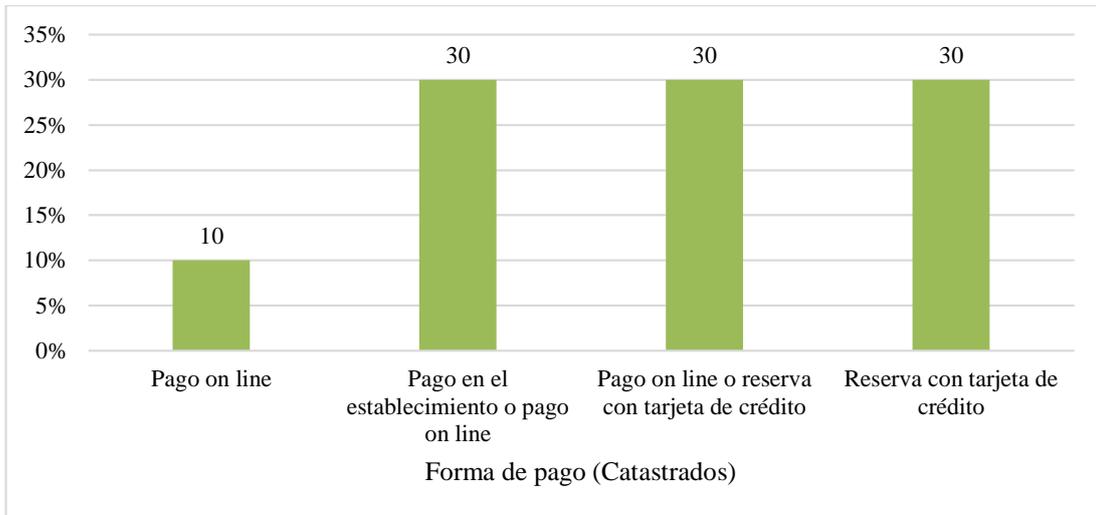


Gráfica 59-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App Hoteles.com

- Según forma de pago

La forma de pago se segmenta en: a) Establecimientos catastrados en donde las formas de pago en el establecimiento o pago *on-line*, pago *on-line* o reserva con tarjeta de crédito y reserva con

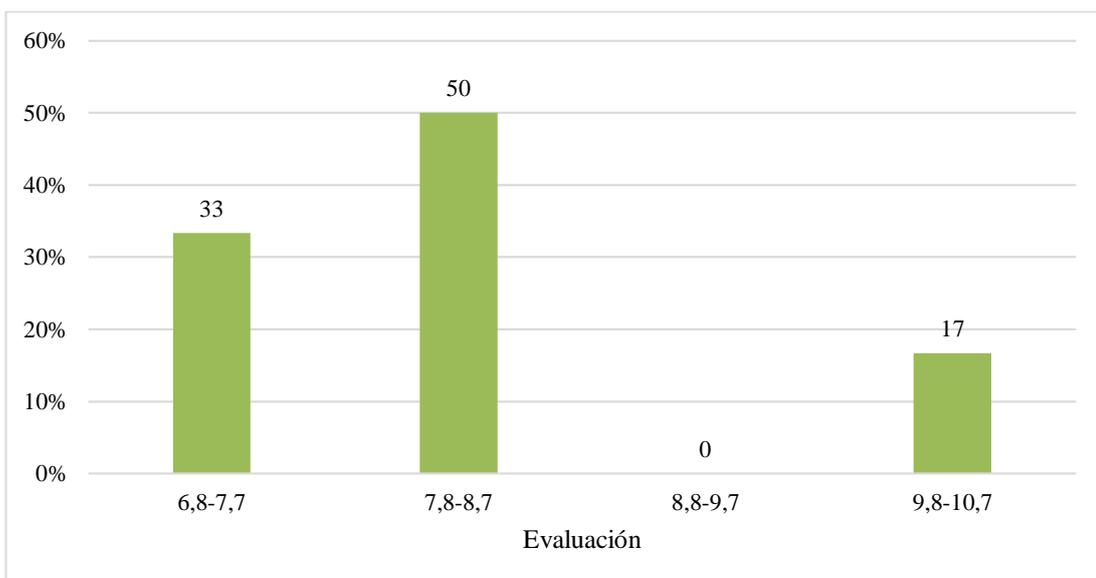
tarjeta de crédito tienen un 30% cada una, continúa la forma de pago *on-line* con 10%, como se observa en la gráfica 60-4; y b) Establecimiento no catastrado cuenta con una forma de pago en el establecimiento o pago *on-line*.



Gráfica 60-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App Hoteles.com

- Según evaluación de los huéspedes

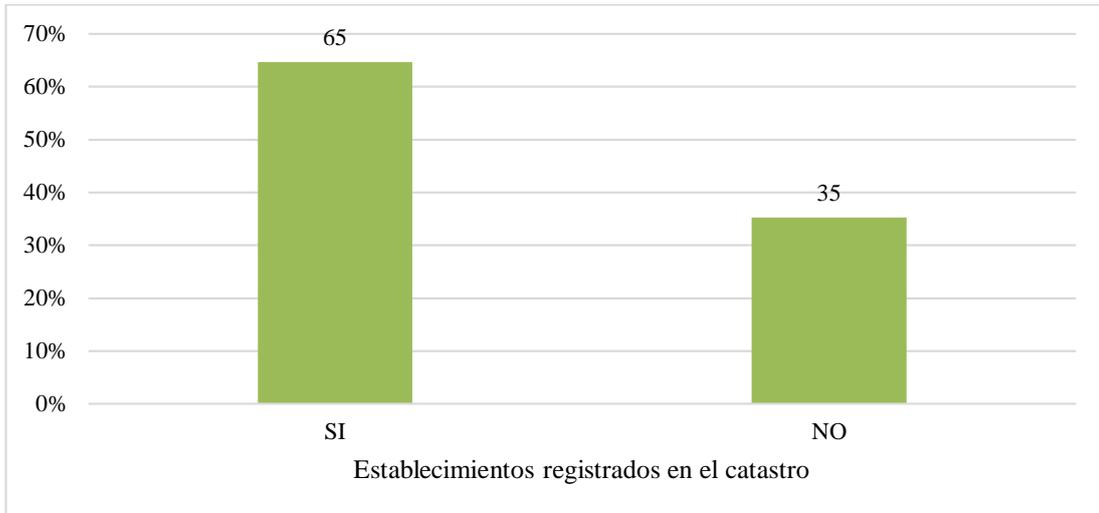
De los 11 establecimientos solo 6 cuentan con una evaluación por parte de los huéspedes debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados o cuentan con menos de 2 evaluaciones, la mismo que se califica sobre 10 puntos. El 33% de los establecimientos pertenecen al intervalo de 6,8 a 7,7; el 50% está entre 7,8 a 8,7; y el 17% se halla entre 9,8 a 10,7.



Gráfica 61-4: Evaluación de los huéspedes de la App Hoteles.com

4.2.5.13 Orbitz

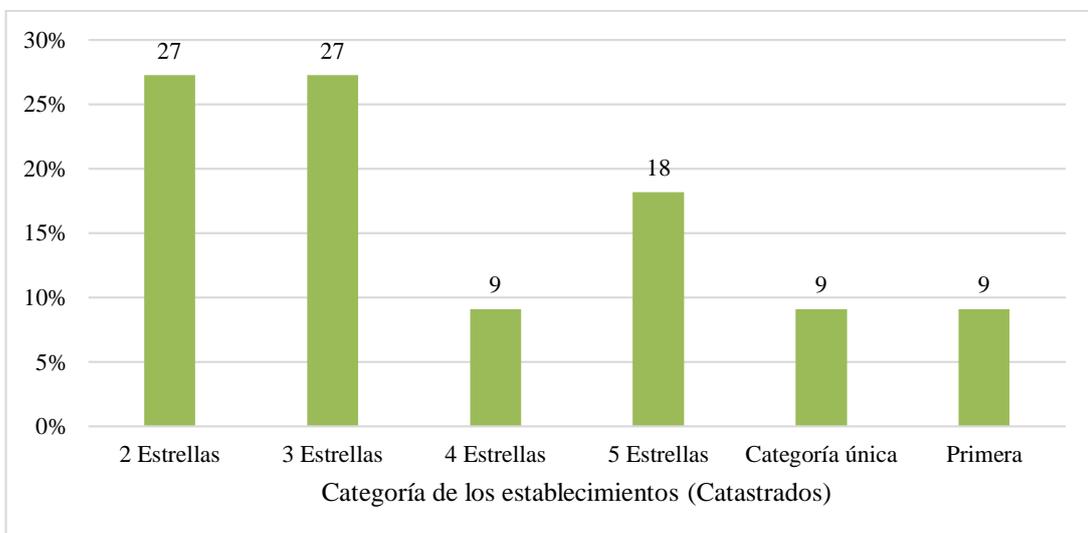
La aplicación cuenta con un total de 17 establecimientos, 11 (65%) se encuentran registrados en el catastro turístico de la ciudad y 6 (35%) no forman parte del catastro turístico.



Gráfica 62-4: Establecimientos de la App *Orbitz* registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos
- Establecimientos catastrados

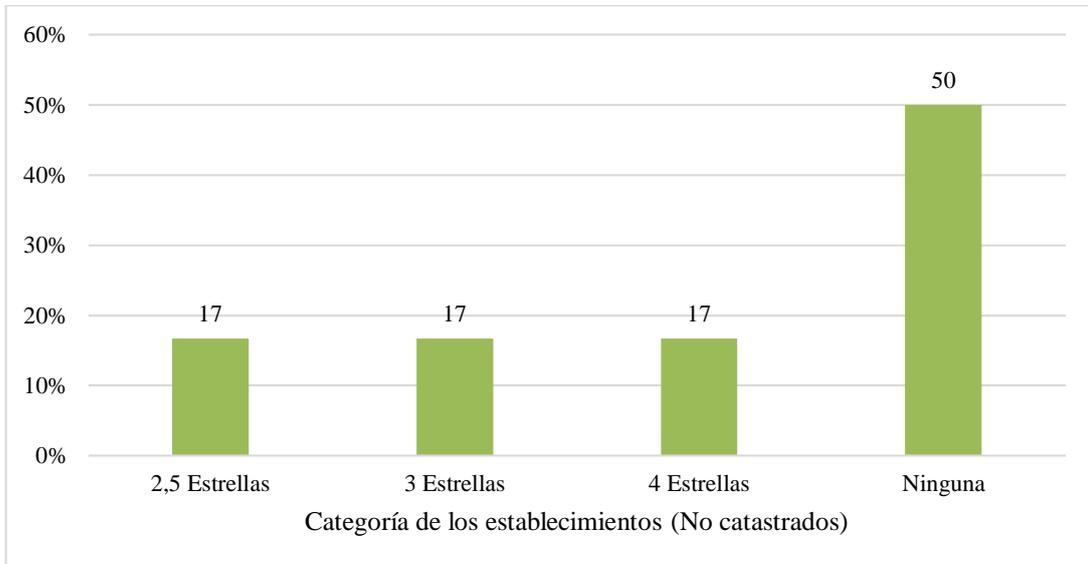
Las categorías que predominan son 2 estrellas y 3 estrellas con un 27% cada una, continua la categoría 5 estrellas con 18%, para finalizar están las categorías 4 estrellas, categoría única y Primera con 9% cada una.



Gráfica 63-4: Categoría de los establecimientos catastrados en el App *Orbitz*

– Establecimientos no catastrados

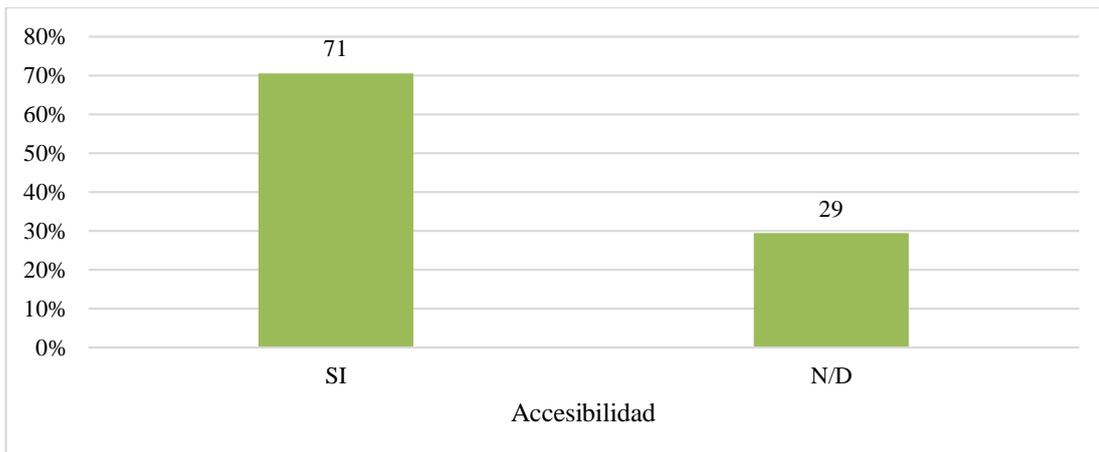
El 50% de los establecimientos no catastrados no registran ninguna categoría, las categorías 2,5 estrellas, 3 estrellas y 4 estrellas tienen un puntaje de 17% cada una.



Gráfica 64-4: Categoría de los establecimientos no catastrados en la App *Orbitz*

- Según accesibilidad

La gran parte de los establecimientos son accesibles para personas con capacidades espaciales teniendo un 71% de los alojamientos, el 29% no dispone de información sobre la accesibilidad.

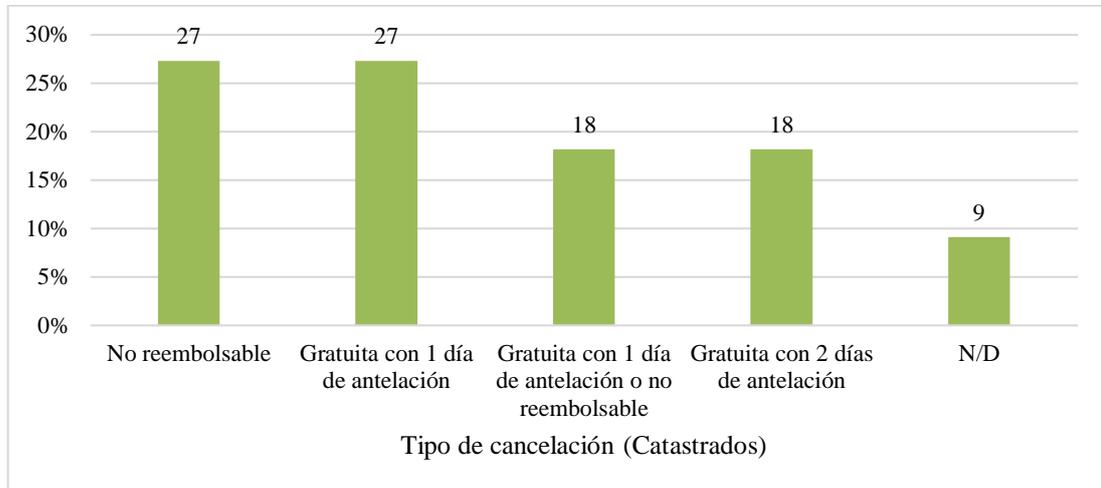


*N/D = No disponible

Gráfica 65-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App *Orbitz*

- Según cancelación
 - Establecimientos catastrados

La cancelación en su mayoría se encuentra entre los tipos: no reembolsable y gratuita con 1 día de antelación con un 27% cada una, le siguen las cancelaciones gratuitas con 1 día de antelación o no reembolsable y gratuita con 2 días de antelación con 18% cada una; por último, el 9% de los establecimientos no disponen de información sobre la cancelación.

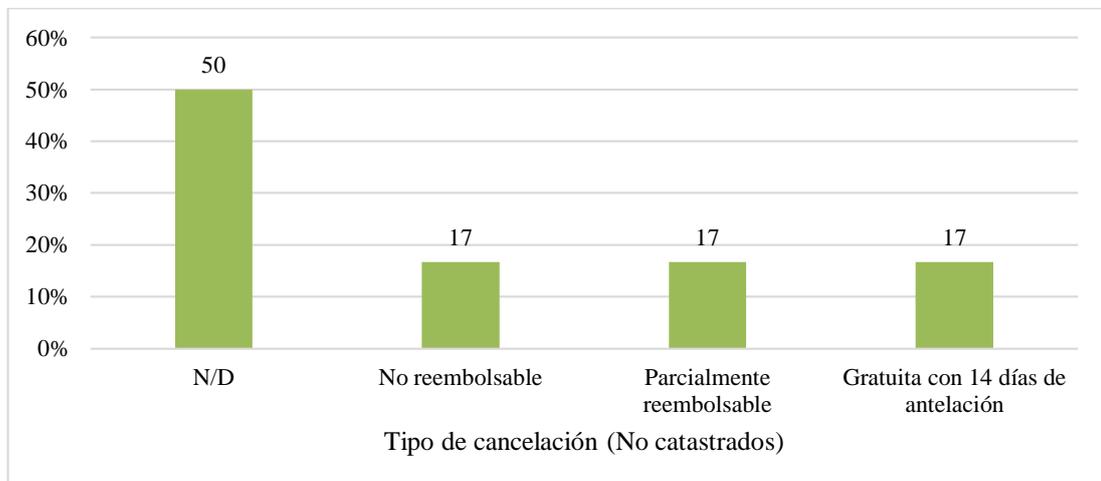


*N/D = No disponible

Gráfica 66-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App *Orbitz*

- Establecimientos no catastrados

El 50% de los establecimientos no disponen de información sobre la cancelación, el porcentaje restante se divide entre no reembolsable, parcialmente reembolsable y gratuita con 14 días de antelación con 17% cada una.

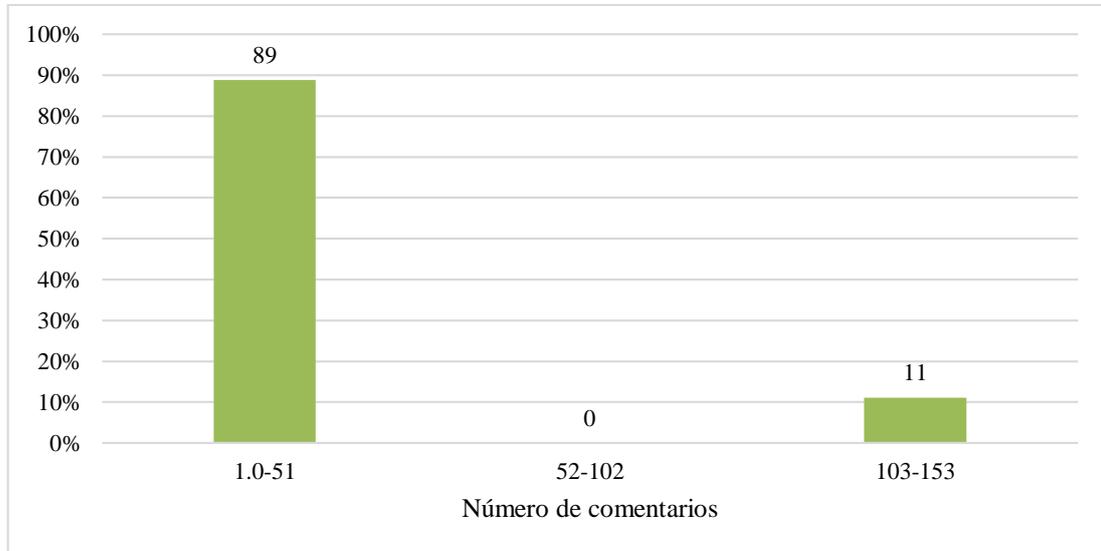


*N/D = No disponible

Gráfica 67-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App *Orbitz*

- Según número de comentarios

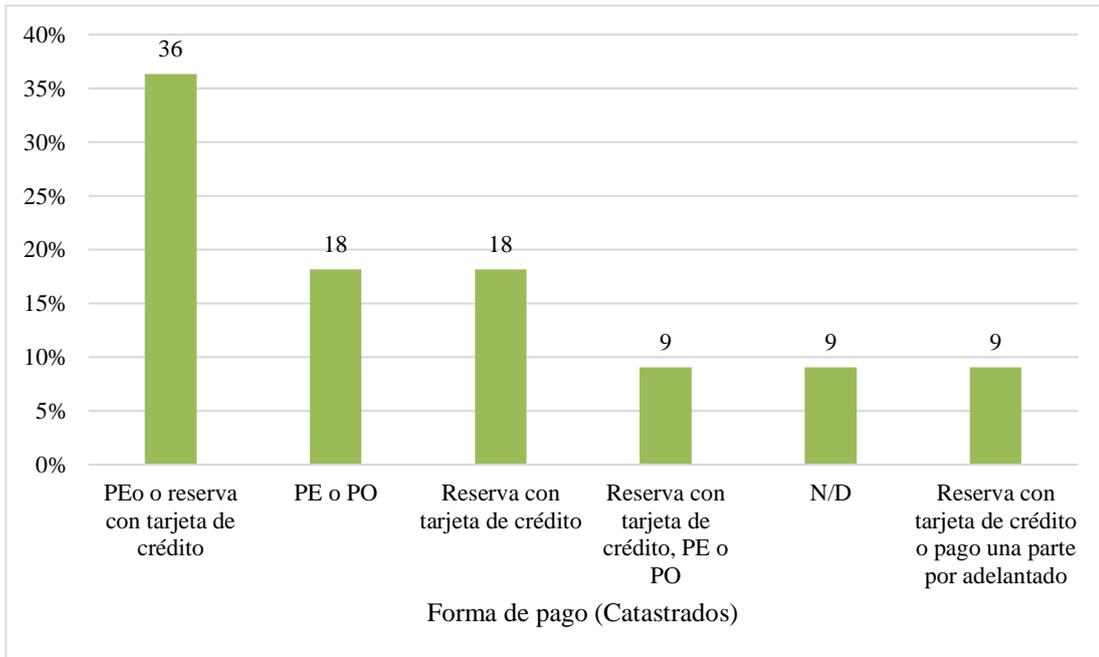
Los establecimientos que poseen comentarios dentro de la aplicación son un total de 9, de los cuales el 89% se encuentran en un intervalo de 1 a 51 y el 11% en un intervalo de 103 a 153 comentarios.



Gráfica 68-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Orbitz*

- Según forma de pago
 - Establecimientos catastrados

El 36% de los establecimientos cuentan con una forma de pago en el establecimiento o reserva con tarjeta de crédito, le sigue el pago en el establecimiento o pago *on-line* y reserva con tarjeta de crédito con un 18% cada una, el porcentaje restante se divide entre: reserva con tarjeta de crédito, pago en el establecimiento o pago *on-line*, reserva con tarjeta de crédito o pago una parte por adelantado con un 9% cada una.

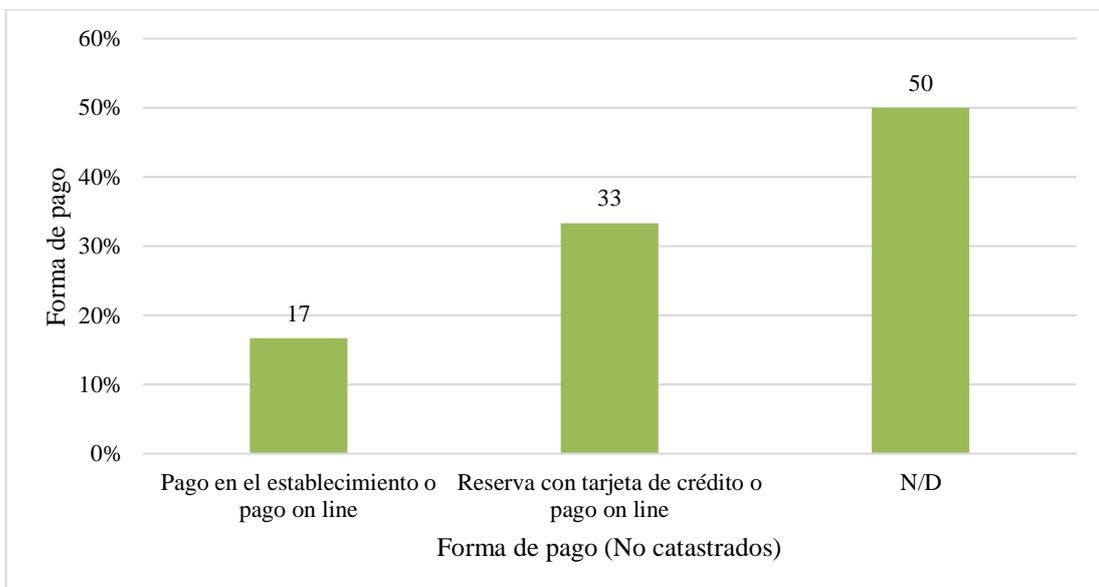


*N/D = No disponible, PE = Pago en el establecimiento, PO = Pago *on line*

Gráfica 69-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App *Orbitz*

– Establecimientos no catastrados

La mayoría de los establecimientos no catastrados no disponen de información sobre la forma de pago siendo el 50%, le sigue reserva con tarjeta de crédito o pago *on-line* con un 33%, finalmente se encuentra pago en el establecimiento o pago *on-line* con un 17%.

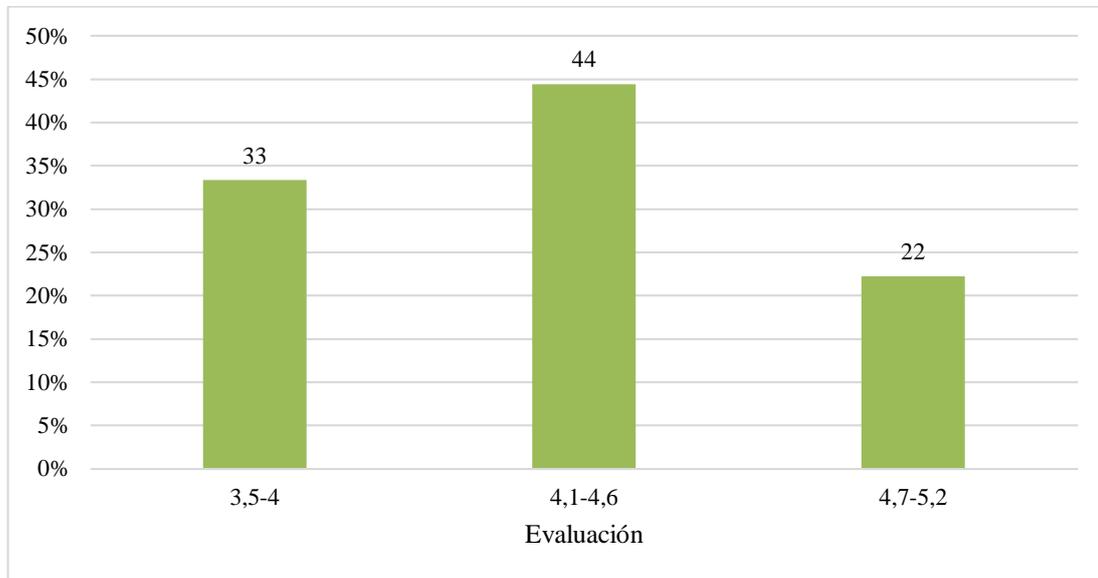


*N/D = No disponible

Gráfica 70-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados en la App *Orbitz*

- Según evaluación de los huéspedes

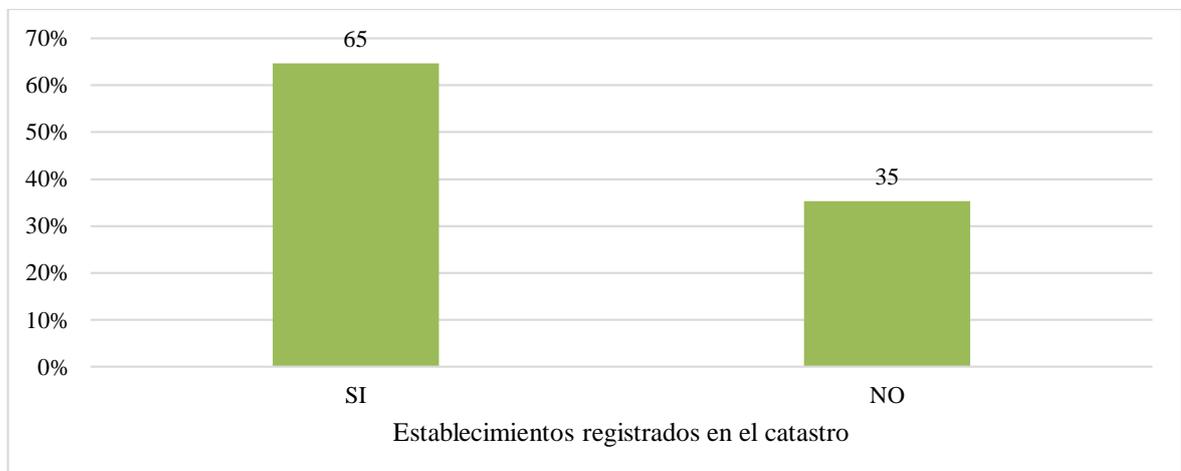
La aplicación permite calificar a los establecimientos con un puntaje de 1 a 5 puntos, de los 17 establecimientos solo 9 cuentan como una evaluación por parte de los huéspedes debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados, encontrándose el 33% en un intervalo entre 3,5 a 4; el 44% está entre 4,1 a 4,6 y, por último, el 22% se halla en un intervalo de 4,7 a 5,2.



Gráfica 71-4: Evaluación de los huéspedes de la App *Orbitz*

4.2.5.14 Travelocity

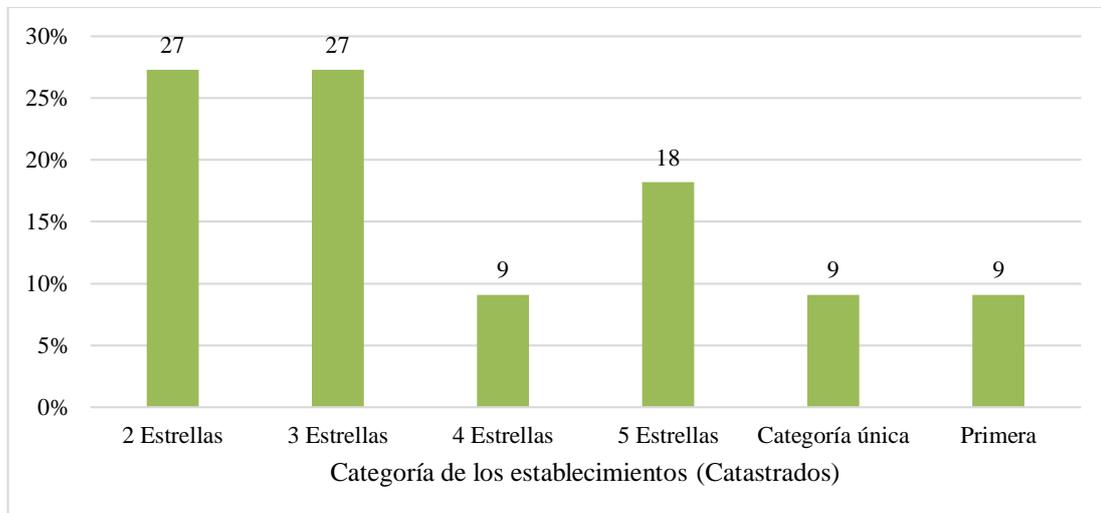
El total de los establecimientos encontrados en la aplicación es de 17, de los cuales 11 que representan el 65% se encuentran registrados en el catastro turístico, y 6 que son el 35% no forman parte del catastro de la ciudad.



Gráfica 72-4: Establecimientos de la App *Travelocity* registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos
 - Establecimientos catastrados

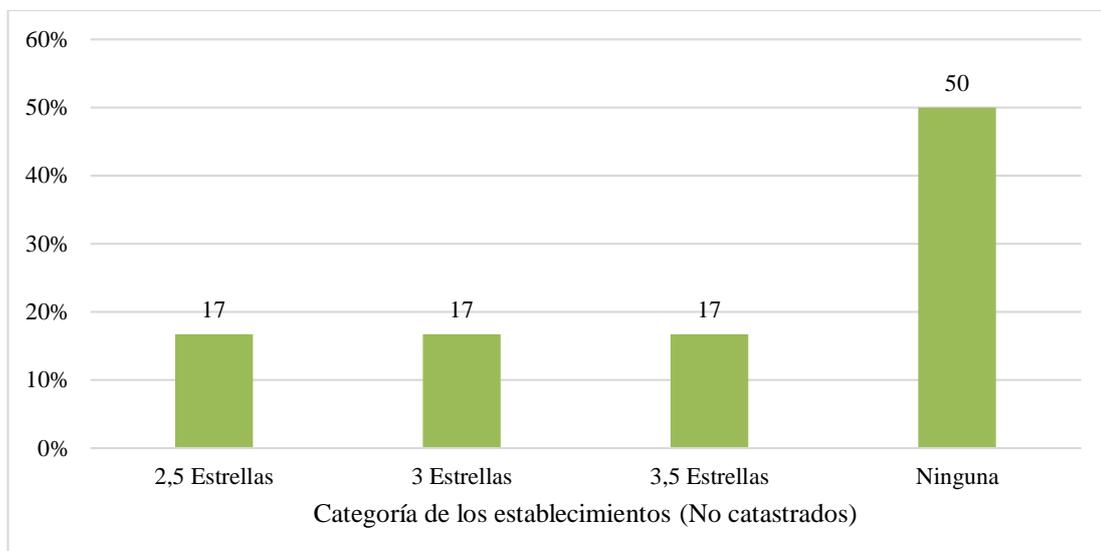
Las categorías predominantes son 2 estrellas y 3 estrellas con 27% cada una, la categoría 5 estrellas tiene un puntaje de 18%. Finalmente, las categorías 4 estrellas, categoría única y Primera obtienen un porcentaje de 9 cada una.



Gráfica 73-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App *Travelocity*

- Establecimientos no catastrados

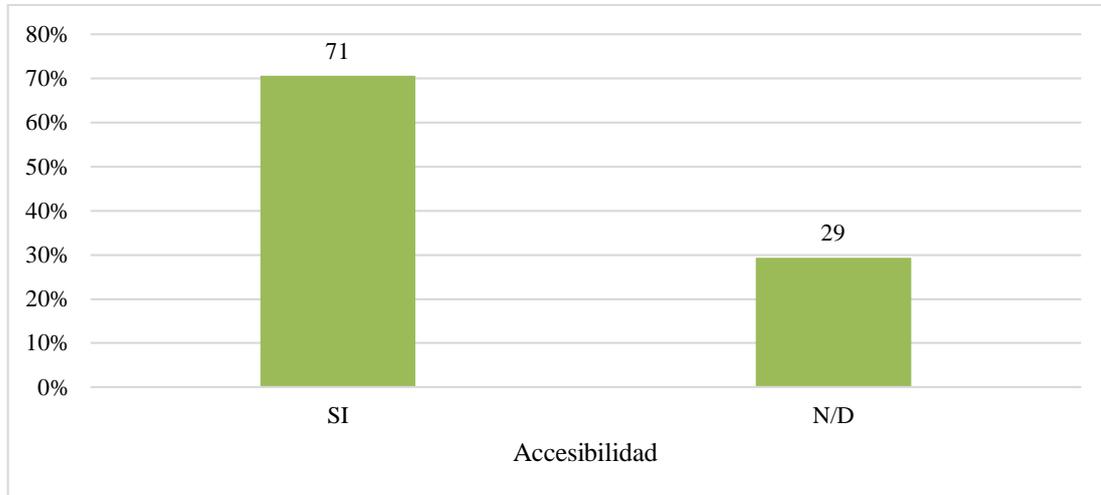
El 50% de los establecimientos no catastrados no poseen ninguna categoría, le siguen las categorías 2,5 estrellas, 3 estrellas y 3,5 estrellas con 17% cada una.



Gráfica 74-4: Categoría de los establecimientos no catastrados de la App *Travelocity*

- Según accesibilidad

La mayor parte de establecimientos cuentan con instalaciones accesibles para personas con capacidades especiales dando un porcentaje de 71%, el resto de los establecimientos con un 29% no disponen de información sobre la accesibilidad.



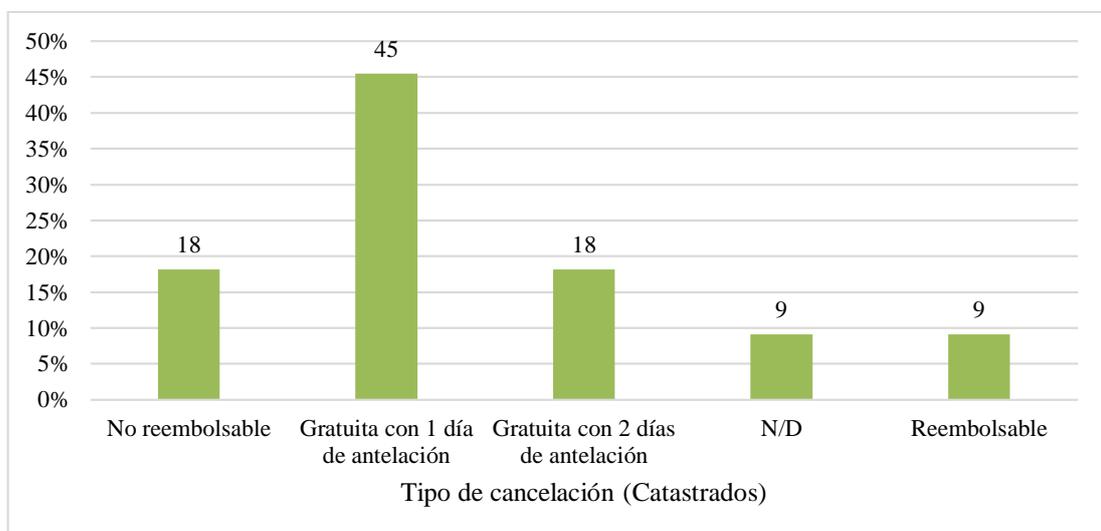
*N/D = No disponible

Gráfica 75-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App *Travelocity*

- Según cancelación

– Establecimientos catastrados

El tipo de cancelación mayoritaria es gratuita con 1 día de antelación con un 45%, le siguen las cancelaciones no reembolsable y gratuita con 2 días de antelación con 18% cada una y, por último, se encuentra la categoría reembolsable con 9%.

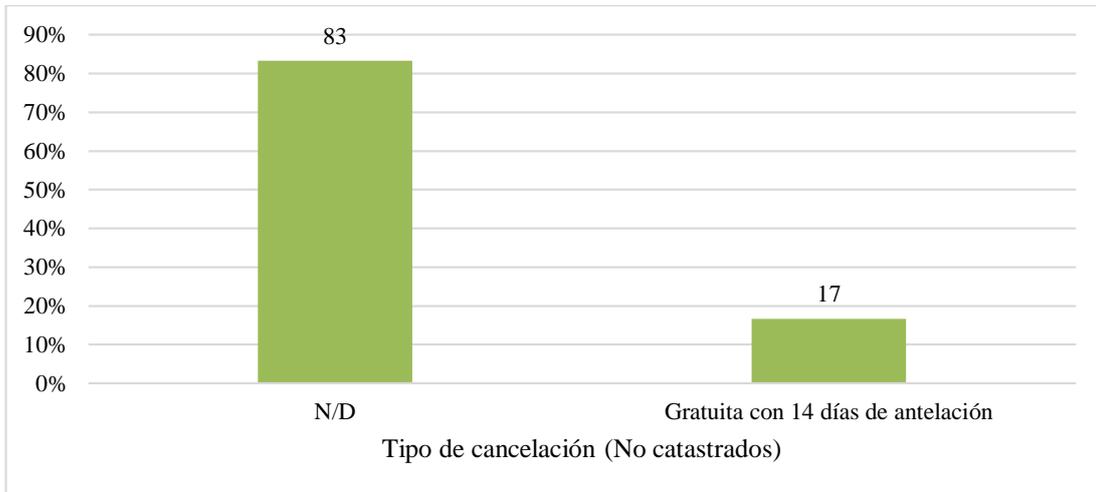


*N/D = No disponible

Gráfica 76-4: Tipo de cancelación en establecimientos catastrados de la App *Travelocity*

– Establecimientos no catastrados

El 83% de los establecimientos no catastrados no disponen de información sobre la cancelación y el 17% posee la cancelación gratuita con 14 días de antelación.

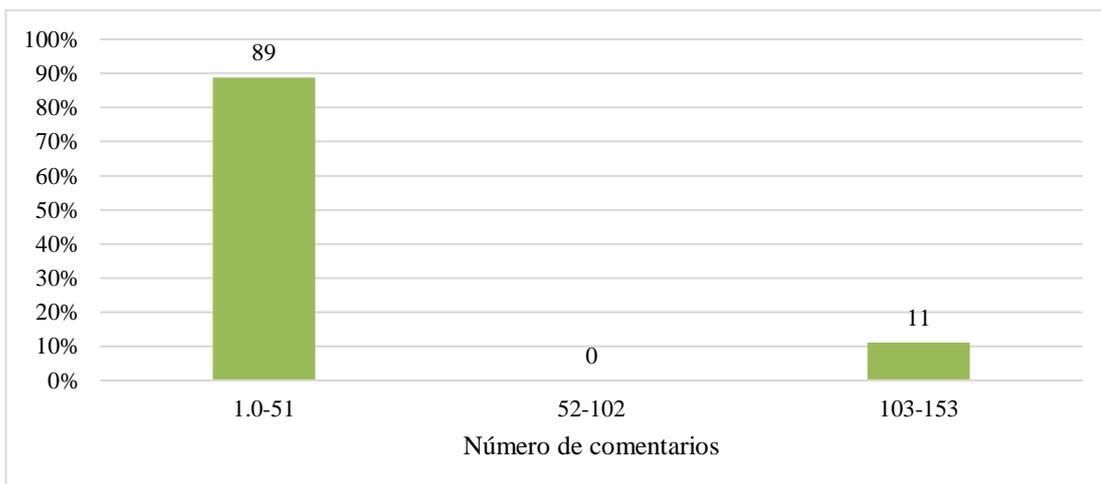


*N/D = No disponible

Gráfica 77-4: Tipo de cancelación en establecimientos no catastrados de la App *Travelocity*

- Según número de comentarios

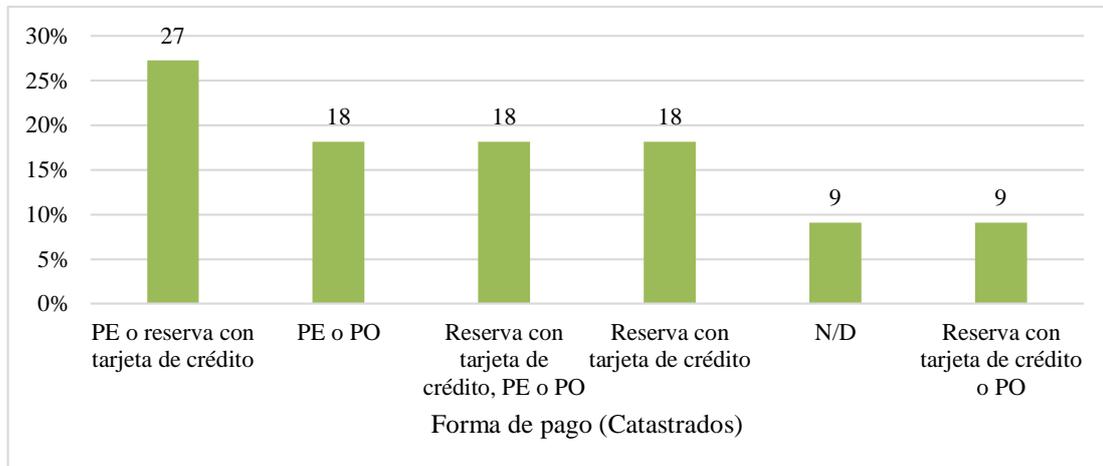
Los establecimientos que registran comentarios son un total de 9, de los cuales el 89% se halla en un intervalo de 1 a 51 y el 11% restante se encuentra entre 103 a 153 comentarios.



Gráfica 78-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Travelocity*

- Según forma de pago
 - Establecimientos catastrados

La forma de pago de mayor presencia en los establecimientos catastrados es la de pago en el establecimiento o reserva con tarjeta de crédito con un 27%, continúan las formas de pago en el establecimiento o pago *on-line*, pago en el establecimiento, reserva con tarjeta de crédito o pago *on-line*, y reserva con tarjeta de crédito con 18% respectivamente; finalmente, aparece la combinación pago reserva con tarjeta de crédito o pago *on-line* 9%.

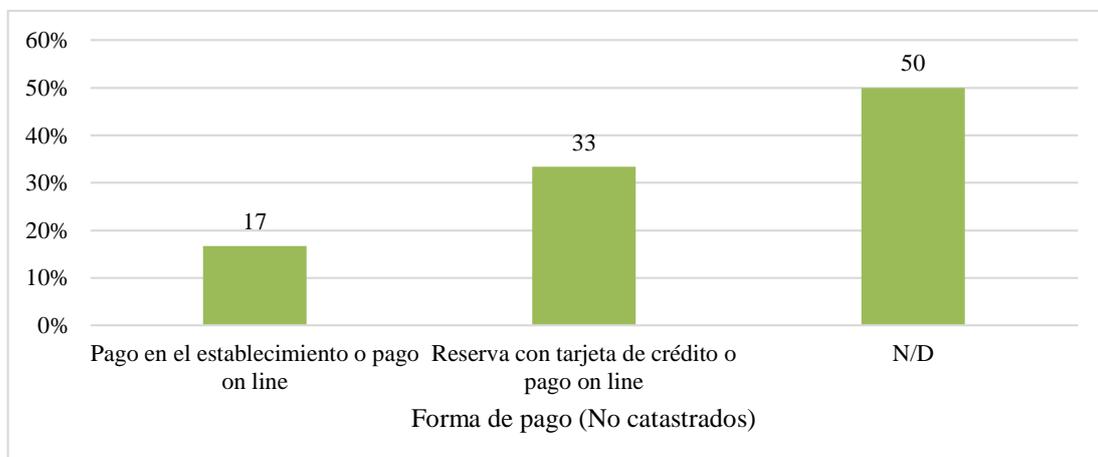


*N/D = No disponible, PE = Pago en el establecimiento, PO = Pago *on line*

Gráfica 79-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App *Travelocity*

- Establecimientos no catastrados

Los establecimientos no castrados en su mayoría no disponen de información sobre la forma de pago con un 50%, le sigue el 30% con la forma de pago reserva con tarjeta de crédito o pago *on-line*, y el 17% pertenece a pago en el establecimiento o pago *on-line*.

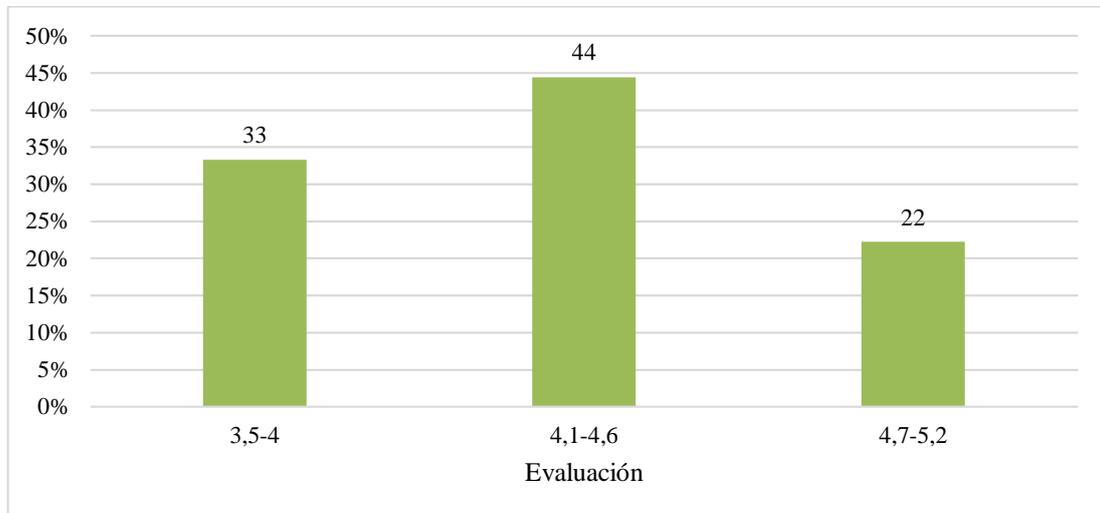


*N/D = No disponible

Gráfica 80-4: Forma de pago en los establecimientos no catastrados en la App *Travelocity*

- Según evaluación de los huéspedes

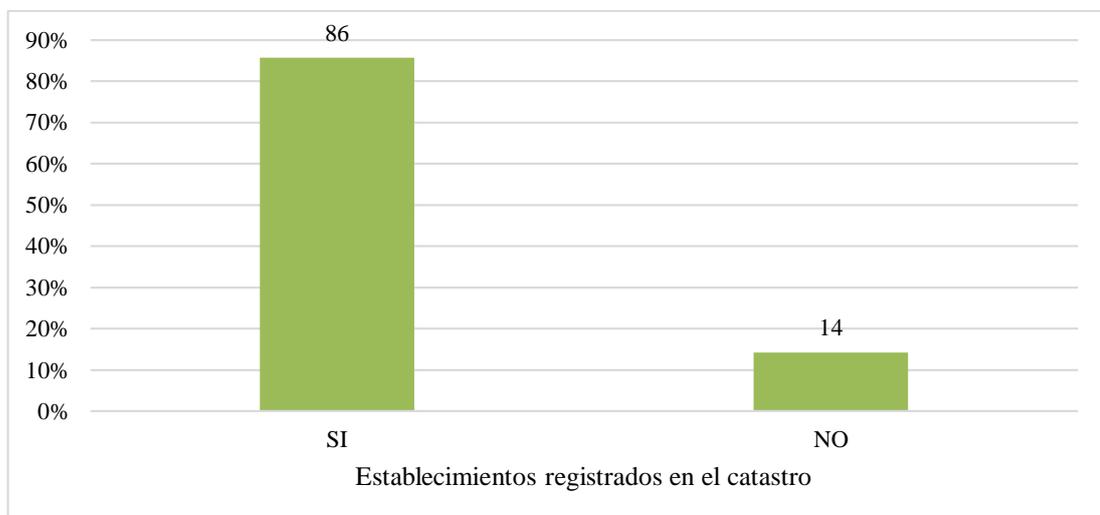
La aplicación evalúa sobre 5 puntos, los establecimientos que cuentan con una evaluación por parte de los huéspedes son un total de 9, debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados, de los cuales el 33% pertenece a un intervalo de 3,5 a 4; dominando el 44% entre 4,1 a 4,6; y el 22% en un intervalo de 4,7 a 5,2.



Gráfica 81-4: Evaluación de los huéspedes de la App *Travelocity*

4.2.5.15 *Trip.com*

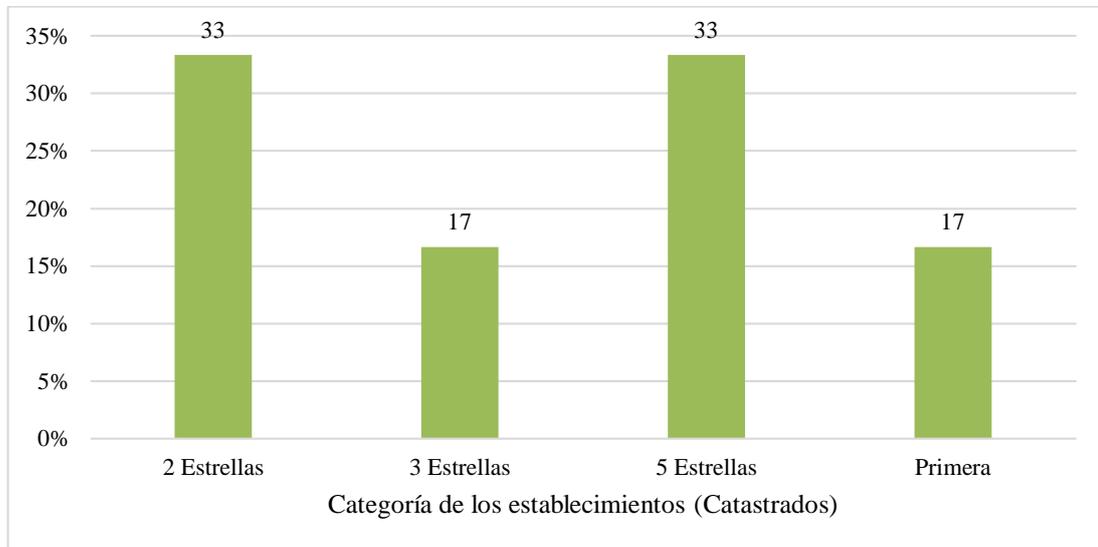
La aplicación posee un total de 7 establecimientos, de los cuales 6 (86%) pertenecen al catastro de la ciudad y el 1 (14%) no se encuentra registrado en el catastro turístico.



Gráfica 82-4: Establecimientos de la App *Trip.com* registrados en el catastro turístico

- Según categoría de establecimientos

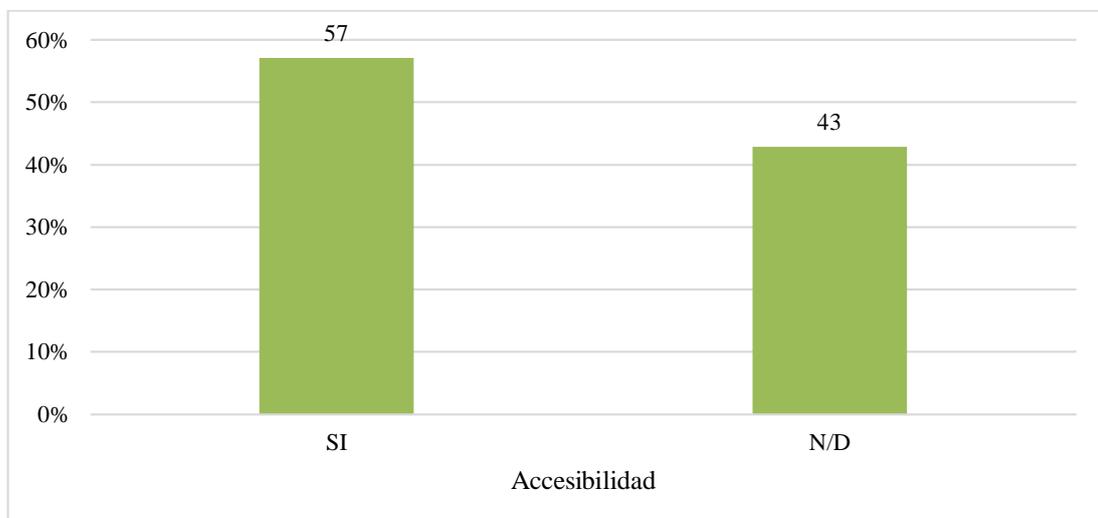
La categoría se divide en: a) establecimientos catastrados, donde las categorías predominantes son 2 estrellas y 5 estrellas con un 33% cada una, continúan las categorías 3 estrellas y Primera con un 17% respectivamente, como se observa en la gráfica 83-4; y b) establecimiento no catastrado que posee una categoría de 4 estrellas.



Gráfica 83-4: Categoría de los establecimientos catastrados en la App *Trip.com*

- Según accesibilidad

El 57% de los establecimientos cuentan con instalaciones accesibles, y el 43% restante no dispone de información sobre la accesibilidad.



*N/D = No disponible

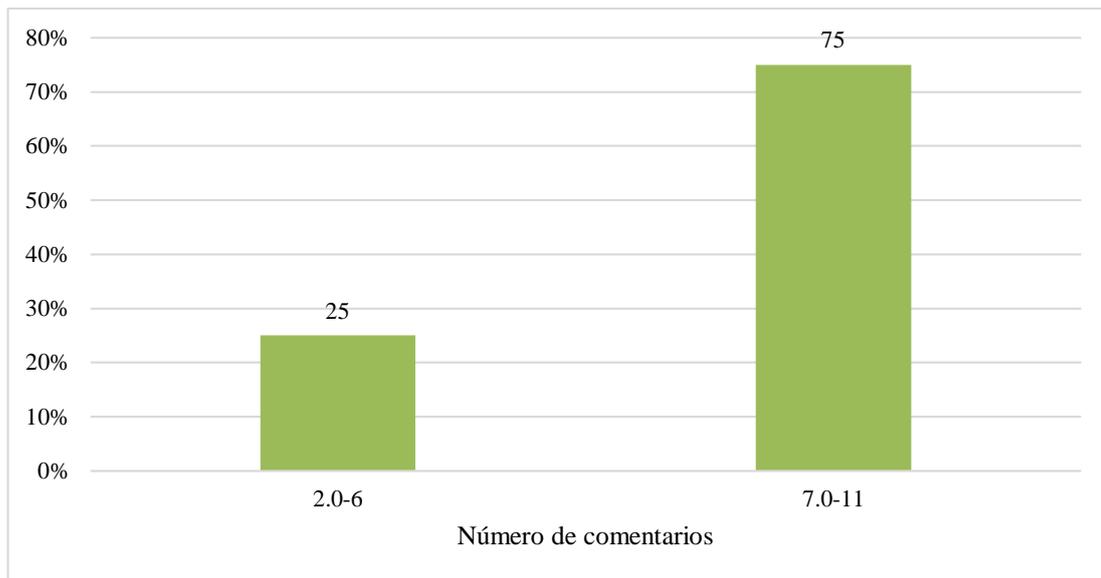
Gráfica 84-4: Accesibilidad en los establecimientos de la App *Trip.com*

- Según cancelación

La cancelación se segmenta en: a) establecimiento catastrados, de los cuales el 50% no es reembolsable y el otro 50% tiene una cancelación gratuita con 1 día de antelación; y b) establecimiento no catastrado que no dispone de información sobre la cancelación.

- Según número de comentarios

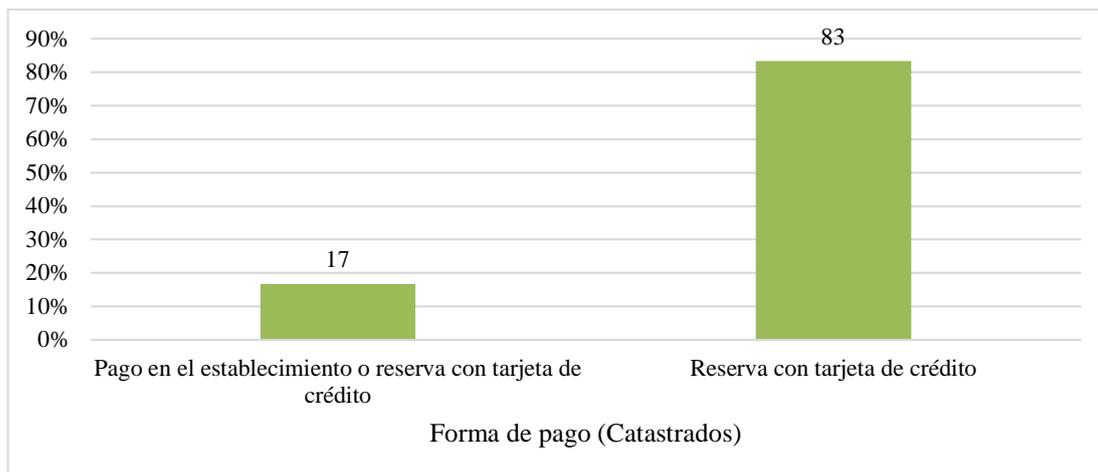
De los 7 establecimientos presentes en la aplicación solo 4 recibieron comentarios, de los cuales el 75% se encuentra en intervalo de 7 a 11, y el 25% restante tiene de 2 a 6 comentarios.



Gráfica 85-4: Número de comentarios en los establecimientos de la App *Trip.com*

- Según forma de pago

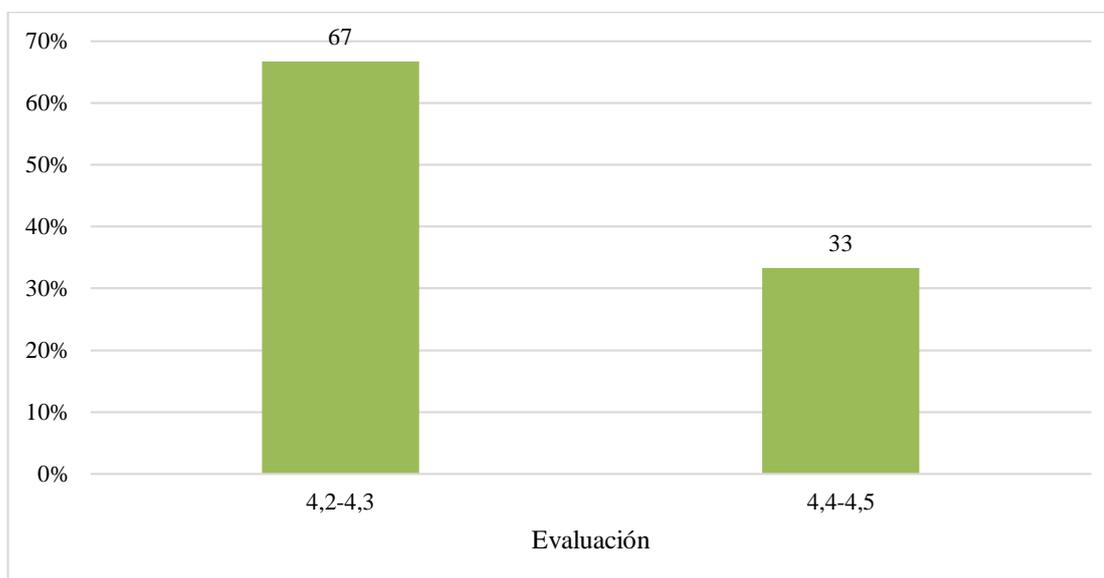
El criterio forma de pago se aprecia de la siguiente manera: a) establecimientos catastrados que en su mayoría son mediante reserva con tarjeta de crédito siendo un 83% y 17% cuenta con una forma de pago en el establecimiento o pago *on-line*, como se puede observar en la gráfica 86-4; y b) establecimiento no catastrado que posee la reserva con tarjeta de crédito.



Gráfica 86-4: Forma de pago en los establecimientos catastrados en la App *Trip.com*

- Según evaluación de los huéspedes

La aplicación permite a los huéspedes calificar a los establecimientos con un puntaje de 1 a 5 puntos, de los establecimientos encontrados solo 3 recibieron calificación debido a que algunos establecimientos aún no han sido reservados o cuentan con menos de 2 evaluaciones, de los cuales el 67% se encuentra en un intervalo entre 4,2 a 4,3 y el 33% en un intervalo de 4,4 a 4,5.

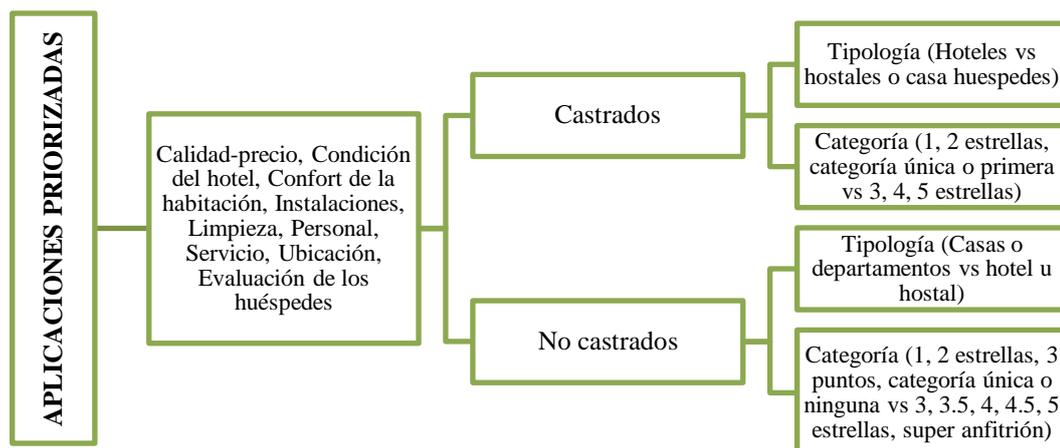


Gráfica 87-4: Evaluación de los huéspedes de la App *Trip.com*

4.3 Análisis comparativo

Se realizó el análisis comparativo de la evaluación promedio conseguida de los criterios cuantitativos obtenidos de las Apps priorizadas para el estudio, la comparación se hizo en base a los establecimientos catastrados y no catastrados, dentro de los cuales se dividió por tipo de

alojamiento y categoría. Se debe indicar que en las siguientes tablas se encuentra la información de las Apps que contaban con un número significativo de establecimientos evaluados.



*La categoría 3 puntos se da para casas y departamentos en las Apps *Booking* y *Hotels Ecuador by tritogo*

Gráfica 88-4: Clasificación para el análisis comparativo

En la tabla 13-4 se puede observar el análisis de los establecimientos catastrados según el tipo de alojamiento, en donde se contrasta hotel vs hostel o casa de huéspedes, el valor p obtenido en las pruebas *t-studen* y U de *Mann Whitney*, demuestran que no existe diferencia significativa en los criterios.

Tabla 13-4: Análisis comparativo del tipo de alojamiento en establecimientos catastrados

Catastrados						
Tipo de alojamiento						
Hotel vs Hostel/casa de huéspedes						
Criterios cuantitativos	Agoda		Booking		Hotels Ecuador by tritogo	
	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado
Calidad-precio	0,24	=	0,64	=	0,29	=
Condición del hotel	0,38	=				
Confort de la habitación	0,98	=	0,97	=	0,43	=
Instalaciones			0,54	=	1	=
Limpieza	0,38	=	0,82	=	0,35	=
Personal			0,77	=	0,80	=
Servicio	0,83	=	0,54	=	1	=
Ubicación	0,54	=	0,24	=	0,12	=
Evaluación	0,88	=	0,88	=	0,61	=

*El color rojo representa que las Apps no evalúan el criterio

En la tabla 14-4, se compara la categoría de los establecimientos catastrados entre a) 1 y 2 estrellas, categoría única o primera vs b) 3, 4 y 5 estrellas, cuyo resultado indica que no existe diferencia significativa. En el criterio cuantitativo personal, señalado con color celeste, la confrontación se hizo entre a) 1, 2 y 3 estrellas vs b) 4 y 5 estrellas, debido a que, con dicha clasificación se cuenta con un número significativo de establecimientos a comparar.

Tabla 14-4: Análisis comparativo de categoría en establecimientos catastrados

Catastrados												
Categoría												
1, 2 estrellas/categoría única /primera vs 3 ,4, 5 estrellas												
Criterios cuantitativos	Agoda		Booking		Expedia		Hotels Ecuador by tritogo		Orbitz		Travelocity	
	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado
Calidad-precio	0,79	=	0,47	=			0,90	=				
Condición del hotel	0,45	=										
Confort de la habitación	0,73	=	0,11	=			0,49	=				
Instalaciones			0,09	=			0,35	=				
Limpieza	0,45	=	0,23	=			0,66	=				
Personal			0,66	=	0,80	=	0,97	=	0,80	=	0,80	=
Servicio	0,94	=	0,09	=			0,35	=				
Ubicación	0,87	=	0,38	=			0,14	=				
Evaluación	0,74	=	0,21	=	0,95	=	0,64	=	0,95	=	0,95	=

*El color rojo representa que las Apps no evalúan el criterio

El análisis de los establecimientos no catastrados según el tipo de alojamiento confronta a casa o departamento vs hotel u hostel, como se demuestra en la tabla 15-4, en dicha comparación no existe una diferencia significativa entre las evaluaciones.

Tabla 15-4: Análisis comparativo del tipo de alojamiento en establecimientos no catastrados

No catastrados						
Tipo de alojamiento						
Casa /departamento vs Hotel /hostal						
Criterios cuantitativos	Agoda		Booking		Hotels ecuador by tritogo	
	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado
Calidad-precio	0,35	=	0,11	=	0,11	=

No catastrados						
Tipo de alojamiento						
Casa /departamento vs Hotel /hostal						
Criterios cuantitativos	Agoda		Booking		Hotels ecuador by tritogo	
	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado
Condición del hotel	0,80	=				
Confort de la habitación	0,51	=	0,16	=	0,15	=
Instalaciones			0,21	=	0,20	=
Limpieza	0,89	=	0,07	=	0,07	=
Personal			0,06	=	0,06	=
Servicio	0,78	=	0,21	=	0,20	=
Ubicación	0,31	=	0,88	=	1	=
Evaluación	0,99	=	0,11	=	0,11	=

*El color rojo representa que las Apps no evalúan el criterio

Se puede observar en la tabla 16-4 el análisis realizado en la App *Airbnb*, el contraste se realizó entre casa vs departamento, debido a que la gran parte de establecimientos se encontraban clasificados en estos dos tipos de alojamiento; evidenciando la falta de diferencias significativas.

Tabla 16-4: Análisis comparativo del tipo de alojamiento en establecimientos no catastrados, caso *Airbnb*

No catastrados		
Tipo de alojamiento		
Casa vs Departamento		
Criterios cuantitativos	<i>Airbnb</i>	
	Valor p	Resultado
Limpieza	0,62	=
Ubicación	0,20	=
Evaluación	0,80	=

Se compararon las categorías a) 1 y 2 estrellas, 3 puntos, categoría única o ninguna vs b) 3, 3.5, 4, 4.5 y 5 estrellas o súper anfitrión, dando como resultado que no existe una diferencia significativa entre las evaluaciones. En el criterio cuantitativo instalaciones, la comparación fue entre a) 2 estrellas o ninguna vs b) 4 estrellas o 3 puntos.

Tabla 17-4: Análisis comparativo de categoría en establecimientos catastrados

No catastrados								
Categoría								
1, 2 estrellas/3puntos/categoría única/ninguna vs 3, 3.5, 4, 4.5, 5 estrellas/súper anfitrión								
Criterios cuantitativos	Agoda		Airbnb		Booking		Hotels ecuador	
	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado	Valor p	Resultado
Calidad-precio	0,20	=						
Condición del hotel	0,19	=						
Confort de la habitación	0,35	=						
Instalaciones					0,60	=	0,78	=
Limpieza	0,23	=	0,07	=				
Personal								
Servicio	0,39	=						
Ubicación	0,56	=	0,85	=				
Evaluación	0,24	=	0,24	=				

*El color rojo representa que las Apps no evalúan el criterio y la categoría 3 puntos se da para casas y departamentos en las Apps Booking y Hotels Ecuador by tritogo

CONCLUSIONES

- En conclusión, se realizó una búsqueda dentro de la *Play store*, donde se encontró un total de 25 Apps que contaban con información sobre alojamiento en el Ecuador, la App *Hipmunk* que se encontraba activa en el mes de marzo, posterior a ello y con la emisión del decreto N°1017 que establece la Emergencia Sanitaria Nacional (ESN), se retiró dicha App de la *Play store*, quedando un total de 24 Apps. Para la ciudad de Loja, tras el análisis de la información que brinda cada App, se establecieron como relevantes 10 Apps para el estudio debido a que cumplieron con los criterios de selección.
- La oferta turística de alojamiento en la ciudad de Loja registra un total de 188 establecimientos, de los cuales 52 son catastrados y 136 no son catastrados. Sin embargo, se puede apreciar que existe un menor número de establecimientos dentro de las Apps, por lo cual solo participaron del estudio, 157 establecimientos, de los cuales 21 son establecimientos catastrados y 136 no catastrados, condición que puede estar influenciada en parte por la presencia de la ESN a nivel mundial.
- En cuanto a lo abordado con anterioridad de las 10 Apps priorizadas para el estudio se homogenizaron todos los criterios presentes en las mismas, dando un total de 36 criterios de búsqueda y de evaluación cuantitativa. La información sobre las Apps se recolectó durante un mes, dando como resultado una base de datos.
- Finalmente, a la información recolectada se le aplicó un análisis comparativo con las pruebas *t-student* y U de *Mann Whitney*, en donde como resultado se demostró que no existen diferencias significativas entre las evaluaciones de los criterios cuantitativos de las Apps, debido a que, tienen una valoración semejante, es decir, los turistas perciben una experiencia similar al momento de hospedarse en cualquier establecimiento de la ciudad de Loja.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda ampliar la información debido a que cada día surgen nuevas tecnologías, a la vez nuevas Apps que ofrecen distintos servicios entre ellos el de hospedaje, y son en estas Apps donde se da una retroalimentación más rápida y eficaz de las experiencias, con lo cual su estudio resulta en un importante elemento para la mejora de las experiencias.
- Se recomienda actualizar la información de las Apps del estudio puesto que con el decreto N° 1017 que establece la ESN, el turismo tuvo restricciones para su práctica y con ello las Apps se han visto desprovistas de participantes, lo cual pudo influir en los resultados presentados.
- Se sugiere que los establecimientos del sector hotelero y a las autoridades a cargo del desarrollo turístico en Loja, que trabajen conjuntamente y utilicen las nuevas tecnologías para promocionar sus servicios para así poder llegar a más turistas y convertir a la ciudad de Loja en un destino inteligente. Además, se recomienda el aumentar la generación de Apps locales que permitan la reservación de hospedaje directo, debido a que con esto se contribuye al fortalecimiento de la conectividad digital tal como propone el Ministerio de Turismo del Ecuador, así también facilita la comunicación entre el prestador y el cliente.
- Finalmente, se recomienda a las autoridades locales trabajar en capacitaciones sobre tendencias y manejo de medios digitales para los proveedores de alojamiento, además, socializar al sector hotelero los resultados del proyecto para que tengan conocimiento de cómo se aprecia el servicio de hospedaje en los turistas.

GLOSARIO

Aplicaciones móviles: Las Apps son un software que se desarrolla mediante un dispositivo móvil inteligente, las cuales permiten a su usuario mantenerse conectado y obtener una experiencia personalizada que une lo real con lo virtual y viceversa (Florida Benítez).

BnBs: Bed and breakfast, siendo su traducción al español cama y desayuno, son alojamientos en los que te ofrecen cama y desayuno. La peculiaridad es que estos BnBs suelen ser casas inmensas en las que viven los propietarios y de las que destinan una parte a alojar huéspedes (Reporteraliteraria, 2016).

e-Turismo: Considerado como el Turismo Electrónico, son las actividades comerciales y empresariales del sector turístico llevadas a cabo mediante los medios electrónicos (Álvarez Armas, 2002).

Homestay: siendo su traducción al español como en casa, es un Alojamiento Familiar que ofrece la oportunidad de quedarse con una familia mientras viaja por un precio (Homestay.com [sin fecha]).

TICs: Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones, son herramientas estratégicas que contribuyen a la gestión empresarial debido a que permiten la difusión de información (Toapanta y Arellano, 2016).

BIBLIOGRAFÍA

ABUJATUM DUEÑAS, Paula; et al. Word of mouth en las redes sociales [en línea] (Trabajo de titulación). Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios, Santiago, Chile. 2011. [Consulta: 28 marzo 2020]. Disponible en: [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108077/WORD OF MOUTH EN LAS REDES SOCIALES.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108077/WORD_OF_MOUTH_EN_LAS_REDES_SOCIALES.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

ÁLVAREZ ARMAS, Eduardo. "Contratación turística: del viaje combinado al turismo electrónico". [en línea], 2002. [Consulta: 29 marzo 2020].

ALVES ORTIZ, Fábio; & CORREA, Cynthia H.W. "Tecnologías de la información y comunicación en el turismo". Estudios y perspectivas en turismo [en línea], 2016, 25, pp. 304-318. [Consulta: 13 marzo 2020].

ANATO, Mercedes. "El uso de los instrumentos clásicos del marketing y la tecnología digital en turismo". Estudios y perspectivas en turismo [en línea], 2006, 15, pp. 19-40. [Consulta: 05 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713884002.pdf>

ÁVILA RAMÍREZ, Pablo; et al. E-turismo: herramienta clave para el desarrollo turístico en el Ecuador. En: *XII Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo* [en línea]. 2018. [Consulta: 09 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.eumed.net/actas/18/turismo/9-e-turismo-herramienta-clave.pdf>

BALAGUÉ, C.; et al. "Fiabilidad de las críticas hoteleras autenticadas y no autenticadas: el caso de tripadvisor y booking.com". Cuadernos de Turismo [en línea], 2016, (España) 38, pp. 63-82. [Consulta: 31 marzo 2020]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.38.271351>

CAMPO MARTÍNEZ, S.; & YAGÜE GUILLÉN, M.J. "Los precios de referencia en la evaluación online del servicio hotelero". Estudios de Economía Aplicada [en línea], 2011, 29 (3), pp. 825-844. [Consulta: 09 marzo 2020].

CAÑAR, Wilma. Las aplicaciones móviles para la promoción turística de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua [en línea] (Trabajo de titulación). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. 2016. [Consulta: 5 marzo 2020]. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25474/1/Wilma%20Ca%20c3%b1ar-Aplicaciones%20m%20c3%b3viles%20Tesis%20-103908084.pdf>

CARRERA, F.; & VEGA, V. "Impacto de Internet en el sector Turístico". Revista de Ciencia,

Tecnología e Innovación [en línea], 2017, 4, pp. 477-490. [Consulta: 28 marzo 2020].

COSTA RUIZ, M.P., et al. "Inversión en TICs en las empresas del Ecuador para el fortalecimiento de la gestión empresarial Periodo de análisis 2012-2015". Revista Espacios [en línea], 2018, 39, pp. 5. [Consulta: 13 marzo 2020]

CRESPO GARCÍA, A. El uso de las TICs como herramienta para la internacionalización de las PYMES en Ecuador, Caso estudio: «Empresa Rafael Paredes e hijos» [en línea] (Trabajo de titulación). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador, 2013. [Consulta: 20 marzo 2020]. Disponible en: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3490>

DE GREGORIO PACHÓN, M. Impacto de las TICs en el sector turístico [en línea] (Trabajo de titulación). Universidad de Valladolid, Soria, España, 2014. [Consulta: 29 marzo 2020]. Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/8459/TFG-O435.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

FERNÁNDEZ CARÚS, L. El comportamiento del consumidor online. Factores que aumentan la actividad de búsqueda del ewom en el sector turístico [en línea] (Trabajo de titulación) (Maestría). Universidad de Oviedo. 2014. [Consulta: 31 marzo 2020]. Disponible en: http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/29594/6/TFM_FdezCarus%2CLeticia.pdf

FILGUERIA GOMIS, J.M. "Los blogs dentro del turismo 2.0". Revista de Ocio y Turismo [en línea], 2008, 1, pp. 135-152. [Consulta: 30 marzo 2020]. ISSN 1888-6884.

FLORES MANCHENO, A.C.; et al. "Satisfacción del turista en los eventos del FIAV para la declaratoria de “Loja, ciudad creativa de la música””. Ciencia Digital [en línea], 2019, 3 (3.4), pp. 191-211. [Consulta: 05 marzo 2020]. ISSN 2602-8085. Disponible en: [10.33262/cienciadigital.v3i3.4..846](https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.4..846)

FLORIDO BENÍTEZ, L. *La implementación del mobile marketing como herramienta multidisciplinar en el sector turístico y aeroportuario AEROPORTUARIO* [en línea]. [sin fecha]. [Consulta: 28 marzo 2020]. ISBN ISBN-13: 978-84-16399-92-5.

GUTIÉRREZ TAÑO, D.; et al. La influencia de la autenticación de identidad en las valoraciones online de los hoteles. En: *XVIII Congreso Nacional Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo* [en línea]. 2014. [Consulta: 08 marzo 2020].

HOMESTAY.COM. ¿Qué es un homestay? [blog]. [Consultado: 5 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.homestay.com/es/help/article/205363751-que-es-homestay-com-y-como-funciona>

HOSTELTUR. *¿Qué beneficios han traído las nuevas tecnologías al sector turístico?* [blog]. 2016. [Consulta: 5 marzo 2020]. Disponible en: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/004562_que-beneficios-han-traido-las-nuevas-tecnologias-al-sector-turistico.html

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. Tecnologías de la información y comunicación. [en línea]. 2017. [Consulta: 5 marzo 2020]. Disponible en: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics_2017_270718.pdf

LÓPEZ DE ÁVILA MUÑOZ, A.; & GARCÍA SÁNCHEZ, S. "Destinos turísticos inteligentes". *Economía industrial* [en línea], 2015, pp. 61-69. [Consulta en: 29 marzo 2020].

MAJÓ, J.; & GALÍ, N. "Internet en la Información Turística". *Escola Oficial de Turisme de Catalunya* [en línea], 2002, pp. 397-409. [Consultado: 29 marzo 2020]. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Joaquim_Majo/publication/237658913_Internet_en_la_Informacion_Turistica/links/5771a67508ae842225ac291b.pdf

MARTÍN-SÁNCHEZ, M.; et al. "M-tourism: las Apps en el sector turístico". [en línea], 2012. [Consultado en 28 marzo 2020].

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. *Ecuador en agencias de viajes online, la promoción inteligente empieza* [blog]. 2018. [Consulta: 3 marzo 2020]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-en-agencias-de-viajes-online-la-promocion-inteligente-empieza/>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. *Plan Nacional de Turismo 2030. 2019.*

MOLINA RIVERA, Y.J.; et al. Sistema Operativo Android: características y funcionalidad para dispositivos móviles [en línea] (Trabajo de titulación). Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia. 2012. [Consulta: 30 marzo 2020]. Disponible en: <https://pdfs.semanticscholar.org/49fd/410ca0cee611fe2f41bc14845a8920d4d46e.pdf>

MORALES ESPINOSA, J.M.; & PARDO VILLALTA, Y.R. "El turismo como una alternativa de desarrollo socio económico para el cantón Loja". *Espíritu Emprendedores TES* [en línea], 2019, 2, pp. 21-38. [Consulta: 5 marzo 2020]. Disponible en: <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n2.2019.133>. Disponible en: <http://206.189.217.80/index.php/revista/article/view/133/161>

OBSERVATORIO TURÍSTICO REGIÓN SUR DEL ECUADOR-UTPL. Indicadores de

alojamiento Loja. 2020. [Consulta: 08 marzo 2020].

PARRA-MEROÑO, M. "El fenómeno we 2.0 aplicado al sector hotelero". *International Journal of Scientific Management and Tourism* [en línea], 2017. [Consulta: 09 marzo 2020].

REPORTERA LITERARIA. *¿Qué es un Bed and Breakfast (B&B)? Nuestra experiencia* [Blog]. 2016. [Consulta: 8 marzo 2020]. Disponible en: <https://reporteraliteraria.com/que-es-un-bed-and-breakfast>

RUIZ, M.; & PALACÍ, F. "Nuevas tecnologías y psicología del consumo, El boca a boca y el papel de las redes sociales". *Boletín de Psicología* [en línea], 2012, 104, pp. 57-72. [Consulta: 13 marzo 2020]. ISSN 0212-8179. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3968634>

SALVI, F.; et al. "Los impactos del ewom en hoteles". *REDMARKA, Revista Digital de Marketing Aplicado* [en línea], 2013, 2, pp. 3-17. [Consulta: 09 marzo 2020]. Disponible en: 10.17979/redma.2013.02.010.4765

SAURA, J.R.; et al. "Marketing a través de aplicaciones móviles de turismo (M-Tourism). Un estudio exploratorio". *Revista Internacional del Mundo del Turismo* [en línea], 2017, 4 (8), pp. 46-56. [Consulta: 5 marzo 2020]. Disponible en: 10.12795 / ijw.2017.i08.04

SHORT, E. Intermediación en el sector turístico [en línea] (Trabajo de titulación). Universidad de les Iles Balears. 2013. [Consulta: 12 marzo 2020].

TOAPANTA, M.; & ARELLANO, R.M. "Las TICs en el Ecuador". *Revista Científica Int. Strateg.* [en línea], 2016, 1, pp. 1-10. [Consulta: 29 marzo 2020].

VALDERRAMA, J. "¿Cómo ser un destino turístico inteligente?". *AENOR. Revista de la evaluación de la conformidad* [en línea], 2018, 339, pp. 20-23. [Consulta: 09 marzo 2020]. Disponible en: <https://revista.aenor.com/339/como-ser-un-destino-turistico-inteligente.html>

ZANFARDINI, M.; et al. "El ewom como proceso comunicativo en los destinos turísticos". *Anuario de Estudios en Turismo* [en línea], 2016, XI, pp. 43-66. [Consulta: 15 marzo 2020].