

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE TURISMO

“ANÁLISIS Y PROPUESTA DEL MEJORAMIENTO DE LAS TIC’S EN LA AGENCIA DE VIAJES ‘AVENTOURS’”

Trabajo de graduación previa a la
obtención del título de Ingeniera en
Turismo

Autoras:

Diana Cristina Morocho Rojas
María Fernanda Uyaguari Paucar

Director:

Ing. Daniel Chazi Capelo

Cuenca, Febrero de 2012



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Resumen

El uso de las nuevas tecnologías para la Información y la comunicación hoy en día se han convertido en una herramienta imprescindible en todo ámbito, sin duda también en la industria del turismo, ya que éstas permiten obtener ciertos beneficios tales como estar al día en los acontecimientos que suceden en el mundo, acortar distancias, ahorrar recursos económicos así como el tiempo en que se realiza una determinada función.

Es por esta razón que hemos visto la necesidad de analizar la situación actual en el uso de las TIC's en la agencia de viajes "Aventours" así como la capacidad del talento humano que trabaja en esta empresa, toda esta información se la encontrará en el desarrollo del primer capítulo.

En el segundo capítulo realizaremos una propuesta que permita mejorar el uso de éstas herramientas, aprovecharlas en las diversas funciones que se ejecutan, para así obtener resultados positivos en su aplicación, que éstos permitan reducir costos y generar mayores ingresos por medio de la publicidad en la página web por ejemplo, así como la capacitación al talento humano que conforma la empresa para que emplee de forma adecuada todas estas herramientas que ya se encuentran implementadas en la empresa.

Palabras Clave

Nuevas tecnologías para la Información y la Comunicación, Turismo, TIC's, Agencia de viajes



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIA	5
DEDICATORIA	7
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I	11
Informe de la situación actual en cuanto al empleo de las TIC's en la Agencia de Viajes Aventours	11
1.1 Antecedentes	11
1.2 Análisis de la situación actual en el empleo de las TIC's	12
1.2.1 Internet Banda Ancha	14
1.2.2 Telefonía fija	16
1.2.3 Correo electrónico	17
1.2.4 Comercio Electrónico	17
1.2.5 Base de datos	18
1.2.6 Sitio web	19
1.2.7 Página social "Facebook"	25
1.3 Análisis de la capacidad del talento humano en el uso de las TIC's	29
CAPITULO II	31
Propuesta para el mejoramiento en el uso de las TIC's en la Agencia de Viajes "Aventours"	31
2.1 Implementación y mejoramiento de las TIC's en la Agencia de Viajes "Aventours"	31
2.1.1 Internet Banda Ancha	31
2.1.2 Telefonía fija	32
2.1.3 Correo Electrónico	35
2.1.4 Comercio Electrónico	35
2.1.5 Sitio Web	36
2.1.6 Página social "Facebook"	38
2.2 Adecuación de un sistema para el registro de la base de datos de clientes.	39
2.3 Programas de capacitación en el empleo de las TIC's para la Agencia Aventours	40
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	44



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFIA	47
ANEXO 1	51
ANEXO 2	52
ANEXO 3	56
ANEXO 4	68

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Tarifas telefonía fija	16
Gráfico No. 2 Sitio web	21
Gráfico No. 3 Sitio web	22
Gráfico No. 4 Sitio web	22
Gráfico No. 5 Logo	23
Gráfico No. 6 Sitio web “Aventours”	25
Gráfico No. 7 Página social Facebook	26
Gráfico No. 8 Página social Facebook: información básica	27
Gráfico No. 9 Página social Facebook: fotos de perfil	27
Gráfico No. 10 Planes de internet Etapa	32
Gráfico No. 11 Tarifas internacionales para teléfonos fijos y públicos	33
Gráfico No. 12 Skype: cuadro tarifas a Estados Unidos	33
Gráfico No. 13 Skype: cuadro tarifas a México	34



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Yo Diana Cristina Morocho Rojas, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Diana Cristina Morocho Rojas, certifica que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Yo, María Fernanda Uyaguari Paucar, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

María Fernanda Uyaguari Paucar, certifica que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesina a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo siempre.

Cristina Morocho

El presente trabajo está dedicado a mis padres por haberme dado la vida, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por confiar en mí y en mis capacidades para poder culminar mi carrera.

A mi esposo, quien con todo su amor y comprensión ha contribuido incondicionalmente a lograr mis metas y objetivos propuestos.

Ma. Fernanda Uyaguari



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud, principalmente está dirigida a Dios por haberme dado la existencia y permitido llegar al final de la carrera.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mi en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

Cristina Morocho

Agradezco a Dios por permitirme estar en este mundo, por haberme dado a mi familia, a mis amigos, a mi esposo, porque siempre está conmigo brindándome las fuerzas para seguir adelante.

A todos quienes contribuyeron de una u otra forma para el desarrollo de esta tesina, en especial al Ing. Daniel Chazi por su confianza, por compartir sus conocimientos y apoyarnos para culminar con éxito el presente trabajo.

Ma. Fernanda Uyaguari



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

The use of new technologies for information and communication nowadays has become an indispensable tool in every area, no doubt in the tourism industry, since they allow to obtain certain benefits such as up to date on events happening in the world, catch up, saving financial resources and the time you perform a particular function.

Is for this reason that we have seen the need to analyze the current situation in the use of ICT in the travel agency "Aventours" and the ability of human talent working in this company, this information will be found in development of the first chapter.

In the second paper, we proposed to improve the use of these tools, take advantage of the various functions that are executed in order to obtain positive results in their application, they will reduce costs and generate revenue through advertising in the website such as training and human talent that makes up the company to properly use these tools that are already implemented in the company



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo “Análisis y propuesta del mejoramiento de las TIC’s en la Agencia de Viajes ‘Aventours’”, pretende analizar la situación actual de la empresa con respecto al uso de las nuevas tecnologías para la información y la comunicación y su correcto funcionamiento, así como realizar una propuesta que permita aprovechar su existencia de manera que éste no represente un gasto para la empresa sino más bien una inversión.

Para cumplir con los objetivos planteados procederemos con un diagnóstico de las TIC’s que emplea la agencia de viajes, tales como las redes de comunicación utilizadas como internet de banda ancha, telefonía fija, correos electrónicos, comercio electrónico, sitio web, redes sociales y sistemas de reservas, así también analizaremos la capacidad que tiene el talento humano para administrar y utilizar los mismos.

Mediante este análisis, determinaremos las falencias en su uso y realizaremos una propuesta que permita aprovechar sus recursos y beneficios de manera eficiente y eficaz, la misma que estará basada en emplear un programa de capacitación al talento humano en cuanto al uso de estas tecnologías y realizar optimizaciones a las tecnologías ya existentes para minimizar costos y obtener su máximo beneficio para la empresa.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO I

Informe de la situación actual en cuanto al empleo de las TIC's en la Agencia de Viajes Aventours

1.1 Antecedentes

La Agencia de Viajes Operadora “Aventours” fue creada el 1° de enero del año 2010 como Compañía Limitada, sus oficinas están situadas en la Calle Guayas 2-115 y Remigio Tamaríz y cuenta con tres empleados actualmente, Presidente, Gerente y Counter.

Al ser una Agencia de Viajes operadora, AVENTOURS está dedicada a la venta de paquetes turísticos a nivel nacional e internacional siendo su principal producto Galápagos, también oferta a sus clientes la venta de boletos aéreos, hotelería, transporte turístico y demás actividades relacionadas con esta actividad.

La empresa cuenta con una cartera de clientes establecida, la misma que realiza la compra de sus boletos y/o paquetes turísticos con una frecuencia de al menos 1 o 2 veces al año.

Se puede decir que la mayoría de clientes que se ha conseguido fidelizar ha sido gracias a la atención personalizada, a la experiencia y trayectoria de quien es ahora la Gerente y dueña de la empresa la Sra. Ma. Fernanda Bolaños, sin embargo debido a la existencia de grandes competidores tales como agencia de viajes online, aerolíneas y la globalización en sí, se ha visto la necesidad de implementar nuevas tecnologías que permitan llegar a la mayor cantidad de mercado y dar a conocer los servicios que la empresa presta.

La Agencia de Viajes “Aventours” promociona sus paquetes turísticos mediante el empleo de las tecnologías para la información y comunicación, también



UNIVERSIDAD DE CUENCA

conocida como las TIC's, dentro de las cuales se encuentra el uso de banda ancha, telefonía fija, sitio web, enlaces con redes sociales, correos electrónicos, comercio electrónico y sistemas de reservas, así también realiza promociones y publicaciones en los medios de comunicación tradicionales como son prensa escrita, radio y televisión.

Ha realizado alianzas estratégicas con programas televisivos como "Un hogar casi perfecto" dirigido por el Sr. Fernando Alvarado, en UnsiónTV, el mismo que se transmite los días miércoles a las 21h00 y su reprise los días domingos en el mismo horario.

Ha realizado también auspicios y canjes con la "Copa Coca Cola, Futbolazo" y Visa Banco del Austro" mediante el financiamiento de tours ya sea para los participantes o los directivos de las empresas aliadas.

Además se han hecho publicaciones en la prensa como es el "Diario el Mercurio", este tipo de publicidad la realiza con las Mayoristas de Turismo de acuerdo a las promociones y acogida que tengan sus productos para los clientes, las fechas claves para realizar estas publicaciones son en junio para generar ventas para las vacaciones en los meses de julio y agosto que es temporada alta y para los feriados de carnaval, noviembre, navidad y fin de año.

Adicional a estas estrategias de marketing la agencia realiza envíos de mails masivos (listas de distribución) con promociones realizadas por las diferentes aerolíneas, mayoristas de turismo entre otras.

1.2 Análisis de la situación actual en el empleo de las TIC's

Antes de desarrollar este capítulo analizaremos diversos conceptos de Tecnologías para la información y la comunicación, TIC's.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Darío Quiroga señala que éstas son:

El resultado de la revolución de las tecnologías digitales en la Sociedad del conocimiento [...] actúan en tiempo real, son económicas, eficientes, minimizan costos, disminuyen intermediarios, disponibles las 24 horas y los 365 días del año y son una carta de presentación de las empresas en todo el mundo” (http://sisav.valledelcauca.gov.co/TURISMO_RURAL/PapeldelasTIC.pdf).

Así también se dice que las TIC’S son: “instrumentos y procesos utilizados para recuperar, almacenar, organizar, manejar, producir, presentar e intercambiar información por medios electrónicos y automáticos” (<http://blogs.utpl.edu.ec/sociedaddelainformacion2008/files/2008/08/presentacion.pptf>).

En cuanto a la clasificación de las TIC’s tenemos:

los sistemas de información *intraorganizativos*, que se encargan de la gestión de la información interna en las empresas como por ejemplo, programas informáticos de contabilidad, de gestión de almacenes, de gestión del personal, de base de datos de clientes, entre otros. Por su parte, los sistemas de información *Inter-organizativos*, pretenden la interconexión electrónica de diversas organizaciones independientes como por ejemplo, centrales globales de reservas y de otros medios de comunicación con el entorno, tales como el Internet instrumento que se ha transformado en un nuevo canal alternativo de distribución y en una forma de hacer publicidad en el sector turístico (http://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/43414/1/6294_6331X.pdf).

Analizando los conceptos anteriores podemos decir que las TIC’s son medios tecnológicos básicos en la actualidad, ya que permiten esquivar barreras de comunicación, optimizan el tiempo y de acuerdo a la forma en que se emplee contribuyen a la prestación de servicios de forma eficiente y en el momento oportuno.

Ecuador como país Latinoamericano aún se encuentra en una fase de desarrollo y aplicación de las TIC’S, aunque se han adoptado varias estrategias para la implementación de tecnología tanto en educación, salud y en el sector empresarial,



UNIVERSIDAD DE CUENCA

obteniendo como resultado grandes logros (<http://blogs.utpl.edu.ec/sociedadde la informacion2008/files/2008/08/presentacion.ppt>).

Si bien es cierto la Agencia de Viajes “Aventours” emplea tecnologías para la información y comunicación para posicionarse en el mercado, sin embargo éstas no han sido utilizadas correctamente por lo que no presentan resultados significativos para el correcto posicionamiento y rentabilidad de la empresa.

Para constatar esta información, analizaremos todos los medios tecnológicos utilizados por la Agencia de Viajes.

1.2.1 Internet Banda Ancha

Cuando se habla de banda ancha se hace referencia a un sistema de conexión a Internet y de transmisión de datos. Actualmente, la banda ancha es uno de las mejores opciones ya que permite disfrutar una velocidad de datos mucho más superior que lo que sucede con el acceso vía dial-up. Además, la banda ancha también permite mantener un permanente acceso a Internet sin interrumpir la conexión telefónica ya que recurren a módems externos [...] sin embargo la tecnología Wi/Fi, que no necesita cableado está creciendo más y más (<http://www.definicionabc.com/tecnologia/banda-ancha.php>).

Analizando el concepto de Internet se puede decir que:

Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos. Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la World Wide Web, WWW, hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Ésta fue desarrollada en 1990 y utiliza el Internet como medio de transmisión (<http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En sí el término banda ancha hace referencia al acceso de alta velocidad a internet, por lo que se lo puede definir simplemente como un medio para la conexión rápida a internet, la misma que permite a sus usuarios enviar y recibir correos electrónicos, navegar en la web, la transmisión de archivos, conversaciones en línea, mensajería instantánea, transmisión de contenido y comunicación multimedia – telefonía, televisión-, acceso remoto hacia otros dispositivos de manera rápida y eficiente, permitiendo a su usuario acortar distancias ahorrando tiempo y dinero.

Así como para toda empresa, para la Agencia de Viajes Aventours resulta imprescindible el uso de estas tecnologías y sobre todo disponer de una banda ancha que permita realizar su trabajo de forma óptima y eficiente, sin problemas e interrupciones.

Por lo que la Agencia de Viajes ha creído conveniente contratar como proveedor a la empresa Municipal ETAPA, la cual presta varios servicios a toda la ciudadanía entre ellos el internet banda ancha.

La empresa ETAPA “presta su servicio a través de Líneas de abonado digital (DSL), es la plataforma más frecuente de Banda Ancha en el mundo, permite a los clientes navegar por Internet a mayor velocidad y hablar por teléfono al mismo tiempo, con una misma línea telefónica” (http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_bananc_inf.aspx), sin embargo hay que tomar en cuenta que en principio hubo muchas fallas en el servicio, perdiendo la conexión a internet por varias horas, inclusive días, dificultando trabajar con normalidad en la empresa.

Actualmente no se han presentado mayores inconvenientes, salvo en las horas de la tarde que se congestiona la red por la cantidad de usuarios que utiliza el internet.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.2.2 Telefonía fija

El servicio telefónico fijo conmutado es un servicio que permite al cliente hacer y recibir llamadas a través de un aparato telefónico fijo hacia cualquier lugar con acceso telefónico sea local, nacional, celular o internacional a través de la infraestructura tecnológica de la empresa prestadora del servicio telefónico, para hacer uso del servicio telefónico el cliente ha de utilizar el aparato telefónico (http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_telfij_des.aspx).

El proveedor de este servicio también es ETAPA, el cual permite comunicarse a nivel local, nacional e internacional.

Este servicio a más de ser indispensable, tiene un costo elevado por su uso en el caso de empresas, puesto que la tarifa es más alta que el servicio para domicilios.

Gráfico No.1

Tarifas telefonía fija

		Pensión Básica Mensual	Tarifas por Minuto Uso Local
		US dólares	centavos de dólar
Categoría A	Abonados: Populares Marginales y Rurales	\$ 0,80	0.2 centavos
		300 minutos libres	
Categoría B	Abonados: Residenciales, Sector Público e Instituciones		
	B200 : Consumo de 0 hasta 200 minutos	\$ 1,99 (a)	0.2 centavos
	B500 : Consumo de más de 200 minutos hasta 500 minutos	\$ 3,99 (b)	0.6 centavos
	B+500 : Consumo de más de 500 minutos	\$ 4,79 (c)	0.7 centavos
Categoría C	Abonados: Comerciales e Industriales	\$ 9,99	2.2 centavos

Fuente: (http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_telfij_tar_pro.aspx)

Autores: integrantes

Este ha sido un inconveniente para la empresa, puesto que dispone de dos líneas telefónicas con categoría comercial, adicionalmente se ha solicitado una línea telefónica para el domicilio, pero debido a que la empresa se encuentra en una oficina dentro del mismo, procedieron a cambiar la categorización de esta manera la empresa supone tener tres líneas telefónicas comerciales



UNIVERSIDAD DE CUENCA

disponibles, lo que representa un gasto promedio mensual de aproximadamente \$170,58.

1.2.3 Correo electrónico

El correo electrónico conocido también como e-mail:

Es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes y archivos rápidamente, mediante sistemas de comunicación electrónicos. Por medio de mensajes de correo electrónico se puede enviar, no solamente texto, sino todo tipo de documentos digitales. Su eficiencia, conveniencia y bajo coste están logrando que el correo electrónico desplace al correo ordinario para muchos usos habituales (http://es.wikipedia.org/wiki/Correo_electr%C3%B3nico).

Para poder realizar este proceso es necesario que tanto la persona que envía la información como la que recibe, deben tener una cuenta de correo en internet ya sea pagada o gratuita.

Actualmente disponemos de correos gratuitos como son: hotmail, yahoo, gmail, entre otras opciones; sin embargo las empresas que poseen una sitio web pueden crear cuentas de correos con dominio propio.

En este caso la Agencia de Viajes “Aventours” posee correos gratuitos así como con su propio dominio, tomando en cuenta que al enviar los correos o mails masivos con su propio dominio podrían ser calificados como spam, hasta que sean agregados dentro de sus contactos.

1.2.4 Comercio Electrónico

El comercio electrónico, también conocido como *e-commerce* consiste en:

La compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas. Originalmente el término se aplicaba a la



UNIVERSIDAD DE CUENCA

realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el Intercambio electrónico de datos, sin embargo con el advenimiento de la Internet y la World Wide Web a mediados de los años 90 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos, tales como las tarjetas de crédito [...] un porcentaje considerable del comercio electrónico consiste en la adquisición de artículos virtuales -software y derivados en su mayoría- tales como el acceso a contenido "premium" de un sitio web (http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico)

La Agencia de Viajes, en sí realiza la compra de servicios turísticos tanto dentro del país como en el extranjero tales como tickets aéreos, alojamiento, transporte y paquetes turísticos, ya sea en sitios web implementadas por los proveedores de estos servicios como aerolíneas, hoteles o en aquellos que ofrecen los mismos servicios a menores costos como expedia.com, e-dreams, kayak, despegar.com etc.

Además de ello trabaja directamente con operadores del extranjero lo que ha permitido realizar un contacto directo con los proveedores, obteniendo mayores beneficios económicos y eliminando de cierta forma a los intermediarios y/o mayoristas nacionales.

Para efectuar los pagos a estos operadores se realizan transferencias interbancarias.

1.2.5 Base de datos

La base de datos no se encuentra bien administrada puesto que los mismos se han obtenido de la guía telefónica, clientes, e-mail masivos, contactos de amigos, entre otros.

Si bien la empresa solicita los correos electrónicos a las personas que llaman o acuden a solicitar información o adquirir un servicio, esta información se anota generalmente en agendas mas no se la administra adecuadamente, si un



UNIVERSIDAD DE CUENCA

momento se necesita saber un número de contacto de un cliente se pierde mucho tiempo en la búsqueda de las mismas y muchas veces no se encuentra la información.

Adicional a esto la información que se envía mediante correos masivos se realiza a todos los correos que tenemos registrados, más no sabemos a quién pertenece, ya que solamente se copia el correo de la persona que ha solicitado información y se la agrega a la “base de datos” para enviar los mismos.

En temporada alta se trató de registrar todos esos datos en una hoja impresa, pero por la falta de tiempo u orden no se registraron todos los datos y al ser éste en una hoja impresa pues a la final terminó trasapelada.

1.2.6 Sitio web

Se puede definir a la página web como:

El nombre de un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web y que puede ser accedida mediante un navegador para mostrarse en un monitor de computadora o dispositivo móvil. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar navegación a otras páginas web mediante enlaces de hipertexto. Las páginas web frecuentemente incluyen otros recursos como hojas de estilo en cascada, guiones (scripts) e imágenes digitales, entre otros. Las páginas web pueden estar almacenadas en un equipo local o un servidor web remoto [...] el acceso a las páginas web es realizado mediante su transferencia desde servidores utilizando el protocolo de transferencia de hipertexto, HTTP (http://es.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_web)

Con el avance de la tecnología y las comunicaciones las diferentes empresas buscan nuevos medios de promocionarse e implementan a sus servicios un sitio web; el cual es considerado como la tarjeta de presentación digital, ya sea para empresas, organizaciones o personas, así como una forma de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

presentación de ideas y de informaciones que se presenta al público en general.

La Agencia de Viajes Aventours a partir de marzo del 2010 implementó su sitio web www.aventurastours.com.ec, el mismo que estuvo administrado por el proveedor, sin embargo éste no se puso en funcionamiento, la información no se ingresaba y los enlaces del sitio web no estaban habilitados a pesar de que su creación generó un costo significativo para la empresa.

En junio del 2011, se contrató otro proveedor, se adquirió otro dominio y se creó el sitio web www.aventoursecuador.com con el fin de promocionar los programas para la temporada alta, julio y agosto, sin embargo esta no tuvo resultados positivos pues los programas turísticos que se vendieron para esa época fueron resultado de las promociones realizadas en medios tradicionales como publicaciones en la prensa y no del sitio web. Actualmente, se está ingresando la información pero de igual manera no se la actualiza constantemente.

La decisión de cambio se da por la confusión con ciertas empresas con un nombre similar como por ejemplo “Aventura Tours Van” que es una empresa de transporte turístico, este cambio ha causado cierta desventaja ya que los contactos que se habían adquirido hasta ese tiempo, tanto de clientes como de proveedores continuaban enviando y solicitando información a los correos con los dominios anteriores.

Para analizar a fondo este medio de promoción turística nos basaremos en los estándares básicos que dispone un sitio web como son encabezamiento, contenido y pie de página.

Los resultados los obtendremos de un análisis propio, de encuestas realizadas a 27 estudiantes de Turismo de la Universidad de Cuenca, Facultad de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ciencias de la Hospitalidad y una entrevista realizada a una persona especializada en el desarrollo de páginas web.

Al ser la página principal el primer contacto con el usuario se debe poner énfasis en su desarrollo, pues ésta debe presentar información clara, ordenada y precisa, evitando los contenidos largos y extensos, además de incluir elementos gráficos como fotografías e imágenes de alta calidad.

Los sitios web, deben tener entre otras características las siguientes: disponibilidad multilingüe, lista de contenidos mostrando todo el sitio, enlace con página inicial en cada página, mapa del sitio, información sobre el diseño del sitio, excursiones virtuales, multimedia, lista de enlaces externos a sitios relacionados, comentarios de visitantes, formulario para solicitar información, formulario de inscripción en línea (Méndez, 7).

En el encabezado del sitio web podemos observar que a primera vista sobresale el logo de la empresa, además dispone de un menú que le permite navegar por las diferentes páginas y en las cuales se puede encontrar los servicios y productos que la empresa ofrece.

Gráfico No. 2
Sitio web



Fuente: www.aventoursecuador.com

Autores: Integrantes



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En cuanto al cuerpo de la página se puede decir que este dispone de la información de tours, información de contacto, formulario de consultas y suscripción a la página para recibir información.

Gráfico No. 3

Sitio web

The screenshot displays the website's interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'INICIO', 'TOURS ECUADOR', 'AGENCIA', 'CONTACTENOS', and 'VIAJES INTERNACIONALES'. Below the menu, the page is divided into several sections. On the left, there are four tour options for 'FIN DE AÑO 2011': 'ARUBA', 'CURACAO', 'JAMAICA', and 'MIAMI', each with a 'DESCARGAR' button. On the right, there is a 'CONSULTAS' section with a dropdown menu for 'Escoge su destino' (currently set to 'GALAPAGOS') and a form for 'Información personal' including fields for 'Nombre', 'Apellido', 'E-mail', and 'Teléfono'. Below this is a section for 'Alojamiento' with a 'Habitación de preferencia' dropdown (set to 'Individual') and a 'Numero de pasajeros' input field. To the right of the form is a 'Contacto Agencia' section with contact information: 'Telf.: 07 28 14 014' and '07 40 40 158', and social media links for Skype, MSN, and Facebook. At the bottom right, there is a 'Únase a nuestra lista de correo' section with an email input field and a 'Join' button.

Fuente: www.aventoursecuador.com

Autores: Integrantes

En cuanto al pie de página pues esta no dispone de un menú al pie, solamente se encuentra el nombre de la agencia e indica que es una operadora turística.

Gráfico No. 4

Sitio web



Fuente: www.aventoursecuador.com

Integrantes: Integrantes

Además de la estructura de las partes fundamentales de un sitio web según nuestro análisis pudimos observar lo siguiente:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En cuanto a los colores de la página pues estos se relacionan con el color del logo de la Empresa, aunque en el sitio web lo ponen en blanco para que resalte en la página.

Gráfico No. 5

Logo



Fuente: www.aventoursecuador.com

Autores: Integrantes

El logo se compone de un verde claro con el que buscan relacionar directamente al turismo de naturaleza y el color azul que es un color que llama la atención y con el que buscan identificar destinos de playa.

Además de ello utiliza gráficos como una maleta, un avión, playa y fotografías en la parte del encabezamiento que aunque son gráficos que llaman la atención y se relacionan directamente con la razón de ser de la Agencia de Viajes, pues de cierta manera causan confusión al cliente ya que al visitar otras páginas web pues los gráficos como las maletas se asocia con información de qué tipo de equipaje llevar a un cierto destino, el límite de peso, entre otras cosas aspectos relacionados con este tema. El gráfico del avión puede indicar que hay la posibilidad de realizar reservas aéreas en línea, obtener ofertas al respecto, de igual manera la playa que puede ser un acceso a destinos relacionados con éste y sin duda las fotografías que pueden indicar que hay una galería de fotos de los sitios promocionados o visitados.

Las imágenes utilizadas son de buena calidad, claras y permiten realizar una navegación rápida en la página web.

En cuanto a los menús existe cierta redundancia en los mismos ya que el hecho de que sea una agencia de viajes y entre los servicios que presta son



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ofrecer tours hacia diferentes lugares del país o dentro de éste, creemos que no es conveniente que se encuentre la palabra “tours Ecuador”, además de ello pues al ingresar a esta opción solamente se encuentran opciones de paquetes turísticos hacia Galápagos.

Existe un link de “contáctenos” lo que prácticamente ya no sería necesario puesto que al ingresar a cada menú aparece un recuadro con los mismos datos que encontramos en el link, además de este los íconos como de Skype y MSN no tienen un acceso directo a éstas herramientas.

Además tiene un formulario de consultas que resulta beneficioso para la agencia puesto que los usuarios interesados pueden enviar un mail con sus consultas y a más de ello se obtiene una base de datos a la que se envía promociones y ofertas mediante listas de distribución.

En cuanto al tamaño y color de la letra pues creemos que ésta es adecuada es fácil de leer, no cansa a la vista y no se pierde entre los colores de fondo.

La información publicada solamente está en un idioma, lo que resulta difícil llegar a otros mercados, pues este es uno de los requisitos para que una persona extranjera pueda acceder a la información.

El sitio web tiene una correcta distribución, aparentemente no está sobrecargada, pero aún le falta actualizar la información que en esta se publica, asociar con links que cumplan la función que buscan mostrar, que sean de fácil acceso, que se encuentre la información de forma inmediata y que ésta no haga que el usuario abandone la página sin encontrar lo que busca.

Gráfico No. 6
Sitio web “Aventours”



Fuente: www.aventoursecuador.com

Autores: Integrantes

1.2.7 Página social “Facebook”

En la actualidad las redes sociales son un medio que permiten la relación de varias personas alrededor del mundo, ya sea por amistad, parentesco, intereses en común o negocios.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La red social Facebook es una de las páginas más visitadas, según los datos publicados por Ad Planner, Empresa de Marketing a Nivel Mundial, con un total de 600 millones de visitantes por mes (<https://www.google.com/adplanner/?pli=1&hl=es>)

Con la finalidad de llegar a nuevos mercados, la Agencia de Viajes Aventours ha implementado sus servicios en esta página social de Facebook, desde hace un año aproximadamente, en la cual se han publicado ciertas ofertas y promociones, pero la falta de actualización y administración correcta y continua no ha permitido obtener resultados positivos.

Básicamente esta cuenta con la información de contacto, horarios de atención, servicios que ofrece y una fotografía con el logo que no ha sido actualizada desde su registro, además se ingresan promociones ya sea de paquetes turísticos o boletos aéreos pero no se lo hace con la frecuencia debida.

Gráfico No. 7

Página social Facebook



Fuente: <http://www.facebook.com/pages/AVENTOURS-ECUADOR/221175094579304>

Autores: Integrantes



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Gráfico No. 8

Página social Facebook: Información básica

AVENTOURS ECUADOR Me gusta

Excursiones/Turismo · Cuenca

Información básica

Situación geográfica	Guayas 2-115 y Remigio Tamariz, EC010112, Cuenca, Ecuador
Horario	lun - mié: 9:00 -13:00 14:30-18:00 jue: 9:00 -13:30 14:30-18:00 vie: 9:00 -13:00 14:30-18:00
Información	Agencia de Viajes y Operadora de Turismo - Cuenca - Ecuador
Descripción	Emisión y entrega de tickets aéreos Paquetes turísticos dentro y fuera del país (Ecuador) Atención personalizada Asesoría en viajes y calidez en la atención, es nuestra filosofía
Dirección de correo electrónico	Tours a Galápagos, Panama, Cuba, Jamaica, Mancora, Punta Cana, Miami - Orlando info@aventoursecuador.com
Teléfono	07 2814 014
Sitio web	http://www.aventoursecuador.com

Facebook © 2012 · Español (España) Móvil · Buscar amigos · Insignias · Personas · Páginas · Acer

Fuente: <http://www.facebook.com/pages/AVENTOURS-ECUADOR/221175094579304>

Autores: Integrantes

Gráfico No. 9

Página social Facebook: fotos de perfil

AVENTOURS ECUADOR Fotos Me gusta

Excursiones/Turismo · Cuenca

Las fotos de AVENTOURS ECUADOR Ver todas Fotos · Videos

Fotos del perfil
1 foto

¿Quieres hacer un comentario sobre esta página o hacer clic en "Me gusta"?

Para comunicarte con AVENTOURS ECUADOR primero tienes que registrarte en Facebook.

Regístrate

Es gratis y cualquiera puede unirse. ¿Ya eres miembro? Entrar.

Facebook © 2012 · Español (España) Móvil · Buscar amigos · Insignias · Personas · Páginas · Acerca de · Publicidad · Crear una página · Desarrolladores · Empleo · Privacidad · Condiciones · Servicio de ayuda

Fuente: <http://www.facebook.com/pages/AVENTOURS-ECUADOR/221175094579304>

Autores: Integrantes

Con respecto a las encuestas realizadas pudimos obtener los siguientes resultados:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El 70% de los encuestados no conoce o ha escuchado de la agencia de viajes y de las pocas personas que la conocían tan solo el 18% ha sido mediante la página web y el 7% por las redes sociales.

La búsqueda de la Agencia de Viajes resultó fácil y se sitúa en las primeras páginas del buscador de Google, lo que resulta beneficioso para la empresa y quiere decir que tiene más posibilidades de ser conocida por el usuario.

Con respecto al diseño de la página web concuerda con una Agencia de Viajes, la mayoría de los encuestados considera que el diseño de la página, la distribución, los colores utilizados, las imágenes publicadas, son adecuadas y de buena calidad, lo que nos sugiere que se puede seguir utilizando el formato y colores del sitio web.

El 92% de los encuestados considera que la información se encuentra actualizada por lo que al empatarlo con nuestro análisis se puede decir que las personas que visitan la página web asumen que la información publicada es la adecuada así esta no sea actual, por lo que se debe poner énfasis en la información que se publica en la página web.

En la página web no se encuentra la información en varios idiomas, lo que representa una amenaza para la empresa puesto que se limita el acceso a los usuarios interesados en adquirir un servicio turístico.

La mayoría de encuestados asume que se pueden realizar consultas en línea, acceder a los formularios de inscripción en línea y cotizaciones instantáneas, lo que según nuestro análisis no se pudo realizar del todo, es decir las consultas y el formulario si están implementados en el sitio pero no se pueden realizar las cotizaciones en línea sino más bien hay que inscribirse y solicitar la información y esperar que la consulta llegue al personal para que ésta sea respondida.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Adicional a esta situación la información que se encuentra en la página web no se encuentra actualizada.

Las encuestas coinciden con el análisis realizado ya que no existe un sitio para realizar comentarios u opiniones sobre los viajes realizados por los clientes de la empresa, pues este puede ser un punto positivo ya que si hay buenas recomendaciones pues da seguridad e incentiva a consultar información, caso contrario estamos expuestos a comentarios negativos que pueden alejar y causar inseguridad para otras personas interesadas.

Para el 52% de las personas le resultó difícil encontrar la página social de la Agencia de viajes y al ingresar a ésta encontraron información desactualizada.

Durante la encuesta se les pidió enviaran una consulta mediante el formulario de la página web, para verificar el tiempo de respuesta a una solicitud de las cuales ninguna fue respondida en alrededor de 1 hora.

1.3 Análisis de la capacidad del talento humano en el uso de las TIC's

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son una realidad en nuestra vida cotidiana y mucho más en el turismo, pues según la Organización Mundial de Turismo, OMT, *“el turismo es una de las industrias más grandes a nivel mundial generando millones de empleos y representa una importante contribución al producto interno bruto de muchos países”* (<http://www.monografias.com/trabajos16/industria-turismo/industria-turismo.shtml>).

Dentro de esta industria se encuentran sin duda las agencias de viajes, las cuales se definen como:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios y elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes : como por ejemplo: transportistas servicio de alojamiento con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos, (http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_de_viajes)

Al estar estas empresas dedicadas a prestar servicios, han visto la necesidad de implementar a sus sistemas nuevas tecnologías que faciliten el trabajo y de esta manera ofrecer servicios de calidad

La Agencia de Viajes Aventours como habíamos visto anteriormente, ha adaptado ciertas tecnologías las mismas que le permiten mejorar la calidad del servicio que prestan y optimizar los recursos, sin embargo éstos no han sido aprovechados de manera óptima.

Una de las razones es que el talento humano que trabaja en esta empresa no está capacitado para utilizar y administrar éstas herramientas.

Las personas que trabajan en la Agencia de Viajes, se encargan solamente de enviar los correos de clientes para el envío de e-mails masivos y suministrar la información de paquetes turísticos y promociones existentes para que éstas sean publicadas por el administrador del sitio web y la página social de Facebook.

Esta falta de capacitación ha causado pérdidas para la empresa puesto que dependen del administrador para que cargue la información en la misma y muchas de las veces no se la envía, ésta consecuencia se ha dado también por la falta de conocimiento y certeza de los beneficios que estas herramientas proporcionan a la empresa.



CAPITULO II

Propuesta para el mejoramiento en el uso de las TIC's en la Agencia de Viajes "Aventours"

2.1 Implementación y mejoramiento de las TIC's en la Agencia de Viajes "Aventours"

Luego de analizar el uso de las TIC's en la Agencia de Viajes "Aventours" podemos ver que muchas de las herramientas que éstas utilizan podían ser mejoradas y en otros casos estas deberían ser sustituidas de manera que se pueda aprovechar al máximo los beneficios que éstas ofrecen.

2.1.1 Internet Banda Ancha

En cuanto al uso del internet banda ancha, según el análisis el proveedor de este servicio no presenta grandes problemas en la prestación del mismo, a continuación veremos los planes y promociones que ofrece ETAPA:

Gráfico No. 10

Planes de Internet ETAPA

Op ID	Descripcion Tarifa	Costo	Total Plan
_ 3003	PLAN RESID. WIFI 350/350 Kbps ✓	19,99	22,39
_ 3700	PLAN RESIDENCIAL 1 Mega 8:1	24,99	27,99
_ 3704	PLAN RESID. 2000 KBPS 8:1	46,00	51,52
_ 3710	PLAN RESID. 3000 KBPS 8:1 (PVP	64,00	71,68
_ 3714	PLAN RESID. 3800 KBPS 8:1	78,00	87,36
_ 3796	PLAN RESID. 700 Kbps 8:1	19,99	22,39

Fuente: ETAPA

Autores: Integrantes



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Esta empresa presta su servicio a través de Líneas de abonado digital (DSL): que es la plataforma más frecuente de Banda Ancha en el mundo; permite a los clientes navegar por Internet a mayor velocidad y hablar por teléfono al mismo tiempo, con una misma línea telefónica.

La empresa actualmente cuenta con el plan básico por \$22.39, que aunque no ha presentado grandes inconvenientes, en el caso de que el problema de congestión se dé con mayor frecuencia se puede optar por un plan de \$27.99 que al parecer genera un gasto adicional mensual pero a su vez este permitirá realizar el trabajo en el menor tiempo posible.

2.1.2 Telefonía fija

Antes que nada se debería analizar la posibilidad de cancelar, alquilar o vender una línea telefónica, pues al ser comerciales generan un gasto significativo para la empresa e innecesario puesto que al ser una empresa pequeña, en el que trabaja poco personal pues no justifica el gasto.

Además para reducir los costos por llamadas internacionales, pues éste recurso podría ser sustituido por Skype,

El cual tiene servicios tales como video chat gratuito, llamadas a teléfonos fijos y móviles, llamadas gratuitas entre usuarios de skype, video llamadas grupales, skype manager, buzón de voz, desvío de llamadas, transferencia de llamadas, identificación de llamadas, pantalla compartida, mensajería instantánea, sms, envío de archivos, skype wifi entre otros.

En el caso de la Agencia de Viajes “Aventours” lo más importante es poder realizar llamadas a teléfonos fijos y móviles internacionales, puesto que éstos son muy costosos con la telefonía local, cabe recalcar que la mayoría de empresas internacionales utiliza este servicios por lo que es beneficioso poder realizar llamadas gratuitas a usuarios skype de cualquier lugar del mundo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

A continuación se detallan las tarifas actuales que maneja ETAPA con respecto a la telefonía internacional:

Gráfico No. 11

Tarifas internacionales para teléfonos fijos y públicos ETAPA

EEUU, Canadá, México	\$ 0,12
Pacto Andino (Fijo o Móvil)	\$ 0,25
España (Fijo)	\$ 0,24
España (Móvil)	\$ 0,30
Italia (Fijo)	\$ 0,24
Italia (Móvil)	\$ 0,30
Resto de América (Fijo o Móvil)	\$ 0,28
Resto del Mundo (Fijo o Móvil)	\$ 0,25

Llamada por Operadora (116) tiene recargo del 30% *Costos no incluyen impuesto de ley (12% IVA).

Fuente: http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_telint_tar_pro.aspx

Autores: Integrantes

Skype ofrece planes para empresas, con tarifas económicas entre éstos tenemos:

Paga y habla: en el que se puede realizar llamadas a más de 30 países, con un plan de pago mensual de \$1.09 mensual (\$1.25 cada mes incluido IVA).

Plan Mundo sin límites: con el que se puede realizar llamadas ilimitadas hacia teléfonos fijos y móviles en 40 países del mundo por \$13.99 mensuales.

Gráfico No. 12

Skype: cuadro tarifas a Estados Unidos

Todas las tarifas:	Precio sin IVA:	Precio con IVA:
Estados Unidos	1,9 centavo	2,2 centavos
Estados Unidos - Alaska	4 centavos	4,6 centavos
Estados Unidos - Gratuito	0 centavos	0 centavos
Estados Unidos - Hawái	1,9 centavo	2,2 centavos

Fuente: <http://www.skype.com/intl/es-es/prices/payg-rates/#cc=US>

Autores: Integrantes



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Gráfico No. 13

Skype: cuadro de tarifas México

Todas las tarifas:	Precio sin IVA:	Precio con IVA:
México	8,5 centavos	9,8 centavos
México - Ciudad de México	1,9 centavo	2,2 centavos
México - Guadalajara	2,6 centavos	3 centavos
México - Monterrey	1,9 centavo	2,2 centavos
México - Móvil	26,7 centavos	30,7 centavos

Fuente: <http://www.skype.com/intl/es-es/prices/payg-rates/#cc=MX>

Autores: integrantes

Las llamadas a teléfonos fijos y móviles y las llamadas de Skype To Go* se incluyen en su plan y están sujetas a un límite de uso razonable de 10.000 minutos por usuario al mes, con un máximo de 6 horas por día. Además, solo se puede llamar a un máximo de 50 números diferentes por día. Si su plan incluye más de un país, entonces esta es la cantidad total de minutos permitidos por mes en su cuenta, y no un límite diferente por país. (http://www.skype.com/intl/es/legal/terms/fair_usage/)

Sin embargo adicional a estos planes, se pueden realizar recargas de acuerdo a cómo se realicen las llamadas ó caso contrario éstas pueden ser automáticas las mismas que al tener un saldo mínimo (\$2.00 aproximadamente) se recargan automáticamente el monto escogido, las recargas se realizan con tarjeta de crédito o con una cuenta de PayPal.

En el caso de llamadas nacionales este servicio resulta costoso puesto que las tarifas son más altas que las proporcionadas por ETAPA, según se puede verificar en el gráfico No. 1 del primer capítulo.

Para ello se puede utilizar una herramienta de uso masivo y de comunicación inmediata como Messenger ya que hoy en día la mayoría de personas que posee un correo electrónico ya sea gratuito o con dominio propio puede utilizar este servicio de mensajería instantánea, es una forma de comunicación fácil e inmediata, además se pueden enviar archivos, fotografías, realizar video llamadas, entre otros servicios de forma gratuita.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Sin duda otra de las herramientas que puede ser un sustituto de la telefonía fija es el correo electrónico, el cual lo analizaremos a continuación.

2.1.3 Correo Electrónico

En este caso, pues los correos electrónicos deberían darse a conocer mediante todos los medios que sean posibles como son: firmas, hojas membretadas tanto digitales como impresas, en el sitio web, página social de facebook, es decir en todos los implementos por los que se envía información y se promociona a la agencia de viajes, así mismo las direcciones deberían estar actualizadas siempre y con los datos correctos de la empresa, puesto que se pudo verificar que en algunos programas enviados vía mail éstos incluían direcciones de correo electrónico anteriores.

Este servicio también contribuye al ahorro de los costos ocasionados por el uso de la telefonía fija, puesto que los mails enviados llegan al buzón del usuario y éste lo revisa al momento que ingresa a su correo, no es necesario que el usuario esté conectado todo el tiempo.

Una de las desventajas es que en casos de emergencia puede no existir una comunicación inmediata y la información ser revisada tarde, además en el caso de correos con dominio propio por lo general son desviados a la bandeja de correos no deseados hasta que el usuario agregue esa dirección de e-mail a sus contactos.

2.1.4 Comercio Electrónico

La Agencia de Viajes, para realizar un comercio electrónico seguro, es recomendable crearse una cuenta de PayPal que es un medio que utilizan las empresas y personas para enviar y recibir dinero por Internet.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los beneficios que ofrece a los compradores es que se puede pagar con tarjeta de crédito, débito o cuenta bancaria, comprar con seguridad sin revelar el número de tarjeta de crédito ni la información financiera.

Además si la empresa empezara a vender sus productos mediante su sitio web, tendría beneficios como el aceptar pagos con tarjetas de crédito, débito y cuenta bancaria con bajas comisiones por transacción, se puede incorporar PayPal al sitio Web, obtener acceso a una creciente base de usuarios con millones de compradores en línea activos.

Pues ésta sería una buena alternativa para la empresa ya que como se indicó anteriormente ésta realiza compras en sitios web de diversos proveedores de servicios turísticos y la protección de los datos le permitiría realizar una compra segura y cumplir con los servicios ofertados.

2.1.5 Sitio Web

Según los resultados de la encuesta y el análisis del sitio web de la empresa, para mejorar la misma primero se debe enfocar en el objetivo de la implementación del sitio, es decir si se busca brindar información al usuario de los diferentes destinos turísticos que promociona la agencia de viajes, si busca vender los programas que oferta, realizar reservas o consultas mediante éste.

Sin duda, con la implementación de un sitio web se llega a mayor número de mercado por lo que éste se debe enfocar en el usuario, es decir presentar información específica y actualizada, de manera que éste reciba y acepte esa información y satisfaga la necesidad de búsqueda, hacer que sea un sitio de fácil navegación, que sea simple y directo, que no cause confusiones, pues así más gente lo podrá utilizar.

Aprovechar la implementación de los íconos de manera que conduzcan a una información relacionada con los mismos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cerciorarse de las promociones y del contenido que desea cargar en la página antes de hacerlo, coordinar con el personal que trabaja en la agencia.

Implementar un contador de visitas y prestar atención al tráfico del sitio observando lo que hacen los visitantes, verificar cuáles son las páginas más visitadas, el tiempo de navegación, el tiempo en que abandonan el sitio, pues de cierta forma nos ayudaría a verificar que es lo que de verdad interesa a los visitantes.

Enviar mails a la lista de distribución para estar en contacto con los clientes, enviar promociones por temporada, de aerolíneas, envío de noticias importantes que pueden interesar a los turistas.

Acelerar el tiempo de acceso, mediante la carga de fotografías óptimas pero no muy pesadas.

La información del sitio web debe ser implementada en varios idiomas, mínimo inglés y español, esta sería una de las formas por las que se puede llegar al mercado internacional.

Evitar la redundancia en el contenido, se puede incluir una página con la información del contacto de la agencia y los mismos datos al pie de página o caso contrario incluir esta información en un espacio en cada página pues ya no sería necesaria la página adicional ya que ésta se podría aprovechar para publicar otra información relevante.

Se recomienda colocar links al pie de página con los menús del sitio web, puesto que la página no se ajusta al ancho de la pantalla del monitor y resulta incómodo llegar al final de la página y regresar cada vez con el cursor para ingresar a otro dato.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Se pudo observar que en el sitio web hay promociones o publicaciones de diversos destinos y para acceder a la información hay un link que le permite descargar un archivo en Word, pues sería mejor si se incluye un link que conduzca directamente a la descripción del programa o promoción en lugar de descargar un archivo, puesto que esto hace que el usuario pierda tiempo, además esto depende del servidor de internet y en muchos casos puede ser que los usuarios no descarguen el archivo y a la final no puedan acceder a la información ni satisfacer su necesidad de búsqueda.

2.1.6 Página social “Facebook”

La red social Facebook permite que la empresa que desea formar parte de la plataforma pueda realizar diferentes acciones en beneficio de la misma.

En esta página social se puede realizar las siguientes acciones de forma gratuita:

Conectar el sitio web en Facebook: ésta herramienta nos brinda la posibilidad de conectar un sitio web en la plataforma permitiéndonos de esta manera interactuar con los usuarios, de las siguientes formas:

- Insignia o página Facebook, mediante éste la empresa puede publicar en su sitio web la insignia de facebook, inclusive los últimos comentarios que se han realizado.
- Botón compartir, mediante éste botón se puede compartir a los usuarios de facebook la página web de la empresa y adicionalmente cualquier tipo de información y promociones.

Publicación de comentarios ésta herramienta integra la capacidad de escribir comentarios del contenido tanto en el sitio web como publicar comentarios en el muro de Facebook.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Análisis de estadísticas ésta herramienta permite al administrador de la página social creada para una empresa, verificar las estadísticas en cuanto a la cantidad de usuarios que les gusta esta página, así como verificar la cantidad de usuarios que la han visitado, éstas estadísticas se pueden verificar ya sea por día, mes ó año.

La Agencia de Viajes Aventours debe verificar la información que registra en la red, que ésta esté actualizada y acorde al sitio web, ya que se propone éstos estén relacionados.

El objetivo es promocionarse hacia nuevos mercados por medio de éstos medios de comunicación gratuitos.

2.2 Adecuación de un sistema para el registro de la base de datos de clientes.

Para obtener una base de datos se propone implementar el sistema de control e integración de la empresa, SIS21, el mismo es un programa dinámico que se ajusta a las necesidades de las diversas empresas.

El sistema corresponde a un tipo de módulo, ventas y cuentas por cobrar los cuales según los requerimientos de la empresa serán fusionados, el sistema administrativo completo de Ventas, posee los sub.-módulos de: facturación, ventas, clientes, vendedor, cartera de clientes, cuentas por cobrar, reportes, artículos, recibos de caja.

El entorno es absolutamente intuitivo de tal forma que su manejo es sumamente sencillo, posee un control para niveles de usuario y la posibilidad de crear una ilimitada cantidad de sucursales y usuarios entre otras funciones como son: acceso simultáneo desde diferentes PC's hacia la base de datos, reportes completos, facturas con numeración secuencial configurable con



UNIVERSIDAD DE CUENCA

prefijos, módulo de cuentas por cobrar, búsquedas detalladas de clientes, eliminación y edición de clientes.

El precio acordado para la implementación del sistema para la Agencia de Viajes “Aventours” es de US \$225.00, los mismos que pueden ser cancelados de varias formas previo acuerdo con el Gerente.

El plazo de entrega de la Tecnología a implementar será indicado oficialmente y por escrito por parte de la **Consultora en Tecnologías de la Información y Comunicación, CTIC**, luego de realizado el análisis y recopilación exhaustiva de los requerimientos de cada uno de los departamentos, el cual tendrá una duración de una semana contando desde la fecha de firma del contrato.

CTIC, se responsabiliza por el funcionamiento técnico de los sistemas, comprometiéndose a dar la asistencia a satisfacer al cliente como parte de la garantía.

Uno de los principales beneficios es la obtención de un servicio de mantenimiento Avanzado-Online, se beneficiará de una asistencia rápida y eficaz que le permitirá rentabilizar al máximo el tiempo, con la tranquilidad que da el tener su aplicación permanentemente actualizada.

2.3 Programas de capacitación en el empleo de las TIC’s para la Agencia Aventours

La capacitación del talento humano, es una herramienta indispensable en una empresa, ya que permite mejorar la eficiencia en las actividades que se realizan a diario, a su vez ayuda a que la empresa se vaya adaptando a las exigencias de los nuevos mercados, además es una oportunidad de adquirir mayores conocimientos, aptitudes y habilidades que le permiten desempeñarse con éxito en determinadas funciones.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En la actualidad, para trabajar en una empresa se necesita tener conocimientos acorde a los avances tecnológicos, a más de los conocimientos básicos como son manejo de sistemas de reservas, idiomas, conocimientos en el área turística, informática básica, etc.

Es por esta razón que se propone realizar un programa de capacitación al personal en el que se incluya el uso de las TIC's en el cual deberá constar entre otros los siguientes puntos:

- Conocimiento de las características de la demanda
- Formación de los agentes de viajes.
- Control y seguimiento del producto vendido
- Diferenciación del producto

En el caso del sitio web, se recomienda aprovechar el contrato realizado con el diseñador del sitio web, el cual incluye un programa de capacitación para administrar el mismo.

Se puede también aprovechar las capacitaciones que se dan en la Cámara de Comercio, existen cursos de una semana y por precios que van desde los \$20.00 por inscripción, no es necesario que sean miembros, pues esto difiere solamente en el costo, o caso contrario solicitar proformas a personas especializadas para que se brinde capacitación en el manejo y aprovechamiento de las TIC's.

Existen programas o cursos de capacitación que brinda Innpulsar en los que se podría inscribir o de la misma manera solicitar proformas para que se brinde capacitación en las áreas específicas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONCLUSIONES

El proveedor de internet presenta ciertas falencias en su servicio, las mismas que causan pérdida de tiempo y trabajo.

El uso del teléfono representa un gasto significativo, al poseer tres líneas comerciales en una empresa pequeña es un gasto innecesario.

El cambio de correos electrónicos, ha hecho que la empresa pierda muchos contactos e información de proveedores.

El comercio electrónico es un beneficio más para la empresa, pues trabajar de forma directa con operadores internacionales genera mayor beneficio económico para la Agencia de Viajes.

El sitio web se encuentra bien estructurado, cumple con el objetivo de promocionar los paquetes turísticos a varios destinos, pero la información no se encuentra actualizada, hay cierta redundancia en el contenido que se encuentra publicado, existen enlaces y links que no sirven es decir que no dirigen a donde deberían, además el hecho de que el tamaño de la página sea largo y no se adecúe al ancho de una pantalla, hace que el usuario tenga que utilizar el ratón para llegar al final de la página y al inicio de la página nuevamente.

La Agencia de Viajes Aventours, al ser miembro de una red social le falta actualizar su información, ya que éstas redes trabajan más con constantes publicaciones en su muro, lo que permite que las personas interesadas visiten su perfil y puedan contactarse con la empresa.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La agencia de viajes ha implementado las TIC's, pero éstas no son aprovechadas como se debería, por falta de conocimiento o capacitación del talento humano no se actualiza la información, no se atienden los requerimientos que solicitan, entre otras cosas no se aprovechan los beneficios que éstas herramientas proporcionan.

La empresa no registra una base de datos, por lo que su base la obtiene de empresas de marketing que venden bases de datos o las obtienen de correos enviados por otros usuarios, lo que causa pérdida de tiempo al momento de buscar un contacto de un cliente específico.

Hoy en día, existen un sinnúmero de agencias de viajes en la ciudad de Cuenca, es decir cada vez se tiene mayor competencia, cada una de ellas ha ido mejorando la prestación de sus servicios, se ha actualizado en las nuevas tecnologías y el personal se encuentra altamente calificado para ofrecer sus servicios.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RECOMENDACIONES

Se recomienda solicitar al proveedor de internet un crédito por los días en los que no hubo servicio, ésta es una buena forma de exigir servicio cuando no lo hay.

Se recomienda utilizar dos líneas telefónicas como máximo, así como usar menos éste servicio y utilizar más las TIC´s.

Las direcciones de correos electrónicos deben estar presentes tanto en la información que envían a los clientes como a los mayoristas, para que cuando envíen o soliciten información esta no sea transmitida a correos obsoletos.

Para realizar comercio electrónico seguro se recomienda crear una cuenta de PayPal para la empresa, de esta forma se previenen los robos electrónicos y se protegen los datos personales y de las tarjetas de crédito.

Se recomienda actualizar la información publicada en el sitio web, aprovechar los espacios dentro de la misma con información o gráficos que la hagan interesante y atractiva, incluir al pie de página un menú que le permita regresar al inicio de la página de forma rápida, adecuar funciones que se puedan atender como por ejemplo chat online si no se puede permanecer conectado las 24 horas al día especificar horarios de atención, evitar la descarga de archivos e incluir la información en la página web mediante links de manera que a medida que cuando el usuario ingresa en éstos se dirija y encuentre solamente la información que a él le interesa.

Para incentivar al registro e ingreso al sitio web se pueden ofrecer promociones específicas como descuentos en paquetes turísticos a diferentes destinos, por límites de tiempo, es una manera de llegar a la mayor cantidad de usuarios.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La página social facebook debería ser un complemento de la página web, se recomienda utilizarla sobre todo para enviar promociones instantáneas y compartirla sobre todo con jóvenes y estudiantes para promocionar giras y salidas grupales.

Se recomienda registrarse en Twitter para enviar promociones instantáneas así como recomendaciones de viaje o noticias relevantes y útiles para los turistas, pues el beneficio de éste es que se puede acceder a la información con menos restricciones.

Se recomienda solicitar asistencia al administrador del sitio web, para que les brinde una capacitación con pautas que le permitan mantener la página con información actualizada y utilizar éstas herramientas tecnológicas de manera adecuada y que ésta sea la carta de presentación de la agencia de viajes.

Es recomendable analizar el servicio prestado a los clientes y/o turistas, por lo que se podría utilizar una herramienta tecnológica como "Google docs", mediante el cual se podría enviar encuestas de satisfacción vía e-mail, que permitan a la agencia evaluar los servicios que prestan.

Se recomienda adquirir un sistema que le permita registrar y administrar una base de datos, además de que cumpla con otras funciones tales como facturación, emisión de comprobantes de ingreso y egresos, que le permita obtener reportes de ventas, cuentas por cobrar y pagar, entre otras que le permita ahorrar el tiempo en la búsqueda de datos de los clientes así como en la elaboración de facturas de forma manual.

La capacitación al personal a más de incluir temas sobre el uso y aplicación de las TIC's en las empresas, se debería incluir temas sobre la atención al cliente, éstos sin duda ayudaría a calificar la calidad del servicio que se oferta, la atención brindada por parte del personal y se debería realizar un seguimiento



UNIVERSIDAD DE CUENCA

luego de la compra con el objeto de conseguir la fidelidad del cliente con la empresa.

Se recomienda realizar encuestas vía electrónica por medio de formularios o encuestas específicos, los cuales luego del análisis se podría enfocar en los puntos débiles para brindar una capacitación adecuada que permita mejorar la calidad del servicio.



BIBLIOGRAFIA

Fuentes consultadas con autor:

Aupa, Tux. *Manual de Facebook: Facebook para Empresas. ¿Son las redes sociales útiles para la empresa?*. Internet. <http://www.imh.es/sarea/aupa-tux-es/manual-de-facebook-facebook-para-empresas-son-las-redes-sociales-utiles-para-la-empresa/>. Acceso: 25 enero 2011.

Caro, Encalada Manuel, Raúl Vela Sosa y Carlos Leyva Morales. *Tecnologías de la información y comunicación y competitividad administrativa de agencias de viajes minoristas en Mérida, Yucatán*. Internet. http://www.unagaliciamoderna.com/eawp/coldata/upload/agencias_viajes_minoristas_yucatan.pdf. Acceso: 29 diciembre 2011.

Chiroga Parra, Darío. *El papel de las Tics en la Nueva Economía*. Internet. http://sisav.valledelcauca.gov.co/TURISMO_RURAL/PapeldelasTIC.pdf. Acceso: 12 diciembre 2011.

Hernández, Martha. *Las tecnologías de la información en la industria del Turismo*. Internet. <http://www.monografias.com/trabajos16/industria-turismo/industria-turismo.shtml>. Acceso: 25 enero 2011.

Méndez, Lucía. "World Wide Web, Tics aplicadas al turismo". *Sitios web para el sector turístico*. Curso de graduación. Archivo pdf.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Mendoza Salazar, Franklin. *Página Web de investigación científica de la UNAN-CURCHONTALES, I semestre año 2007*. Internet. http://www.unan.edu.ni/dir_invest/web_judc/cur_chontales/Computacion/pag_web_comp5.pdf. Acceso: 12 diciembre 2011

Ramírez, Gissela. *Sector Tics en el Ecuador*. Internet. <http://www.slideshare.net/gisse878/tic-ecuador-5293301>. Acceso: 20 diciembre 2011.

Fuentes consultadas sin autor:

“Ad Planner Marketing”. *Facebook número 1 en visitas a nivel mundial*. Internet. <https://www.google.com/adplanner/?pli=1&hl=es>. Acceso: 15 diciembre 2011.

“Definiciones ABC”. *Definiciones de Banda Ancha*. Internet. <http://www.definicionabc.com/tecnologia/banda-ancha.php>. Acceso: 12 de diciembre 2011.

“Enciclopedia Electrónica Wikipedia”. *Agencia de Viajes*. Internet. http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_de_viajes. Acceso: 7 enero 2011.

“Enciclopedia Electrónica Wikipedia”. *Comercio Electrónico*. Internet. http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico. Acceso: 12 diciembre 2011.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Enciclopedia Electrónica Wikipedia”. *Correo Electrónico*. Internet. http://es.wikipedia.org/wiki/Correo_electr%C3%B3nico. Acceso: 12 diciembre 2011.

“Enciclopedia Electrónica Wikipedia”. *El Internet*. Internet. <http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>. Acceso: 12 diciembre 2011.

“Enciclopedia Electrónica Wikipedia”. *Página Web*. Internet. http://es.wikipedia.org/wiki/Pagina_web. Acceso: 9 enero 2012.

“ETAPA”. *Banda Ancha ETAPA*. Internet. http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_bananc_inf.aspx. Acceso: 27 enero 2012.

“ETAPA”. *Nuevas tarifas desde la comodidad de tu hogar*. Internet. http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_telint_nue_tar.aspx. Acceso: 27 enero 2012.

“ETAPA”. *Tarifas y promociones*. Internet. http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_telfij_tar_pro.aspx. Acceso: 27 enero 2012.

“ETAPA”. *Telecomunicaciones, telefonía fija, definición y funcionamiento del servicio telefónico fijo*. Internet. http://www.etapa.net.ec/Telecomunicaciones/tel_telfij_des.aspx. Acceso: 29 enero 2012.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Skype”. *Política relativa al uso razonable.* Internet. http://www.skype.com/intl/es/legal/terms/fair_usage/. Acceso: 9 Enero 2011.

“Skype”. *Tarifas que pagas a medida que hablas.* Internet. <http://www.skype.com/intl/es-es/prices/payg-rates/#cc=US>. Acceso: 9 Enero 2011.

“Skype”. *Tarifas que pagas a medida que hablas.* Internet. <http://www.skype.com/intl/es-es/prices/payg-rates/#cc=MX>. Acceso: 9 Enero 2011.

“Sociedad de la Información y la Comunicación”. *Sistemas de Información y Comunicación (Tics).* Internet. <http://blogs.utpl.edu.ec/sociedadde la informacion2008/files/2008/08/presentacion.ppt>. Acceso: 12 diciembre 2011.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 1

FICHA DE OBSERVACION

EMPRESA

Agencia de Viajes Aventours

AREA

TIC's

GRADO DE DESARROLLO / FRECUENCIA			
SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
4	3	2	1
SITIO WEB: ADMINISTRACIÓN Y DISEÑO			
Actividad			Calificación
1. La información que se encuentra en la página web es la adecuada?			
2. La información que se encuentra en la página web esta actualizada?			
3. La información se encuentra redactada correctamente?			
4. La ortografía está correcta?			
5. El tamaño de la letra que utiliza es el adecuado?			
6. Los colores utilizados en la fuente y fondo de la página son sobrios?			
7. La información está disponible en varios idiomas			
SITIO WEB: FACILIDADES DE INFORMACION DE LA PAGINA			
Actividad			Calificación
1. La distribución de la página web facilita su uso?			
2. La velocidad de la página web es satisfactoria?			
3. La página web cuenta con banners publicitarios de otros sitios?			
4. La página web cuenta con enlaces a otras páginas relacionadas con la actividad turística?			
5. Se puede acceder a la página web desde cualquier buscador web			
6. La página web cuenta con herramientas de ayuda para facilitar la visita a los usuarios			
7. Se pueden realizar reservas en línea			
8. Se pueden realizar subscripciones para los usuarios interesados			
9. Se pueden realizar consultas en línea			
10. Todos los links que tiene la página web funcionan			
PAGINA SOCIAL FACEBOOK			
Actividad			Calificacion
Se puede acceder fácilmente a la página social de facebook			
La información se encuentra actualizada			
la información concuerda con la de la página web			
Se encuentra información relevante como promociones, ofertas, etc			
La página social está enlazada con el sitio web			



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 2

MODELO ENCUESTA

Análisis y mejoramiento de las Tic's en la Agencia de Viajes "Aventours"

Fecha: _____ **Encuestadores:** Cristina Morocho / Fernanda Uyaguari

E-mail: _____

Estimados Sres. /Srtas. estudiantes solicitamos a Uds. de la manera más comedida se sirvan responder las siguientes preguntas, las cuales nos servirán para analizar los medios de publicidad de la agencia de viajes Aventours y realizar una propuesta para mejorar los mismos, agradecemos de antemano su colaboración

INSTRUCCIONES PARA RESPONDER LA ENCUESTA:

1. Por favor ingresar palabras clave en el buscador de Google para encontrar la página web y de Facebook y la página de facebook "Aventours" o pueden ingresar directamente a www.aventoursecuador.com y Aventours respectivamente, si resulta difícil su búsqueda.
2. Por favor diríjase a la pregunta # 27, realice la consulta antes de continuar y responda al finalizar la encuesta..
3. Analice la página web y de facebook tomando en cuenta los siguientes aspectos:
 - Presentación de la empresa, información de contacto.
 - Diseño, colores, fondo, tamaño y letra utilizada.
 - Contenido, información, calidad de imágenes, links, formularios implementados, redacción, ortografía
 - Organización y distribución de la información, gráficos, banners, publicidad.
 - Promociones y paquetes turísticos implementados

PÁGINA WEB

1. ¿Ha escuchado antes de la agencia de viajes Aventours?

SI ___ NO___

2. ¿En qué medio ha visto y/o escuchado acerca de la agencia de viajes?

Página web___ Redes sociales___ Correo electrónico___ radio___
Televisión___ prensa escrita___ otros_____

3. ¿Al realizar la búsqueda resultó fácil la búsqueda de la página web de la Agencia de Viajes?

SI ___ NO___



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4. ¿La página web aparece en una de las primeras páginas del buscador de Google?

SI ___ NO___

5. ¿Luego de ingresar a la página web, cree Ud. que la presentación es la adecuada para una Agencia de Viajes?

SI ___ NO___

6. ¿La distribución del contenido y gráficos implementados en la página web facilita su uso?

SI ___ NO___

7. Los colores en la fuente y fondo utilizados en la página causan un impacto visual

Positivo___ Negativo___

8. ¿Las imágenes utilizadas están acorde con la información publicada?

SI ___ NO___

9. ¿Las imágenes utilizadas tienen el tamaño adecuado y se cargan fácilmente?

SI ___ NO___

10. Las imágenes y banners publicitarios tienen una calidad...

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

11. ¿La información publicada tiene una ortografía correcta, es clara y fácil de entender?

SI ___ NO___

12. ¿La información publicada se encuentra actualizada?

SI ___ NO___

13. ¿La información publicada está disponible en varios idiomas?

SI ___ NO___

14. ¿Existe un link/botón de ayuda para la fácil navegación en la página web?

SI ___ NO___

15. ¿Existe un mapa del sitio que proporcione información sobre el contenido de la página?

SI ___ NO___

16. ¿Se pueden realizar consultas en línea?

SI ___ NO___

17. ¿Existe un formulario de inscripción en línea?

SI ___ NO___



UNIVERSIDAD DE CUENCA

18. ¿Se pueden realizar cotizaciones al instante?

SI ___ NO___

19. ¿Existe un espacio para el usuario donde se puedan hacer comentarios/opiniones acerca de la página o de los servicios adquiridos en la empresa?

SI ___ NO___

20. ¿Los links y pestañas implementados en la página web funcionan correctamente?

SI ___ NO___

21. Existe información de la agencia de viajes tales como:

Misión:	SI___	NO___	Visión:	SI___	NO___
Dirección:	SI___	NO___	Teléfonos:	SI___	NO___
Skype:	SI___	NO___	MSN:	SI___	NO___
Correos Electrónicos:	SI___	NO___			

22. ¿Existe información acerca de los servicios y productos turísticos que ofrece la agencia?

SI ___ NO___

23. ¿Existe información sobre las políticas que maneja la empresa con respecto a los servicios que ofrece (reservas, cancelaciones, etc.)?

SI ___ NO___

24. ¿Califique la página web de acuerdo a todos los criterios antes consultados?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

Red Social Facebook

25. ¿Fue fácil encontrar la página social de la Agencia de Viajes Aventours?

SI ___ NO___

26. ¿Las últimas actualizaciones en la página social hace cuanto tiempo han sido realizadas?

Hoy___ Hace una semana___ Hace un mes___ Hace 6 meses___
Otro___

27. ¿Por favor realice una consulta y responda si su solicitud ha sido atendida inmediatamente o hasta finalizar la encuesta?



UNIVERSIDAD DE CUENCA

28. ¿La información y fotografías publicadas ayudan a la promoción de la agencia de viajes Aventours?

SI ___ NO__

29. ¿Existe un link que le dirija hacia la página web de la agencia de viajes?

SI ___ NO__

30. ¿La información de contacto de la agencia de viajes concuerda con la publicada en la página web?

SI ___ NO__

31. ¿Realizaría alguna consulta o compra en uno de estos medios implementados para la agencia de viajes Aventours?

SI ___ NO__

32. ¿Le gustaría recibir información sobre promociones y ofertas de paquetes turísticos que ofrece la Agencia de Viajes?

SI ___ NO__

33. ¿Califique la página social de la Agencia de Viajes Aventours?

Excelente__ Buena__ Regular__ Mala__

Fin de la encuesta. Gracias por su colaboración!!!

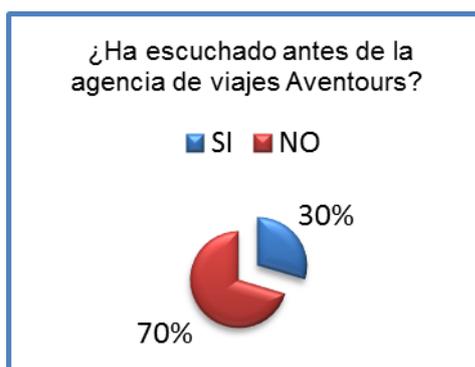


UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 3

TABULACIÓN Y RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Pregunta No. 1



El 70% de los encuestados no ha escuchado antes de la Agencia de Viajes Aventours, mientras que el 30% tiene conocimiento de su existencia.

Pregunta No. 2



De las personas que conocen de la existencia de la Agencia de Viajes tan solo el 18% ha sido mediante la página web y el 7% por las redes sociales.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 3

¿Al realizar la búsqueda le resultó fácil encontrar la página web de la agencia de viajes?



Para el 78% de los encuestados fue fácil encontrar la página web de la Agencia de Viajes en el buscador de Google.

Pregunta No. 4

¿La página web aparece en una de las primeras páginas del buscador de Google?



De igual manera el 64% de los encuestados encontraron la página web de la agencia en una de las primeras páginas del buscador Google lo que resulta beneficioso para la empresa.

Pregunta No. 5

¿Luego de ingresar a la página web cree ud que la presentación es la adecuada para una agencia de viajes?



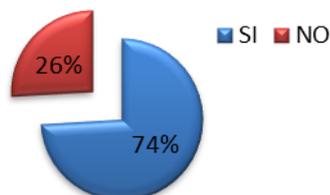
El 74% de los encuestados considera que la página web actual es adecuada para la Agencia de viajes, lo que nos permitirá solamente realizar los cambios adecuados para su mejoramiento.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 6

¿La distribución del contenido y gráficos implementados en la página web, facilita su uso?



De igual manera el 74% considera que la distribución de la página web es fácil de usarla.

Pregunta No. 7

Los colores en la fuente y fondo utilizados en la página web causan un impacto visual

■ POSITIVO ■ NEGATIVO



Para el 70% de los encuestados los colores utilizados no causan un impacto visual negativo por lo que se podrían seguir utilizando los mismos colores dentro de la página web.

Pregunta No. 8

¿Las imágenes utilizadas están acorde con la información publicada?

■ SI ■ NO





UNIVERSIDAD DE CUENCA

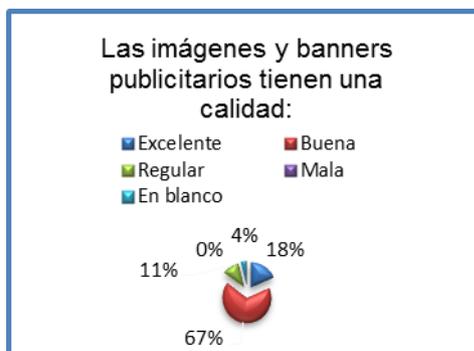
Para el 93% de los encuestados las imágenes están acorde a la información publicada, lo que nos sugiere revisar minuciosamente el contenido e imágenes con el fin de corregir estos detalles en su totalidad.

Pregunta No. 9



Para el 74% de los encuestados les parece adecuadas las imágenes utilizadas y son fáciles de cargar lo que nos sugiere revisar el tamaño de los archivos de manera que no impida su carga rápida y sin aminorar la calidad de la misma.

Pregunta No. 10



El 67% considera que las imágenes y banners publicitarios son de buena calidad y tan solo el 18% que son excelentes, por lo que se debe realizar un análisis de las mismas para determinar sus falencias.

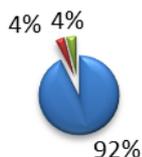


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 11

¿La información publicada tiene una ortografía correcta, es clara y fácil de entender?

■ SI ■ NO ■ EN BLANCO



El 92% de los encuestados considera que la ortografía es correcta y la información es clara y fácil de entender.

Pregunta No. 12

¿La información publicada se encuentra actualizada?

■ SI ■ NO ■

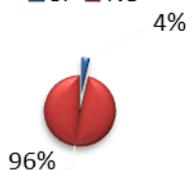


El 92% de los encuestados considera que la información se encuentra actualizada por lo que al empararlo con nuestro análisis se puede decir que las personas que visitan la página web asumen que la información publicada es la adecuada así esta no sea actual, por lo que se debe poner énfasis en la información que se publica en la página web.

Pregunta No. 13

¿La información publicada está disponible en varios idiomas?

■ SI ■ NO





UNIVERSIDAD DE CUENCA

En la página web no se encuentra la información en varios idiomas, lo que representa una amenaza para la empresa puesto que se limita el acceso a los usuarios interesados en adquirir un servicio turístico.

Pregunta No. 14

¿Existe un link/botón de ayuda para la fácil navegación en la página web?

■ SI ■ NO



Para el 63% existe un botón de ayuda que facilita la navegación dentro de la página web.

Pregunta No. 15

¿Existe un mapa del sitio que proporcione una información sobre el contenido de la página?

■ SI ■ NO



El 67% pudo encontrar un mapa del sitio que proporcione la información sobre el contenido de la página web.

Pregunta No. 16

¿Se puede realizar consultas en línea?

■ SI ■ NO



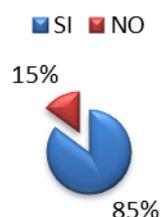


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para el 81% de las personas encuestadas si se pueden realizar consultas en línea, mientras que el 19% cree que esto no es posible.

Pregunta No. 17

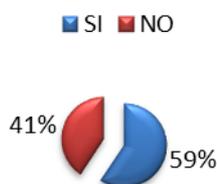
¿Existe un formulario de inscripción en línea?



El 85% de los encuestados pudo acceder al formulario de inscripción en línea mientras que para el 15% le resultó un tanto difícil.

Pregunta No. 18

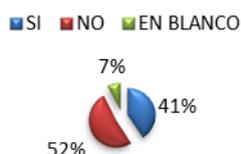
¿Se pueden realizar cotizaciones al instante?



Tan solo el 59% considera que se pueden realizar cotizaciones al instante mientras que para el 41% no es posible.

Pregunta No. 19

¿Existe un espacio para el usuario donde se puedan hacer comentarios / opiniones acerca de la página o de los servicios adquiridos en la empresa?



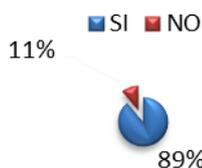
Para el 52% de las personas encuestadas no existe un espacio donde se puedan hacer comentarios u opiniones sobre los servicios adquiridos en la empresa.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 20

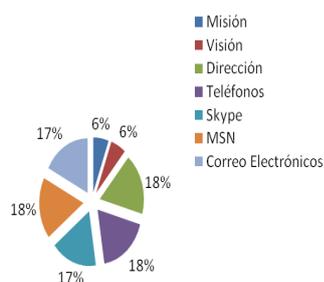
¿Los links y pestañas implementados en la página web funcionan correctamente?



El 89% de las personas pudieron acceder a todos los links implementados en la página web, mientras que el 11% tuvo problemas en el acceso.

Pregunta No. 21

Existe información de la agencia tales como:



La información encontrada en la página web en su mayoría fue dirección, teléfonos, MSN con un 18%, correos electrónicos y skype con un 17%, mientras que la misión y visión solamente con un 6%.

Pregunta No. 22

¿Existe información acerca de los servicios y productos turísticos que ofrece la Agencia?



El 89% de las personas considera que la Agencia informa sobre los productos y servicios que ofrece.

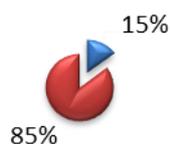


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 23

¿Existe información sobre las políticas que maneja la empresa con respecto a los servicios que ofrece (reservas, cancelaciones, etc)?

■ SI ■ NO



El 85% de los encuestados considera que existen políticas acerca de los servicios que la empresa ofrece.

Pregunta No. 24

Califique la página web de acuerdo a todos los criterios antes consultados

■ Excelente ■ Buena ■ Regular



Para el 48% de las personas la página web de la empresa le parece buena, para el 4% le resulta excelente mientras que para el 48% la califica como regular.

Página Social Facebook

Pregunta No. 25

¿Fue fácil encontrar la página social de la Agencia de Viajes Aventours?

■ SI ■ NO



Para el 52% de las personas le resultó difícil encontrar la página social de la Agencia de viajes.



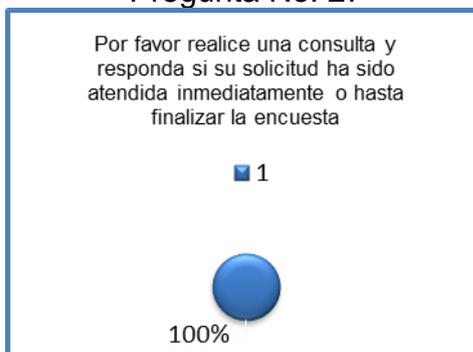
UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 26



Para el 31% de las personas encuestadas la red social no estuvo actualizada, mientras que el 8% considera que la información ingresada si la estuvo.

Pregunta No. 27



No se respondió ninguna consulta mientras se realizó la encuesta.

Pregunta No. 28

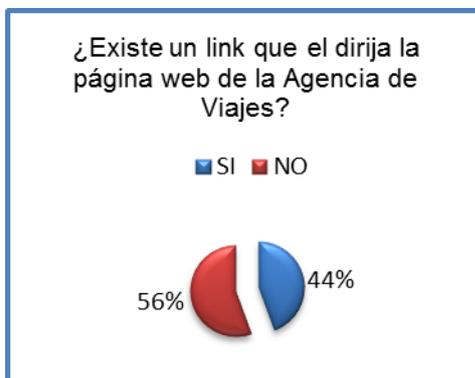


El 70% de las personas encuestadas considera que la información publicada si contribuye a la promoción de la agencia de viajes.



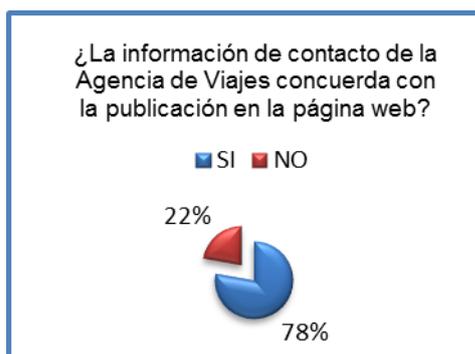
UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 29



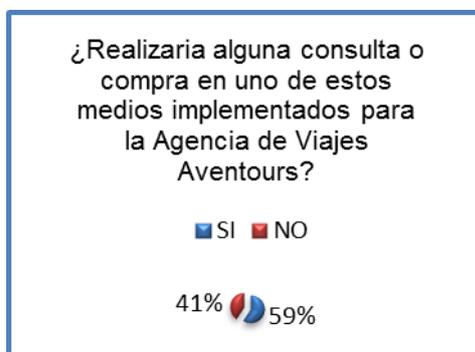
El 56% de las personas encuestadas no encontró un link que le dirija a la página web de la agencia de viajes.

Pregunta No. 30



Para el 78% de los encuestados la información publicada en la red social concuerda con la información publicada en la página web.

Pregunta No. 31



El 59% de las personas encuestadas sí realizaría consultas o compras por estos medios tecnológicos, mientras que el 41% no lo realizaría.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pregunta No. 32

¿Le gustaría recibir información sobre promociones y ofertas de paquetes turísticos que ofrece la Agencia de Viajes?

■ SI ■ NO



El 59% sí se suscribiría a la página web para recibir información y promociones de paquetes turísticos que ofrece la Agencia de Viajes, mientras que el 41% no estaría interesado.

Pregunta No. 33

Califique la página web social de la Agencia de Viajes Aventours



El 63% califica a la red social como buena, el 30% la considera regular y el 7% mala.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 4

ANÁLISIS FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Experiencia talento humano - Operadores directos - Publicidad medios comunicación por temporadas - Fidelidad clientes 	<ul style="list-style-type: none"> - TIC´s - Sitio Web - Acceder mercado extranjero - Auspicios - Listas de distribución 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación en el uso de las TIC´s - Actualización información en la página web - No se pueden realizar reservas en línea - Demora en respuestas a consultas - Segmentación de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Agencias de Viajes online - Sitios web de la competencia accesibles al usuario con reservas y pagos en línea - Agencias posicionadas - Falta de confianza en los sitios web