

**UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA DE
SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA**

VICERRECTORADO

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA



**DISEÑO DEL PROTOTIPO DE LA APLICACIÓN MÓVIL
GRATUITA: “PLANTOUR” PARA PROMOCIONAR LA RIQUEZA
TURÍSTICA PATRIMONIAL DE SUCRE**

**TRABAJO EN OPCIÓN A DIPLOMADO EN DISEÑO GRÁFICO
DIGITAL Y MULTIMEDIA**

CLAUDIA MELINA SOSSA TORREZ

Sucre – Bolivia

2024

CESIÓN DE DERECHOS

Al presentar este trabajo como requisito previo a la obtención del Diploma en Diseño Gráfico Digital y Multimedia de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al Centro de Estudios de Posgrado e Investigación o a la Biblioteca de la Universidad, para que se haga de este trabajo un documento disponible para su lectura, según normas de la Universidad.

También cedo a la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, los derechos de publicación de este trabajo o parte de él, manteniendo mis derechos de autor hasta un periodo de 30 meses posterior a su aprobación.

Claudia Melina Sossa Torrez

Sucre, abril de 2024

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis hijos Dylan Yahir y Ayleen Isabella por ser el motor de mi vida, mi ilusión, mi esperanza y mis grandes amores.

A mi querida madre por siempre impulsarme a ser mejor, por ser el pilar fundamental de todo lo que hoy represento.

EN MEMORIA

A mi amado padre en el cielo, gracias por ser mi inspiración eterna, agradezco profundamente todas las lecciones que me enseñaste y por alentarme a nunca rendirme.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haber iluminado mi camino y fortalecerme física y espiritualmente, por brindarme valor para vencer los momentos más difíciles de mi vida.

Agradezco a mi familia por su paciencia, comprensión y gran amor.

Agradezco a la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca por abrirme las puertas y brindarme conocimientos para poder formarme como un profesional más competente.

RESUMEN

“En la era de la información e inmediatez en la que nos encontramos las organizaciones dependen en gran medida de las aplicaciones tecnológicas para llevar a cabo tareas cotidianas como enviar mails, revisar estados de cuentas, recibir y enviar informes entre otras actividades que en la actualidad son realizadas a través de aplicaciones para dispositivos móviles” (Puetate & Ibarra, 2020). En la actualidad el uso de aplicaciones móviles es cada vez mayor en todo el mundo, una de áreas que se revolucionaron con el uso de estas aplicaciones es el área turística debido a la facilidad de acceso y consulta de lugares turísticos, gracias a los recursos de los dispositivos móviles como la geolocalización, ya que las diferentes aplicaciones son una potencial vía de comunicación con los usuarios.

El propósito del presente proyecto es la implementación de una herramienta tecnológica que sirva como una guía turística y pueda ser implementada en plataformas de dispositivos móviles, esta permitirá tener información actualizada de todos los lugares turísticos de la ciudad de Sucre para brindar información única y precisa a las personas que visiten la ciudad, Dicha información se mostrara de manera dinámica e interactiva para el usuario. La geolocalización dará al usuario una referencia de donde está el punto de interés, tomando en cuenta la posición en la que se encuentra en ese momento. Con esta aplicación el visitante no requerirá ayuda alguna de otras personas para poder visitar el lugar de su interés.

Índice

1.1.1	Tipo y enfoque de investigación	6
1.1.2	Métodos	6
1.1.3	Técnicas e Instrumentos.....	7
II.	CAPITULO I	8
■	Marco Conceptual	8
2.1.1	Aplicación móvil	8
2.1.2	Apps gratuitas.....	9
2.1.3	Diseño de aplicaciones móviles.....	9
2.1.4	Principios de Diseño UI y UX.....	12
2.1.5	Prototipado.....	14
2.1.6	Experiencia del usuario (UX)	16
2.1.7	Diseño Centrado en el Usuario (UCD)	17
2.1.8	Turismo.....	20
■	Marco Teórico	23
2.2.1	Teoría del comportamiento del usuario.....	23
2.2.2	Teoría de la difusión de la innovación en tecnología.....	23
2.2.3	Teoría de Color	24
2.2.4	Teoría del diseño gráfico	24
2.2.5	Bases y fundamentos.....	25
■	Marco Contextual	27
2.3.1	Sucre Capital de Bolivia.....	27
III.	CAPITULO II	28
■	Diagnostico	28
3.1.1	Introducción.....	28
■	Recolección y Análisis de datos.....	28
3.2.1	Resultados dela análisis documental	28
2.1.1.	Resultados de la Encuesta a funcionarios del Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.....	32
2.1.2.	Resultados de las Entrevistas a Autoridades del Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.....	37
2.3.	Conclusiones	40
2.4.	Recomendaciones	40
IV.	BIBLIOGRAFIA	41
V.	ANEXOS	42

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Análisis FODA</i>	4
Figura 2 <i>Variedad de Aplicaciones Móviles</i>	8
Figura 3 <i>El Proceso de Diseño Abarca Diferentes Etapas</i>	10
Figura 4 <i>Pasos en el diseño centrado en el usuario</i>	18
Figura 5 <i>Ciclos para Contribuir al Destino Turístico Inteligente</i>	21
Figura 6 <i>Elementos Básicos del Diseño Grafico</i>	26
Figura 7 <i>Flujo Turístico Periodo 2015 a 2020</i>	30
Figura 8 <i>Distribución Media del Tipo de Turismo entre 2004 y 2020</i>	30
Figura 9 <i>Motivos de Viaje a Sucre, 2018</i>	31
Figura 10 <i>¿Qué medios de promoción del destino turístico de Sucre es más utilizado por la entidad municipal?</i>	32
Figura 11 <i>¿Considera que una aplicación móvil podría facilitar a la promoción de Sucre como destino turístico?</i>	33
Figura 12 <i>¿Qué destinos turísticos de Sucre requieren promoción?</i>	34
Figura 13 <i>¿Qué características de diseño le gustaría que tuviera una app de promoción turística del destino Sucre?</i>	34
Figura 14 <i>¿Qué información le gustaría ver en una aplicación diseñada para ayudar en la</i>	

<i>promoción de Sucre como destino turístico?</i>	35
Figura 15 <i>¿Qué aspectos le resultan más importantes en una app de promoción turística?.....</i>	35
Figura 16 <i>¿Estaría dispuesto a pagar por el uso de una aplicación móvil que le brinde información de Sucre como destino turístico?</i>	36
Figura 17 <i>Diseño de Pantalla Inicio</i>	44
Figura 18 <i>Diseño de pantalla Registro del Turista</i>	44
Figura 19 <i>Diseño de pantalla Bienvenido</i>	45
Figura 20 <i>Diseño de pantalla Prototipo Aplicación Móvil</i>	45
Figura 21 <i>Diseño de Pantalla Rutas Turísticas.....</i>	46
Figura 22 <i>Diseño de Pantalla Turismo Patrimonial.....</i>	46
Figura 23 <i>Diseño de Pantalla – Detalle Servicios de Hoteles</i>	47
Figura 24 <i>Diseño de pantalla - Detalle Atractivo Turístico.....</i>	47
Figura 25 <i>Diseño de pantalla Actividades Culturales.....</i>	48
Figura 26 <i>Diseño de pantalla Chat en Línea</i>	48

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

El Estado Plurinacional de Bolivia, se ha propuesto como objetivo lograr el reconocimiento del país en el contexto del turismo mundial como destino sustentable, integral e innovador dirigido a visitantes que buscan experiencias diferentes y que prioriza un modelo de gestión que contribuya a la generación de beneficios socio económicos para el Vivir Bien de los y las bolivianas y bolivianos.

La ciudad de Sucre es reconocida por su indiscutible valor histórico, arquitectónico y cultural y forma parte de los destinos turísticos más importantes del país. Se debe mencionar que el destino Sucre, cuenta con declaratorias de Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO y el PLANTUR 2025 la destaca como región priorizada para su desarrollo como destino turístico cultural.

Sin embargo, a pesar de los avances producidos, el destino Sucre presenta importantes debilidades que limitan aprovechar el potencial del turismo como factor de desarrollo sostenible e inclusivo y asegurar que los beneficios de ese desarrollo se distribuyan a todos los actores, especialmente a las comunidades locales. Situación que se ve actualmente agravada de forma crítica, como consecuencia de un periodo de parálisis económica casi absoluta en el sector de turismo, desde el año 2020 debido a la pandemia causada por el virus SARS- COV-2, lo cual provocó una crisis social y económica extrema, acentuando las debilidades sectoriales. Entre esas debilidades se destacan:

- La falta de capacidades en los actores locales respecto a competencias relacionadas a la gestión, desarrollo y promoción de la oferta de productos y servicios turístico culturales.
- La falta de medios e instrumentos digitales que permitan la optimización de procesos de gestión, desarrollo y promoción.
- La limitación del posicionamiento del destino que no cuenta con una denominación común

que actúe a modo de “marca paraguas” en el mercado nacional e internacional, lo cual eleva los costes de promoción.

- La centralización de la oferta turística en solo algunos atractivos turísticos que desaprovecha el resto de los actuales y potenciales recursos turísticos.
- La ausencia de señalización vial y turística que dificulta la conectividad interna.

En ese sentido, a través de la presente monografía se pretende poner en valor al sector de turismo como un sector promotor de recuperación de la actividad económica, reactivación del aparato productivo y reproducción del desarrollo y el crecimiento en el Municipio de Sucre.

Justificación

“La actividad turista, de acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. De esta forma dicha actividad incide en la generación del PIB, balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países. A nivel internacional, según la Organización Mundial del Turismo –OMT- (2008), el turismo representa el 35% de las exportaciones mundiales y más del 70% en los países menos adelantados. (Moreno & Coromoto, 2011)

Teniendo en cuenta que el turismo representa un potencial enorme de desarrollo y progreso para el futuro de la ciudad de Sucre. El desarrollo de una aplicación móvil para la difusión de información turística de la ciudad permitirá que la experiencia del turista visitante sea más amena, interactiva y productiva, lo cual al largo plazo atraerá mayor cantidad de turistas, ocasionando que la economía de la ciudad se reactive, generando mayor cantidad de empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte, tanto terrestre como aéreo. Asimismo, permitirá la revalorización de los sitios

turísticos, arqueológicos, costumbres y tradiciones diversas con las que cuenta la ciudad.

Por otro lado, en 2019, la estadía media de visitantes nacionales y extranjeros en Sucre, es corta, con un promedio de 1,6 días para turistas nacionales y 2,4 días para turistas extranjeros.

En 2019, el gasto promedio de los turistas nacionales es de Bs. 505,9 (73,70 dólares americanos) durante toda la estadía. En el mismo periodo, el gasto promedio de los turistas extranjeros es de Bs. 697,8 (101,72 dólares americanos) por el periodo correspondiente de su estadía promedio. Se estima entonces que el flujo total de dinero es de Bs. 45.285.114,7. (Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, 2021)

Situación Problemática

- En la actualidad la ciudad de Sucre no cuenta con métodos efectivos para promocionar el turismo de sus principales atractivos, solo los de forma tradicional que consiste en un folleto impreso donde se encuentran los puntos atractivos relevantes de la ciudad.
- Los recursos de promoción turística no son entregados en forma adecuada, la única opción de recibirlos es pedirlos en los puntos de información turística de la ciudad de Sucre, complicándose así la difusión de esta información.
- Un gran porcentaje de los visitantes de la ciudad de Sucre, desconocen la historia de sus museos, los lugares atractivos, los lugares de diversión, entre otros por falta de un medio de comunicación de estos aspectos relevantes.
- Los avances tecnológicos no son aprovechados por el sector turístico en la ciudad de Sucre, no se han desarrollado aplicaciones con este objetivo.

Figura 1
Análisis FODA



Fuente: Elaboración propia

Formulación del problema de investigación o pregunta científica

¿Puede el diseño de una aplicación móvil mejorar la promoción y difusión la riqueza turística de Sucre Patrimonial?

Objetivo General

Diseñar el prototipo de la aplicación móvil gratuita: “PLANTOUR” para promocionar y mostrar la riqueza turística de Sucre como destino turístico.

Objetivos Específicos

- Analizar los distintos procesos, estrategias y elementos de diseño, estipulados como estándares y requisitos en el diseño de aplicaciones móvil
- Fundamentar los principios teóricos, estándares, y reglas de diseño en los cuales se fundamenta la presente investigación.
- Mejorar la interacción de la ciudadanía con el turismo de sucre, mejorar la difusión de información turística, la información sobre atractivos turísticos patrimoniales, servicios, noticias y actividades realizadas en el ámbito turístico por medio de una aplicación móvil.
- Diseñar el prototipo de una aplicación móvil como recurso para promocionar el turismo en la ciudad de Sucre.

Diseño Metodológico

1.1.1 Tipo y enfoque de investigación

El tipo de investigación para nuestro caso de estudio es descriptivo porque se caracteriza por investigaciones diagnósticas. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

- El enfoque para la investigación será Mixto, porque la investigación cualitativa se enfoca en comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto. Y el enfoque cuantitativo se utiliza para el análisis y presentación de los resultados de la investigación, encuesta aplicado a funcionarios de la Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

1.1.2 Métodos

- **Inducción y Deducción:** El método deductivo será aplicado en la comprobación de la formulación del problema y en la etapa del diagnóstico
- **Análisis y Síntesis:** Este método será aplicado en la etapa de resolución y enunciación de la situación problemática, objetivos, organización del marco teórico y diagnóstico. Por otro lado, el método sintético integra los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad, en la presente investigación, los elementos que integran un buen diseño, también será aplicado al formular las conclusiones.
- **Observación:** En el proyecto se aplicará en cada una de las etapas del proceso de investigación, así como en la etapa de diseño propiamente dicha, a fin de obtener registrar e interpretar características, rasgos y atributos observables en el objeto de

estudio, será aplicado de forma sistemática y objetiva, con la finalidad de garantizar la uniformidad de resultados.

1.1.3 Técnicas e Instrumentos

- **Encuesta:** Mediante encuestas estudiaremos los fenómenos a través de los sujetos. Para conocer sus opiniones por medio de cuestionarios con diferentes tipos de preguntas para la recolección de datos. Cuyo instrumento será el Cuestionario.
- **Revisión documental:** Sintetizar conceptos o documentos con el fin de asimilar y entender nuevos conocimientos, se utilizará la revisión documental como recurso importante para consultar en algunos aspectos que son importantes para la investigación. Cuyo instrumento serán las fichas de análisis.
- **Entrevista:** Las entrevistas nos servirán para poder conocer detalles que nos permitirán profundizar aspectos importantes sobre la investigación realizada, estas entrevistas serán previamente estructuradas. Una vez recolectados los datos de la observación, encuestas y entrevistas procesaremos la información a través del establecimiento de categorías, códigos y tablas o gráficos que nos permitan su posterior análisis e interpretación. la Guía de Entrevista

II. CAPITULO I

■ Marco Conceptual

2.1.1 Aplicación móvil

Las aplicaciones también llamadas apps están presentes en los teléfonos desde hace tiempo; de hecho, ya estaban incluidas en los sistemas operativos de Nokia o Blackberry años atrás. Los móviles de esa época, contaban con pantallas reducidas y muchas veces no táctiles, y son los que ahora llamamos feature phones, en contraposición a los smartphones, más actuales.

En esencia, una aplicación no deja de ser un software. Para entender un poco mejor el concepto, podemos decir que las aplicaciones son para los móviles lo que los programas son para los ordenadores de escritorio.

Figura 2

Variedad de Aplicaciones Móviles



Fuente: (Javier & Vittone, 2013)

Actualmente encontramos aplicaciones de todo tipo, forma y color, pero en los primeros teléfonos, estaban enfocadas en mejorar la productividad personal: se trataba de alarmas, calendarios, calculadoras y clientes de correo.

Hubo un cambio grande con el ingreso de iPhone al mercado, ya que con él se generaron nuevos modelos de negocio que hicieron de las aplicaciones algo rentable, tanto para desarrolladores

como para los mercados de aplicaciones, como App Store, Google Play y Windows Phone Store, al mismo tiempo, también mejoraron las herramientas de las que disponían diseñadores y programadores para desarrollar apps, facilitando la tarea de producir una aplicación y lanzarla al mercado, incluso por cuenta propia. (Javier & Vittone, 2013)

2.1.2 Apps gratuitas

Sin dudas el mayor beneficio que se puede obtener de una aplicación gratuita es el alcance o la cantidad de usuarios potenciales a los que puede llegar, ya que no hay ninguna barrera de entrada para que un usuario descargue la aplicación y empiece a probarla.

Este primer paso es fundamental para el conocimiento de la aplicación: quien la descargue no tiene nada que perder. Esto disminuye en cierta forma las expectativas sobre el producto — nadie espera que algo gratis sea necesariamente genial— y puede servir para ciertos casos en los que el producto aún tiene camino de desarrollo por delante hasta su maduración. En este caso, su colocación gratuita en el mercado, permite usar ciertos indicadores del comportamiento de los usuarios — cómo usan la app o qué tan frecuentemente, por ejemplo— para mejorar futuras versiones.

Un inconveniente a tener en cuenta con las aplicaciones gratuitas es que, debido a la gran competencia, es más difícil obtener visibilidad en los rankings de mejores aplicaciones de las diferentes tiendas. Además, requieren una cantidad total de descargas mayor que la necesaria en las aplicaciones de pago para llegar a los primeros puestos. Una aplicación gratuita también puede servir como ventana para promocionar una versión de pago de ella misma u otras aplicaciones del mismo desarrollador.

Finalmente, que una app sea gratuita, no quiere decir que no se pueda obtener ningún dinero con ella, como se verá más adelante. (Javier & Vittone, 2013)

2.1.3 Diseño de aplicaciones móviles

El proceso de diseño y desarrollo de una aplicación, abarca desde la concepción de la idea hasta

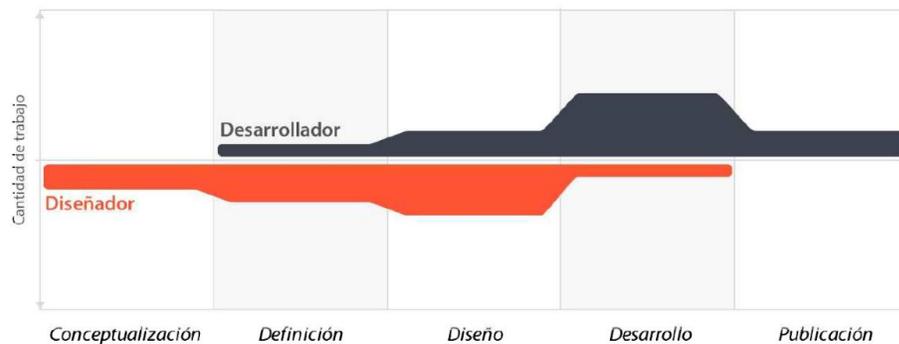
el análisis posterior a su publicación en las tiendas. Durante las diferentes etapas, diseñadores y desarrolladores trabajan —la mayor parte del tiempo— de manera simultánea y coordinada.

Hemos resumido las fases de este proceso solo desde la perspectiva del diseño y desarrollo, es decir, sin tener en cuenta los roles de coordinación, la participación del cliente, ni los accionistas de la empresa.

Cada una de las etapas —excepto la de desarrollo— se explica más extensamente en los capítulos siguientes, detallando procesos y metodologías para ir avanzando entre ellas.

Figura 3

El Proceso de Diseño Abarca Diferentes Etapas



Fuente: (Javier & Vittone, 2013)

- **Conceptualización**

El resultado de esta etapa es una idea de aplicación, que tiene en cuenta las necesidades y problemas de los usuarios. La idea responde a una investigación preliminar y a la posterior comprobación de la viabilidad del concepto.

- ✓ Ideación
- ✓ Investigación
- ✓ Formalización de la idea

- **Definición**

En este paso del proceso se describe con detalle a los usuarios para quienes se diseñará la aplicación, usando metodologías como «Personas» y «Viaje del usuario». También aquí se sientan las bases de la funcionalidad, lo cual determinará el alcance del proyecto y la complejidad de diseño y programación de la app.

- ✓ Definición de usuarios
- ✓ Definición funcional

- **Diseño**

En la etapa de diseño se llevan a un plano tangible los conceptos y definiciones anteriores, primero en forma de wireframes, que permiten crear los primeros prototipos para ser probados con usuarios, y posteriormente, en un diseño visual acabado que será provisto al desarrollador, en forma de archivos separados y pantallas modelo, para la programación del código.

- ✓ Wireframes
- ✓ Prototipos
- ✓ Test con usuarios
- ✓ Diseño visual

- **Desarrollo**

El programador se encarga de dar vida a los diseños y crear la estructura sobre la cual se apoyará el funcionamiento de la aplicación.

Una vez que existe la versión inicial, dedica gran parte del tiempo a corregir errores funcionales para asegurar el correcto desempeño de la app y la prepara para su aprobación en las tiendas.

- ✓ Programación del código
- ✓ Corrección de bugs

- **Publicación**

La aplicación es finalmente puesta a disposición de los usuarios en las tiendas. Luego de este paso trascendental se realiza un seguimiento a través de analíticas, estadísticas y comentarios de usuarios, para evaluar el comportamiento y desempeño de la app, corregir errores, realizar mejoras y actualizarla en futuras versiones.

- ✓ Lanzamiento
- ✓ Seguimiento
- ✓ Actualización

(Javier & Vittone, 2013)

2.1.4 Principios de Diseño UI y UX

- **Consistencia**

La consistencia es un principio clave en el diseño UX/UI. Se trata de mantener una estructura y apariencia coherentes en todas las partes de un producto digital. Esto implica utilizar elementos de diseño consistentes, como colores, tipografías y estilos de interacción, para que los usuarios puedan reconocer y familiarizarse rápidamente con la interfaz. La consistencia promueve la usabilidad y facilita la navegación del usuario.

- **Simplicidad**

La simplicidad es otro principio esencial en el diseño de productos digitales. Se trata de eliminar cualquier elemento innecesario o complicado en la interfaz para que los usuarios puedan realizar sus tareas de forma rápida y sencilla. Un diseño simple y limpio ayuda a reducir la carga cognitiva del usuario y a evitar confusiones. Al priorizar la simplicidad, se mejora la usabilidad y se crea una experiencia más agradable para el usuario.

- **Comunicación**

La comunicación o retroalimentación se centra en proporcionar información clara y contextual al usuario durante su interacción con el producto. Es importante que los usuarios reciban confirmaciones visuales, auditivas o táctiles cuando realizan una acción, como hacer clic en un botón o completar un formulario. Este feedback ayuda a los usuarios a comprender el punto en

el que están, por dónde deben continuar y a confirmar que sus acciones han sido ejecutadas correctamente.

- **Jerarquía visual**

La jerarquía visual es la organización y presentación de los elementos en la interfaz de manera que guíe la atención del usuario y resalte la información más importante. Ayuda mucho a la comunicación con el usuario y por lo tanto es fundamental utilizar técnicas como el uso de tamaños, colores y contrastes para diferenciar visualmente los elementos y establecer una jerarquía clara. La jerarquía visual ayuda a los usuarios a procesar la información de manera eficiente y a tomar decisiones informadas.

- **Accesibilidad**

El diseño UX/UI debe ser accesible para todos los usuarios, incluyendo aquellos con discapacidades o limitaciones. Esto implica garantizar que la interfaz sea legible, navegable y utilizable para personas con distintas capacidades. Es importante considerar aspectos como el contraste de colores, el tamaño de fuente ajustable y el soporte para asistentes de voz. Al hacer que el producto sea accesible, se amplía la audiencia y se crea una experiencia inclusiva para todos.

- **Flexibilidad**

El diseño UX/UI debe ser flexible y adaptarse a las necesidades y preferencias de los usuarios. Esto implica ofrecer opciones de personalización, como la capacidad de ajustar la configuración, cambiar el tema o reorganizar los elementos de la interfaz. La flexibilidad permite a los usuarios adaptar el producto a sus propias preferencias y necesidades, lo que aumenta su satisfacción y engagement.

- **Feedback del usuario**

El feedback del usuario es muy valioso en el diseño UX/UI, es importante escuchar y tener en cuenta los comentarios, opiniones y sugerencias de los usuarios para mejorar continuamente el producto. Mediante la recopilación y análisis del feedback, se pueden identificar áreas de mejora y realizar ajustes que lleven a una experiencia de usuario cada vez mejor. (Acunha, 2023)

2.1.5 Prototipado

Un prototipo es una representación limitada, una primera aproximación con algunas funcionalidades de lo que podrá llegar a ser el producto o sistema.

Los usuarios no entienden de modelos conceptuales ni de organigramas. Necesitan tener algo palpable que "poder tocar" para ver si se ajusta o no a sus necesidades. Por esta razón se crean prototipos, para puedan adquirir una visión más real de lo que es y podrá llegar a ser el sistema a desarrollar. Los métodos para elaborar los prototipos pueden muy diversos, sin embargo, deben estar muy enfocados al usuario. Según sea su grado de involucración, se deberá tender a un más a Diseño Centrado en el Usuario o a un Diseño Participativo, para lo que se puede utilizar herramientas como:

- **Paper Prototyping (Prototipos de papel)**

Antes de nada, hay que comentar que, esta técnica de prototipado no es que sea demasiado fiable, sin embargo, es un método de testing que es muy utilizado en el Proceso de Diseño Centrado en el Usuario. El Paper Prototyping se basa en la creación de unos prototipos en papel físico realizados a través de herramientas básicas como lápices, tijeras, reglas o plantillas, además, suele crearse maquetas para emular los dispositivos o sistemas en los que se va a probar haciendo que la experiencia de testeo sea un poco más real.

Una vez que se tienen creados los prototipos (habitualmente mediante el uso de dibujos aproximados o plantillas), se realiza una presentación interactiva del sistema o interfaz a los usuarios de forma que vean cómo funciona la interfaz. cómo se puede interactuar con ella y qué

información se le devuelve al usuario. Su objetivo, averiguar si, con la solución propuesta, los usuarios son capaces de realizar sus tareas.

En general, se suele empezar por el boceto que simula la pantalla de inicio o acceso y se les va solicitando que marquen con el dedo la opción por la que les gustaría seguir. Si durante esta simulación, se produjese un error, lo que se debería hacer es terminar la presentación, corregir la maqueta y empezar de nuevo.

Entre sus principales beneficios podríamos destacar que permite realizar modificaciones en el papel o agregar notas en el reverso. Además, puede ayudar a detectar y mejorar el producto final en la etapa previa al desarrollo de forma flexible y económica

- **Evaluación**

Una vez realizado el prototipo, se debe poder determinar su grado de usabilidad. Para comprobar que estos niveles se cumplen y averiguar los defectos que contiene, se pueden utilizar unas técnicas o métodos concretos de evaluación de usabilidad.

Un método de evaluación es un procedimiento sistemático para recolectar datos relacionados con la interacción del usuario final y un producto de software o sistema. Cuando se obtienen los datos necesarios se analizan y evalúan para determinar si cumplen el nivel de usabilidad requerido. Entre los métodos de evaluación se pueden encontrar métodos de inspección, de investigación, empíricos y heurísticos.

Respecto a la participación del usuario en la evaluación, dependerá del tipo de método que se utilice para la evaluación y de los objetivos preestablecidos. Los métodos de inspección, heurísticos y recorridos cognitivos no requieren involucrar usuarios en la evaluación, mientras

que los métodos empíricos requieren un número de usuarios que varía dependiendo de la técnica utilizada.

La evaluación de la usabilidad puede aplicarse tanto a una parte del producto como a todo el sistema, dependiendo de las características del método utilizado y de los requisitos y objetivos de evaluación, así como del contexto de evaluación. (Casado, 2021)

2.1.6 Experiencia del usuario (UX)

Experiencia del Usuario representa un cambio emergente del propio concepto de usabilidad, donde el objetivo no se limita a mejorar el rendimiento del usuario en la interacción - eficacia, eficiencia y facilidad de aprendizaje-, sino que se intenta resolver el problema estratégico de la utilidad del producto y el problema psicológico del placer y diversión de su uso

Entre los productos del diseño de experiencias de usuario (UX) figuran sitios webs, aplicaciones móviles, interfaces de voz, sistemas para vehículos, juegos, herramientas y una serie de dispositivos utilizados en la industria y por los consumidores en su vida diaria.

El diseño de UX es un enfoque realista del proceso de diseño de productos digitales que requieren algún tipo de interacción humana Si fuera una doctrina, enseñaría cuán necesarios son el conocimiento, la comprensión, el respeto, la empatía, el propósito y la productividad

Para los diseñadores, la norma que hay que seguir es intentar que la calidad de la experiencia de los usuarios sea una prioridad máxima La lógica básica de este enfoque se puede explicar con facilidad afirmando una obviedad: un producto bien diseñado es un producto que cumple los requisitos de su propietario y proporciona una buena experiencia a los usuarios previstos. Más pronto que tarde, los productos que ofrecen una mala experiencia de usuario serán sustituidos por diseños mejorados Los diseños de mala calidad pueden tener resultados de gran alcance y potencialmente desastrosos para el propietario y el diseñador Con tanto en juego, no es sorprendente que en la actualidad la mayoría de las compañías adopten un enfoque de diseño de

UX y muchas hayan creado equipos internos para gestionar sus proyectos.

Lograr el equilibrio entre lo que es bueno para el usuario y lo que se puede lograr dentro de las limitaciones de tiempo, presupuesto y otros recursos es un gran reto. Por este motivo, los buenos equipos de diseño de UX deben ser muy eficientes. La mayoría son multidisciplinarios, e incluyen el número adecuado de personas con una combinación de conocimientos. Las funciones y las responsabilidades suelen solaparse para aportar resiliencia al equipo.

Se aplican varios métodos para que el proceso avance en la dirección adecuada. Cada parte del producto se prueba con usuarios para garantizar que se alcanzan los objetivos del diseño, y a lo largo de su vida útil, la mayoría de los productos finales pasan por múltiples revisiones. (Allanwood & Beare, 2021)

2.1.7 Diseño Centrado en el Usuario (UCD)

El diseño centrado en el usuario (UCD) es una metodología de probada eficacia que pone a los usuarios en el centro del proceso de diseño, y es muy recomendable para el desarrollo de los productos y servicios ITS que deben ser simples y fácil de usar. Es un proceso de resolución de problemas de múltiples etapas mediante el cual los diseñadores de los ITS analizan cómo los usuarios tienden a usar un producto o servicio, y ponen a prueba sus hipótesis mediante el análisis de comportamiento de los usuarios reales en el mundo real.

Una parte clave de la UCD es la identificación y análisis de las necesidades de los usuarios. Estos tienen que ser identificados por completo y claramente (incluso si están en conflicto) con el fin de ayudar a identificar las ventajas y desventajas que a menudo tienen que pasar en el proceso de diseño.

El diseño centrado en el usuario (UCD) tiene como objetivo optimizar un producto o servicio en torno a cómo los usuarios pueden, quieren, o necesitan utilizar un producto o servicio, esto en lugar de forzar a los usuarios a cambiar su comportamiento con el fin de satisfacer sus necesidades.

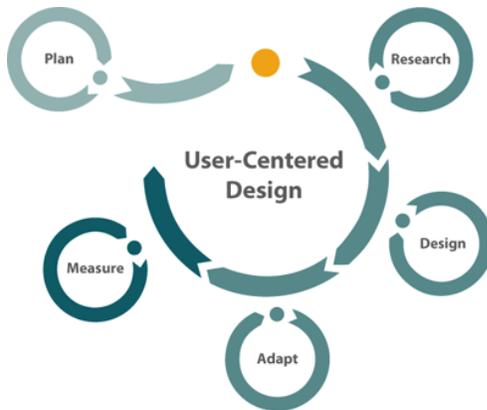
La ISO 9241-210 (2010) describe seis principios clave de la UCD:

- El diseño se basa en una comprensión explícita de los usuarios, tareas y entornos
- Los usuarios participan a través del diseño y desarrollo
- El diseño es impulsado y refinado por la evaluación centrado en el usuario
- El proceso es iterativo
- El diseño se ocupa de toda la experiencia del usuario
- El equipo de diseño incluye habilidades y perspectivas multidisciplinarias

Como se muestra en la siguiente figura los principales (pero iterativos) pasos en UCD son el Plan, la investigación, el diseño, la adaptación, y la medición.

Figura 4

Pasos en el diseño centrado en el usuario



Fuente: (Stevens, s.f.)

Una parte clave de la fase de investigación para la UCD es recolectar y analizar las necesidades del usuario. Los modelos de calidad como la ISO/IEC 25010 proporcionan un marco para esta actividad.

Los usuarios son los siguientes:

- Principales usuarios que interactúan con los ITS para alcanzar los objetivos primarios
- Usuarios secundarios que proporcionan apoyo (por ejemplo, proveedores de datos y administradores de sistemas)
- Usuarios indirectos que se ven afectadas por los ITS

Algunas cuestiones importantes relacionadas con las necesidades del usuario son:

- ¿Quiénes son los usuarios?
- ¿Cuáles son las tareas y los objetivos de los usuarios?
- ¿Qué funciones necesitan los usuarios?
- ¿Cuáles son los niveles de experiencia de los usuarios con sistemas similares?
- ¿Qué información pueden necesitar los usuarios, y en qué forma lo necesitan?
- ¿Cómo los usuarios piensan que el sistema debería funcionar?
- ¿Cuáles son los ambientes extremos?
- ¿El Usuario es multitarea?
- ¿Los usuarios tienen requisitos particulares para la interfaz?

Las necesidades de los usuarios también se pueden definir de acuerdo a la siguiente lista de atributos de un ITS:

- Eficacia
- Eficiencia
- Satisfacción (utilidad, confianza, placer, comodidad)
- La ausencia de riesgo (seguridad, salud, medio ambiente, económica)
- Confiabilidad
- Seguridad
- Cobertura de una variedad de contextos (cobertura, flexibilidad)
- Facilidad de aprendizaje
- Accesibilidad

(Stevens, s.f.)

2.1.8 Turismo

El concepto del turismo está íntimamente ligado con la definición de turista, por lo tanto, lo podemos entender como el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados. Los rasgos fundamentales del concepto anterior son los de traslado y estadía, sin tomar en cuenta el de motivación, debido a las características y modificaciones que frecuentemente vienen presentando en este aspecto los movimientos de viajeros.

Además, como cualquier otra actividad económica, será la estructura de producción y de oferta la que finalmente habrá de definir al turismo dentro del contexto macroeconómico ya que, en el momento en que un individuo consume bienes o servicios de carácter turístico en una economía, bajo los requisitos señalados (traslado, estadía y no participación en los mercados de trabajo y capital de la misma), pasa a formar parte de la demanda propia de esta rama, independientemente de su motivación para hacerlo.

Entonces, es indispensable definir bienes y servicios turísticos como todos aquéllos que sean necesarios o estén directamente vinculados con el desplazamiento y la estadía hacia y en los sitios de destino, consumidos mayoritariamente por individuos que salen de su área domiciliaría habitual para ejercer cualquier actividad que no sea la de participar en los mercados de capital y trabajo de los sitios visitados (Hernández, 1987). En este sentido, los servicios de hospedaje y transportación son todos aquellos relacionados con la organización, facilitación, tramitación y administración del propio viaje. (Villa, 2011)

2.1.8.1 Destino Turístico Inteligente (DTI):

¡El Destino Turístico Inteligente (DTI) contribuye al desarrollo! Tanto el sector tecnológico como el sector turístico, forman parte de una industria global que se encuentra en constante evolución y que se caracteriza por ser muy competitiva, lo que genera un mundo de posibilidades en cuanto a desarrollo se refiere.

Estos sectores suelen ser bastante dinámicos, tanto en el lado de la oferta como en el de la demanda; lo que permite que, a través de nuevas propuestas, se pretenda satisfacer las necesidades de la comunidad activa (ciudadanos locales y turistas) que forma parte de dichos sectores, estimulando así el desarrollo y la productividad.

El comportamiento del turista, ha cambiado por la influencia de las nuevas tecnologías en el sector. Ante el cambio, los destinos han tenido que adaptarse a una nueva realidad, cobrando un papel fundamental a la hora de garantizar la interacción entre el destino y el visitante.

Figura 5

Ciclos para Contribuir al Destino Turístico Inteligente



Fuente: (Romero, Cebollada, & Rodríguez, 2021)

La transformación de destinos turísticos conlleva a una serie de beneficios que van desde:

- La mejora de la gestión
- La mejora de la planificación
- La mejora de la imagen
- La mejora de la experiencia turística

- El aumento de la competencia
- El impulso al desarrollo sostenible

(Romero, Cebollada, & Rodríguez, 2021)

2.1.8.2 Promoción y Difusión Turística

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino turístico, y toma mayor importancia porque incentiva la llegada de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población. Además, la promoción ayuda a que los turistas conozcan los recursos y servicios que posee un determinado lugar, es decir los productos turísticos que posee. En este sentido, el producto turístico es el “conjunto de prestaciones, materiales o inmateriales, que se ofrece al mercado con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas” (Montejano, 1998)

2.1.8.3 Promoción turística por internet

La promoción turística a través de medios digitales son todas aquellas formas utilizadas para que los clientes actuales y potenciales conozcan los productos, permitiendo agudizar sus sentidos y deseos y sean estimulados a comprar. Algunos autores la definen como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que buscan incentivar y animar a las personas a viajar, así como estimular el crecimiento y la eficiencia de las operaciones turísticas. Si bien es cierto que existen un sin número de redes sociales en la actualidad y que las mismas se utilizan para muchos fines, el uso de estas a nivel profesional como medio de promoción se ha vuelto cada vez más común, así mismo sucede con los medios de promoción digital

En la actualidad lo mejor que se puede hacer para la promoción turística, es tratar de estar lo más posible ligados al internet ya que es en la web en donde se sitúa la mayor parte de las personas y por donde la información llega más rápidamente. Estar posicionados muy bien en la web es lo esencial (Efraín Velastegui, José, & Berragán, 2018)

■ Marco Teórico

2.2.1 Teoría del comportamiento del usuario

La teoría del comportamiento del usuario en la tecnología es un campo de estudio que se enfoca en comprender cómo las personas interactúan con la tecnología, especialmente en entornos digitales como las aplicaciones móviles. Algunos aspectos clave de esta teoría incluyen:

- **Motivación del usuario:** Examina las razones y los motivos que llevan a los usuarios a utilizar una aplicación móvil. Puede incluir aspectos como la búsqueda de información, el entretenimiento, la productividad o la comunicación.
- **Percepción del usuario:** Analiza cómo los usuarios perciben la tecnología móvil, incluyendo su usabilidad, utilidad, facilidad de uso y diseño visual. La percepción juega un papel crucial en la adopción y el uso continuado de una aplicación.
- **Hábitos de uso:** Estudia los patrones de comportamiento de los usuarios en relación con la tecnología móvil, como la frecuencia de uso, la duración de las sesiones y las actividades realizadas dentro de la aplicación.
- **Factores contextuales:** Considera cómo el contexto del usuario, como el entorno físico, social y emocional, influye en su comportamiento y experiencia con la tecnología móvil.
- **Feedback y aprendizaje:** Examina cómo los usuarios responden al feedback proporcionado por la aplicación y cómo aprenden a utilizarla de manera más efectiva con el tiempo.

Al comprender estos aspectos del comportamiento del usuario en la tecnología móvil, los diseñadores y desarrolladores pueden crear aplicaciones más efectivas y satisfactorias para sus usuarios.

2.2.2 Teoría de la difusión de la innovación en tecnología

La teoría de la difusión de la innovación en tecnología es un marco conceptual que explica cómo se adoptan y se difunden las nuevas tecnologías entre los usuarios. Desarrollada por Everett Rogers, esta teoría identifica cinco categorías de adoptantes: innovadores, adoptantes tempranos, mayoría temprana, mayoría tardía y rezagados, y propone que la adopción de una

innovación sigue un proceso que incluye la conciencia, el interés, la evaluación, la prueba y la adopción.

En el contexto de las aplicaciones móviles, la teoría de la difusión de la innovación se utiliza para comprender cómo los usuarios adoptan nuevas aplicaciones y cómo se propagan entre diferentes segmentos de la población. Esto implica estudiar los factores que influyen en la adopción de una aplicación, como la percepción de la utilidad y la facilidad de uso, la compatibilidad con las necesidades y valores del usuario, las influencias sociales y el acceso a la tecnología.

Los diseñadores al comprender y apropiarse de estos conceptos tendrán la posibilidad puedan diseñar estrategias más efectivas para promover y difundir sus productos, identificar segmentos de usuarios clave y adaptar sus productos para satisfacer las necesidades específicas de cada grupo de adoptantes.

2.2.3 Teoría de Color

El color se produce como respuesta a una sensación de la estimulación del ojo y los mecanismos nerviosos frente a la luz. Por lo tanto, el color no existe en sí, y no es tampoco una característica de los objetos, sino una mera percepción de nuestros ojos ante ciertas longitudes de onda que componen algo que se denomina “espectro” de luz blanca.

La materia en sí es incolora, pero; posee la característica de absorber ciertas longitudes de onda del espectro luminoso. Por ejemplo, en el caso de un objeto de color azul, éste absorbe el verde y el rojo, y refleja el resto de la luz que es interpretado por nuestra retina como color azul.

(Rojo, 2012)

2.2.4 Teoría del diseño gráfico

Diseñar, del italiano "disegnare", y el latín "designare"; de signare, significa seña o signo, de tal modo, signo se define como la unidad mínima de comunicación en todos los lenguajes.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, diseño es:

- Traza, delineación de un edificio o de una figura.
- Descripción de un objeto o de alguna cosa, hecho con palabras.

- Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.
- Proyecto, plan. Diseño urbanístico.
- Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie: diseño gráfico, de modas, industrial.
- Forma de cada uno de estos objetos.

En este sentido el Diseño gráfico es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

2.2.5 Bases y fundamentos

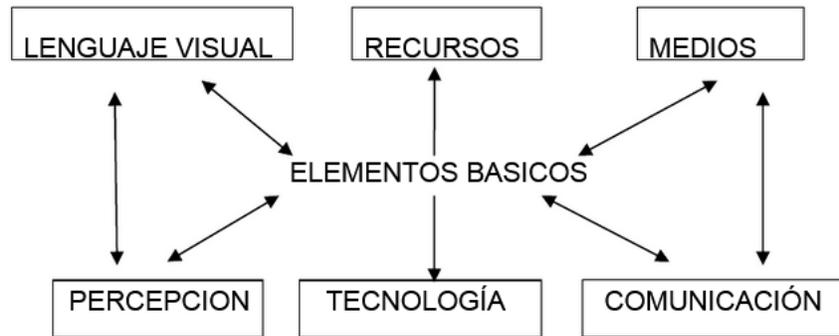
Se debe tener en cuenta lo que significa un color, una forma, un tamaño, una imagen y la disposición determinada de los elementos que se van a incluir en el diseño, pues esto establece una buena comunicación, logrando con ello la atracción, motivación o interés de las personas a las que nos dirigimos.

Para lograr el objetivo de un diseño, se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Tener plena información de lo que se quiere comunicar.
- Elegir los elementos adecuados.
- Hacer una composición atractiva y adecuada de dichos elementos.

Figura 6

Elementos Básicos del Diseño Grafico



Fuente: (Rojo, 2012)

- **Lenguaje visual:** Saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos según el público al que vaya dirigido el mensaje.
- **Comunicación:** Conocer los procesos de comunicación para poder tratar los mensajes que el diseño pretende comunicar.
- **Percepción visual:** Conocer la manera en que el ser humano percibe lo que ve. Aspectos como el recorrido de la vista, conceptos de contraste, percepción de figuras y fondos, trayectoria de la luz y demás aspectos que más adelante se tratarán.
- **Administración de recursos:** Conocer los recursos de los que se dispone, para tratar de emplearlos del mejor modo posible.
- **Tecnología:** Conocer la tecnología con la que se trabaja, es dominar las posibilidades que la técnica actual brindan al diseñador. El correcto uso de las herramientas facilita el proceso de diseño y mejora los resultados enormemente.
- **Medios:** Uno de los puntos más importantes en la realización de un proyecto es conocer para que medio se ha creado: para impresión, para consulta en un monitor, para impresión en otras superficies, etc.

(Rojo, 2012)

■ Marco Contextual

2.3.1 Sucre Capital de Bolivia

Una de las ciudades históricas más importantes del Estado Plurinacional de Bolivia sin duda es Sucre; debido a que fue en esta ciudad que se dio el Primer Grito Libertario de América (la Revolución de Chuquisaca) un 25 de mayo de 1809.

Sucre es uno de los sitios turísticos más importantes de Bolivia, por la riqueza histórica y arquitectónica de los edificios monumentales, que pueden apreciarse en esta ciudad, merecedora del título “Patrimonio Cultural de la Humanidad”, otorgado en 1991 por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO).

Asimismo, los atractivos turísticos que se ofertan encierran una amplia trascendencia cultural, civil, paleontológica, arqueológica, artística y religiosa; exponiendo monumentos históricos, edificaciones patrimoniales religiosas, edificaciones civiles de relevante arquitectura, huellas rupestres y representaciones culturales a través de muestras en tejidos, cerámica, gastronomía, música y danza.

A la fecha el Municipio de Sucre no cuenta con una página Web ni aplicación móvil que coadyuve en la promoción y difusión de sus atractivos, no teniendo una herramienta eficiente de promoción a pesar de contar con grandes atractivos en el área urbana como en el área Rural.

III. CAPITULO II

■ Diagnostico

3.1.1 Introducción

El objetivo principal de este apartado es identificar los principales requerimientos y priorizar información para fortalecer el desarrollo de Sucre como destino turístico a través de una Aplicación Móvil Gratuita, en la que muestre no solo los atractivos turísticos, si no los servicios turísticos que en este se brindan, incentivando a los turistas nacionales e internacionales llegar a nuestra ciudad, induciendo a través de estas visitas al movimiento económico, generando empleos directos e indirectos, coadyuvando al desarrollo de Sucre.

El diagnóstico fue ejecutado mediante la aplicación de técnicas e instrumentos referidos investigación, análisis documental, encuestas y entrevistas que permitieron coadyuvar a la recolección de información para posterior análisis.

La correcta obtención de datos del presente diagnostico permitirá a través de una aplicación promocional no solo mejorar el turismo en el Municipio de Sucre si no a través de este mejorar la economía, generando empleos formales e informales, incentivando incrementando la llegada de turistas nacionales e internacionales, involucrando a los actores turísticos y a través de la presente aplicación consolidar a Sucre como potencial destino turístico.

A través de los resultados se podrá desarrolla el diseño de un prototipo para una aplicación móvil promocionando y difundiendo el turismo del Municipio de Sucre, logrando posicionar a Sucre como destino turístico.

■ Recolección y Análisis de datos

3.2.1 Resultados dela análisis documental

Fuente: Gobierno Autónomo Municipal de Sucre

Fecha de publicación: Gestión 2021

Título de la Publicación: Programa de Revalorización Turística del Destino Sucre

Patrimonio Cultural

Desarrollo:

En la publicación destaca que debido al gran atractivo que representa la ciudad de Sucre, por su paisaje, su clima, su historia, su cultura y ante todo su trazado característico como modelo urbanístico con una diversa arquitectura, la llegada de visitantes ha contado hasta el 2019 con una tendencia favorable al incremento estadístico.

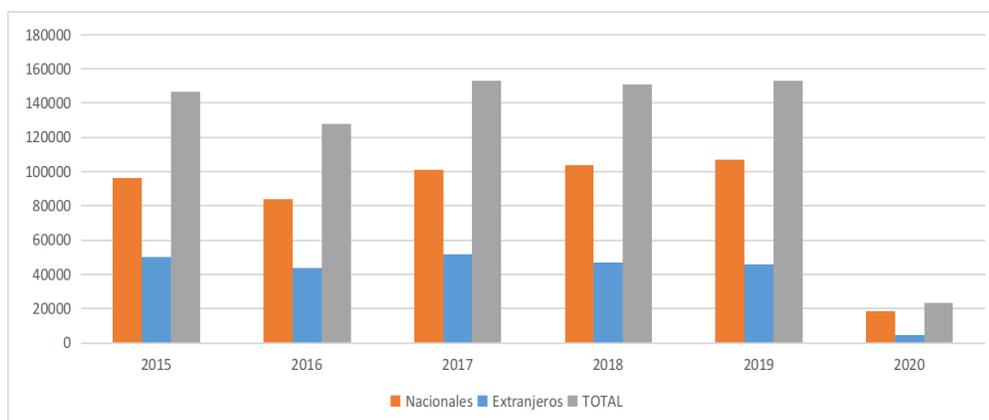
De acuerdo a la Gráfica 1, en el período 2015 al 2019 el promedio de la tasa de crecimiento fue de 4,33%, sin embargo, debido a la crisis causada por la pandemia resulta en una tasa de crecimiento del 2020 respecto al 2019 es de - 659,75%. Es decir que el flujo de turistas fue seis veces mayor en 2019 que en 2020. El flujo de visitantes en el periodo de 2015 a 2019 es prácticamente constante, con una leve depresión en 2016, 146.490 turistas en 2015 a 153.121 turistas en 2019. El flujo de visitantes en el periodo de 2019 a 2020 ha tenido un crecimiento negativo de -84.84% pasando de 153.121 turistas en 2019 a 23.209 turistas en 2020.

El brote de la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19), causado por el virus del síndrome respiratorio agudo severo tipo-2 (SARS-CoV-2), fue declarado como una pandemia en marzo de 2020, provocando una crisis sanitaria, económica y social y, por ende, causando una caída dramática en la oferta y demanda turística a nivel mundial.

Como resultado se tuvo una caída de las llegadas internacionales a nivel mundial de un 77% en las Américas y un 80.37% en el Municipio de Sucre en los primeros diez meses de 2020, consecuencia directa de las restricciones a los viajes, la poca confianza del consumidor y la lucha mundial por contener el virus COVID- 19, lo cual estableció que organizaciones como la OMT declaren al 2020 como “el peor año que se haya registrado en la historia del turismo” (OMT, 2020).

Figura 7

Flujo Turístico Periodo 2015 a 2020.

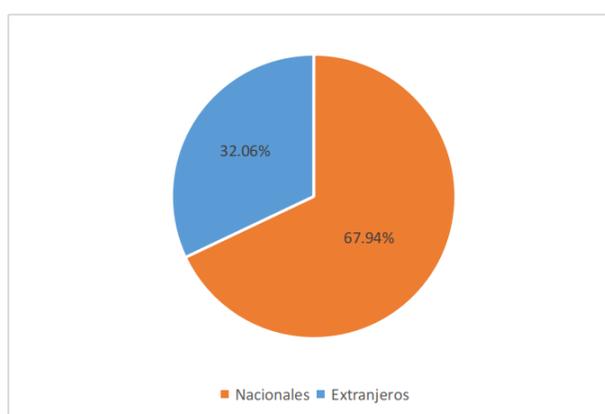


Fuente: (Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, 2021)

En el período 2015 al 2020 el flujo de visitantes tuvo una distribución de 67.94% de turistas nacionales y un 32.06% de turistas extranjeros.

Figura 8

Distribución Media del Tipo de Turismo entre 2004 y 2020.

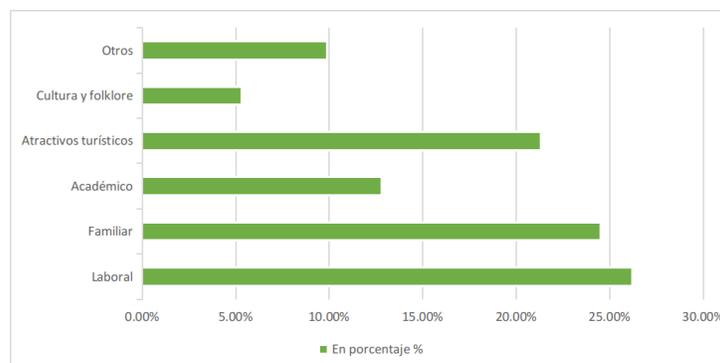


Fuente: (Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, 2021)

En 2018, el principal motivo de viaje de los turistas a Sucre es laboral con 26,2%, el resto de los motivos se muestran en la Figura 9.

Figura 9

Motivos de viaje a Sucre, 2018



Fuente: (Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, 2021)

(Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, 2021)

Al haber experimentado un golpe tan duro en el turismo, se debe considerar como una de las herramientas más eficientes ante cualquier circunstancia en el internet, aprovechando al máximo el alcance que este ofrece, mostrando la riqueza con la que cuenta el Municipio de Sucre a través de esta herramienta, pagina Web, Aplicación Móvil, en los que se pueden introducir imágenes, videos, noticias, actividades, etc. Que muestren a los turistas el atractivo del Municipio de Sucre, incentivándolos a planificar como destino final a Sucre.

Palabras Clave: App Movil, GAMS, INE, OMT, Covid19

Aspectos Relevantes: Entre los aspectos más relevantes se puede destacar:

Estabilidad de llegada turística en gestiones 2015 – 2020

Importancia del uso de internet a través de herramientas como página Web y Aplicación móvil para el turismo

Conclusiones y recomendaciones: A través del análisis se destaca más importancia de contar con estrategias efectivas de promoción, esto solo se logra a través de un eficiente marketing y

estrategias acorde a la actualidad como el uso de páginas web y aplicaciones móviles que muestren contenidos interactivos.

Observaciones: La publicación realizada por el GAMS, claramente muestra que una de las mayores estrategias para promocionar y difundir los atractivos turísticos del Municipio de Sucre es a través de aplicaciones móviles, mostrando esta riqueza de forma atractiva para el turista.

2.1.1. Resultados de la Encuesta a funcionarios del Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre

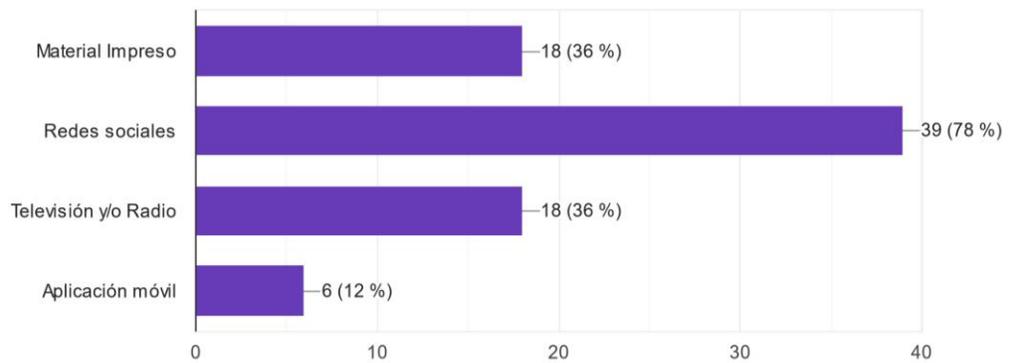
A continuación, se hará una relación de la información resultante más relevante de la aplicación de las encuestas, así como del correspondiente análisis y presentación de los resultados obtenidos, dichas entrevistas se realizaron en tres diferentes categorías, Promoción Turística, Diseño de aplicación móvil y App gratuito.

Población: Funcionarios del Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

Muestra: La muestra de la encuesta estuvo constituida por 40 funcionarios del Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre cuyas oficinas se encuentran ubicadas en Calle Argentina 65 (Casa Municipal de la Cultura), Biblioteca Pachamama, Palacete el Guereo y Palacio la Florida. La muestra es No probabilista, sujeta a conveniencias de las peculiaridades de la presente investigación. A continuación se muestran los resultados.

Figura 10

¿Qué Medios de Promoción del Destino Turístico de Sucre es más Utilizado por la Entidad Municipal?

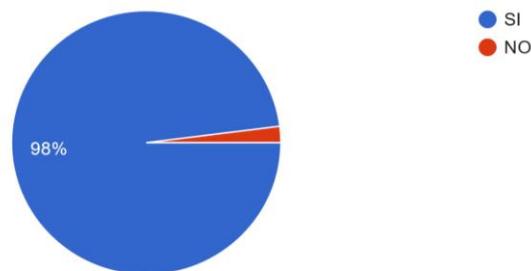


Fuente: Elaboración propia a través de Google Docs

Interpretación. Se puede concluir que la mayor parte de los funcionarios (78%) considera que el medio más utilizado para promocionar a Sucre como destino turístico son las redes sociales, dejando en ultimo lugar con un (12%) a la Aplicación Móvil.

Figura 11

¿Considera que una aplicación móvil podría facilitar a la promoción de Sucre como destino turístico?

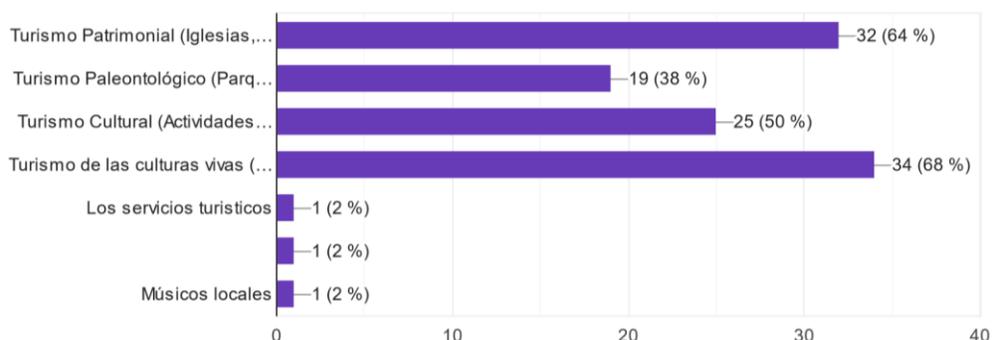


Fuente: Elaboración propia a través de Google Docs

Interpretación. Se puede concluir en un 98 % de los funcionarios encuestados considera que una aplicación móvil facilitaría la promoción de Sucre como destino Turístico.

Figura 12

¿Qué destinos turísticos de Sucre requieren promoción?

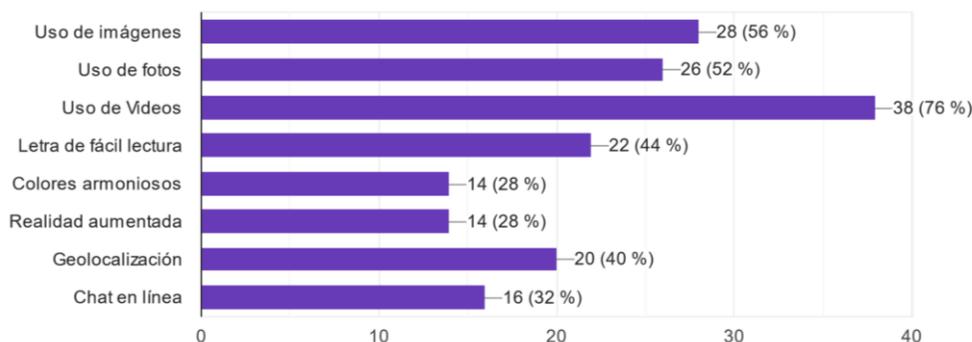


Fuente: Elaboración propia a través de Google Docs

Interpretación. Se puede concluir que las áreas del sector turístico a ser promocionadas son diversas, priorizando a las Culturas Vivas con un (68%), sin dejar atrás a las otras ramas turísticas como Patrimoniales, Culturales, Paleontológicos, considerando además la promoción de servicios turísticos y músicos locales.

Figura 13

¿Qué características de diseño le gustaría que tuviera una app de promoción turística del destino Sucre?

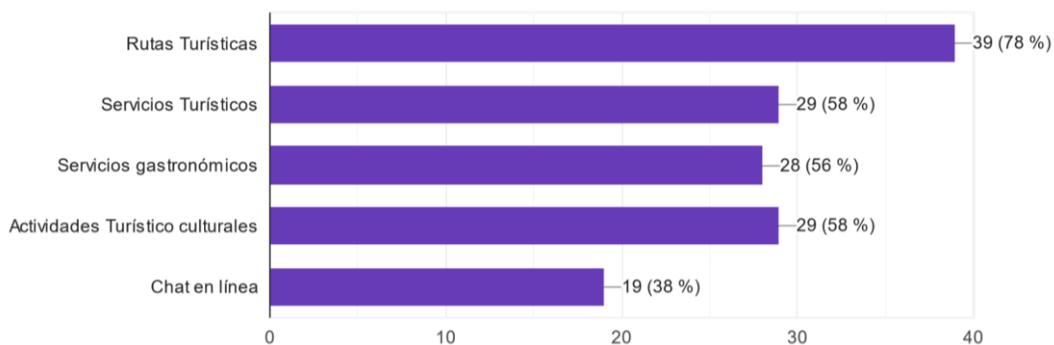


Fuente: Elaboración propia a través de Google Docs

Interpretación. En cuanto al diseño de una Aplicación Móvil, se debe priorizar el uso de videos en un (76%), debiendo utilizar además imágenes y/o fotografías.

Figura 14

¿Qué información le gustaría ver en una aplicación diseñada para ayudar en la promoción de Sucre como destino turístico?

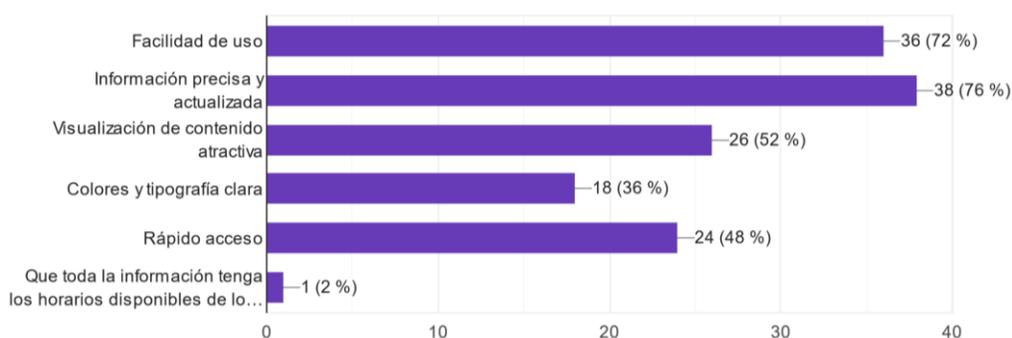


Fuente: Elaboración propia a través de Google Docs

Interpretación. A través de la interpretación de la presente pregunta, se puede concluir que en el diseño se debe considerar resaltar las rutas turísticas ya que en un (78%) esta información debe ser promocionada.

Figura 15

¿Qué aspectos le resultan más importantes en una app de promoción turística?



Fuente: Elaboración propia a través de Google Docs

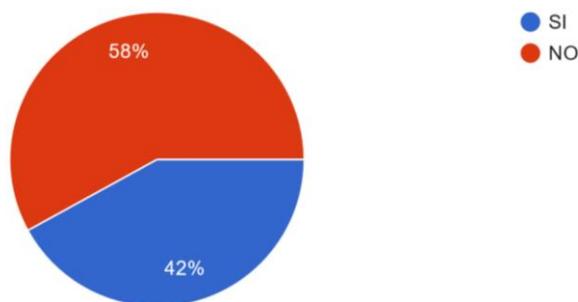
Interpretación. Se puede concluir que uno de los aspectos mas importantes en el diseño de una aplicación móvil, es la información precisa y actualizada con un (76%) sin dejar atrás la facilidad de uso, la visualización de contenido y el acceso rápido, sugiriendo, además, que toda la información contenga horarios y Google maps que muestre la ubicación.

¿Qué gama de colores considera usted que se debería implementar en una Aplicación Móvil que promocióne el turismo en el Municipio de Sucre?

En la presente consulta se concluye en un (60%) que la gama de colores a utilizar debería ser el Rojo y Blanco, siendo estos los colores que representan al Municipio de Sucre, brindando además la sugerencia de no abusar de colores que afecten a personas con discapacidad visual.

Figura 16

¿Estaría dispuesto a pagar por el uso de una aplicación móvil que le brinde información de Sucre como destino turístico?



Fuente: Elaboración propia a través de Google Docs

Interpretación. Se concluye que la importancia de ser una aplicación móvil gratuita para acceder al mismo es imprescindible ya que solo el 42% de la población pagaría para acceder a una aplicación móvil turística.

¿Tiene alguna otra sugerencia o comentario sobre cómo una aplicación móvil podría mejorar la promoción de Sucre como destino turístico?

Entre las sugerencias más importantes se pueden mencionar:

1. Trabajar en conjunto con las empresas privadas del sector turístico
2. Incluir horarios de atención de los atractivos turísticos
3. Para el usuario final sería gratuita, para las empresas turísticas que formaran parte de la aplicación con la inclusión de su contenido, será cancelado.
4. Salas virtuales con 360 grados

2.1.2. Resultados de las Entrevistas a Autoridades del Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

A continuación, se hará una relación de la información resultante más relevante de la aplicación de las entrevistas, así como del correspondiente análisis y presentación de los resultados obtenidos, dichas entrevistas se realizaron en tres diferentes categorías, Promoción Turística, Diseño de aplicación móvil y App gratuito (ver Anexo A)

Población: Autoridades del Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

Muestra:

- Lic. Patrick Urizar Rodriguez Secretario Municipal de Turismo y Cultura
- Lic. Gabriela Sahonero Cuellar Directora Municipal de Cultura
- Lic. Miguel Flores Director Municipal de Turismo
- Lic. Karla Coronado Responsable de Promoción y Gestión Turística
- Lic. Nahi Salazar Herbas Responsable en Promoción y Gestión Cultural Patrimonial
- Lic. Irenia Soto, Pupervisora Bibliotecas Municipales

La entrevista se realizó al Autoridades de la Secretaria Municipal de Turismo y Cultural, de la cual se puede deducir las siguientes afirmaciones:

- Dentro del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre cuenta con la Dirección de Turismo, unidad responsable de realizar gestiones que coadyuven en el desarrollo de Sucre como destino turístico entre las que se encuentran realizar la promoción y difusión del mismo
- El principal medio de difusión de Sucre como destino Turístico son las redes sociales, como Facebook y Tik Tok, también se realiza la difusión a través de material impreso como mapas, afiches, volantes, etc.
- Dentro del Municipio de Sucre se cuenta con 4 puntos de información turística en las cuales se encuentran en atención profesionales en turismo y cuentan con el material e información necesario para brindarla a los visitantes.
- Los medios digitales mas utilizados desde la Secretaria Municipal de Turismo y Cultura son Facebook y Tik Tok, siendo sus paginas Municipio de Sucre y @misucrechalita, respectivamente.
- La promoción y difusión de servicios turísticos no se realiza de manera directa desde el municipio, sin embargo, se realizan gestiones y alianzas con las empresas privadas del área turística.
- Actualmente desde la Secretaria Municipal de Turismo y Cultura no cuenta con una aplicación móvil ni una página web que promocione los atractivos turísticos, sin embargo, desde el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre se viene administrado una página web donde se encuentra información básica sobre los diferentes atractivos turísticos del Municipio de Sucre.
- Lamentablemente desde la gestión 2020, con la llegada de la Pandemia Covid 2019, los recursos económicos destinados a la Secretaria Municipal de Turismo y Cultura fue reducida en un 80%, lo que imposibilita la contratación de profesionales para el desarrollo de la aplicación.

- Sucre es representada por los colores Rojo y Blanco, por lo que se debe considerar el uso de estos colores para el desarrollo de la aplicación móvil turística
- Este debería ser muy intuitivo, debería contener información sobre las operadoras de turismo como agencias de viaje, hospedaje, gastronomía, debería además poder visualizarse en diferentes idiomas y mostrar de manera muy didáctica la información requerida
- Los mayores atractivos turísticos relevantes para los turistas son las culturas vivas, las que deben mostrar sus danzas, sus tejidos, sus costumbres, etc. Y son esas características que deberían realzar en el diseño de la Aplicación Móvil.
- Lamentablemente, los turistas buscan información gratuita y si pueden obtenerlo a través de los puntos de información turística, lo harán antes de realizar el pago por una aplicación móvil.
- En caso de que la aplicación se encuentre bien posicionado y sea usada de manera masiva, las empresas considerarían el ingreso de su información, aunque esto implique el pago por el mismo.

2.2. Conclusiones generales al Diagnostico

- Habiendo realizado un análisis a la investigación documental se puede concluir que para elevar el incremento de flujo turístico se debe realizar estrategias de márketing considerando las tendencias actuales como el desarrollo de una Aplicación Móvil, en el que se pueda mostrar los diferentes atractivos turísticos.
- Luego de analizado los resultados se puede concluir que la información brindada a los turistas que visitan la ciudad de Sucre no satisface las expectativas de los visitantes ya que estas son proporcionadas a través de material impreso y para obtenerlos deben apersonarse físicamente hasta estas instancias.
- Los canales de comunicación y difusión digital son cuentas en tick tock y Facebook que brinda información sobre noticias y actividades turísticas. El cual muchas veces los turistas desconocen la existencia de esta página en esta red social.

- No se aprovecha las herramientas tecnológicas para difundir los lugares turísticos de la ciudad de Sucre a los que los turistas pueden visitar.
- El desarrollo de una aplicación móvil enfocada al turismo en la ciudad de Sucre representa una mejora considerable a dicho sector además que brinda información precisa a los usuarios.

2.3. Conclusiones

- La predisposición de realizar la implementación de nuevas herramientas tecnológicas para incentivar el turismo en la ciudad se evidenció en la entrevista realizada a las Autoridades de la Secretaria Municipal de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.
- El diseño de una aplicación móvil facilita a los usuarios encontrar más rápido la información turística deseada.
- La implementación de herramientas de geolocalización mediante Google Maps permite a los usuarios encontrar información turística cercana a su ubicación mediante mapas.
- Se concluyó satisfactoriamente que el diseño de una aplicación móvil permitirá incentivar el turismo en la ciudad de Sucre. (Ver Anexo B).

2.4. Recomendaciones

- Se recomienda continuar usando herramientas tecnológicas para incentivar al turismo en la ciudad de Sucre.
- Realizar encuestas periódicamente a los turistas que visitan la ciudad para poder mejorar la calidad de servicio turístico.
- Las autoridades del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre tienen que implementar herramientas tecnológicas que permitan mejorar los canales de comunicación con los turistas que visitan la ciudad.

IV. BIBLIOGRAFIA

- Acunha, M. (Enero de 2023). *Principios del diseño UX/UI que debes conocer*. Obtenido de Principios del diseño UX/UI que debes conocer: <https://marinaacunha.com/principios-del-diseno-ux-ui-que-debes-conocer/>
- Allanwood, G., & Beare, P. (2021). *Diseño de Experiencias de Usuario*.
- Casado, P. E. (2021). *UX DESIGN - Hazlo facil pensando en el usuario*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Efraín Velastegui, S. A., José, N., & Berragán, U. (2018). *La Promoción turística por medios digitales*.
- Gobierno Autónomo Municipal de Sucre. (2021). *PROGRAMA DE REVALORIZACIÓN TURÍSTICA*. Sucre - Bolivia.
- Javier, C., & Vittone, J. (2013). *Diseñando Apps para móviles*.
- Montejano, J. M. (1998). *Diccionario de Turismo*. Madrid España.
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico*. Mérida, Venezuela: Visión Gerencial.
- Puetate, G., & Ibarra, J. L. (2020). *Aplicaciones Móviles Híbridas*. Quito, Ecuador: Centro de publicaciones PUCE.
- Rojo, G. B. (2012). *Teorías del diseño grafico*. Mexico: Eduardo Durán.
- Romero, S., Cebollada, J. A., & Rodríguez, S. (23 de Febrero de 2021). *inSuit*. Obtenido de inSuit: <https://www.insuit.net/es/destino-turistico-inteligente-accesibilidad-web/>
- Stevens, A. (s.f.). *Manual Explotación de la Red Vial*. Recuperado el 20 de Abril de 2024, de Manual Explotación de la Red Vial: <https://rno-its.piarc.org/es/sistemas-y-estandares-factores-humanos-enfoque-de-sistemas-al-diseno-de-its/disenio-centrado-en-el-usuario>
- Villa, R. M. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional*. México.

V. ANEXOS

Anexo A Preguntas en el desarrollo de la entrevista a autoridades del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre

Preguntas de la entrevista realizada a autoridades del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

Categoría 1: Promoción Turística

Pregunta 1: ¿Dentro el Gobierno Municipal de Sucre, existe alguna instancia designada específicamente al desarrollo de la promoción del destino Turístico de Sucre?

Pregunta 2: ¿A través de qué medios se realiza la difusión de los atractivos turísticos del Municipio de Sucre a nivel nacional e internacional?

Pregunta 3: ¿A través de qué medios se brinda información turística a los visitantes que se encuentran en la ciudad?

Pregunta 4: ¿Dentro el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, se utilizan medios digitales para realizar algún tipo de promoción y difusión? Cuales son:

Pregunta 5: ¿Dentro el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre se promociona los diferentes servicios turísticos ofertados como servicios de Hospedajes, alimentación, agencias de viaje, etc.?

Categoría 2: Diseño de aplicación móvil

Pregunta 6: ¿En la actualidad el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre cuenta con alguna página web y/o aplicación Móvil para promocionar el turismo?

Pregunta 7: ¿En caso de no contar con una aplicación móvil de promoción turística, cual el motivo?

Pregunta 8: ¿Qué gama de colores debería utilizarse para el diseño de una aplicación móvil que muestro los atractivos turísticos del municipio de Sucre?

Pregunta 9: ¿Qué características de diseño debería tener una aplicación móvil, para promocionar y difundir el destino turístico Sucre?

Pregunta 10: ¿Qué información es la más solicitada por turistas y como debería plantearse esta en el diseño de una aplicación móvil para promocionar el destino turístico Sucre?

Categoría 3: App gratuito

Pregunta 11: ¿Cree usted que los turistas pagarían por una aplicación móvil que muestre los diferentes atractivos turísticos del municipio?

Pregunta 12: ¿Cree usted que las empresas privadas dedicadas al sector turístico inventarían recursos económicos en la generación de una Aplicación Móvil orientada al turismo?

Anexo B Diseño propuesto del prototipo de la aplicación móvil Plan Tour para promocionar la riqueza turística patrimonial de Sucre

En la Figura 17 y 18, se presenta por única vez al momento de realizar la apertura de la misma por primera vez, en la misma se puede observar una visualización con varias imágenes de Sucre, en la parte inferior solicita nombre y ciudad origen del turista, esta información servirá para contar con datos estadísticos de las ciudades origen que más frecuentan el municipio de Sucre además de que sitios de interés prefieren.

Figura 17

Diseño de Pantalla Inicio



Fuente: Elaboración Propia

Figura 18

Diseño de Pantalla Registro del Turista



Fuente: Elaboración Propia

En la Figura 19 se puede observar la pantalla de bienvenida mostrando las principales categorías de atractivos turísticos, mostrando además un breve detalle de los mismos, en la Figura 20 se muestra el menú principal donde el turista podrá visualizar el servicio que requiera

Figura 19

Diseño de pantalla Bienvenido



Fuente: Elaboración Propia

Figura 20

Diseño de pantalla Prototipo Aplicación Móvil



Fuente: Elaboración Propia

En las figuras 21 y 22, se muestra la opción de rutas turísticas donde de acuerdo a la geolocalización del turista muestra cual sería la ruta turística gastronómica que puede seguir, mostrando los establecimientos más cercanos, esta misma dinámica se refiere a la ruta turística paleontológica, culturas vivas y patrimonial. En la figura 22 se muestra a través de la geolocalización todos los atractivos patrimoniales con los que cuenta el Municipio de Sucre.

Figura 21

Diseño de Pantalla de Pantalla Tutas Turísticas



Fuente: Elaboración Propia

Figura 22

Diseño de pantalla Turismo Patrimonial



Fuente: Elaboración Propia

En las Figuras 23 y 24 podemos visualizar el detalle tanto de los servicios turístico como de los atractivos, mostrando información más relevante solo con la opción de seleccionar en el mapa el atractivo o servicio requerido

Figura 23

Diseño de Pantalla – Detalle Servicios de Hoteles



Fuente: Elaboración Propia

Figura 24

Diseño de pantalla – Detalle Atractivo Turístico



Fuente: Elaboración Propia

En la Figura 25, se visualizará la pantalla de las diferentes actividades culturales que se vienen desarrollando, esto se organiza por el mes actual, pudiendo seleccionar otros meses, una vez seleccionado el día requerido se presentara en la parte inferior el listado de todas las actividades culturales que se desarrollaran en el día.

En la Figura 26, se visualiza la pantalla de Chat en línea, donde el turista podrá realizar una consulta personalizada absolviendo dudas peculiares.

Figura 25

Diseño de pantalla Actividades Culturales



Fuente: Elaboración Propia

Figura 26

Diseño de pantalla Chat en Línea



Fuente: Elaboración Propia