

Sistema web móvil de consulta hotelera/turística para mejorar la difusión de hoteles y hospedajes en la ciudad de Trujillo.

Mobile web system of hotel / tourist consultation to improve the diffusion of hotels and lodgings in the city of Trujillo.

Max Jasson Díaz Minaya¹

RESUMEN

En la presente Investigación se estudió el desarrollo de una Web Móvil que tuvo como finalidad mejorar la difusión de hoteles y hospedajes de la ciudad de Trujillo. Se realizó un sistema web, el cual estuvo orientado a la búsqueda de hoteles y hospedajes, además; de herramientas necesarias para valorar y realizar comentarios sobre el hotel seleccionado. Se realizó una investigación pre-experimental. Se tomó como población de estudio 35 personas las cuales son Turistas de nuestra ciudad, de esta población se extrajo una muestra de 32 personas a las cuales se les realizó una encuesta. Se aplicó la prueba de Normalidad de Shapiro Wilk que nos dio como resultado aplicar la prueba T para la contratación de las hipótesis y como metodología de desarrollo ICONIX, puesto que fue evaluada por expertos y dio como resultado que es la mejor a utilizar. Además después de la implementación del sistema se logró incrementar el nivel de la difusión en un 15%, es decir llegando a 71.4%, además se incrementó el nivel de satisfacción del turista encuestado con respecto a la difusión hotelera incrementando de un 55.6% al 72.2%, también se logró un incremento de 12.4%, subiendo de un 57.6% hasta el 70% del nivel del conocimiento del turista. Finalmente se concluye que con la implementación del sistema web se mejoró significativamente difusión de hoteles y hospedajes en la ciudad de Trujillo.

Palabras clave: Difusión, Turismo, Sistema Web.

ABSTRACT

In the present investigation the development of a Mobile Web was studied that had as purpose to improve the diffusion of hotels and lodging of the city of Trujillo. A web system was developed, which was oriented to the search of hotels and lodgings, in addition; Of tools needed to rate and comment on the selected hotel. A pre-experimental investigation was carried out. Thirty-five people were taken as the study population, all of whom are Tourists from our city. A sample of 32 people was sampled from this population. The Shapiro Wilk Normality test was applied which resulted in the application of the T-test for the contracting of the hypotheses and as an ICONIX development methodology, since it was evaluated by experts and resulted in the best use. In addition, after the implementation of the system, the level of diffusion was increased by 15%, that is to 71.4%. In addition, the level of satisfaction of the surveyed tourist was increased with respect to hotel diffusion, increasing from 55.6% to 72.2 %, Also increased by 12.4%, rising from 57.6% to 70% of the level of tourist knowledge. Finally, it is concluded that the implementation of the web system significantly improved the diffusion of hotels and lodging in the city of Trujillo.

Keywords: Diffusion, Tourism, Web System.

¹ Universidad César Vallejo - Escuela de Ingeniería de Sistemas.
E-mail: max020694@gmail.com

I. INTRODUCCIÓN

I.1. Realidad problemática.

La actividad en el sector hotelero; en las últimas décadas se ha posicionado como una de las actividades económicas que ha generado mayores expectativas en la población. Según (Córdoba, 2016) Managin Director de Andalucía Lab: En el 2016 Ronal Berger y la Asociación de Hoteles de Austria (OHV) realizaron un estudio del sector hotelero en Austria, en el cual encontré que el principal problema que atraviesan las empresas hoteleras es en el campo de la información que conoce el cliente, la mitad de hoteles que aplicaron al estudio no prestan atención a la información que muestran a sus clientes y también no administran sus ofertas. [1].

En nuestro país, cada año son cientos las visitas turísticas, los lugares turísticos visitados y sobretodo la concurrencia en los hospedajes. El trato al turista en nuestro país no es el mejor y por ende no proporcionamos buena imagen al turista, y de esto se quejan muchos turistas. Un tema más es el transporte ya que cuando se transportan a los turistas los conductores (Taxistas) cobran lo que quieren o incluso los engañan recorriendo más zonas antes de llegar al destino con el fin de cobrarles más y abusar de que muchos no conocen el país. Por no existir información sobre los establecimientos hoteleros y del país en general a la mano del turista, estos se las arreglan buscando dicha información donde y como puedan.

De la encuesta realizada se extraen las siguientes problemáticas:

- El 53% de la población en estudio no encuentra la información de los hoteles rápidamente, esto quiere decir que hay una carencia de la difusión de la información hotelera. Esto trae como consecuencia inseguridad de los turistas al momento de buscar hospedaje.
- El 53% de la población encuestada que está en búsqueda de un servicio de hospedaje desconoce sobre los establecimientos hoteleros de la ciudad que visita, trayendo como consecuencia inseguridad para el turista tanto de su integridad personal como de su equipaje.
- El 53% de los encuestados no se encuentran satisfechos con la difusión de la información hotelera en la ciudad, como consecuencia el turista transmitirá su descontento a sus allegados, lo que disminuiría el turismo en nuestra ciudad.

Por este motivo se propone el desarrollo de un sistema web para facilitar la información sobre el sector a los usuarios del sistema, ver comentarios, etc.

I.2. Trabajos previos.

Internacional- México

Título: “Guía Turística Virtual El Delfinario de Guaymas, Sonora México”.

Autor: Rene Arachim Cazares Acosta

Centro Académico: Instituto Tecnológico de Sonora.

Año: 2012

Resumen: En esta tesis tiene como objetivo promover y difundir los sitios turísticos de Guaymas y San Carlos a través de la Guía, aso los turistas encontraran la información donde quiera que estén, debido a que los sitios de interés no estaban siendo promocionados adecuadamente o nivel local, regional e incluso internacional. Esa investigación tiene su justificación en la mejora del turismo en la región, se trabajó con una población de estudio de turistas para probar la guía.

Aporte: En Conclusión el uso de la programación web orientado a una guía turística como medio facilitador para la difusión de su información a los turistas que visitan si ciudad.

Nacional – Tarapoto

Título: “Mejoramiento de la difusión de la información turística de la región San Martín mediante el uso del E-Marketing”

Autor: Gisella Pinedo García

Centro Académico: Universidad Nacional de San Martín

Año: 2015

Resumen: Esta tesis habla de la mejora de la difusión mediante el E-Marketing. Para cambiar el estado de la difusión turística en la región de San Martín al no tener una presencia sólida en los medios electrónicos al proponer una solución web para mejorar esta situación, en esta investigación se tomó una población de 26538 personas, se realizó un muestreo probabilístico cuyo resultado fue 19 personas. Se trabajó con Pre y Post Test. El resultado de la investigación fue que se logró implementar-E marketing en la difusión.

Aporte: En esta investigación usan el Marketing como modelo de solución al déficit de difusión turística hacia el turista, proponiendo una solución web para mostrar la información turística.

I.3. Formulación del problema

¿De qué manera un Sistema Web Móvil de consulta hotelera/turística influirá en la difusión de hoteles y hospedajes en la ciudad de Trujillo en el año 2017?

I.4. Hipótesis

La implementación de un Sistema Web Móvil de consulta hotelera/turística mejora significativamente la difusión de hoteles y hospedajes en la ciudad de Trujillo en el año 2017.

1.5. Objetivos

Objetivo General:

Mejorar la difusión de hoteles y hospedajes al turista mediante la aplicación de un sistema Web Móvil de consulta hotelera/turística en el sector hotelero de la ciudad de Trujillo.

Objetivos Específicos:

- Incrementar la satisfacción de los turistas al momento de escoger el hotel donde van a hospedarse.
- Incrementar el conocimiento de los turistas a cerca de la información de los servicios de los locales-establecimientos hoteleros.
- Incrementar la difusión de la información en los turistas y huéspedes.

2. MÉTODOS

2.1. Diseño de la investigación

Experimental: Pre Experimental



Figura 01. Diseño de Investigación

Fuente: Elaboración propia

2.2. Justificación

Tecnológica. Hoy en día existen muchas herramientas que facilitan el desarrollo del sistema, también tenemos muchos lenguajes de programación como C++, PHP, JavaScript, etc.; además de muchos motores de bases de datos para el manejo de la, así como servidor para el desarrollo se puede usar programas como Xampp o Wampp (local) y host pagado para alojamiento.

Económica. En lo económico el resultado de esta investigación, es decir el producto que se genera producirá resultados económicos tanto para los usuarios como para el desarrollador ya que esta aplicación generará ingresos por inscripción para poder difundir la información, la ganancia del usuario es ser más conocido esto significa más ingresos económicos para el hotel.

Social. Así la presente investigación permitirá describir y analizar de qué manera este sistema ayudara y beneficiara a la organización hotelera y sobretodo la seguridad del turista en la búsqueda de un hospedaje.

Operativa. Porque el presente proyecto de investigación ayudará a los turistas y huéspedes a elegir el estableci-

miento hotelero adecuado en la ciudad de Trujillo de acuerdo a sus necesidades.

2.3. Población.

Tabla 01. Población

Descripción	Cantidad
Huéspedes	35
Total	35

Fuente: Elaboración propia

2.4. Muestra.

$$n = \frac{(35) 1.96^2 (0.5) (0.5)}{(35 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

2.5. Técnicas e instrumentos.

Tabla 02. Fuentes e instrumentos

Técnica	Instrumento	Fuente
Encuesta	Cuestionario	Huéspedes

Fuente: Elaboración propia

2.6. Análisis Estadístico.

Confiabilidad:

→ Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,855	9

Figura 02. Resultados Alfa de Cronbach

Fuente: IBM spss Statistics 23

Se obtuvo que el Alfa de Cronbach es de 0.855 es decir que el instrumento tiene una calificación BUENA - MUY BUENA.

2.7. Métodos de análisis de datos.

Prueba de Normalidad: Se usará la prueba de Shapiro-Wilk puesto que la muestra obtenida es de un tamaño menor a 35.

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
DIFERENCIA	,843	9	,062

Figura 03. Resultados Normalidad

Fuente: IBM spss Statistics 23

Al ser el resultado de la prueba mayor a 0.05 se realizará una prueba paramétrica y como la muestra es menor a 35 se usará la prueba T-Student.

3. CONTRASTACIÓN

Los 3 indicadores serán extraídos de una encuesta:

Tabla 3. Técnicas e Instrumentos

Rango	Respuestas	Peso
SI	Si	5
NO	No	1

Fuente: Elaboración propia

3.1 Prueba de la Hipótesis para el Indicador I: Nivel de difusión de la información hotelera.

Ahora se analiza el Pre Test y Post Test en la siguiente tabla:

Tabla 4. Análisis del indicador 1

Pregunta	Pre Test	Post Test	DI	D2
1	3.50	4	-0.50	0.25
2	2	3.63	-1.63	2.66
3	2.25	3.50	-1.25	1.56
4	2.88	3.88	-1.00	1.00
5	3.50	3.75	-0.25	0.06
6	2	3.25	-1.25	1.56
7	2.75	3.25	-0.50	0.25
8	3.38	3.75	-0.37	0.14
9	2.75	3.13	-0.38	0.14
Total	25.01	32.14	-7.13	7.62

Fuente: Elaboración propia

Como t calculada es -4.74 y el valor crítico es 1.860, quiere decir que la t calculada se encuentra en la región de Rechazo, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alternativa.

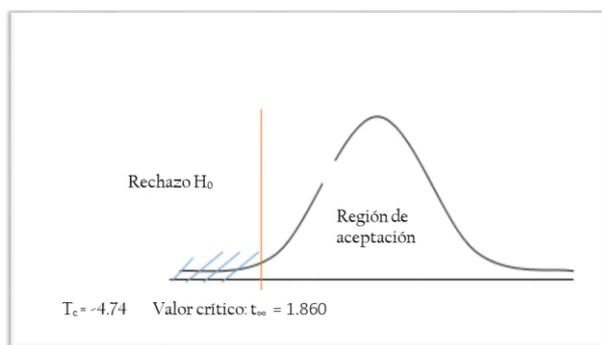


Figura 04. Campana de Gauss Indicador I

Fuente: Elaboración propia

3.2. Prueba de la Hipótesis para el Indicador II: Nivel de satisfacción del turista con la difusión en la ciudad.

Ahora se analiza el Pre Test y Post Test en la siguiente tabla:

Tabla 5. Análisis indicador 2.

Pregunta	Pre Test	Post Test	DI	D2
1	3.50	4	-0.50	0.25
2	2	3.63	-1.63	2.66
3	2.25	3.50	-1.25	1.56
4	2.88	3.88	-1.00	1.00
5	3.50	3.75	-0.25	0.06
6	2	3.25	-1.25	1.56
7	3.38	3.75	-0.37	0.14
8	2.75	3.13	-0.38	0.14
Total	22.26	28.89	-6.63	7.37

Fuente: Elaboración propia

Como t calculada es -4.52 y el valor crítico es 1.895, quiere decir que la t calculada se encuentra en la región de rechazo de H₀ y por ende la H₁ es aceptada.

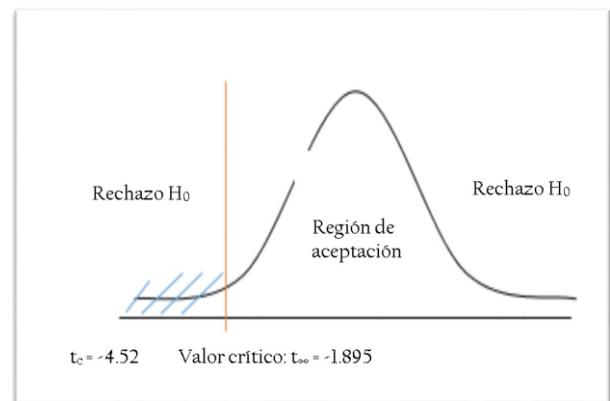


Figura 05. Campana de Gauss Indicador 2

Fuente: Elaboración propia

3.3. Prueba de la Hipótesis para el Indicador III: Nivel de conocimiento de los huéspedes sobre los hoteles donde se van a alojar.

Ahora se analiza el Pre Test y Post Test en la siguiente tabla:

Tabla 6. Análisis del indicador 3

Pregunta	Pre Test	Post Test	DI	D2
1	2	3.63	-1.63	2.66
2	3.50	3.75	-0.25	0.06
3	2.75	3.25	-0.50	0.25
4	3.38	3.75	-0.37	0.14
5	2.75	3.13	-0.38	0.14
Total	14.38	17.51	-3.13	3.25

Fuente: Elaboración propia

Como t calculada es -2.48 y el valor crítico es 2.132 , quiere decir que la t calculada se encuentra en la región de rechazo de H_0 y por ende la H_1 es aceptada.

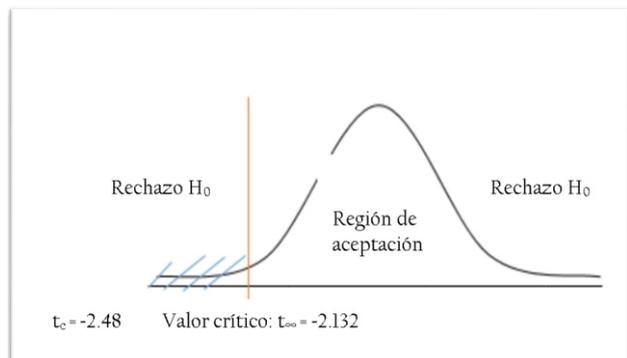


Figura 05. Campana de Gauss Indicador 3
Fuente: Elaboración propia

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el estudio de la Factibilidad para medir si nuestro proyecto es viable económicamente, según los cálculos realizados se logró realizar el Flujo Caja de donde se pudo aplicar las formulas en el Análisis de la Rentabilidad, donde se obtuvo que el Valor anual neto (VAN) de la presente investigación es 8,702.84 nuevos soles, también se consideró el valor de Beneficio/Costo obteniendo el resultado de 1.82 es decir que por cada nuevo sol que se invierte, obtendremos una ganancia de S/. 0.82. Con respecto a la Tasa Interna de retorno del proyecto se obtuvo el resultado de 68% teniendo en cuenta la Tasa (TMAR) = 15% - Fuente: Banco de Crédito, finalmente se calcula el tiempo estimado de recuperación del capital el cual es de 1.56 es decir (1 año, 6 meses y 21 días), es esta investigación se realizó toda esta investigación en comparación al a investigación de (Acosta, 2012).... [2] no se realizó este estudio por lo tanto no se puede determinar si la investigación es factible económicamente o no. Según las pruebas de hipótesis obtuve por indicador que el nivel de la difusión por opinión del turista se incrementó un 15%, llegando a un 71.4% de la población objeto, además que el nivel de satisfacción del turista encuestado con respecto a la difusión hotelera tuvo un incremento del 16.6% con respecto al primer porcentaje obtenido analizando el pre-test y finalmente el nivel del conocimiento del turista con la aplicación del sistema se incrementó un 12.4%, por otro lado en la investigación de (García, 2015).... [3] se analizó la hipótesis general considerando una población de 19 encuestados obteniendo medio entre 13.8 y 20.1 en el pre y post-test respectivamente, obtenido un incremento de 6.26

5. CONCLUSIONES

Con la implantación del Sistema Web Móvil de difusión hotelera se mejoró la difusión al turista de la

población elegida de la ciudad de Trujillo.

Se concluye que la elaboración del sistema es viable y factible económicamente de acuerdo a los cálculos desarrollados para el Flujo de Caja: VAN > 8702.84, TIR (68%) > Tasa (TMAR) (15% Banco de Crédito) y el capital se recupera en 1 año 6 meses y 21 días aproximadamente.

Se realizaron encuestas antes y después de la implementación del sistema en la realidad, antes del sistema se obtuvo el nivel de la difusión por opinión del turista era de un 55% debido a varios factores: No se entraba la información rápidamente, no creía que era veraz, etc.; pero con el uso de mi sistema mejoró esta situación incrementado el nivel 15%, es decir llegando a 71.4% de mi población encuestada.

Con la implementación del sistema se mejoró el nivel de satisfacción del turista encuestado con respecto a la difusión hotelera incrementando de un 55.6% al 72.2% de la población es decir un incremento del 16.6%.

El nivel del conocimiento del turista con la aplicación del sistema se incrementó un 12.4%, subiendo de un 57.6% hasta el 70% de la población encuestada.

5. AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mis padres por estar a mi lado en toda mi carrera, por estar presentes en los momentos más difíciles, a mis maestros ya que ellos me enseñan día a día valores en los estudios y para poder superarme cada día más.

Al Sr. Gerente del Suite Hotel Victoria's por permitirme realizar consultas acerca de mi problema de investigación. A todas aquellas personas que en los momentos que no quería continuar me motivaron para seguir adelante. Y agradezco a Dios por brindarme salud y convicción para poder finalizar mi carrera.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Córdoba, Jose Luis. 2016. LinkedIn. LinkedIn. [En línea] 05 de Marzo de 2016. [Citado el: 02 de Junio de 2017.] <https://es.linkedin.com/pulse/problemas-comunes-de-la-industria-hotelera-en-europa-c3%0c3%B3rdoba>.
- [2] Acosta, Rene Arachim Cazares. 2012. Guía Turística Virtual El Delfinario de Guaymas, Sonora México. Sonora : s.n., 2012.
- [3] García, Guisella Pinedo. 2015. Mejoramiento de la difusión de la información turística de la región San Martín mediante el uso del E-Marketing. Tarapoto : s.n., 2015.

