



**UTMACH**

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:  
DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB E-COMMERCE DE VENTA DE PAQUETES  
TURÍSTICOS PARA LA EMPRESA TURISTEAECUADOR S.A

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

AUTORA:  
CASTILLO CRUZ MAYRA ALEXANDRA

MACHALA - EL ORO

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, CASTILLO CRUZ MAYRA ALEXANDRA, con C.I. 0706384401, estudiante de la carrera de ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB E-COMMERCE DE VENTA DE PAQUETES TURÍSTICOS PARA LA EMPRESA TURISTEAECUADOR S.A

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
  - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
  - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 19 de noviembre de 2015

---

CASTILLO CRUZ MAYRA ALEXANDRA  
C.I. 0706384401

## INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico se ha distinguido por exponer una tendencia progresiva y de aumento en los últimos años. En el año 2009 se ha dado un incremento del 15.9%, en el año 2010 la ampliación observada es del 17.4%, y en el año 2011 los aumentos interanuales son más significativos, adquiriendo el 19.8%. En tanto, los internautas, en los últimos años se observó un incremento de los mismos del 20.2%: de 11 millones en 2010 a 13.2 millones en 2011. De este modo, el 50.7% de los internautas han llegado a llevar a cabo alguna compra on-line. Con relación al sector servicios turísticos, debemos señalar que es uno de los sectores más destacados del comercio electrónico, favoreciendo a una gran contribución al acrecentamiento del comercio electrónico B2C en el año 2011, igual que el sector financiero. (Prado, Gonzalez, & Mercado, 2014)

La industria turística ha utilizado el sistema de distribución de productos y servicios eficientemente, facilita una mayor accesibilidad a la oferta y a la demanda, también aportado a la aparición de nuevos canales de distribución, lo cual demuestra la competitividad de la aplicación de las TIC en el negocio turístico. (Berné, Garcia, Mujica, & Garcia, 2012)

Las múltiples ventajas que ofrece Internet están favoreciendo que multitud de empresas dispongan ofrecer sus productos o servicios al consumidor final a través de este canal. Por lo tanto están surtiendo cuantiosas compañías virtuales con el fin de canalizar su mercado a través de Internet, aprovechando las ventajas del comercio electrónico como son: disponibilidad continua o eliminación de barreras geográficas a su oferta comercial. (Izquierdo, Martinez, & Jimenez, 2010)

El uso de las TIC ayuda a que las empresas del sector turístico proporcionen una mayor personalización del producto final, facilitando un valor añadido con referencia a las necesidades individuales. De esta manera, el nivel del canal que desarrolle crecientemente sus posibilidades de personalizar el producto lograra una ventaja competitiva al entender mejor a la demanda, su segmentación y diferenciación. En los procesos productivos y en los productos del sector turístico también se observan movimientos, asociados al uso de las TIC. Uno de los elementos primordiales en los cambios generados por las TIC en el proceso de producción se refiere a la capacidad de ofrecer servicios integrados. Este es un proceso en el cual las empresas utilizan este sistema para crear y desarrollar una variedad de servicios que derivan de diferentes industrias, pero que existe dependencia entre ellas. El turista, además, demanda estos servicios simultáneamente. (Berné, Garcia, Mujica, & Garcia, 2012)

Las agencias de viajes online son consideradas como el ciberintermediarios de excelencia. Han surgido en un entorno online y puntualizan su actividad a través de él, funcionan únicamente en red sin empresas físicas. En el cual, los clientes pueden indagar en un solo producto turístico, sea este un vuelo, un conjunto o combinación de ellos, igualmente de hallar ofertas de última hora. La continuidad como líderes online depende de la facilidad en el uso de sus sitios web. Además, de vigilar los atributos del diseño, funcionalidad y capacidad de respuesta, se debe pensar en la calidad del entretenimiento y las experiencias agradables que proveen los contenidos multimedia, y la interactividad de los servicios brindados por las agencias de viajes tradicionales. (Vallespin & Molinillo, 2014)

Por lo tanto la empresa Turisteaecuador s.a pretende poner un negocio de venta de paquetes turísticos, es intermediaria. Enfocando sus promociones exclusivamente

en la web, con un segmento de mercado de jóvenes entre 15 y 25 años de clase alta. El reto más importante a tomar en cuenta es estar a la par con las nuevas tecnologías que se han estado desarrollando, nos provee muchas facilidades a la hora de interactuar con demandantes de servicios, no obstante en la web existen sin números de páginas e-commerce que tienen dificultad para ser utilizadas, además que presentan algunos inconvenientes como el pago y la privacidad de la información, por lo cual se pretende crear una página e-commerce sencilla de usar para la empresa.

Describir funciones e importancia de pagina e-commerce para la venta de paquetes turísticos.

El desarrollo de una pagina web hoy en dia es de gran importancia por los beneficios que ofrece como es: la reducción de tiempo, eliminación de barreras geográficas, físicas existentes entre oferentes y demandantes (Izquierdo A., 2010). La posibilidad de acceder a una amplia variedad de productos ha sido identificada también como una de las principales características de Internet. De este modo, la Red permite acceder a un mercado global. (Rodríguez & Herrero, 2008)

El enfoque del trabajo se basa en exponer un marco teorico en la argumentacion de la respuesta a la pregunta que muestre la importancia del comercio electronico en la actualidad para las empresas que desean enfocar sus productos mediante la web. Asi mismo, en la descripcion de las funciones y estructura que posee la pagina e-commerce realizada, ademas, las características de ciertas opciones incluidas para la facilidad de los que visiten la pagina.

## **DESARROLLO**

### **ARGUMENTACIÓN DE LA RESPUESTA A LA PREGUNTA**

Desde los años ochenta, las TIC han innovado el mercado turístico de una manera global. El posicionamiento de las centrales de reservas en los setenta y los sistemas globales de distribución a finales de los ochenta, continuo del avance de redes en internet a finales de los noventa, ha incitado a la transformación radical operativamente y en las estrategias de la industria turística (Berné, Garcia, Mujica, & Garcia, 2012)

En España, el 74.1% de los usuarios de Internet afirman que consultan las apreciaciones de otros compradores online antes de tomar su decisión de compra, y un 45% confían en dichas valoraciones. En otros países, como el Reino Unido o Estados Unidos, los consumidores también confían en este tipo de valoraciones online. La importancia que está adquiriendo esta manera de comunicación en el entorno virtual, es aproximadamente el 72% en que los consumidores ingleses y estadounidenses conceden el mismo nivel de credibilidad a las valoraciones publicadas por otros usuarios anónimos en la red, que a las opiniones brindadas por personas de su grupo de amistades. Además, otros estudios ratifican que el 71% de los consumidores estadounidenses leen las opiniones de otros usuarios para informarse de características de un producto o servicio. (Matute, Polo, & Utrillas, 2015)

El progreso del sector ha llevado a la creación de agencias de viajes online de distintos tipos, con precios sofisticados y estrategias de segmentación numerosas. Por lo tanto, esta variedad es la consecuencia de que las agencias de viajes online que operan en el mercado español hayan continuado progresando en el 2013 mas del 12% a un ritmo inclusive mayor al desarrollado en 2012 con mas del 5%. (Vallespin & Molinillo, 2014)

Las empresas que han desarrollado su actividad económica en el entorno on-line deben estar preparadas para lograr una mayor calidad en los aspectos y encuentros que tengan antes, durante y después de la compra. Esto es debido a que el consumidor aprecia la calidad del servicio en este entorno como un antecedente de la generación de satisfacción en el mismo. Además, el canal online permite realizar compras las 24 h del día, 7 días a la semana. Asimismo, la compra puede ser realizada desde casa y permite el acceso a minoristas localizados en cualquier parte del mundo. Las variedades de productos que se puede encontrar en internet, sumando todas las tiendas que venden productos en este canal, es prácticamente todo el conjunto de productos existentes en el mundo, se debe a que el internet provee incontable información y facilidades para organizar a un coste bajo. (Arce & Cebollada, 2013)

Los consumidores son un componente fundamental que permite aseverar la rentabilidad y el éxito de las compañías. No obstante, se debe señalar que la generación de lealtad en el entorno on-line muestra un mayor problema respecto al entorno off-line. Se debe que, a pesar de que un gran número de usuarios logren acceder al sitio web, esto no implicará que logren sentirse satisfechos y leales, porque que el entorno on-line ofrece una gran facilidad de acceso a sitios web de otras compañías. (Prado, Gonzalez, & Mercado, 2014)

## Turismo en el Ecuador

Según ASECUT (Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes, Operadores de Turismo y Mayoristas) se ha logrado un crecimiento en el desarrollo del comercio electrónico, el 40% de reserva de billetes de avión se han dado por este medio. La razón de este aumento es que el 28.3% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 16.5 puntos más que en el 2010. En el área urbana el crecimiento es de 20.3 puntos, mientras que en la rural de 7.8 puntos. Además en el área urbana el 37% para el 2013 circularon más de \$ 3 millones de tarjetas de crédito en el país. (INEC, 2013)

Las cifras del I trimestre del 2015 mencionan que por cada 10 ecuatorianos que abandonan el país, llegan alrededor de 14 extranjeros. El principal destino de los ecuatorianos fue Estados Unidos, con el 38% de las salidas, seguido de Perú con el 91%, Colombia y España con 9% de las salidas respectivamente. (OPTUR, I TRIMESTRE 2015)

Los ecuatorianos gastaron en viajes internacionales 2'731.622 dólares en vacaciones con todo incluido, mientras que en viajes nacionales 1'083.952 dólares con todo incluido, lo que hace referencia que el enfoque del segmento de mercado utilizado es factible.

Según datos oficiales los turistas de países como: Colombia, Perú y EEUU son los que mayormente acuden al país.

Tabla 1º Procedencia de turistas que visitan el País

<b>País</b>	<b>Promedio De Gastos</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Temporadas</b>	<b>Motivo De Viajes</b>	<b>Edad</b>
Colombia	\$873	15 Días	Diciembre	Ocio	15 a 40
Peru	\$635	30 Días	Ene. Jul. Oct. Nov. Dic	Ocio	15 a 34
EE.UU	\$1559	12 Días	Mar. May. Jun. Jul. Ago.	Ocio	25 a 54

Tabla 2º porcentaje de turistas que realizan turismo nacional

<b>Provincias</b>	<b>porcentaje</b>
Quito	63.38%
Guayas	40.38%

Se ha tomado en cuenta como se ha desarrollado el turismo en el Ecuador en la actualidad para conocer la economía que poseen los turistas y tener referencia al momento de ofrecer paquetes turísticos, además por el segmento de mercado que está establecido en el caso que es de 15 a 25 años de clase alta, que observando la tabla1, observamos que es factible este segmento porque se encuentra en un rango asequible en cuanto al poder económico.

## **DISEÑO DE PAGINA E-COMMERCE**

### **Pagina e-commerce a utilizar:**

En la web existen varias paginas e-commerce WooCommerce, Prestashop, Drupal que ofrecen muchas opciones, pero su costo es alto, es por eso que la opcion a utilizar es: Wix, es una plataforma para la creación de sitios web gratis, crea páginas web de apariencia profesional las cuales pueden ser actualizadas y editadas fácilmente. No se requieren conocimientos técnicos y los sitios son 100% compatible con los motores de búsqueda. Ofrece una amplia gama de plantillas, aunque también puedes crear tu sitio desde cero.

Ademas ofrece una serie de planes premium que le proporcionan a los usuarios acceso a funciones extras tales como conectar un nombre de dominio, eliminar la publicidad de Wix y obtener más almacenamiento y ancho de banda. (WIX, 2015)

Para obtener un dominio propio en esta pagina el plan e-commerce anual de \$194 con lo cual obtienes:

- Eliminacion de anuncios wix
- Almacenamiento 20 GB
- Ancho de banda 10 GB
- Sitio movil sin anuncios
- Hosting gratuitos
- Google analytics
- Ayuda premium

Posee una garantia de 14 días y si no está 100% satisfecho, te reembolsan tu dinero.

**Dominio:** [turisteaecuadorsa.wix.com/turismo](http://turisteaecuadorsa.wix.com/turismo)

### **Estructura de pagina web**

La pagina web contiene seis segmentos de contenido en la barra de inicio:

#### **Primero: Inicio**

Se encuentra enunciando los paquetes turisticos que estan en mayor auge, con sus respectivos precios entre \$1001 hasta \$1321, dando clic en el boton que ese encuentra en cada paquete se desplazara a las caracteristicas que contiene dicho producto turistico y se podra realizar su respectiva compra.

Ademas del top de destinos preferidos por los turistas el cual tambien cuenta con un boton que deslizara a los detalles de cada paquete expuesto en la pagina.

Cabe recalcar que cada pagina cuenta con la opcion de chat en vivo un operador le respondera las inquietudes que tenga acerca de los paquetes ofrecidos, tambien un recuadro donde llenando sus datos puede escribir si desean mayor informacion o dejar algun comentario.

Tambien posee botones como: Buscador en el cual dando clic le dirige a destinos, otro boton es “Bienvenido a nuestro mundo” el cual los dirige a galeria donde se encuentran

imágenes de destinos turísticos del Ecuador, además, información de lugares potenciales del país. Además, posee iconos de redes sociales como son: facebook y twitter, incluso una opción para cambiar el idioma dependiendo el país de residencia que se encuentre. También, para hacer la página interactiva incluye imágenes en 3D sobre los lugares ofertados.

### **Segundo: Destinos**

Para que la página sea de mayor utilidad para los turistas, se creó esta opción donde pueden observar los destinos que se encuentran en incremento en estos momentos a manera de boletín informativo, también se incluyen imágenes de los lugares que se mencionan en el sitio. Seguido de un calendario con los feriados que se aproximan en Ecuador para que tengan referencia los días que podrán encontrar mejores ofertas.

### **Tercero: Paquetes**

Se encuentran los paquetes turísticos a disposición de los turistas cada uno cuenta con una opción de detalles, dando clic se podrá desplazar a otra página donde se encuentran las características de dichos productos turísticos ofrecidos y en el cual pueden realizar su compra. Los precios varían entre los \$552 hasta los \$2.541 cada paquete.

### **Cuarto: Promociones**

En esta página se podrá realizar la compra de paquetes que se encuentran en oferta, dando clic en los nombres de cada producto podrá dirigirse a las características que posee cada producto, además de sus precios que oscilan entre \$740 hasta \$1311 y realizar su compra si ese es el caso.

### **Quinto: Acerca de nosotros**

En este apartado está expuesto un pequeño recuento de información sobre la empresa, además, posee un buzón de comentarios el cual puede ser utilizado mediante su correo o conectarlo a través de su red social.

En la misma opción puede acceder a contactos donde podrá encontrar un número telefónico para comunicarse con la empresa. Además un icono de facebook el cual dando clic puede acceder a la cuenta de la empresa, ver fotos, promociones y los paquetes disponibles.

### **Sexto: Blog**

Esta opción fue incluida para que los usuarios que visitan la página puedan conocer información importante sobre turismo y demás relacionadas con este tema. También en esta página se encuentra el icono de facebook y twitter que los llevara a la cuenta mencionada anteriormente.

### **Chat en vivo**

Una de las opciones que se adjuntó a la página es un cuadro de chat, en el cual el visitante puede escribir sus inquietudes y un agente de servicio le atenderá. Lo innovador de este servicio es que atiende las 24 horas y no precisa de una persona que lo maneje por que se le incluye información sobre ofertas, servicios que ofrece y mediante palabras claves que identifica el chat le da una respuesta adecuada al remitente.



## Redes sociales

Las redes sociales son un factor muy importante que no pueden faltar al momento de realizar una pagina e-commerce, por que estas, seran de ayuda al momento de promocionar dicha pagina, es por eso, como se mencionó anteriormente se encuentra en algunos segmentos del sitio web permitiendo que el turista pueda redirigirse a dichas redes como son facebook y twitter, en las cuales tambien se encuentra informacion acerca de los servicios turisticos que se ofrece, ademas fotos sobre lugares turisticos y si desean dejar algun comentario, mensaje o sugerencia lo pueden hacer por este medio.

**Logo:** El logo creado para dicha empresa, esta basado en la libertad que posee el turista al momento de viajar, y la imagen de ama la vida para recordar que es la insignia que representa al turismo en el pais y conmemorar que la empresa es ecuatoriana.

## Paypal modo de pago

Para realizar el pago de los servicios que ofrece la pagina se utiliza paypal. A continuacion se explica de que se trata:

Es un sistema de pago electrónico seguro con el que, a la hora de cobrar de las empresas de afiliados, se ahorra en comisiones, respecto a cheques o transferencias. Está disponible en España, México, Chile, Argentina, y unos 50 países.

Cada vez más empresas internacionales de afiliados pagan también o sólo mediante él. De su difusión da una idea el hecho de que es el sistema de pago más empleado en la primera firma mundial de subastas

### Como utilizar:

- 1) Busca en esta pagina la parte que dice: Regístrate hoy mismo
- 2) En esta nueva página se debe determinar el país de residencia e idioma, y a continuación tiene tres alternativas a la hora de elegir el tipo de cuenta: personal, premium o business. La cuenta business es la adecuada para recibir el dinero y si es el caso del usuario utilizara cuenta personal.
- 3) Una vez que le da a "comenzar" en la cuenta que se elige, se introduce la información personal.  
  
Luego de completar la forma, se da "crear cuenta"
- 4) A continuación el registro se pregunta como pagar las compras, por el momento no se define esto, y le da al link que hay debajo que dice "ir a mi cuenta"
- 5) Y se crea entonces la cuenta en Paypal, lo que se debe hacer ahora es ingresar al mail que se introduce en el formulario, y dar en el botón "activar", para confirmar que el mail efectivamente les pertenece.

Automáticamente se redireccionará nuevamente a Paypal, en donde les va a pedir la contraseña anteriormente definida en la forma para ingresar a la cuenta.

Por último se establece las preguntas y respuestas de seguridad, y la nacionalidad.

## **Proveedor**

Metropolitan Touring sera uno de los principales proveedores que se tendrá en cuenta para lo cual se hara contacto con Amparo Villalba Gerente de Productos y Proveedores.

Numero de telefono:(593) 2 298 8312

## **IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE UNA PAGINA WEB**

Usar paginas web como manera de venta de servicios o productos es de gran importancia, porque permite restar los costes de funcionamiento, revolucionando los canales de distribución, facilitando la transparencia en precios y lograr que sean más competitivos, ademas de una producción más eficiente. La comunicación directa y personal con los consumidores en la red ha permitido ahorrar comisiones y acortar el proceso de creación de valor, lo que puede ser apreciado en descuentos de precios. (Berné, Garcia, Mujica, & Garcia, 2012). Con el fin de lograr un sitio web de calidad se identifica los atributos que los consumidores suelen utilizar más habitualmente en su evaluación. Existen tres dimensiones de suma importancia que debe poseer una pagina web: información, estructura de navegación y diseño gráfico.

La disponibilidad de información y el contenido de esa información, hace referencia a la posibilidad de tener suficiente información para la toma de decisiones a través de un sitio web, sin necesidad de contactar con personal de la empresa. Por su parte, la dimensión contenido de información ha sido desarrollada en su amplia mayoría, como calidad online. No obstante, reúne todo aquello que se comunica y por tanto se presenta en un sitio Web. Puede hacer referencia a la gama de productos, detalles referentes al servicio prestado, el estado de un pedido o búsqueda, la política corporativa, o relaciones públicas, información relativa a la historia de la empresa, recomendaciones a clientes, entre otros aspectos.

Para la estructura de navegación hace referencia a la buena organización y estructuración del sitio web, ademas de la existencia de un sistema de búsqueda adecuado con aspectos que permitan una navegación sencilla e intuitiva que guien al usuario en el logro de sus objetivos sean estos localizar información, realizar simulaciones o llevar a cabo una compra (Lopez, Rodriguez, & Gonzalez , 2010). Igualmente se deben aprovechar las redes sociales que aportan beneficios a los turistas como es en la etapa primera al viaje, que trata a cuando los usuarios se informan y toman las decisiones de dónde ir. Tambien, en la etapa de ejecución del viaje, lo cual implica uso de foros interactivos o publicando comentarios en blogs durante el viaje, incluso en la etapa despues del viaje, que es cuando comparten sus experiencias, comentarios, fotografías o videos de los viajes que han realizado.

## **CIERRE**

### **Conclusión**

El propósito de este trabajo estuvo basado en exponer las funciones que posee la página e-commerce, creada para la empresa turisteaecuador s.a. No obstante, se expuso la argumentación de la respuesta a la pregunta en el que se menciona como ha sido la evolución del comercio electrónico, además de como los consumidores perciben el servicio online y las características que posee dicho servicio. Después como se encuentra el turismo en Ecuador haciendo referencia de visitantes nacionales e internacionales que ingresan, gastos realizados y motivos de viajes. No obstante, también se indica como ha crecido la reserva de billetes de avión las cuales se dan a través del comercio electrónico.

Podemos decir que para alcanzar el desarrollo esperado del comercio electrónico, además de las múltiples ventajas que la tecnología puede ofrecer tanto a la empresa como al cliente en el desarrollo de relaciones comerciales, tienen que ser cuidadosamente examinados por las empresas que esperen utilizar Internet como canal de venta con el fin de comprobar qué es lo que tiene más peso para el consumidor a la hora de tomar la decisión de efectuar compras electrónicas. Es decir, qué aspectos positivos y aspectos negativos condicionan la decisión de compra y tratar de aprovechar las ventajas de los primeros y de minimizar lo segundo, con un adecuado diseño del planteamiento a seguir, como es, la presentación de la página web y de los productos y logística que se tenga.

## Urkund Analysis Result

<b>Analysed Document:</b>	Caso practico.doc (D15816908)
<b>Submitted:</b>	2015-10-23 05:35:00
<b>Submitted By:</b>	mayraccdj@gmail.com
<b>Significance:</b>	2 %

Sources included in the report:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S113857581200062X>

Instances where selected sources appear:

1