

Trabajo Fin de Grado

Aplicaciones en dispositivos móviles en el sector turístico español

Autor

Eda Jael Loza Escalera

Director

Víctor Manuel Orive Serrano

Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza

2015

En primer lugar me gustaría agradecer a mi familia en especial a mis padres, porque han sabido darme ánimos y el apoyo necesario para conseguir lo que tengo ahora. También nombrar a mi hermano Jonathan y a mis amigos que han logrado brindarme su ayuda para la realización del presente trabajo.

Además de contar con la colaboración afortunadamente de Víctor Manuel Orive Serrano como tutor de mi Trabajo de Fin de Grado, ya que ha sido una gran ayuda, al apoyar mis ideas y demostrar verdadero interés en el tema de mi trabajo. Ha estado muy pendiente de las tutorías y a pesar de contar con poco tiempo, demostró estar disponible cuando lo necesitaba.

Y por último agradecer a mis compañeros y profesores de la Escuela de Turismo, porque me han aportado mucho durante estos 4 años de carrera tanto de manera profesional como en lo personal.

Muchas gracias.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. ESTADO ACTUAL DEL TEMA	2
2.1 CONCEPTO DE APLICACIÓN MÓVIL.....	2
2.2 SITUACIÓN DE LAS APLICACIONES MÓVILES EN EL MERCADO.....	3
2.3 EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES Y APLICACIONES MÓVILES. .	4
2.4 LAS APLICACIONES MÓVILES EN EL SECTOR TURÍSTICO	6
2.5 RECOMENDACIONES PARA CREAR UNA APLICACIÓN TURÍSTICA.....	9
3.METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.....	10
3.1 ANÁLISIS CUALITATIVO.....	10
3.1.1 DATOS UTILIZADOS	10
3.1.2 SELECCIÓN DE LAS APLICACIONES MÓVILES.....	11
3.1.3 SELECCIÓN DE VARIABLES	12
3.1.4 RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO	13
3.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	23
3.2.1 DATOS UTILIZADOS	23
3.2.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO	23
4. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE TRABAJO.....	30
6. BIBLIOGRAFÍA	32

ÍNDICE DE FIGURAS

TABLAS

Tabla 1: Clasificación de Aplicaciones para dispositivos móviles.

Tabla 2: Aplicaciones turísticas para dispositivos móviles en España.

IMÁGENES

Imagen 1: Aplicaciones de Zaragoza.

GRÁFICOS

Gráfico 1- Sexo.

Gráfico 2 – Edad.

Gráfico 3 -Cómo eligen las Apps.

Gráfico 4 - En qué momentos utilizan Apps.

Gráfico 5 -Valoración de las funciones de Apps.

Gráfico 6 - Durante sus viajes, Con qué frecuencia se emplean las Apps.

Gráfico 7- Pagar por descargar una App.

Gráfico 8 - Dinero pagado por descargar una App turística.

Gráfico 9- Según el Grado de Satisfacción al utilizar una App Turística.

Gráfico 10- ¿Recomienda a otros las App que ha utilizado?

Gráfico 11- Apps Descargadas.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se centra en el análisis de las Aplicaciones (App) en dispositivos móviles en el sector turístico español.

El turismo en España es una fuente de riqueza, tanto por los recursos e infraestructuras como por la adaptación en los avances tecnológicos que ofrece al turista. Como consecuencia, de esta evolución, el mercado turístico ha ido proporcionando nuevas formas para mejorar la experiencia del turista y satisfacer sus necesidades.

Actualmente la llegada de los Smartphones o teléfonos inteligentes, ha hecho que las nuevas tecnologías se pongan al servicio del turista. Hoy en día, existen cada vez más dispositivos móviles esto es debido a la gran utilidad que tienen, son herramientas de trabajo, ocio y comunicación. Por ello, podemos encontrar una gran variedad de Aplicaciones relacionadas con el turismo, los cuales ayudan a preparar el viaje y logran la interacción del turista con el destino.

Por todo ello, en este trabajo se pretende analizar las App en los dispositivos móviles en el ámbito turístico español. Para ello, el trabajo estará centrado en alcanzar los siguientes objetivos:

- 1- Estudiar la situación actual del mercado de Aplicaciones móviles en el sector turístico español.
- 2- Analizar si los turistas utilizan Aplicaciones móviles cuando deciden viajar a un destino.
- 3- Analizar cuáles son las funciones de las Aplicaciones móviles que más emplean los turistas en sus viajes.
- 4- Investigar los requisitos a tener en cuenta para crear y desarrollar una aplicación móvil en materia de turismo.
- 5- Averiguar si las Aplicaciones móviles cumplen con las expectativas de los turistas.
- 6- Analizar en el sector español qué Comunidades Autónomas ofrecen más aplicaciones turísticas y estudiar sus utilidades.

- 7- Investigar las tendencias en Aplicaciones móviles y cuáles son los factores que llevan al éxito.

2. ESTADO ACTUAL DEL TEMA

2.1 CONCEPTO DE APLICACIÓN MÓVIL

Comenzaremos explicando el concepto que aparece en el presente trabajo para facilitar la comprensión de este estudio centrado en las Aplicaciones móviles en el sector turístico español.

Una Aplicación móvil se define como un programa informático diseñado principalmente para realizar una tarea específica, normalmente básica, de rápido y fácil utilización para el usuario. Según la web definicionabc.com *“el motivo por el cual se crea una aplicación, es la necesidad de solucionar los problemas que tiene el usuario o simplemente hacer que una tarea que resulta compleja sea más fácil de ejecutar. En definitiva, una aplicación informática sirve para ahorrar tiempo y dinero al usuario y, por eso, constantemente nuevas aplicaciones son desarrolladas ya sea por usuarios básicos, avanzados o programadores, a los efectos de simplificar el uso de un ordenador lo más posible”*.

Karanasio, Burgess y Sellitto (2012) clasifican las Aplicaciones turísticas en dos tipos: guías de destino, requieren conexión a Internet y normalmente contienen una guía sobre una ciudad o un lugar, y herramientas de viaje. Asimismo, se diferencian dos categorías: aplicaciones nativas y aplicaciones web. La diferencia entre ambas es que, en las aplicaciones nativas se desarrollan concretamente para un tipo de dispositivo y sistema operativo, por lo tanto conlleva mayor tiempo, coste y esfuerzo desarrollarlo y sin embargo, en las aplicaciones web se acceden utilizando una página web.

Los expertos están más centrados en programar Aplicaciones para Smartphones. Además, a la hora de elegir una plataforma o sistema operativo, para crear aplicaciones se debe tener presente factores como los beneficios que se pueden obtener, la facilidad de programación, los costes de desarrollo, la aceptación de los usuarios... etc.

En España se cuentan con 26 millones de móviles conectados a internet en el año 2013, de los cuales un 80% de los dispositivos son Smartphones, cifra que no pasa desapercibida. También, mencionar que más de la mitad de los españoles usan Internet a diario según el informe SIE2013 (Sociedad de la Información en España).

Por otra parte, el desarrollo de una aplicación está compuesto por varias etapas. En primer lugar, se comienza con la identificación del problema a través de un estudio de mercado para posteriormente, diseñar el concepto pensado y codificarlo. Seguidamente se procede a promocionarlo y por último, se encuentra la distribución. El objetivo principal de un desarrollador de Aplicaciones móviles como se ha mencionado anteriormente, es crear una aplicación que resulte fácil y que tenga una gran utilidad para el usuario.

2.2 SITUACIÓN DE LAS APLICACIONES MÓVILES EN EL MERCADO

Las Aplicaciones móviles son unas de las grandes promotoras del mercado de los Smartphones, ya que suponen una forma inmediata de llegar a los usuarios. Según Buhalis afirma que *“los teléfonos inteligentes también están cambiando la forma en que las personas interactúan con la información”*. (Buhalis, 2013, p. 14).

“El cliente, ante la variedad de oferta, está demandando cada vez más la posibilidad de acceder desde cualquier lugar o dispositivo y a cualquier hora” (De Pablo, 2004.171). Los teléfonos inteligentes son herramientas digitales que hacen que sea posible la realización de una amplia variedad de actividades multisectoriales por medio de un dispositivo de portabilidad extrema, que incluso *“cabe en el bolsillo”* (Keegan, 2005, p.3). Por eso, el segmento de personas jóvenes lo utiliza de forma frecuente, ya que los ajustan a su personalidad y a sus necesidades.

Según un estudio elaborado por Wang, Xiang y Fesenmaier (2014) los Smartphones otorgan a los viajeros mayor flexibilidad y facilidad en la planificación de sus viajes. Esto es debido a que podemos acceder a la información que necesitamos en cualquier momento y lugar. Gracias a los dispositivos móviles, es posible solucionar imprevistos y modificar los planes sobre la marcha, de esta manera se logra mejorar el nivel de satisfacción del viajero durante su viaje.

El salto diferencial que distingue a los antiguos dispositivos de los terminales modernos fue en 2007, en ese año Apple lanza al mercado su primer iPhone, que además de tener un marketing agresivo, también difundió las Aplicaciones móviles.

Según señala la web *innovanube.com*, *“con el iPhone ya fue posible descargarse las aplicaciones e instalarlas sin necesidad de conectar el terminal al ordenador de sobremesa. A partir de este momento el mercado fue girando hacia este tipo de terminales, de tal modo que Apple marcó una tendencia seguida por el resto de fabricantes de móviles.”*

Las principales plataformas de descargas de APP son iOS y Android pero también se encuentran en el mercado Symbian, el sistema de Nokia, BlackBerry y Windows Phone. Cada uno cuenta con su propia tienda de aplicaciones, la más importante es Apple Store debido a su antigüedad y su contenido. De hecho, según el informe de Segittur elaborado en el 2013, las tendencias en número de descargas así lo corroboran, ya que a nivel global se producen diariamente descargas de 50.000.000 apps, de las cuales 40.000 millones forman parte del mercado iOS y el resto pertenece Android.

2.3 EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES Y APLICACIONES MÓVILES.

Se requiere observar datos recientes sobre la evolución del mercado de los dispositivos móviles para ser conscientes de la importancia que tienen y también se incluyen las Aplicaciones. Según el Informe Ditrendia Mobile en España y en el mundo realizado en el año 2014: *“Se prevé que en el año 2016 la mitad de la población tendrá un Smartphone y en 2018 habrá 4.900 millones de usuarios en el mundo, de los cuáles, 41.8 millones estarán en España”*. Además, la revista Marketing News publicó un artículo en mayo de 2014 *“¿Hacia dónde va el mundo de las Aplicaciones y el marketing móvil?”*, donde afirma que más de 153 millones de apps se venden en todo el mundo diariamente.

Los usuarios tienen de media alrededor de 33 Aplicaciones en su Smartphone, ocho de ellas son de uso diario (Pereira, 2014). El promedio de Aplicaciones que tienen los usuarios en España es de 24 en el año 2012. En 2012 sólo el 41% de los usuarios empleaban Aplicaciones para informarse en Internet, en 2013 el porcentaje aumentó

hasta el 71% de los usuarios. En cuanto a las descargas de Aplicaciones por sistema operativo en España, Google Play (Android) es la plataforma líder ya que cuenta con 87 millones de descargas en septiembre 2013 y el 99.6% de las Aplicaciones son gratuitas, seguida de la Apple Store (iOS) con 24 millones y un 80% de ellas son gratuitas, así lo afirma el informe de Ditrendia elaborado en el año 2013. El uso de las Aplicaciones móviles en actividades relacionadas con los viajes, en el Estudio de Mercado de Aplicaciones Turísticas realizado por Segittur en 2013, asegura que: *“Las Aplicaciones para dispositivos móviles, se han convertido en una herramienta indispensable para el turista durante todas las etapas del viaje”*.

El mercado de Aplicaciones en España no encaja con el modelo internacional según un estudio de Kantar WorldPanel, a causa de la tecnología lenta y la renta per cápita media. Por lo tanto, los desarrolladores de Aplicaciones aún no han llegado a la fase de madurez, debido a que la industria española es pequeña y la mayoría de estudios no cuentan con la financiación e infraestructura necesaria. Al no tener el apoyo de los grandes inversores se termina realizando proyectos con un menor riesgo y de menor rentabilidad. Por ejemplo un desarrollador para Android, Luis Santos comenta *“hay mucho potencial pero pocos proyectos serios”*, y sigue añadiendo: *“el diseño de la interfaz y la experiencia de usuario son importantísimos en aplicaciones móviles y en España tan apenas se presta atención a estos aspectos”*. Los usuarios españoles jóvenes entre los 15 y 24 años son los segundos de Europa en comprar un Smartphone, por detrás de los italianos. Y los hombres son los que más pagan por los Smartphones, así lo afirma la compañía de investigación de mercados Nielsen basándose en un estudio sobre juventud y Smartphones del año 2010.

Además, como consecuencia de la conexión a Internet las 24 horas del día existe una división entre usuarios y consumidores. Por un lado, se encuentran los jóvenes que descargan aplicaciones de juegos y redes sociales, mientras que por otro lado, están las empresas las cuáles se centran en la navegación y comunicación.

2.4 LAS APLICACIONES MÓVILES EN EL SECTOR TURÍSTICO

Las Aplicaciones se han convertido en herramientas útiles para el turista ya que han cambiado la manera de viajar. Sin embargo, las Aplicaciones en materia de turismo más importantes todavía están en plena fase de introducción, esto se observa en las cifras de descargas. La mayoría se encuentra entre el 0.1% y el 3.88% de descargas del total de aplicaciones según el informe de Segittur elaborado en el año 2013. En este sentido, las aplicaciones “bestseller” o éxito en ventas son: Tripadvisor, urbanspoon (búsqueda y valoraciones de restaurantes) y Waze (aplicación de tráfico y navegación) . Por otra parte en los markets, Google Maps es la herramienta imprescindible de navegación para el turista. Por lo que podemos afirmar que, el servicio de mapas y navegación es una de las funciones más importantes, pero también se valora el contenido, ya sean imágenes, opiniones o recomendaciones que son compartidas por los demás viajeros sobre sus experiencias positivas o negativas. En este último punto, cabe destacar que tanto el viajero con mayor poder de adquisición como el low cost les gusta leer y dar su opinión en la misma medida.

Siguiendo con el informe de Segittur del año 2013, las Aplicaciones favorecen la globalización. No obstante, sólo el 40% de las Aplicaciones se encuentran en más de cuatro idiomas. En este sentido, podemos notar que el mercado de las Aplicaciones turísticas en España se caracteriza por estar atomizado ya que el desarrollo de estas Aplicaciones surge a partir de proyectos crecientes, habitualmente de menor transcendencia y de escasa calidad. Además también cabe mencionar que las aplicaciones en España tienen poca visibilidad y promoción, este aspecto debería dársele la debida importancia ya que depende del éxito que pueda tener en el mercado. De hecho hoy en día, existe un sinnúmero de Aplicaciones y si los usuarios no saben de la existencia de determinadas Aplicaciones no las encontrarán. Como resultado de la falta de promoción y visibilidad hacia los usuarios, las Aplicaciones no se encuentran en buena posición en el mercado. Así lo asegura un reciente estudio desarrollado por Loalitics elaborado en el año 2014 *“el 22% de las aplicaciones móviles únicamente se han utilizado una vez y a pesar de que este porcentaje parece que ha mejorado, el número de Aplicaciones sigue creciendo haciendo mucho más difícil el conseguir que nuestras Aplicaciones puedan ocupar un lugar preferente entre aquellas más útiles y utilizadas por los propios usuarios”*.

Por otra parte, el proyecto titulado “*Aplicaciones móviles de los destinos turísticos españoles*” realizado por CODETUR en el año 2013 analizó las aplicaciones móviles oficiales o recomendadas desde las webs turísticas oficiales de provincias y Comunidades Autónomas. Las conclusiones más destacadas del estudio son:

- 10 de 17 de las Comunidades Autónomas cuentan con Aplicaciones para dispositivos móviles.
- Solo el 40% de las ciudades y el 30% de las provincias tienen Aplicaciones móviles.
- 62 Aplicaciones están disponibles en IOS y 53 en Android.
- 89% de las Aplicaciones móviles de los destinos españoles son totalmente gratuitas.
- 4 de las 66 Aplicaciones analizadas son juegos.
- El 60% de las Aplicaciones está disponible en un solo idioma.
- Solamente el 12% ofrece una buena información de alojamiento y agenda.

Siguiendo con el análisis de CODETUR (2013), los destinos turísticos que cuentan con más Aplicaciones móviles son la ciudad de Barcelona, Comunidad Valenciana, Euskadi, Bilbao y la ciudad de Valladolid. Por lo que la mayoría de destinos españoles no disponen aún de Aplicaciones móviles oficiales, así que deberían aprovechar la oportunidad de conectar con los turistas y mejorar su posicionamiento en el mercado a través de la creación de Aplicaciones móviles.

Las Aplicaciones de viaje que cuentan con un mayor éxito son aquellas que han copiado el modelo de las Aplicaciones estadounidenses tales como El Tenedor (Open Table), Cabify (Uber) o Blink (Hotel Tonight). Esto se debe principalmente, a la estrategia que tiene el bechmarking que es tomar como referencia a los líderes o a los competidores más fuertes del mercado y adaptar tu propio negocio de manera legal. De esta forma, se consigue obtener mayor beneficio económico y mejorar el nivel de calidad en el desarrollo de Aplicaciones.

En el Informe titulado “*Conclusiones Think Tank Turismo.as. Aplicaciones Móviles y Turismo*” elaborado por Foro Turismo.as y la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur) en el año 2012 se estudian las opiniones de las empresas líderes del sector turístico para desarrollar las Aplicaciones y el turismo. Algunas de ellas son:

- Las Aplicaciones son el nuevo canal para la información, promoción y la comercialización en el sector turístico.
- Las empresas deben decidirse por ofertar Aplicaciones y las webs móviles.
- Las apps pueden ser una buena opción para las empresas pero para las que son líderes se debe optar por la web móvil.
- Se resaltó que el primer contacto por medio del móvil de un usuario con la marca es con la web y no con la Aplicación.

En cuanto a Aragón según un artículo publicado en el periódico de Heraldo 25/02/2013 se comenta que las Administraciones e Instituciones de Aragón no han querido quedarse atrás por lo que decidieron crear sus propias Aplicaciones para dispositivos móviles debido a que se producen una gran cantidad de descargas de Aplicaciones tal y como hemos mencionado anteriormente. Por ejemplo, algunas de las Aplicaciones que han desarrollado son Check-in Aragón, creada en 2012 cuya finalidad es la de buscar información turística de la Comunidad de Aragón de esta manera se consigue agilizar los viajes de los turistas. Otra Aplicación es la de Aramón, dirigida a los esquiadores ya que por medio de ésta pueden obtener información de las estaciones, climatología y calcular la inclinación de una pista. Por otra parte, Huesca también ha querido estar presente por medio de la Aplicación Festivales de Huesca y por último Teruel cuenta con la Aplicación Teruel V.O podemos obtener información de los alojamientos, establecimientos y actividades de la comunidad de Teruel.

Y ya centrándonos concretamente en Zaragoza, se puede decir que junto con minube han desarrollado una Aplicación sobre la ciudad, en el cual los turistas pueden encontrar la oferta turística y obtener una guía gratuita. También, existen en Play Store y App Store otras Aplicaciones permiten organizar tu viaje en Zaragoza sobre ocio, fiestas, servicios... etc.

Imagen 1.- Aplicaciones de Zaragoza.



Zaragoza Rutas



ViveZaragoza



Plano Gastronómico

Fuente: Google Play.

2.5 RECOMENDACIONES PARA CREAR UNA APLICACIÓN TURÍSTICA.

A la hora de desarrollar una Aplicación hay que tener en cuenta los 10 mandamientos de las Aplicaciones turísticas para que resulte una buena Aplicación, publicado por Segittur en su “*Estudio de mercado de Apps turísticas*” en el año 2013. En dicho informe se destaca:

1. Empezar por el mapa y un servicio de geolocalización.
2. El contenido generado por usuarios (UGC): Los usuarios quieren dar su opinión y se fían de lo que les dicen otros.
3. Especialización: en el contenido y en la usabilidad de la aplicación. Haz una cosa y hazla bien.
4. Servicios conectados: los pequeños negocios son un valor y una oportunidad cuando están conectados.
5. Sin promoción, no existes.
6. Facilita el pago a través del móvil. Te lo agradecerán.
7. Piensa en nativo. Crea desde el origen pensando en el dispositivo.
8. Valora más opciones. Responde a las necesidades del turista que escapa de las ciudades.
9. Gamificación. La experiencia del viaje gana una nueva dimensión a través del juego.

10. Roaming. Haz que tu Aplicación se pueda usar offline.

3.METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

En cuanto a la metodología que vamos a utilizar para alcanzar los objetivos planteados en este trabajo, es cualitativa y cuantitativa. Así, se ha revisado diferentes fuentes de información secundarias externas (estudios, informes, noticias, etc.) especializadas en el ámbito de las Aplicaciones móviles en el sector turístico. Además, se ha realizado un encuesta online auto administrada dirigida a consumidores que ha sido enviada a través de redes sociales y correo electrónico. El muestreo utilizado ha sido no aleatorio y la técnica de muestra elegida fue “*por bola de nieve*”.

3.1 ANÁLISIS CUALITATIVO

3.1.1 DATOS UTILIZADOS

A continuación, nos centraremos en analizar cuáles son algunas de las Aplicaciones turísticas en España y cuáles son las funciones que ofrecen. Para ello, nos centraremos en la guía de Apps publicada en 2015 elaborada por la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías (Segittur) y la Cámara de Comercio de España, en colaboración de Intelitur (Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turísticas). Aunque incluye también Aplicaciones para dispositivos a nivel internacional nosotros nos centraremos en España. Para ello realiza una clasificación de las Aplicaciones turísticas:

Tabla nº 1: Clasificación de Aplicaciones para dispositivos móviles

TRANSPORTE	Incluye comparadores, líneas aéreas, aeropuertos, trenes, autobuses, ferries, taxis y seguimiento de vuelo.
ALOJAMIENTO	Buscadores de hoteles, todo tipo de alojamientos y cadenas hoteleras nacionales.
OCIO Y RESTAURACIÓN	Permite buscar y reservar lugares para ir a comer. Incluye reserva de entradas, parques temáticos, descuentos, así como diferentes actividades de ocio.
TURISMO ACTIVO	Aplicaciones relacionadas con el turismo activo y herramientas que mejoran la experiencia del turista en las actividades deportivas.
GUÍA DE DESTINOS	El usuario puede conocer diferentes destinos de España.
UTILIDADES	Permiten convertir moneda, traducir, hacer fotografías, encontrar compañero de viaje, organizar la maleta, localizar Wifi o controlar los gastos.

Fuente: Segittur. Elaboración propia.

3.1.2 SELECCIÓN DE LAS APLICACIONES MÓVILES

Posteriormente seleccionamos el número de Aplicaciones a estudiar, en nuestro caso el total serán 20, junto con las diferentes características que poseen cada una de ellas para poder valorarlas individualmente.

Tabla N° 2: Aplicaciones turísticas para dispositivos móviles en España

1. AENA AEROPUERTOS S.A
2. ALSA
3. BLABLACAR
4. RENFE
5. BALNEARIOS
6. CAMPINGES
7. TURINEA
8. CAMINO DE SANTIAGO EN GALICIA
9. ESTACIONES DE ESQUÍ
10. ¡PLAYA
11. TURISMO DE NAVARRA App oficial
12. TURISMO REGIÓN DE MURCIA
13. CANTABRIA
14. ASTURIAS
15. BARCELONA GUÍA OFICIAL
16. TUTTO CORDOBA
17. VISITA SEVILLA
18. ARAGÓN GUÍA DE VIAJES
19. COMUNITAT VALENCIANA
20. AUTOCARAVANAS

Fuente Segittur. Elaboración propia.

3.1.3 SELECCIÓN DE VARIABLES

Las características de las Aplicaciones que vamos a analizar son:

- Precio
- Tamaño
- Plataforma

- Redes Sociales
- Idiomas
- Funcionalidades

3.1.4 RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO

3.1.4.1 TRANSPORTE

1. AENA AEROPUERTOS S.A

Descripción: Proporciona información de todos los vuelos existentes en los 43 aeropuertos en España de la red de AENA. Se puede localizar en los mapas todos los servicios del aeropuerto (restaurantes, tiendas, oficinas....etc.).

-Precio: gratuita.

- Plataforma: Android.

- Redes Sociales: No.

- Idiomas: español, alemán e inglés.

-Funcionalidades: horarios, mapas, planificador y notificaciones en tiempo real sobre el estado de vuelos.

2. ALSA

Descripción: Permite comprar billetes de autobús, consultar horarios de todas las rutas. Solicitar la tarjeta de Bus Pus y obtener las últimas ofertas y noticias de Alsa.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 5,9 Mb.

-Plataforma: Android.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español.

-Funcionalidades: buscador, pago, fidelización, reserva, horarios y geolocalización.

3. BLABLACAR

Descripción: Posibilidad de buscar un viaje en coche compartido por España. El usuario indica el lugar al que va y el precio por pasajero. Se puede enviar mensaje a los contactos del coche compartido.

-Precio: gratuita.

-Tamaño: 14,4 Mb.

-Plataforma: Android, Apple y Windows Phone.

-Redes Sociales: Sí.

-Idiomas: Español, alemán, bokmål, noruego, catalán, checo, chino simplificado, chino tradicional, coreano, danés, eslovaco, finés, francés, griego, hebreo, húngaro, indonesio, inglés, italiano, japonés, neerlandés, polaco, portugués, rumano, ruso, sueco, turco.

-Funcionalidades: Buscador, geolocalización, calculadora de precios, clic-to-call, comentario de usuario y horarios.

4. RENFE

Descripción: compra de billetes y gestión de los viajes a bordo de trenes de Alta Velocidad, Larga y Media Distancia. El usuario puede comprar, modificar y cancelar billetes desde el móvil, así como guardarlos hasta el día del viaje para acceder al tren y añadir a su agenda.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 58Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español, catalán, inglés.

-Funcionalidades: Buscador, pago, reserva y horarios.

3.1.4.2 ALOJAMIENTO

5. BALNEARIOS

Descripción: Permite reservar 101 balnearios, spas en España también recomienda los establecimientos más populares.

-Precio: gratuito.

-Tamaño: 1Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español e inglés.

-Funcionalidades: buscador, geolocalización, reserva y galería de imágenes.

6. CAMPINGES

Descripción: Guía de camping de España alrededor de 1.100 campings con sus datos, tarifas y servicios. Búsqueda por cercanía, provincia, localidad y otros filtros de interés. Ofertas de última hora, reservas, campings recomendados y relatos sobre viajes. El usuario puede ver fotografías, descripción de las ofertas y costes de las mismas, así como acceder directamente a la ficha del camping, su web o formulario de reserva. Además dispone de una selección de campings recomendados, que se pueden visualizar en forma de listado o situados en un mapa, indicando los más cercanos.

-Precio: gratuito.

-Tamaño: 4,3Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: Sí.

-Idiomas: Español alemán e inglés.

-Funcionalidades: buscador, geolocalización, reserva, galería de imágenes y opinión de usuarios.

3.1.4.3 OCIO Y RESTAURACIÓN

3 TURINEA

Descripción: Ofrece información de más de 300 rutas temáticas disponibles sobre turismo cultural, religioso, gastronómico, rural, activo, industrial, así como enoturismo, turismo de salud y de naturaleza.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 16,7 Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español e inglés.

-Funcionalidades: GPS, mapas, configurador de rutas y realidad aumentada.

3.1.4.4 TURISMO ACTIVO

7.CAMINO DE SANTIAGO EN GALICIA

Descripción: Información que proporciona del camino francés a su paso por Galicia.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 25,7 Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: Sí.

-Idiomas: Español, francés, gallego, inglés

-Funcionalidades: cuaderno de viaje, opinar sobre los recursos, información multimedia del destino, creación de puntos interés, brújula, ubicación de tus amigos en la ruta.

9. ESTACIONES DE ESQUÍ

Descripción: conocer las mejores actividades, consultar el estado de las pistas, ver las distancia esquiable, conocer los remontes en funcionamiento, así como la calidad de la nieve. Además facilita recomendaciones de sitios de macha, mejores restaurantes y bares más animados para el apreski, con comentarios de otros esquiadores y material gráfico.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 7,3 Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español.

-Funcionalidades: Buscadores de estaciones, opinión de usuarios, webcam en tiempo real y localizador de gasolineras.

10.¡PLAYA

Descripción: el usuario selecciona una playa, la pantalla de predicción muestra tanto información meteorológica como datos del agua y las mareas.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 2,7 Mb.

-Plataforma: Android.

-Redes Sociales: Sí.

-Idiomas: Español, catalán, inglés, francés.

-Funcionalidades: Mapas, climatología y geolocalización.

3.1.4.5 GUÍAS DE DESTINOS

2. TURISMO NAVARRA-App oficial

Descripción: información de los recursos turísticos de su alrededor (restaurantes, hoteles, opciones de ocio...) o encontrar la oferta que más le interese mediante completos buscadores. Permite consultar la agenda de eventos y las actividades programadas, además de consultar la predicción meteorológica para las diferentes localidades.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 7,9 Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: sí.

-Idiomas: Español, euskera, alemán, inglés y francés.

-Funcionalidades: Filtros temáticos, mapas, geolocalización, eventos, climatología, reserva y compra de transporte y alojamiento.

12.CANTABRIA

Descripción: Incluye información de los principales atractivos turísticos de la ciudad, opinión de usuarios, valoraciones, material gráfico e información detallada de propuestas de viaje, así como precios y horarios.

Precio: De pago.

-Tamaño: 143 Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español, alemán, francés, inglés, italiano.

-Funcionalidades: Filtros temáticos, mapas, eventos, compartir contenidos y realidad aumentada.

13. TURISMO REGIÓN DE MURCIA

Descripción: El usuario puede realizar consultas sobre alojamientos, museos, restaurantes, agenda, el estado del tiempo y todo tipo de información práctica como agencias de viajes y oficinas de turismo, entre otros.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 1,8 Mb.

-Plataforma: Android.

-Redes Sociales: Sí.

-Idiomas: Alemán e inglés.

-Funcionalidades: Filtros temáticos geolocalización, reserva de alojamientos, geolocalización, opinión de usuarios, mapas, eventos y el tiempo.

14. TURISMO ASTURIAS

Descripción: Información para moverse por Asturias, (Oviedo, Gijón, Aviles, LLanes, Cavadonga, Cangas de Onís, Ribadesella, Tapia). Hecha en Asturias, y por asturianos donde se recomiendan los sitios, lugares y actividades realmente auténticos y que merece la pena visitar.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 2Mb.

-Plataforma: Android.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español.

-Funcionalidades: Rutas, playas y actividades de ocio.

15. BARCELONA GUÍA OFICIAL

Descripción: Incluye 1.000 prácticas fichas y 400 fotografías, guía al usuario por el ambiente cosmopolita de la ciudad y por el colorido de sus barrios; por la obra de Gaudí, Picasso, Miró y Tàpies; por sus magníficas playas, jardines y museos; y por su oferta gastronómica, hotelera, comercial, teatral, musical, deportiva y festiva.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 62,3Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español, alemán, bokmål, noruego, danés, francés, griego, indonesio, inglés, italiano, neerlandés, noruego nynorsk.

-Funcionalidades: filtros temáticos, geolocalización, reserva online de vuelos y alojamiento, planificador de viaje y mapas.

16. TUTTO CORDOBA

Descripción: destinada a turistas y ciudadanos cuya finalidad es llegar a ser la única guía que utilice el usuario.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 2,1Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: Sí.

-Idiomas: Español e inglés.

-Funcionalidades: buscador, opinión de usuarios, planificador de viaje, geolocalización y configuración de rutas.

17. VISITA SEVILLA

Descripción: Acceder a los principales puntos de interés que están alrededor del usuario utilizando la realidad aumentada y conoce todos los horarios y precios de entrada a los principales museos y monumentos.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 11Mb.

-Plataforma: Android.

-Redes Sociales: Sí.

-Idiomas: Español, Alemán e Inglés.

-Funcionalidades: Mapas, eventos, galería de imágenes y audioguías.

18. ARAGÓN GUÍA DE VIAJES.

Descripción: Conocer las tres provincias de Aragón en esta guía hecha a partir de las experiencias de personas de otros viajeros.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 39, 1 Mb.

-Plataforma: Android Y Apple.

-Redes Sociales: Sí

-Idiomas: Español, alemán, catalán, francés, inglés, italiano, japonés, portugués.

-Funcionalidades: Filtros temáticos, mapas, descarga offline, geolocalización y opinión de usuarios.

19. COMUNITAT VALENCIANA

Descripción: Permite disfrutar de la gastronomía, las playas, los monumentos y museos, así como de los deportes náuticos y campos de golf, sus Fiestas de interés turístico... en sus tres provincias: Valencia, Castellón y Alicante. Cuenta con herramientas de realidad aumentada, información de dónde comer, dónde dormir, Diccionario/ traductor, conversor de moneda e información meteorológica. El usuario puede trazar sus propias rutas y compartir sus experiencias con sus amigos.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 76, 1 Mb.

-Plataforma: Android Y Apple.

-Redes Sociales: sí.

-Idiomas: Español.

-Funcionalidades: Filtros temáticos, geolocalización, opinión de usuarios, planificador de viajes, buscador de alojamientos, eventos y realidad aumentada.

3.1.4.6 UTILIDADES

20.AUTOCARAVANAS

Descripción: selecciona áreas de servicio y estacionamiento para auto caravanas e incluso pernoctar, en España, con una completa información sobre su localización y los servicios disponibles. La aplicación permite buscar las áreas de una zona, o las cercanas a tu ubicación, localizarlas en el mapa, comprobar la infraestructura disponible en cada una de ellas y consultar la ruta recomendable para llegar.

-Precio: Gratuita.

-Tamaño: 7,4 Mb.

-Plataforma: Android y Apple.

-Redes Sociales: No.

-Idiomas: Español, e Inglés.

-Funcionalidades: Mapas, geolocalización, filtros y opiniones de usuario.

3.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO

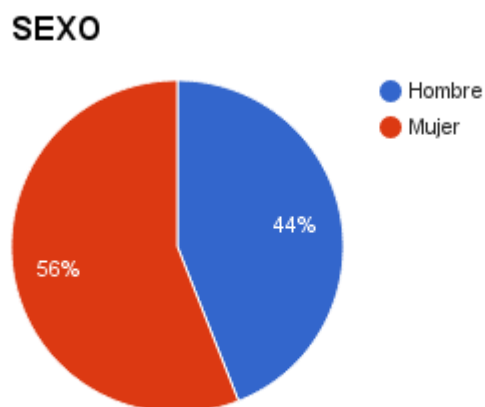
3.2.1 DATOS UTILIZADOS

Se han obtenido un total de 100 respuestas válidas. El cuestionario utilizado para alcanzar los objetivos este Trabajo Fin de Grado contiene 14 preguntas (ver Anexo I). A continuación se presentan los resultados obtenidos en la investigación realizada.

3.2.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO

Más de la mitad de los usuarios encuestados son mujeres mientras que el 44% son representados por hombres.

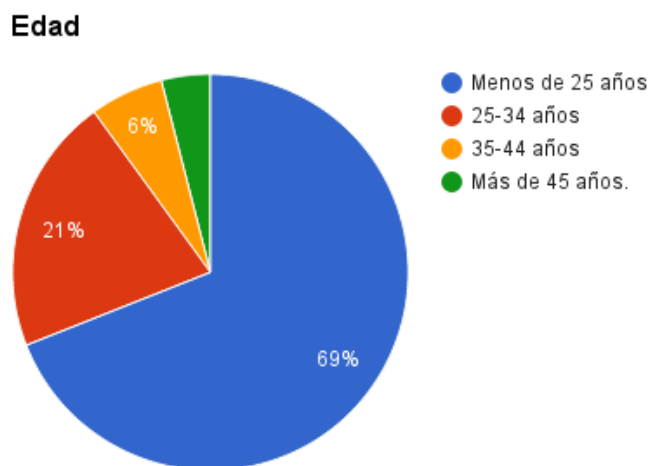
Gráfico 1- Sexo



En relación con la edad de los usuarios que emplean Aplicaciones turísticas, forman una gran parte las personas que tienen menos de 25 años, esto es debido a que están más interesados en las nuevas tecnologías. A este grupo, le siguen las personas que cuentan

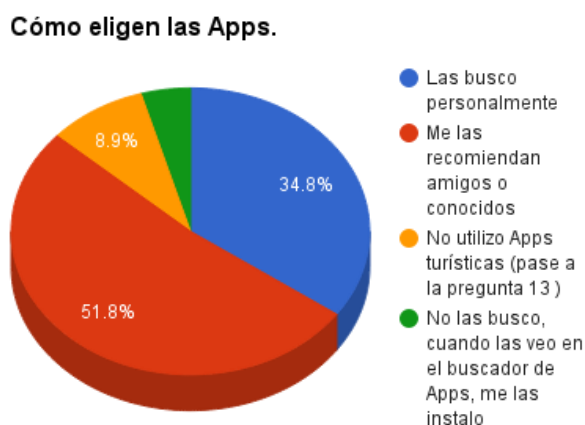
entre los 25 y 34 años representando un 21%, siendo un 6% los usuarios tienen la edad comprendida entre 35 y 44 años.

Gráfico 2 - Edad



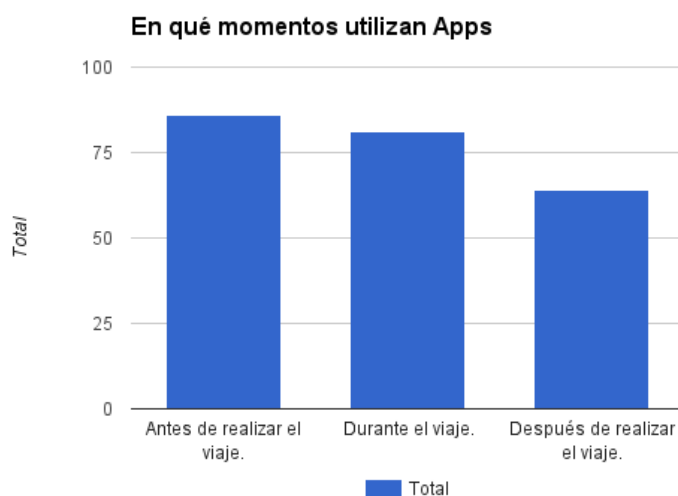
En cuanto a la elección de Aplicaciones, la mayoría de las personas las llegan a conocer debido a la recomendación de amigos o conocidos siendo un 51,8% y otras las eligen porque las busca personalmente representado por un 34,8% y sólo casi el 9% afirma no utilizar Aplicaciones turísticas. Por lo tanto se refleja la importancia de promocionar debidamente las Aplicaciones para que sean conocidas por el mayor número de personas.

Gráfico 3 -Cómo eligen las Apps.



Con respecto a los momentos en los que se utilizan las Aplicaciones destacan los momentos de antes y durante el viaje, siendo un porcentaje inferior la utilización después de realizar el viaje. Estos resultados pueden justificarse por la necesidad de obtener información y satisfacer las necesidades justo antes y durante los viajes que realizamos. Sin embargo, también se emplean después de realizar los viajes, aunque cuentan con un menor porcentaje inferior representado por un 65% y se debe a que resulta importante compartir las experiencias que se han tenido en los viajes.

Gráfico 4 - En qué momentos utilizan Apps.



Las funciones de Aplicaciones más valoradas por los encuestados de mayor a menor importancia fueron: la geolocalización, realizar reservas, ofrecer información de agenda (horarios, actividades de ocio...), galería de imágenes, realizar compras. Todas estas funciones cuentan con una nota media ponderada de 6 sobre 10. Le siguen las funciones de compartir comentarios, realizar compras, ver promociones y descuentos y ofrecer información de los recursos culturales y naturales del destino, todas ellas cuentan con una nota media de 5 sobre 10. Por otro lado las funciones peor valoradas fueron audioguía y videoguía.

Gráfico 5 -Valoración de las funciones de Apps.

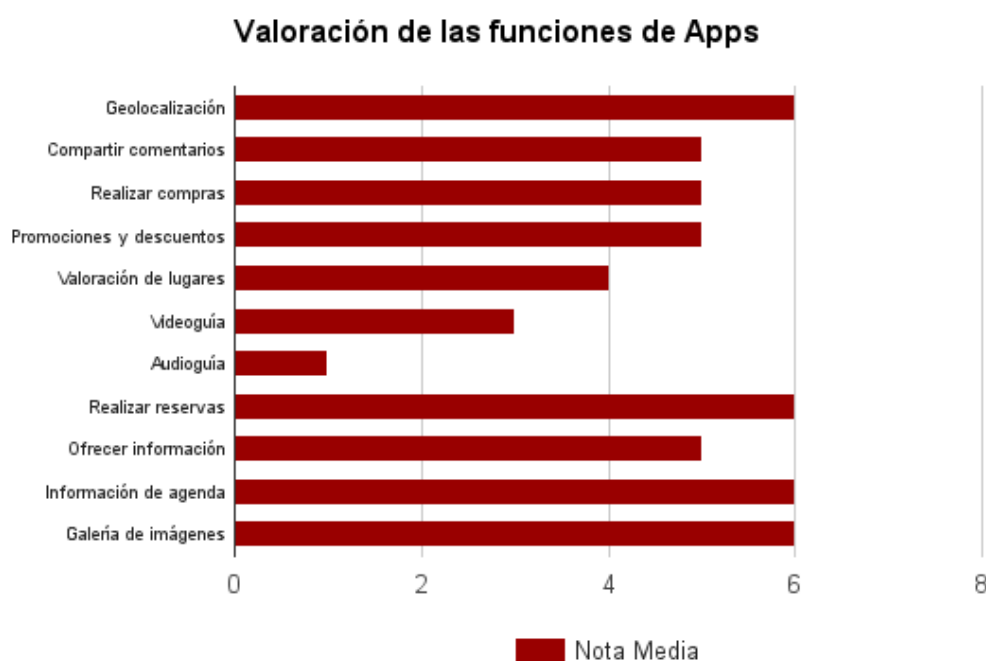
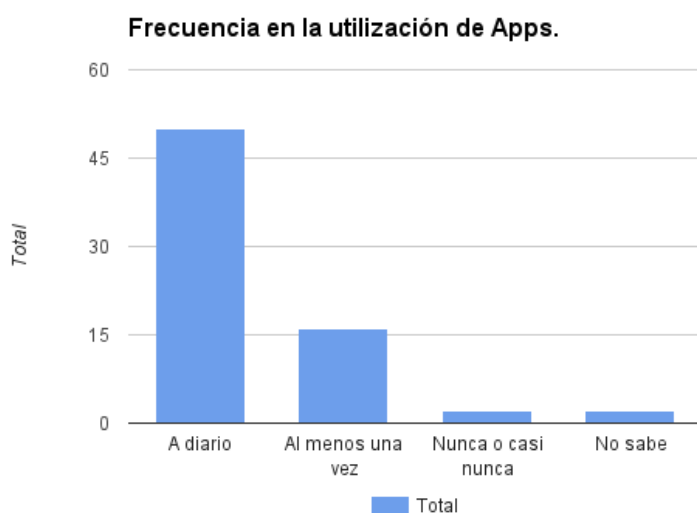


Gráfico 6 - Durante sus viajes, Con qué frecuencia se emplean las Apps.

En cuanto a la frecuencia en la que se emplean las Aplicaciones durante el viaje destaca con casi el 50% la utilización de las Aplicaciones diariamente, por otro lado sólo menos del 5% de los encuestados afirman que nunca o casi nunca ha empleado Aplicaciones en sus dispositivos móviles en sus viajes.



Las personas que no han pagado por utilizar Aplicaciones turísticas representan casi el 80% mientras que el resto sí ha pagado por descargar Aplicaciones en sus dispositivos móviles. De forma que resulta de interés para los desarrolladores crear Aplicaciones gratuitas.

Gráfico 7- Pagar por descargar una App.

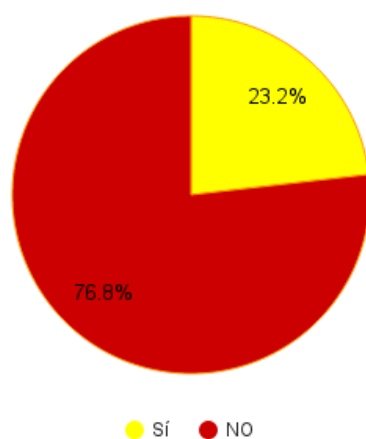
Pagar por descargar una App.

Gráfico 8 - Dinero pagado por descargar una App turística.

Casi el 63% de los usuarios que descargan Aplicaciones turísticas pagan entre 0 y 0,5 cént. De €, mientras que sólo 6,3% de los encuestados dicen pagar entre 1 y 1.5 €. Por lo que se debería tener en cuenta el coste que supone una App para los clientes potenciales.

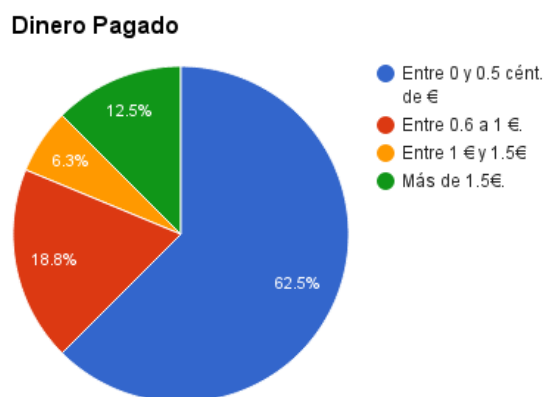
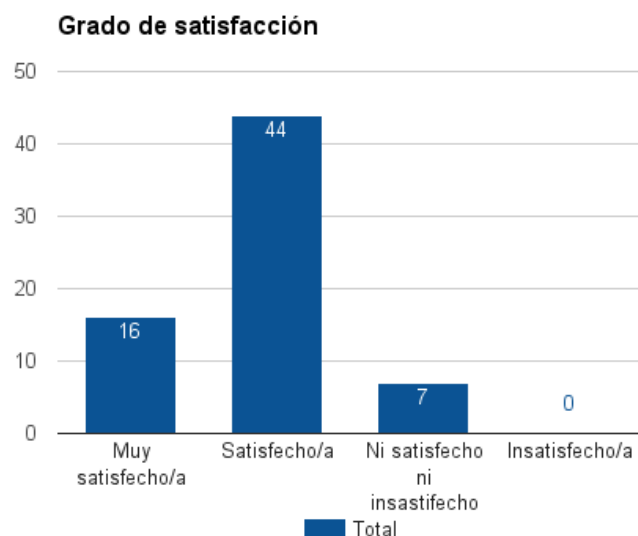


Gráfico 9- Según el Grado de Satisfacción al utilizar una App Turística.

En cuanto al grado de satisfacción de los usuarios que emplean Aplicaciones turísticas, la gran parte de ellos afirma que están satisfechos con la experiencia que han obtenido. Este hecho va relacionado con la recomendación a conocidos y familiares, ya que normalmente cuando resulta positiva la experiencia se tiende a hablar de ello a otros. También destacar que ninguno ha dicho que está insatisfecho a la hora emplear Aplicaciones turísticas en sus viajes.



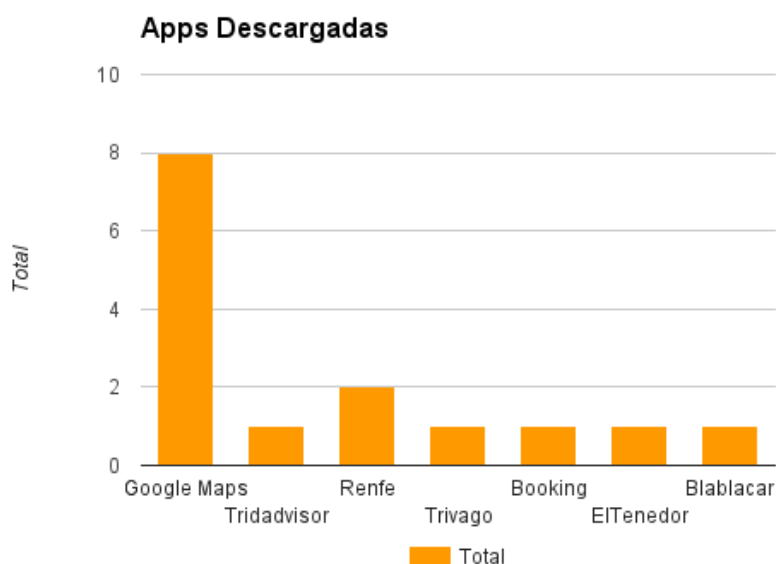
Gran parte de los encuestados afirma recomendar a conocidos y familiares las Aplicaciones que les han sido útiles en sus viajes, mientras son poco los que no lo hacen. En este sentido, es necesaria la debida promoción de la Aplicación turística y que resulte positiva la experiencia que haya tenido el usuario, es decir, que tenga un buen nivel de satisfacción.

Gráfico 10- ¿Recomienda a otros las App que ha utilizado?



En relación con el objetivo de analizar cuáles son las Aplicaciones que más descargas reciben, resulta relevante Google Maps como principal herramienta de geolocalización. De hecho uno de los mandamientos mencionados al principio de este trabajo era empezar por la geolocalización y los mapas. Por lo tanto notamos lo necesario que resulta incluir siempre este aspecto para la ubicación de lugares de interés turístico.

Gráfico 11- Apps Descargadas.



4. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE TRABAJO.

Este trabajo pretende analizar y dar información sobre el desarrollo de las Aplicaciones móviles en el sector turístico español debido a la importancia que tienen en la promoción del destino y en la economía del país. De hecho uno de los objetivos es, conocer la situación actual del mercado de Aplicaciones móviles en España. En este sentido a pesar de la popularidad constante de estas herramientas útiles para nuestros viajes, la mayoría de los destinos no dispone de Aplicaciones móviles oficiales para ofrecer al turista y se recomienda que proporcionen Aplicaciones que estén disponibles en los idiomas de procedencia de los turistas más importantes. Otro de los objetivos cumplidos ha sido

confirmar que la mayoría de los encuestados utiliza Aplicaciones móviles para la realización de sus viajes. También es importante destacar que las Aplicaciones que cuentan con geolocalización y la ayuda de mapas como principal herramienta de viaje, este último responde al objetivo de analizar cuáles son las funciones mejor valoradas por los usuarios de Aplicaciones móviles turísticas.

En cuanto al objetivo planteado para conocer los requisitos para crear una Aplicación móvil, hemos podido descubrir que debe ser una App rápida y fácil de utilizar. Las Aplicaciones tienen que ser de gran valor para los turistas, que contribuyan a disfrutar del viaje y facilitar el mayor número de tareas y problemas que puedan surgir durante el viaje.

Además, con la realización del cuestionario hemos conseguido averiguar que las Aplicaciones móviles turísticas cumplen con las expectativas de los usuarios ya que mayoritariamente fueron valoradas positivamente. Además durante la realización de este trabajo hemos analizado que las principales Comunidades Autónomas que ofrecen más Aplicaciones son Cataluña, Comunidad Valenciana, País Vasco y Castilla y León.

Como el desarrollo de aplicaciones se trata de un servicio emergente y que es tendencia para la sociedad resulta importante investigar cómo es el turista que emplea las Aplicaciones turísticas y cuánto hacen uso de ellas. Este punto es relevante ya que existen cada vez más aplicaciones pero muchas de ellas no tienen éxito en el mercado.

Además, hemos comprobado que las Aplicaciones que cuentan con una mayor promoción son las que obviamente logran mantenerse. Esto influye a la hora de tener que recomendar a conocidos y amigos y esto último va unido al nivel de satisfacción que experimenta el turista.

En cuanto a las aplicaciones que son descargadas en España, el trabajo muestra que las tendencias son aquellas que cuentan principalmente con la geolocalización y de hecho ésta característica es uno de los factores que llevan al éxito como hemos mencionado en los 10 mandamientos para el desarrollo y logro de éxito.

Gracias a la realización de este trabajo, hemos podido obtener mayor conocimiento sobre Aplicaciones móviles en el sector turístico español.

A continuación, vamos a mencionar las diferentes dificultades que hemos tenido durante la realización del trabajo.

En primer lugar, con el cuestionario que realizamos para analizar la importancia de las aplicaciones móviles en el sector turístico español. Una vez que enviamos el pre-test a los usuarios, había preguntas que eran de difícil comprensión por lo que tuvimos que plantearlas de manera diferente. Además también, se encuentran los usuarios que no conocen cuáles son las aplicaciones turísticas, esto es debido a que las apps no tienen la promoción que deberían tener. A esto añadir que, resulta bastante complicado conseguir el número de respuestas suficientes para poder obtener los resultados esperados debido a que la mayoría no cuenta con una cuenta de Gmail o incluso si la tienen no recuerdan ni su usuario y contraseña.

Al haber investigado y analizado de manera más profunda las Aplicaciones móviles turística en el sector turístico, también se aspira a que sirva de interés para otras investigaciones futuras que tengan como objetivo desarrollar una Aplicación móvil que tenga éxito en el mercado.

Por lo tanto, con la publicación de los resultados conseguidos se pretende que sean llevados a la práctica por los expertos en desarrollar Aplicaciones móviles en el sector turístico español. De manera que se logre aumentar las publicaciones que tengan como base de estudio las Aplicaciones móviles y turismo.

También, se intenta que este trabajo sea de utilidad y sirva de guía para posteriores proyectos de fin de grado.

6. BIBLIOGRAFÍA

Buhalis, B (2008). *E- tourism and destination management organizations*. Elsevier. United Kingdom.

Contreras Arriaga, Josefina; Herrera Bernal, José Alberto; Ramírez Montoya, María Soledad. *Elementos instruccionales para el diseño y la producción de materiales educativos móviles*. Revista Apertura, 2010, vol. 1, no 1.

Enriquez, Juan Gabriel; Casas, Sandra Isabel. *Usabilidad en Aplicaciones Móviles*. Informes Científicos-Técnicos UNPA, 2014, vol. 5, no 2, p. 25-47.

Fotis, John; Buhalis, Dimitrios; Rossides, Nicos. Social Media Impact on Holiday Travel Planning: The Case of the Russian. *Transdisciplinary Marketing Concepts and Emergent Methods for Virtual Environments*, 2012, p. 230.

José Fernández-Cavia, Marina López (2013): *Communication, destination brands and mobile applications & society* 26(2), 95-113. Barcelona.

Karanasios, Stan; Burgess, Stephen; Sellitto, Carmine. A classification of mobile tourism applications. *Global hospitality and tourism management technologies*, 2012, p. 165-177.

Keegan, Desmond. *The incorporation of mobile learning into mainstream education and training*. En *World Conference on Mobile Learning*, Cape Town. 2005. p. 11.

Martín-Sánchez, M.; Miguel-Dávila, J. A.; López-Berzosa, D. M-tourism: las apps en el sector turístico. 2012. *Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*, Málaga: Facultad de Turismo, Universidad de Málaga. 2012. p. 407-424. En TuriTec.

Munar, Ana Maria; Jacobsen, Jens Kr Steen. *Motivations for sharing tourism experiences through social media*. *Tourism management*, 2014, vol. 43, p. 46-54

Pablo, R. de (2004). *Las nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.

Pereira, J. C. (2014). *¿Hacia dónde va el mundo de las apps y el marketing móvil?* .Marketing News: <http://www.marketingnews.com.co/hacia-donde-va-el-mundo-de-las-apps-y-elmarketing-movil/> revisado el día 8 de junio de 2015.

Wang, D. Xiang, Z. & Fesenmaier, R. (2014): *Smartphone use in everyday life and travel*. *Journal of travel research*.

Wong, Chak Keung Simon; LIU, Fung Ching Gladys. A study of pre-trip use of travel guidebooks by leisure travelers. *Tourism Management*, 2011, vol. 32, no 3, p. 616-628.

Informe (2014). *Adapting to the Internet: Trends in travelers, use of the web for trip planning*. Disponible en:

http://www.researchgate.net/publication/263161234_Adapting_to_the_Internet_Trends_in_Travelers%27_Use_of_the_Web_for_Trip_Planning revisado el día 31 de mayo de 2015.

Informe “*Annual Report*”. (2014). ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (OMT). Disponible en: <http://www2.unwto.org/annualreport2014> revisado el día 18 de junio de 2015.

Informe de investigación (2013). *Aplicaciones móviles de los destinos turísticos españoles*. Disponible en:

<http://profesional.turismodecantabria.com/contenidoDinamico/LibreriaFicheros/564B7D93-8498-B92E-D3E1-A05C40071054.pdf> revisado el día 08 de junio de 2015.

Informe ditrendia (2014): *Mobile en España y en el Mundo*. Disponible en:

<http://www.ditrendia.es/wp-content/uploads/2014/07/Ditrendia-Informe-Mobile-en-Espa%C3%B1a-y-en-elMundo.pdf> revisado el día 10 de junio de 2015.

Informe *Elementos instruccionales para el diseño y la producción de materiales educativos móviles*. (2009). Disponible en:

<http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura3/article/view/121> revisado el día 8 de junio de 2015.

Informe M-tourism: Las apps en el sector turístico. (2012). Disponible en:

http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/SOCIALES_8/Turismo/M%20Martin-Sanchez.pdf revisado el día 31 de mayo de 2015.

Informe *Tendencias y retos de turismo electrónico en la era de las redes sociales*. Disponible en:

https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/cam55/Reporte+Seminario+OMT+sobre+eTourism_Costa+Rica+_SP.pdf revisado el día 11 de junio de 2015.

Informe conclusiones Think tank Turismo. As Aplicaciones Móviles y Turismo disponible en:

<http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos-en/INFORME-CONCLUSIONES-Think-Tank-Aplicaciones-mviles-y-turismo.pdf>

revisado el día 13 de junio de 2015.

Informe *Usabilidad en aplicaciones móviles* (2013) disponible en:

<http://secyt.unpa.edu.ar/journal/index.php/ICTUNPA/article/view/ICT-UNPA-62-2013>

revisado el día 16 de mayo de 2015.

SOCIEDAD ESTATAL PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LAS TECNOLOGÍAS TURISTICAS S.A (SEGITUR)(2015) *Guía de Apps Turísticas*.

Disponible en:

http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/SOCIALES_8/Turismo/M%20Martin-Sanchez.pdf revisado el día 23 de abril.

África Borges del Rosal: <http://aborges.webs.ull.es> revisado el día 10 de junio de 2015.

Apple: <https://www.apple.com> revisado el día 28 de mayo de 2015.

Centro virtual Cervantes: <http://cvc.cervantes.es> revisado el día 03 de junio de 2015.

Computación en la nube y virtualización: www.innovanube.com revisado el día 18 de abril de 2015.

Definición abc: www.definicionabc.com revisado el día 05 de mayo de 2015

Digital Marketing Trends: www.ditrendia.es revisado el día 06 de junio de 2015.

Google Play: <https://play.google.com> revisado el día 18 de junio de 2015.

Heraldo: www.heraldo.es revisado el día 16 de junio de 2015

Hosteltur: www.hosteltur.com revisado el día 30 de mayo de 201

Katar world panel: www.kantarworldpanel.com revisado el día 06 de Junio de 2015.

Marketing news: www.marketingnews.com revisado el día 27 de mayo de 2015.

Minube: www.minube.com revisado el día 31 de mayo de 2015

Prochile: www.prochile.gob.cl revisado el día 08 de junio de 2015.

Revistas de informes científicos y técnicos de la Universidad Nacional de la Patagonia disponible en: <http://secyt.unpa.edu.ar/> revisado el 13 de junio de 2015.

Space Apps Zaragoza: <http://spaceappszaragoza.com> revisado el día 18 de junio de 2015.

Zaragoza Ayuntamiento: <http://www.zaragoza.es> revisado el día 19 de junio de 2015.