



UNIVERSIDAD
UNIANDES

Proyecto Integrador

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

**APLICACIÓN WEB PARA PROMOCIONES Y PUBLICIDAD
DE SERVICIOS TURÍSTICOS PERSONALIZADOS PARA LA
EMPRESA "WILD BAÑOS ADVENTURE" DE LA CIUDAD DE
BAÑOS**

Integrantes:

- Christian Manuel Masaquiza Jerez
- Eddy Alejandro Trejo Mejia
- Edison Augusto Sánchez Llerena
- Eduardo Augusto Alvarado Cadena
- Gabriel Hernán Narvaéz Ron

Planteamiento del Problema

- Desorganización de la información de las actividades que oferta y turistas, tanto nacionales como extranjeros, que usan los servicios ofertados
- Información registrada en archivos planos, básicamente hojas de Excel.
- Dificultad para categorizar los servicios por temas o actividad, limitando la capacidad de ampliar y mejorar su oferta.

Situación Problema

1

Información desorganizada

La información registrada no provee de información importante para la toma de decisiones de la empresa.

2

Falta de Sistema

El registro en archivos planos es susceptible a manipulación y no se encuentra correctamente organizada para entender mejor su situación interna.

3

Promoción inadecuada

La falta de información adecuada, y el correcto manejo de la misma impide realizar campañas promocionales más efectivas.

4

Falta de feedback

Al no poseer un sistema, la empresa no cuenta con una fuente de retroalimentación de sus servicios, tanto para clientes como para socios estratégicos.

5

Falta de mejora en procesos internos

La falta de procesos internos han impedido que la empresa pueda crecer mucho más

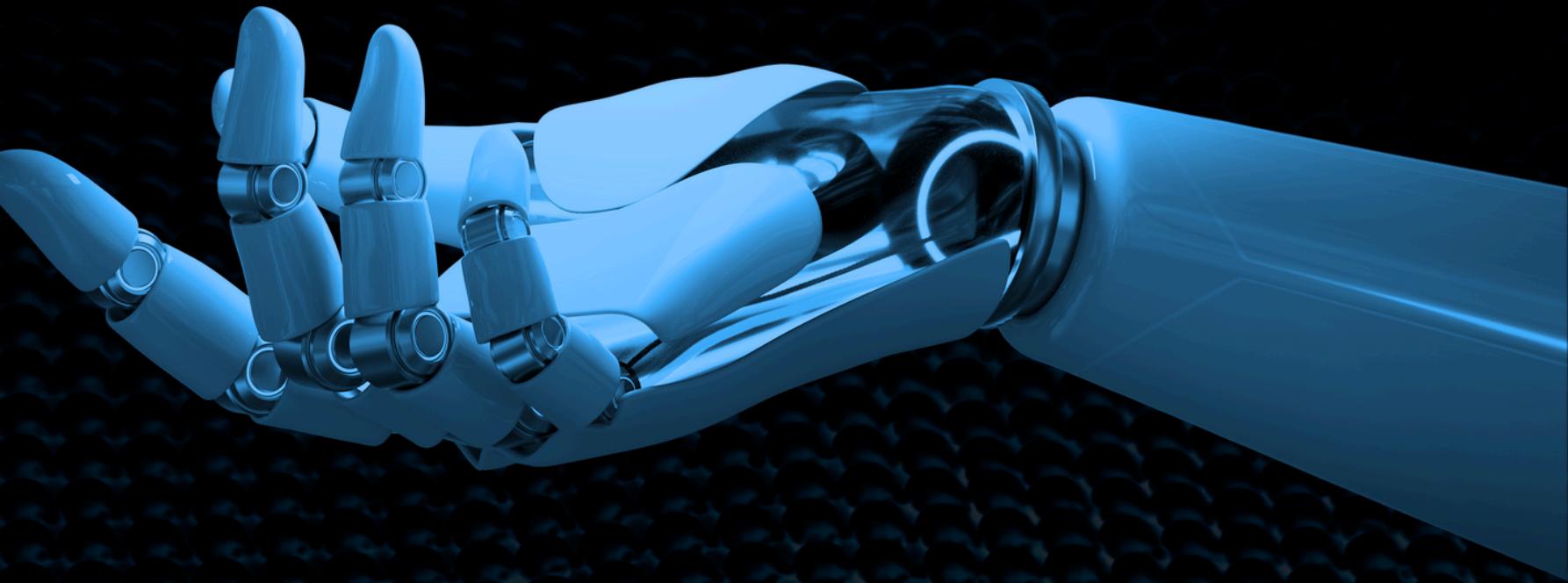
6

Inversión

La falta de inversión y descuido, han impedido que la empresa se renueve e integre a su gestión el uso de AI y BI.

Formulación del problema

¿Cómo puede "WILD BAÑOS ADVENTURE" mejorar la gestión de la información turística para ofrecer servicios más personalizados y de mayor calidad a los visitantes?



Objetivos



Objetivo General

Desarrollar una aplicación web para promociones y publicidad de servicios turísticos personalizados para la empresa "WILD BAÑOS ADVENTURE" de la ciudad de Baños.



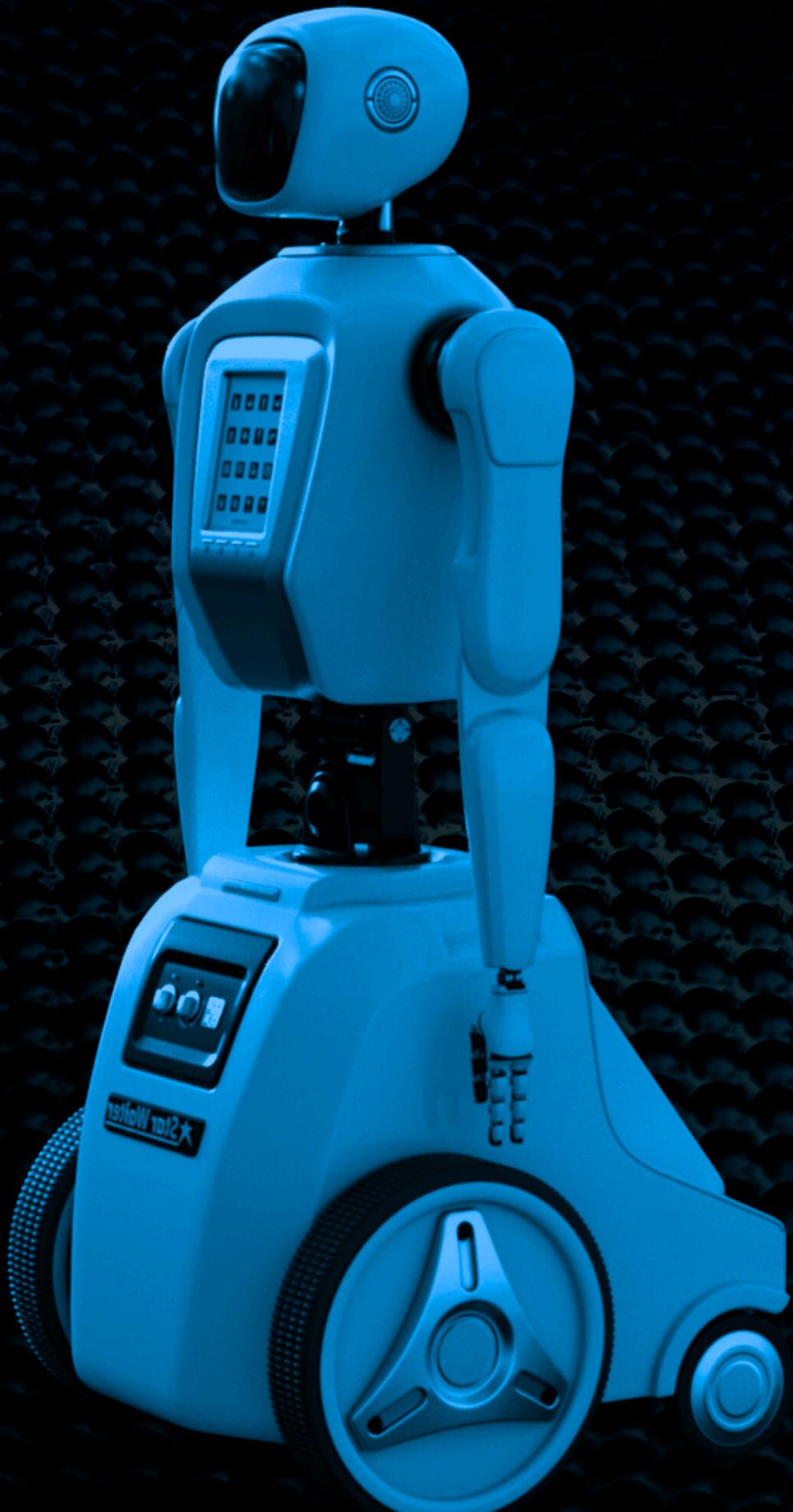
Objetivos Específicos

Fundamentar bibliográficamente los conceptos relacionados a las empresas turísticas y las herramientas de gestión de la información.



Identificar los problemas que tiene la empresa en el registro y categorización de las experiencias, críticas y recomendaciones de los turistas.

Desarrollar una plataforma web que permita a los turistas valorar y registrar su experiencia ampliando la oferta de servicios.



Justificación e Importancia



La creciente competencia en el sector turístico y las expectativas cada vez mayores de los visitantes han puesto de manifiesto la necesidad de modernizar y optimizar la gestión de la información turística

Desarrollar una solución estratégica y necesaria para "WILD BAÑOS ADVENTURE" que facilite la organización y accesibilidad de la información, y a la vez potencie la capacidad de la empresa para ofrecer servicios personalizados con la más alta calidad, que se adapte a las necesidades y preferencias de los turistas.

Capacidad de analizar tendencias y feedback de manera estructurada permitirá a la empresa identificar áreas de mejora y adaptar sus servicios para ofrecer a los turistas mejores experiencias fomentando el desarrollo de un turismo más colaborativo y enriquecedor.

Captar la atención de los turistas y motivarlos a explorar nuevas actividades y sitios, aumentando la visibilidad de los servicios ofertados y atrayendo a un diverso número de visitantes.

Mantenerse a la vanguardia de la tecnología y la innovación en el sector turístico; y la adopción de herramientas digitales avanzadas, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, proporcionará a la empresa una ventaja competitiva significativa.

Marco Teórico

Antecedentes de Estudio

Gestión adecuada de la información es fundamental para cualquier organización, especialmente en el sector turístico, donde la calidad de los datos puede influir directamente en la satisfacción del cliente.

Uso de bases de datos para organizar y gestionar información ha demostrado ser esencial en diversas industrias.

Personalización de servicios es una tendencia cada vez más importante en el turismo.

En este contexto, la inteligencia de negocios (BI) y la inteligencia artificial (IA) emergen como tecnologías clave que pueden transformar la manera en que las empresas turísticas gestionan y utilizan la información.



Definiciones conceptuales

Arquitectura de Software: La arquitectura de software se define como la estructura o estructuras de un sistema, compuestas por elementos, las relaciones entre ellos y las propiedades de ambos (Camacho, Cardoso, & Nuñez, 2004). En el contexto de una aplicación web, la arquitectura incluye la definición de componentes como el servidor web, la base de datos, y las interfaces de usuario.

Diseño de Software: El diseño de software es el proceso de definir la arquitectura, componentes, interfaces y otros elementos de un sistema o componente. "El diseño de software aborda cómo el sistema será estructurado para cumplir con los requisitos especificados" (Pressman, 2010). En una aplicación web para promociones turísticas, el diseño debe considerar la experiencia del usuario, la eficiencia del sistema y la escalabilidad.

Base de Datos: Una base de datos es un conjunto de datos organizados de manera que permiten su acceso, gestión y actualización de forma eficiente. Según Marqués (2011), una base de datos es una colección de datos interrelacionados y un conjunto de programas para acceder a esos datos. Las bases de datos son fundamentales en una aplicación web, ya que permiten almacenar información sobre los servicios turísticos, las preferencias de los usuarios y las transacciones realizadas.



Definiciones conceptuales

Inteligencia de Negocios (BI): La inteligencia de negocios es el proceso de recopilar, procesar y analizar datos empresariales para apoyar la toma de decisiones (Cano, 2007). En el contexto del turismo, BI puede utilizarse para analizar patrones de comportamiento de los clientes, identificar tendencias del mercado y personalizar ofertas promocionales basadas en el análisis de datos históricos.

Herramientas de BI: Las herramientas de BI incluyen software que permite la extracción, transformación, y carga de datos (ETL), así como el análisis y la presentación de datos (Alarcon Alallana, 2013) Ejemplos incluyen Tableau, Power BI y QlikView, que pueden integrarse en la aplicación web para ofrecer informes y análisis en tiempo real.

Inteligencia Artificial (IA): La inteligencia artificial se refiere a la "capacidad de un sistema para interpretar correctamente datos externos, aprender de esos datos y usar ese conocimiento para lograr tareas y objetivos específicos" (Russell & Norvig, 2009). En el ámbito del turismo, la IA puede utilizarse para proporcionar recomendaciones personalizadas y mejorar la experiencia del usuario.

Metodología

Diseño de la Investigación

La investigación seguirá un diseño descriptivo y exploratorio, utilizando tanto métodos cualitativos como cuantitativos para recopilar y analizar datos.

Modalidad: Investigativa aplicada

Tipo: Descriptiva y exploratoria



Metodología

Técnicas e instrumentos de la investigación

Técnicas: Encuestas, entrevistas, análisis documental

Instrumentos: Cuestionarios, guías de entrevista,
software de análisis de datos



Metodología

Población y Muestra

Población: Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Baños.

Muestra: Selección aleatoria de turistas que han utilizado los servicios de "WILD BAÑOS ADVENTURE".



Propuesta

Desarrollo de la aplicación web TOURIST TREK, para la empresa "WILD BAÑOS ADVENTURE" que permita centralizar y organizar la información turística, registrar experiencias y recomendaciones de los turistas, y ofrecer servicios personalizados basados en una categorización adecuada de los sitios turísticos.

