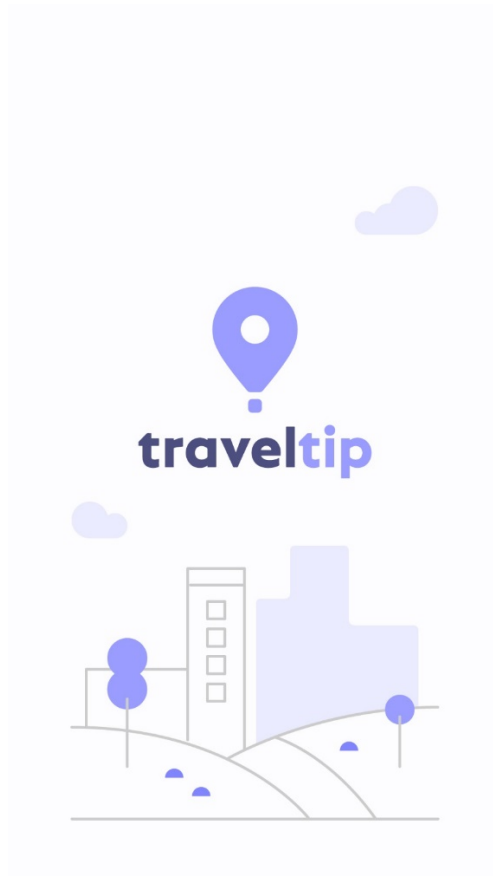


## MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

### PROPUESTA DE APP TURÍSTICA: TRAVELTIP PROPOSAL OF TOURIST APP: TRAVELTIP



Autor/a: D/D<sup>a</sup> Nuria Falcón Rodríguez  
Victoria Isabel Tarff Hidalgo  
Tutor/a: D/D<sup>a</sup> Miguel Ángel Mejías Vera

Grado en Turismo  
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO  
Curso Académico 2017/2018  
Convocatoria: septiembre 2018

En La Laguna, a 3 de septiembre de 2018

## RESUMEN

*Traveltip* surge de la necesidad de una app turística que proporcione comodidad a los usuarios a través de múltiples herramientas para organizar sus viajes, interactuar con otros viajeros, conocer mejor los destinos a los que se dirigen a través de las vivencias de otros usuarios y almacenar experiencias durante y después de sus viajes.

Para determinar las prestaciones que harían de la app un producto competitivo y demandado, se realizó un cuestionario y posterior encuesta a consumidores potenciales de nuestro producto; un análisis del contexto actual del uso de las TICs en el turismo en lo referente al mercado de las app móviles y redes sociales; un estudio comparativo de las mejores aplicaciones móviles, además de un análisis DAFO. Posteriormente, en base a toda esa información, se planteó el Lienzo del Modelo de Negocio de *Traveltip*, así como su funcionamiento y diseño visual-digital.

*Palabras clave:* App, TIC, e-Tourism, m-Tourism.

## ABSTRACT

*Traveltip* arises from the need for a tourist app that provides comfort to users through multiple tools that allow them to organize their trips, interact with other travelers and know better the destinations to which they are travelling through other users experiences during and after their trips and also, tools to file content in relation with their own trips.

To determine the features that would make the app a competitive and demanded product, a questionnaire was conducted and a later survey to a group of potential customers of *Traveltip*. Also an analysis of the current context of the use of ICTs in tourism in relation to the mobile app market and social networks has been made; as well as a comparative study of the best mobile applications and a SWOT analysis. Afterwards, based on all that information, the Business Model Canvas of the app was raised and the operation and visual-digital design of *Traveltip*.

*Keywords:* App, ICT, e-Tourism, m-Tourism.

## ÍNDICE

1. JUSTIFICACIÓN- MARCO TEÓRICO .....	4
2. OBJETIVO .....	6
3. METODOLOGÍA .....	6
4. INTRODUCCIÓN DEL PRODUCTO “TRAVELTIP” .....	7
4.1. ¿EN QUÉ CONSISTE LA IDEA? .....	7
4.2. ¿EN QUÉ SE DIFERENCIA TRAVELTIP DE OTRAS IDEAS EN EL MERCADO? .....	8
4.3. ¿QUÉ NOS LLEVÓ A ELEGIR EL PRODUCTO .....	9
4.4. ¿DÓNDE SE UTILIZARÁ EL PRODUCTO? ¿CUÁNDO SERÍA DE UTILIDAD? .....	9
4.5. ¿QUIÉN SERÁ EL PÚBLICO OBJETIVO? .....	10
4.6. ¿CÓMO SE OBTENDRÁN BENEFICIOS/INGRESOS? .....	10
5. CONSIDERACIONES PREVIAS .....	11
5.1. ENCUESTA A CONSUMIDORES POTENCIALES .....	11
5.2. BENCHMARKING .....	13
5.2.1. Swarm .....	13
5.2.2. Yelp .....	14
5.2.3. Journi .....	14
5.2.4. Trazers .....	15
5.2.5. Field Trip .....	15
5.2.6. Bounjournal .....	15
5.3. DAFO .....	16
6. PROPUESTA DE APP: “TRAVELTIP” .....	20
6.1. LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO .....	20
6.2. FUNCIONAMIENTO DE LA APP .....	23
6.3. DISEÑO DIGITAL DE “TRAVELTIP” .....	25
7. CONCLUSIÓN .....	28
8. BIBLIOGRAFÍA .....	29
9. ANEXOS .....	32
9.1. ENCUESTA A CONSUMIDORES POTENCIALES CON LOS RESULTADOS .....	32

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

1. TABLA BENCHMARKING DE LAS MEJORES APPS TURÍSTICAS .....	13
2. TABLA ANÁLISIS DAFO DE LA APP .....	18
3. DISEÑO VISUAL-DIGITAL DE LA APP .....	25

## ÍNDICE DE IMÁGENES

1. IMAGEN DEL LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO .....	20
2. IMAGEN DE LA PANTALLA PRINCIPAL .....	25
3. IMAGEN DEL INICIO DE SESIÓN .....	25
4. IMAGEN DEL MAPAMUNDI .....	25
5. IMAGEN DE LA GALERÍA DE FOTOS POR DESTINO .....	25
6. IMAGEN DEL DESTINO CON TARJETAS INFORMATIVAS .....	25
7. IMAGEN DEL BUSCADOR .....	26

8. IMGEN DEL PERFIL DEL USUARIO .....	26
9. IMAGEN DEL WALLET .....	26
10. IMAGEN DEL CONTROL PRESUPUESTARIO .....	26
11. IMAGEN DEL ORGANIZADOR DE EQUIPAJE .....	27
11. IMAGEN DE RECORDATORIOS .....	27
12. IMAGEN DE FAVORITOS .....	27

## 1. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, el turismo es uno de los sectores con más peso en la economía mundial y resulta inevitable no tener en cuenta la innovación y el cambio tecnológico que se están produciendo de forma exponencial en dicho sector. Taleb Rifai, Secretario General de la OMT (2011), expuso lo siguiente:

**En los últimos sesenta años, el sector turístico ha crecido hasta convertirse en un pilar de la economía mundial, impulsado por la cooperación política, el cambio social y avances trascendentales en la tecnología, tanto en las comunicaciones como en la infraestructura.**

Javier Blanco, director de los Miembros Afiliados de la OMT, (2011) destaca que tanto la innovación como el cambio tecnológico que está experimentando el sector “son fundamentales para mejorar la competitividad de las empresas y los destinos y, por tanto, para mejorar la experiencia del turista”. Se podría decir, por tanto, que un destino o empresa turística que no utilice este tipo de recursos, cada vez más demandados, es un destino o empresa poco competitivo y en camino a su obsolescencia.

De esta fusión entre el turismo y el uso de las nuevas tecnologías ha surgido un término denominado e-Tourism, el cual implica cualquier tipo de inclusión de las TIC (tecnologías de la información y comunicación) en cualquier parte de la cadena de valor del producto turístico. Esta fusión ha dado pie a la aparición de nuevos modelos de negocio, trayendo como consecuencia, que cada vez más la industria turística requiera de constante innovación, con el objetivo de ofrecer productos con valor agregado, personalizados y diferenciados para mejorar la posición estratégica y el valor del producto ofrecido.

El uso de estas nuevas tecnologías no solo permite conocer el destino antes de viajar, con el crecimiento del e-Tourism, “los consumidores planifican y compran sus vacaciones, pueden tener información sobre vuelos, hoteles, restaurantes, paquetes turísticos, métodos de pago etc., y todo ello desde la comodidad de su casa o trabajo” (Acosta, 2015). Este hecho se ha visto acrecentado por la evolución de los dispositivos móviles y de su demanda, convirtiéndose así en herramientas clave para adquirir productos y servicios, dando la posibilidad a los consumidores de valorar previamente distintas características de los mismos, como su localización, capacidad de personalización, etc.

Pero también este factor ha provocado la aparición de nuevos modelos de negocio en el comercio móvil. Cuando hablamos de turismo y dispositivos móviles, es necesario mencionar el término m-tourism, a través del cual los turistas pueden tener fácil acceso a contenidos personalizados, relacionados con productos y servicios turísticos (por medios de apps o aplicaciones móviles), utilizando una conexión inalámbrica y en el momento exacto en el que lo deseen consumir.

Además, es posible afirmar que esta evolución tecnológica ha originado un cambio radical en el mercado turístico, pues al momento de incorporarse los destinos y empresas turísticas al mundo

virtual, estos pasan a ser parte de la red, generando así contenido actualizado en todo momento. Pero también la forma de practicar el turismo ha evolucionado, con el paso de la web 1.0 a la web 2.0 se han ido desarrollado nuevos modelos de negocios turísticos más innovadores que pretenden cubrir las necesidades exactas de turistas potenciales cada vez más independientes y sofisticados en el uso de herramientas tecnológicas para organizar sus viajes.

A la hora de planificar un viaje es cada vez más importante conocer las opiniones de antiguos viajeros a través de sus contenidos compartidos en la red, "las malas noticias o juicios negativos inesperados expresados por un líder de opinión pueden, de repente, socavar la suerte hasta del lugar más popular, cambiando el interés de los turistas y otros stakeholders hacia otra dirección" (Minghetti & Celotto, 2015). "Estas experiencias de viajes son compartidas en sitios de internet y redes sociales mediante la utilización de diferentes recursos como textos, fotos y videos" (Lei & Law, 2015) produciendo así que las elecciones de los futuros usuarios de los servicios se vean fuertemente influenciadas por la información generada por los usuarios (User-Generated Content - UGC).

Basándonos en datos estadísticos, se puede afirmar que el uso de la Red de redes a la hora de viajar crece exponencialmente en España, así, "en 2012 un 24,4% de turistas de interior y un 56,5% de turismo emisor, indicaron que usaron Internet en la planificación de su viaje" (Condés, 2016).

En lo que respecta al uso de las redes sociales, es importante mencionar un estudio realizado por Booking.com en el que han participado más de 15.000 personas de 20 países, donde se ha podido determinar que "el 44% de los jóvenes entre 18 y 34 años utiliza las redes sociales para decidir dónde viajar y al 55% las RRSS le inspiran para probar nuevas experiencias de viaje. Por tanto, podemos concluir que es el grupo social milenials el que más uso hace de las redes sociales y los más influenciados emocionalmente por el contenido que generan en ellas el resto de sus usuarios. Esta idea se podría defender teniendo en cuenta que, como expone HOSTELTUR:

**El 45% de los encuestados (del anteriormente mencionado estudio realizado por Booking.com) asegura que los contenidos de las redes sociales le hacen sentir como si todo el mundo viajara y ellos no, y el 44% cree que se está perdiendo nuevas experiencias de viaje, el 46% siente celos de los viajes que hacen otros y que ve en sus redes sociales y , uno de cada tres (34%) apunta que cuando viaja prueba más experiencias nuevas para poder publicar luego las fotos en sus perfiles.**

Por lo que el uso de las redes sociales actualmente se puede considerar de extrema importancia a la hora de planificar un viaje.

Siguiendo por esta línea, es importante remarcar que cada vez más son los viajeros que utilizan la red social conocida como "Instagram" para compartir el contenido de sus viajes, "Instagram es la red social por excelencia de nuestro sector, es la red social donde más se comparten viajes", (De Jorge,2018), y el 59% de los viajeros tiene entre 18 y 29 años.

Según un artículo publicado por Hosteltur (2018), “en Estados Unidos ya tienen claro el poder de Instagram: el 70,7% de empresas usa esta red social, destacando las compañías turísticas junto con las marcas de moda, comida y estilos de vida”.

Un claro ejemplo de este factor son los dos millones de “Me gusta” que ha conseguido la foto de la cantante Beyoncé, con 115 millones de seguidores en Instagram, que ha compartido durante su rodaje en el museo del Louvre.

Continuando con esta idea, cabe destacar que “en todo el mundo hay activas más de mil millones de cuentas de Instagram” (INSTAGRAM, WEB OFICIAL) y el 80% de las cuentas de esta red social por excelencia siguen a una empresa en dicha red social.

Es posible concluir con todo esto, que el uso de las redes sociales en la actualidad y más aún dentro del sector turístico, es de extrema importancia para los stakeholders del sector, pero sobre todo representa una mina de oro potencialmente explotable de cara a los inversores y futuros competidores turísticos, permitiéndoles así, que, junto al desarrollo de una buena estrategia empresarial, tengan la posibilidad de incrementar su demanda y/o mejorar su competitividad y posicionamiento.

## **2. OBJETIVO**

El objetivo principal que se persigue con la creación de esta app turística es proporcionarle comodidad a los usuarios a través de múltiples herramientas para organizar y preparar su viaje ideal, interactuar con otros viajeros del mundo, conocer mejor los destinos a lo que se dirigen a través de las vivencias de otros usuarios y almacenar en la red recuerdos/experiencias durante y después de sus viajes, todas reunidas en una misma aplicación de móvil.

## **3. METODOLOGÍA**

1. Realización de un viaje y detección de la necesidad de una app turística que ofreciera todas las herramientas necesarias para la realización del mismo, contribuyese con su disfrute y permitiera la interacción con otros viajeros antes, durante, y después del viaje.
2. Determinación de las herramientas y prestaciones que debe ofrecer *Traveltip* para que esta app se convierta en un producto competitivo y demandado.
3. Realización de un cuestionario y posterior encuesta a personas pertenecientes al segmento de mercado potencialmente consumidor del producto, a través de la herramienta de Formularios de Google. En esta encuesta se planteaba la valoración y utilidad que para los potenciales usuarios podría suponer disponer de esas herramientas y prestaciones anteriormente planteadas.

4. Análisis del contexto actual del uso de las TIC's en el turismo, concretamente en lo referente al mercado de las app móviles y redes sociales, para lo que se consultó diversidad de material bibliográfico referente a la materia.
5. Búsqueda de información y referencias bibliográficas. Esto se ha realizado constantemente a lo largo de la elaboración del proyecto.
6. Análisis en diferentes páginas y blogs webs de rankings de las mejores aplicaciones móviles de internet y posterior descarga de las mismas para su prueba a través del App Store de Apple.
7. Realización de un benchmarking comparando las seis apps mejores valoradas (punto anterior) que presentan un servicio parecido al que ofrecerá *Traveltip*, puntuando con una escala de 0 a 10 los aspectos que se consideraron los más relevantes que debe tener una app turística.
8. Análisis DAFO para detectar posibles oportunidades y amenazas que pueda repercutirle el entorno a *Traveltip* y las debilidades y fortalezas que este producto pueda tener.
9. Planteamiento del Lienzo del Modelo de Negocio de *Traveltip*, para lo que se utilizó la creatividad propia y en menor medida algunas referencias bibliográficas.
10. Planteamiento del funcionamiento específico de la app según las herramientas y funcionalidades que se planea que *Traveltip* ofrezca. Elaboración a partir de nuestra creatividad.
11. Planteamiento del diseño visual-digital de la app. Todo a partir de nuestra creatividad y realizado a través de programas de diseño gráficos como Adobe Illustrator CC.

## 4. INTRODUCCIÓN

### 4.1. ¿EN QUÉ CONSISTE LA IDEA?

*Traveltip* es una nueva red social pensada para facilitar la organización de viajes a los usuarios. Permitirá, además, el almacenamiento de recuerdos y momentos en los lugares que el viajero visite y compartirlos para que futuros viajeros puedan tenerlos como punto de referencia al momento de planificar el viaje. Por tanto, esta aplicación presentará una utilidad en el momento del pre-arrival, donde los usuarios contarán con herramientas necesarias para planificar su viaje y además servirá de herramienta para compartir experiencias y sugerencias para un viaje óptimo de los futuros viajeros y para el recuerdo de los viajeros cuyo viaje esté desarrollándose o ya se haya desarrollado.

Para comenzar, esta nueva red social pondrá a disposición de cada viajero un mapamundi donde registrará su localidad y el destino (o cada uno de ellos) a los que se dirige. El usuario podrá también sincronizar los documentos de transporte que vaya a necesitar durante el viaje (tarjetas de embarque, tickets de tren...).



Aparte de todo esto, en el caso de vuelos y según la aerolínea que el usuario vaya a utilizar, *Traveltip* prestará información acerca de las dimensiones del equipaje permitido de cada una de las compañías aéreas.

Por otro lado, al sincronizar el destino, el usuario tendrá acceso a información sobre la temperatura en ese lugar, necesaria siempre para saber las condiciones en la que se va a encontrar durante el viaje y que indumentaria se debe llevar en su equipaje.

Adicionalmente, la aplicación permitirá al usuario realizar un registro de su nacionalidad, y, de esta manera, al momento de seleccionar el destino, el viajero podrá obtener información acerca de los visados o permisos legales necesarios para viajar a ese destino, así como información de cómo obtenerlos, precio, etc.

Otro aspecto importante al momento de preparar un viaje es aquel relacionado al cambio de divisas. Con *Traveltip* se podrá tener acceso a información acerca del tipo de cambio de la moneda local del usuario a la moneda extranjera en destino.

Además, esta aplicación permitirá al usuario hacer un listado de las cosas que considere imprescindibles meter en la maleta o de qué cosas hacer/comprar antes de viajar.

Una vez en el destino, *Traveltip* empezará su función de red social y blog de viaje al permitir la interacción entre sus usuarios, de manera que los viajeros podrán añadir fotos, vídeos y comentarios sobre los distintos atractivos turísticos en el destino, así como información sobre las actividades que estos realicen. Estas imágenes y videos se podrán sincronizar en la aplicación utilizando un sistema de geolocalización, para así localizar geográficamente cada uno de estos atractivos turísticos visitados por el usuario en el mapamundi del que dispondrán en su perfil con el fin de que otros usuarios puedan acceder a esta información y tomarla como punto de referencia a la hora de decidir los sitios que visitar.

*Traveltip* contará con un chat interactivo para poder hablar con los usuarios y saber más sobre su viaje.

También, el usuario de *Traveltip* podrá cargar el presupuesto que se quiera gastar durante el viaje, así como sus diferentes gastos y facturas, para tener un control más exhaustivo de sus gastos en el destino.

Por último, aparecerá periódicamente una tarjeta en la pantalla donde los usuarios podrán valorar la aplicación y dar su opinión acerca de la misma.

#### **4.2. ¿EN QUÉ SE DIFERENCIA TRAVELTIP DE OTRAS IDEAS EN EL MERCADO?**

Para saber con certeza lo que diferencia esta app de las demás, consideramos que es necesario realizar un cuadro comparativo o Benchmarking de diferentes apps de viaje que presenten características similares y prestaciones parecidas a las de *Traveltip*.

Mientras otras aplicaciones solo abarcan ciertos aspectos de utilidad a la hora de organizar un viaje, como son horarios e información de vuelos, información de visados, cambios en la moneda, actividades para realizar en los destinos, puntos de interés que visitar, etc, *Traveltip* engloba diferentes funciones que se consideran de extrema importancia para la realización de un viaje. Entre ellas, es posible destacar la función de red social, con la que los usuarios de la app podrán compartir contenido de sus viajes realizados con otros usuarios a nivel mundial. El usuario, en el mapamundi de su perfil, podrá geolocalizar cada una de las fotos y elegir si dejarlas para dominio público para que todos los usuarios de la app puedan verlos, o bien configurar la privacidad que quiera aplicar a sus fotos. Además, *Traveltip* será una app de viaje que ayudará a los usuarios en la planificación e incluso en el desarrollo del viaje con la diversa información de la que dispone como por ejemplo, información de actividades que se desarrollen en el destino, precios, restaurantes típicos de la zona, etc.

En definitiva, el carácter distintivo de la app es que es bastante completa, prestará múltiples herramientas para el viajero que hará que el uso de la misma sea de mayor provecho.

#### **4.3. ¿QUÉ NOS LLEVÓ A ELEGIR EL PRODUCTO?**

Existen infinitas aplicaciones móviles para la organización de viajes, sin embargo, muy pocas incluyen todas las características necesarias para ello y, por tanto, para poder organizar un viaje detallado, hoy en día es necesario descargarse varias aplicaciones para tener toda la información necesaria, lo cual resulta tedioso ya que se tiene que recurrir a cada aplicación cada vez que se necesite consultar una determinada información o utilizar una herramienta. Por ello, a la hora de organizar nuestro propio viaje, se nos ocurrió la idea de crear una aplicación que abarcara todo lo necesario en una misma plataforma y así no tener que abrir y cerrar varias aplicaciones.

A partir de esta idea, comenzó la investigación sobre qué es lo realmente necesario a la hora de organizar un viaje, y de lo que es más importante que tenga esta aplicación.

#### **4.4. ¿DÓNDE SE UTILIZARÁ EL PRODUCTO? ¿CUÁNDO SERÍA DE UTILIDAD?**

*Traveltip* es una aplicación diseñada principalmente para usuarios a los que les gusta viajar, por lo tanto, está diseñada sobre todo para ser utilizada en el destino al que se quiera viajar, dándole la oportunidad al usuario de subir contenido de su viaje a tiempo real y acceder a información de la app durante el desarrollo de su viaje. Pero además, el usuario podrá hacer uso de la app antes de su viaje, ya que la app contiene herramientas interesantes para planificarlo y por último, el usuario podrá hacer uso de la misma a la llegada, ya que la app sirve como nube para almacenar y publicar recuerdos (fotos) geolocalizados en los destinos visitados, a los que se podrá acceder posterior a la realización del viaje.

#### 4.5. ¿QUIÉN SERÁ EL PÚBLICO OBJETIVO?

En España, el acceso a estas plataformas está regulado en el art. 13 del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, que establece que *podrá procederse al tratamiento de los datos de los mayores de catorce años con su consentimiento, salvo en aquellos casos en los que la Ley exija para su prestación la asistencia de los titulares de la patria potestad o tutela. En el caso de los menores de catorce años se requerirá el consentimiento de los padres o tutores.*

Por ello, hemos establecido como edad mínima para el uso de *Traveltip* 15 años, ya que desempeña también la función de red social. A partir de esa edad nuestro público objetivo serán milenials, viajeros generadores y consumidores de contenido en la red, ya que para la aplicación es muy importante que los usuarios utilicen en gran medida las redes sociales, y, sobre todo, viajeros, personas interesadas en viajar y en tener información de sus destinos predilectos antes de realizar el viaje y que les guste generar contenido y compartir sus experiencias durante y después del mismo.

Cabe destacar que la app tendrá presentaciones en inglés, alemán y español, por tanto, solo podrán hacer uso de la misma personas que puedan entender dichos idiomas.

#### 4.6. ¿CÓMO SE OBTENDRÁN BENEFICIOS/INGRESOS?

Una de las formas propuestas para la obtención de beneficios se basa en establecer convenios con los establecimientos más sugeridos por los usuarios de la misma, para que de esa forma los usuarios puedan obtener descuentos en los productos que estos establecimientos ofrezcan y así aumentar la clientela de los mismos. Se acordará un número mínimo de visitantes que presenten los descuentos de la app y de esta forma, llegado a ese número mínimo, *Traveltip* percibirá un porcentaje de la venta de esos visitantes que acudieron a ese establecimiento por conocerlo a través de la app (por ejemplo, *Traveltip* establece un convenio con el resultante X, ubicado en Barcelona, que ha recibido 500 sugerencias por los miembros de la app y de esta forma los usuarios, presentando bonos de la app, podrán tener un 5% de descuento en el total de su factura, aumentando así la clientela de dicho restaurante. Si llegan a dicho establecimiento 50 usuarios atraídos por la app, *Traveltip* percibirá el 10% de la ganancia de la venta).

Todo esto generaría grandes beneficios a los establecimientos, más que todo de fidelización y posicionamiento, ya que serán los mismos usuarios de la app los que elijan los sitios con los cuales se realizarán los convenios al darles puntuaciones positivas y recomendarlos a los demás usuarios.

Además, a medida que la app vaya aumentando su demanda y sus descargas sean en gran cantidad, podría plantearse cobrar la descarga de la misma.

## 5. CONSIDERACIONES PREVIAS

### 5.1. ENCUESTA A CONSUMIDORES POTENCIALES (Véase anexo 9.1. ENCUESTA A CONSUMIDORES POTENCIALES CON LOS RESULTADOS)

Para tener una idea clara de las preferencias de los usuarios a la hora de utilizar una app que ayude a organizar un viaje, se realizó una encuesta a usuarios potenciales de la aplicación, difundiéndola a través de la mensajería de whatsapp, instagram y facebook, utilizando la herramienta de Formularios de Google.

Cabe mencionar que, en muchas oportunidades, la reacción de los encuestados fue bastante positiva, llegando a opinar incluso que la idea es muy interesante y que una aplicación de este tipo les sería de gran utilidad.

A la encuesta respondieron 138 personas, comprendidos entre las edades 15 y 67, de los cuales un 68,8% eran mujeres. El mayor número de respuestas fueron dadas por personas entre las edades 22 y 25 años, es decir gente que se encuentra dentro del segmento de mercado que queremos atraer, los milenials.

*Traveltip* es una app enfocada en usuarios a los que les encanta viajar y es que en este caso, el 63,8% de los encuestados comparte que su interés por el viaje es muy importante y sólo a un 0,7% no muestra interés por viajar.

Se ha consultado, además, el nivel de utilidad que pueda suponer disponer de una aplicación para la organización de un viaje, a lo que un 81,2% respondió de manera positiva.

Por otro lado, para concretar a qué aspectos darle mayor importancia, realizamos una serie de preguntas sobre algunas herramientas de las que dispondría *Traveltip* y así saber si serían interesantes para los usuarios o no. Y se obtuvo:

El 70,3% considera interesante una aplicación que proporcione información sobre los visados necesarios para viajar a un determinado destino.

Un 55,1% considera útil que una app proporcione alertas y/o recordatorios para hacer check-in de vuelos u hoteles.

El 69,6% considera de gran importancia una app que aporte información sobre las dimensiones y peso del equipaje permitido en las aerolíneas que se utilicen al momento de realizar el viaje.

En cuanto a la información meteorológica de los destinos, un 55,1% valora de manera positiva esta funcionalidad.

Un 96,4% de los encuestados considera de gran utilidad una app que informe acerca de la moneda local del destino que se vaya a visitar.

La mayoría consideró útil una app en la que se pueda añadir que meter en la maleta antes de viajar y un 93,5% considera útil hacer una lista de cosas imprescindibles para llevar de viaje.

*Traveltip* está pensada no sólo como ayuda para organizar un viaje, sino también para compartir experiencias con otros usuarios. Por ello, en la encuesta fue necesario añadir una pregunta relacionada con la importancia que tiene para los encuestados compartir sus experiencias en las

redes sociales, en la que un 33,3% de las respuestas no muestran ni desagrado ni gran importancia por la publicación de sus propias experiencias, sin embargo, el 32,6% considera que es muy importante compartirlas.

En cuanto al uso de las redes sociales, el 37,6% ha respondido que hacen bastante uso de las redes sociales durante el viaje.

Además, para obtener beneficios, *Traveltip*, por medio de acuerdos con restaurantes, hoteles y otros establecimientos del sector, tendrá la capacidad de ofrecer descuentos a sus usuarios en dichos establecimientos, por lo que se consultó a los encuestados qué tan interesante les resultaría recibir ofertas en la app en sitios de interés, a lo que un 48,6% les resultó muy interesante.

También se ha considerado la utilidad que tiene tener información de qué opciones de transporte se pueden tomar para salir del aeropuerto, a lo que el 100% de los encuestados respondió que era muy útil. y un 87,7% consideró interesante obtener información acerca de los establecimientos que se pueden encontrar dentro un aeropuerto para hacer uso de ellos durante vuelos con escalas.

Una herramienta innovadora que tiene *Traveltip* es que permite a los usuarios añadir los gastos que está teniendo durante el viaje, y de este modo tener un control de los mismos. Esta idea innovadora para llevar un control de los gastos durante el viaje y saber cuánto has gastado al final del mismo le interesó a un 53,6% de los encuestados.

Por último, *Traveltip* también ofrece información sobre festividades o eventos en las fechas en las que se viaja, lo que interesó al 97,1% de los encuestados.

En conclusión, según la información recopilada en esta encuesta, será de interés para los viajeros ya que las herramientas que ofrece resultan de interés para más de la mitad de los encuestados. Las herramientas más importantes que ofrece la app para los viajeros serían, por orden de interés, las siguientes:

- Transporte desde el aeropuerto 100%
- Festividades o eventos 97,1%
- Moneda Local 96,4%
- Imprescindibles en la maleta 93,5%
- Establecimientos aeropuertos 87,7%
- Visados 70,3%
- Dimensiones y peso equipajes en aerolíneas 69,6%
- Alertas y/o recordatorios 55,1%
- Tiempo 55,1%
- Control de gastos 53,6%
- Ofertas de atractivos turísticos 48,6%
- Compartir experiencias en RRSS 32,6%

## 5.2. BENCHMARKING

Tras la consulta de varios blogs y páginas web donde habían distintos rankings de las mejores apps turísticas, se ha realizado una selección de las 6 más mencionadas y que más o menos ofrecen prestaciones parecidas a aquellas que ofrece *Traveltip*: Swarm, Yelp, Journi, Trazers, Fieldtrip y Bounjournal.

Se ha utilizado una escala del 1 al 10 para puntuar el nivel de cumplimiento de ciertas funciones que se consideran de importancia y que se pretende que Traveltrip posea (véase en la siguiente tabla).

App	Swarm	Yelp	Journi	Trazers	Fieldtrip	Bounjournal
<b>Nivel de especialización en turismo</b>	8	8	9	10	10	10
<b>App intuitiva</b>	5	9	10	10	10	10
<b>Almacena recuerdos geolocalizados</b>	10	10	10	10	0	10
<b>Contribuye con la organización de viajes</b>	5	8	10	10	10	10
<b>Red social</b>	10	10	10	10	0	10
<b>Proporciona información de las valoraciones de los usuarios de productos y servicios en destino</b>	7	10	7	10	0	10
<b>Chat interactivo</b>	0	10	0	0	0	0
<b>Disponible en varios idiomas</b>	10	10	7	5	7	10
<b>Compatibilidad con varios softwares</b>	10	10	7	5	7	4
<b>Presencia de publicidad</b>	10	6	0	8	0	0

1. Tabla del Benchmarking de las mejores apps turísticas de internet

### 5.2.1. Swarm

Es una aplicación que permite que el usuario registre su ubicación en el mapa para que sus seguidores sepan donde está y qué se está produciendo en ese lugar y puedan tener un punto de reunión. Por tanto, aunque podría servir para geolocalizar recuerdos de viajes, realmente no se especializa en eso ni propiamente en la actividad turística en sí. Podríamos considerar que funciona como una red social ya que permite compartir contenido tanto en texto como gráficos con los demás usuarios.

Puede proporcionar información relevante de los distintos atractivos en determinadas zonas del mapa, ya que los usuarios al subir fotos pueden dejar comentarios acerca de las mismas, pero no necesariamente son opiniones ni valoraciones de dichos atractivos. Sin embargo, no dispone de chat interactivo con los demás usuarios.

Aplicación disponible en varios idiomas y compatible con variedad de softwares como iOS, Android y Windows Phone.

Se puede considerar que no es demasiado intuitiva, pues al probarla se tuvo que realizar varios intentos para poder entender cómo funcionan algunas herramientas de la app.

Existe publicidad dentro de la aplicación.

### **5.2.2. Yelp**

Es una aplicación que permite que el usuario registre fotos y la geolocalización de establecimientos que visita, en su mayoría vinculados al sector de la hostelería. Brinda la posibilidad de dejar opiniones y valoraciones de dichos establecimientos. Es una app bastante intuitiva y aunque no está especializada concretamente en el sector turístico, se puede considerar de gran ayuda a la hora de plantearse a dónde ir a comer. Una puntualización negativa que se le podría hacer a esta app es que está muy enfocada en establecimientos de consumo y más aún alimenticio, no será común encontrar una reseña de un parque temático en la misma, por ejemplo. Permite además la interacción con otros usuarios, de hecho, ofrece servicio de mensajería entre los mismos, por tanto se podría considerar que entra en la categoría de red social.

Se encuentra disponible en una gran variedad de idiomas y es compatible con software iOS, Android y Windows.

Aunque no se observan anuncios publicitarios como tal en la aplicación, esta aporta información sobre establecimientos de consumo, por tanto, se podría decir que puede que promocionándolos de cierta manera podrían sus creadores obtener rentabilidad de Yelp.

### **5.2.3. Journi**

App móvil con la cual el usuario puede subir contenido geolocalizado y está enfocada especialmente en que dicho contenido esté relacionado a experiencias vividas en viajes que realicen sus diferentes usuarios. Es posible afirmar que es una app que contribuye a la organización de desplazamientos turísticos al crear sensaciones (deseos de vivir la misma experiencia o experiencias similares) en los usuarios que comparten y consumen el contenido de la misma. Se puede considerar una app bastante intuitiva ya que se puede acceder a sus diferentes herramientas de forma sencilla. Es una red social, pues permite la interacción entre sus diferentes usuarios y, aunque no da la opción de puntuar los atractivos turísticos protagonistas del contenido compartido, es posible dejar comentarios que se podrían traducir en opiniones auténticas de la persona que comparte dicho contenido, aunque no posee chat interactivo.

Se encuentra disponible en varios idiomas y es compatible con iOS y Android. No contiene publicidad pero si existen prestaciones de pago dentro de la aplicación.

#### 5.2.4. Trazers

Los usuarios de *Trazers* pueden subir contenido geolocalizado de sus viajes y compartirlos con los demás usuarios. Es una app focalizada especialmente en la actividad turística y la idea de “marcar las trazas” de lo que se recorre a la hora de viajar.

Después esas rutas pueden ser compartidas y admiradas por otros usuarios, por lo que puede resultar de gran utilidad a la hora de planificar un viaje o almacenar los recuerdos de un determinado viaje en la red. Es una app bastante intuitiva y sencilla de usar. Da la posibilidad de interactuar con otros usuarios y dejar comentarios de las rutas compartidas.

El contenido de estos recorridos puede ser en forma de fotos, videos, y audios, o la ruta en sí con el recorrido marcado en un mapa.

Al momento de intentar descargarla en dispositivos Apple, hemos detectado que no está disponible en español. App compatible con dispositivos Android y iOS. Se puede observar presencia de publicidad dentro de la app.

#### 5.2.5. Field Trip

Field Trip, en cambio, es una app móvil que sirve de guía de viaje para los diferentes turistas. Cuando el usuario que la ha descargado se acerca a un sitio de interés turístico, la aplicación muestra una tarjeta con información detallada sobre dicho lugar. Por tanto, aporta información turística geolocalizada. Sin embargo, es una información que se obtiene de forma instantánea y no contribuye a la organización del viaje ya que no se puede obtener de manera previa al mismo.

Es una app claramente enfocada en el sector del turismo. No se puede considerar una red social ya que no permite la interacción con otros usuarios. No permite almacenar fotos ni contenido digital de los sitios visitados, solo la geolocalización con información de ese lugar. Tampoco permite la valoración ni generar opiniones acerca de los distintos atractivos turísticos.

App intuitiva y de sencilla utilización, disponible para dispositivos con software iOS y Android y en gran variedad de idiomas. No se observa uso de publicidad dentro de la app.

#### 5.2.6. Bounjournal

Es una app focalizada en el almacenamiento de recuerdos geolocalizados de las experiencias vividas por los usuarios en sus viajes, contribuyendo así a la organización de viajes, ya que permite que otros usuarios puedan acceder a dicha información.

Es bastante intuitiva, pues dispone de pocas pantallas y funcionalidades.

A la hora de postear información de algún sitio con relevancia, los usuarios tienen la opción de valorar dichos atractivos con una escala de puntuación.

No dispone de chat interactivo pero sí de la opción para dejar comentarios en los post de otros usuarios. Está disponible en 6 idiomas, por tanto, en comparación con las otras apps, esta es la que menos versiones traducidas a diferentes idiomas tiene. Es compatible solo con dispositivos que utilicen el software iOS. No se observa presencia de publicidad en la misma.



### 5.3. ANÁLISIS DAFO

A continuación, se presenta un estudio DAFO de *Traveltip* donde se reúnen las posibles debilidades y fortalezas que la app pueda tener, así como las amenazas y oportunidades que le puede repercutir el entorno de la misma.

#### 5.3.1. Debilidades

Como todo modelo de negocio, el principal objetivo de *Traveltip* será la generación de beneficios a sus inversores. Por tanto, una debilidad que puede presentar esta app es que en su lanzamiento, mientras se da a conocer y se va generando información orgánica a través de sus propios usuarios, necesaria para establecer alianzas que se pretende con establecimientos turísticos, *Traveltip* no generará beneficios económicos, ya que su descarga será gratuita.

Es necesario destacar que para que una red social tenga valor, tendrá que tener una gran cantidad de usuarios que la descarguen, por lo que, *Traveltip* dependerá siempre de una buena aceptación por parte de su público.

Además, *Traveltip* es una aplicación en donde la información que se pretende generar será por y para sus usuarios (información orgánica), y teniendo en cuenta sus reviews con respecto a ciertos establecimientos del sector, establecer alianzas con los que mejor valorados están para aumentar la demanda de ambas partes y obtener beneficios económicos. Esa será la principal fuente de beneficios de *Traveltip*, por tanto, cabe destacar que sin flujo de información orgánica generada por los usuarios, la app no funcionaría ni reportaría beneficios.

Una vez consolidada la app dentro del segmento de mercado al que se dirige, esta podría empezar a ser de pago al momento de descargar una actualización, sin embargo, esto puede que suponga la pérdida de algunos usuarios que no estén dispuestos a pagar por ella.

*Traveltip* crecerá en un entorno turbulento, ya que el sector turístico y más aún el tecnológico, están en constante evolución. Por tanto, una de sus debilidades será que continuamente esta tendrá que ser revisada y actualizada acorde con las últimas tendencias, o si no, esta tendrá un futuro seguro hacia la obsolescencia.

Al ser una app conectada a la red, para que sus usuarios puedan sacarle el máximo provecho, estos están obligados a disponer de datos móviles para conectarse a la red de internet, al igual que a disponer de un Smartphone para poder descargar *Traveltip*.

Otra debilidad que puede presentar es que solo estará traducida en los principales idiomas que utiliza el mercado objetivo al que se dirige, pudiendo ser un hándicap para aquel usuario que no domine ninguno de esos idiomas.

*Traveltip* hará uso primordial de medios visuales, por tanto, para personas con discapacidad visual no será de gran utilidad.

Por último, cabe destacar que habrá ciertas prestaciones de la app que dependerán de servidores de otras empresas externas a la misma, como lo son mapas de Google Maps o la base de datos de los bancos cuando hablamos de la herramienta dedicada al control de gastos que hará uso de información de la cuenta bancaria de los usuarios que así lo deseen.

### **5.3.2. Amenazas**

Como punto más relevante al tener en cuenta las amenazas que le puede suponer el entorno a *Traveltip*, podemos destacar la gran cantidad de competidores que existen actualmente operando en el sector y además el crecimiento exponencial de los mismos. Otro aspecto muy importante para resaltar es la constante evolución que el entorno presenta, por tanto, se podría decir que el sector turístico es un entorno con una importante inestabilidad, donde es fundamental tener una gran capacidad de adaptación a los cambios.

El mundo de la tecnología y más concretamente de las app móviles se encuentra en pleno auge, por lo que existe un desarrollo continuo de las mismas, donde cada vez aparecen nuevas tendencias innovadoras, necesariamente aplicables en algunos casos, si lo que se quiere es mantenerse dentro del mercado y no llegar a la obsolescencia.

*Traveltip* hará uso de bases de datos como lo son Google Maps en lo que a geolocalización respecta, y una amenaza puede suponer algún tipo de error en esta información proporcionada por fuentes externas.

Por último, es importante mencionar que el sector de actuación de esta aplicación no está vinculado con una necesidad básica para el ser humano, el ocio es un recurso que en determinadas ocasiones puede no ser indispensable para las personas, por tanto viajar, y por ende, la utilización de la app puede resultar prescindible en algunos casos, por ejemplo, en situaciones de crisis económica de los potenciales usuarios.

### **5.3.3. Fortalezas**

*Traveltip*, a diferencia de la mayoría de las apps turísticas las cuales se enfocan solo en una función, es una aplicación muy completa, con una amplia variedad de prestaciones. A pesar de que al principio de este análisis se haya expuesto que la gratuidad de la app podría suponer una debilidad al no generar ningún tipo de ingresos en su primera etapa del ciclo de vida, esta “debilidad” se podría traducir de otro modo en una fortaleza, ya que el hecho de que su descarga sea gratuita puede suponer un mayor número descargas y por tanto mayor cantidad de usuarios de la misma. Por lo que es posible decir que el hecho de que sea gratuita en un principio es una mera estrategia para crecer más rápido.

Otra de las fortalezas importantes a destacar de *Traveltip* es que a través de su uso, los usuarios podrán obtener ventajas y descuentos de los establecimientos mejores valorados por sus propios usuarios en la app.

*Traveltip* además ofrecerá información orgánica y 100% auténtica, generada por sus propios usuarios, a través de sus valoraciones y opiniones acerca de los diversos atractivos turísticos de los destinos, por tanto, la información será creada por y para sus consumidores. Otra fortaleza puede ser el hecho de que la app estará disponible en varios idiomas, los más utilizados por los mercados emisores de turistas.

Y lo más importante, *Traveltip* permitirá el almacenamiento de los recuerdos de las experiencias vividas por sus usuarios en diferentes formatos, videos o fotos, todos geolocalizados y permitirá la interacción con otros usuarios desde sus perfiles o bien a través de un chat interactivo del que dispondrá la aplicación. Además, la app se pretende que sea bastante intuitiva y de fácil manejo. *Traveltip* será compatible con dispositivos iOS y Android.

#### 5.3.4. Oportunidades

Entre las oportunidades que le presenta al entorno a *Traveltip*, podemos mencionar que la mayoría de las apps turísticas solo ofrecen algunas o incluso solo una de las prestaciones que ofrecerá *Traveltip*.

Actualmente, muchas de las apps turísticas son de pago al momento de descargarlas o solo es posible usarlas con un determinado software como el de Apple, iOS.

El turismo es un sector en auge y pleno crecimiento, por lo que en un sector prometedor en el que se puede tener visión de permanencia y rentabilidad en el tiempo.

Es importante además destacar que actualmente la tendencia a compartir las experiencias personales en redes sociales va en aumento y cada vez es más habitual hacerlo, al igual que el consumo de información orgánica producida por otros usuarios para utilizarla como punto de referencia a la hora de reservar y planificar un determinado viaje.

Por último, es importante resaltar que el uso del teléfono móvil hoy en día es casi una necesidad para el segmento de mercado para el que va dirigido *Traveltip*, milenials.

Interno	Externo
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- App gratuita en un principio, escasa generación de ingresos al momento del lanzamiento</li> <li>- Necesidad continua de actualizaciones acordes con las nuevas tendencias de los consumidores</li> <li>- Dependencia del consumo de datos de móviles para hacer uso de <i>Traveltip</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran cantidad de competidores operando en el sector</li> <li>- Desarrollo continuo del mundo tecnológico, lo que se traduce en inestabilidad del entorno</li> <li>- Desarrollo continuo de apps turísticas y por tanto constante aumento de la competencia</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posible pérdida de usuarios al cobrar la aplicación al año de uso</li> <li>- Necesidad de posesión de un <b>smartphone</b> para utilizar la app</li> <li>- Posible inaccesibilidad por parte de usuarios que no dominen ninguno de los idiomas en lo que estará la app.</li> <li>- Posible inaccesibilidad por parte de personas con discapacidad visual</li> <li>- Como red social, su valor dependerá en gran parte de los usuarios que tenga</li> <li>- Sin flujo de información orgánica generada por los usuarios, la app no funcionaría</li> <li>- Dependencia de servidores y bases de datos externas (Google Maps, Bancos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Errores de geolocalización de empresas de apoyo (GoogleMaps) vinculadas a esta prestación de <i>Traveltip</i></li> <li>- Inestabilidad del sector turístico al no representar una necesidad básica al consumidor y siendo fácilmente prescindible para muchas personas</li> </ul>
<p>Fortalezas</p>	<p>Oportunidades</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación muy completa con una amplia variedad de prestaciones</li> <li>- Descarga gratuita de la app el primer año de utilización, lo que se traducirá en una mayor demanda del producto.</li> <li>- La app ofrecerá descuentos y ventajas para el consumo de productos en el destino</li> <li>- Acceso a información auténtica de las experiencias propias de los usuarios anteriores</li> <li>- Posibilidad de acceso de la app en varios idiomas</li> <li>- Posibilidad de generar opiniones propias de productos/ servicios consumidos en destino e incluso puntuarlos</li> <li>- Posibilidad de interacción con otros usuarios a través de un chat integrado</li> <li>- App intuitiva y de fácil manejo</li> <li>- Posibilidad de almacenamiento de los recuerdos de los usuarios a través de archivos digitales geolocalizados en el mapa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mayoría de las apps turísticas solo ofrecen algunas de las prestaciones que ofrecerá <i>Traveltip</i></li> <li>- Existencia de app turísticas de pago al momento de su primera descarga</li> <li>- Aumento continuo de la demanda turística</li> <li>- Relevante importancia de compartir las experiencias de viajes en las redes sociales</li> <li>- El consumo de información de otros usuarios para planificar el viaje es de extrema importancia en los últimos tiempos</li> <li>- Aumento exponencial del uso de teléfonos móviles</li> </ul>










**2. Tabla del análisis DAFO de *Traveltip***

## 6. PROPUESTA DE APP “TRAVELTIP”

### 6.1. LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de *Traveltip* se compone de los siguientes puntos:

#### Modelo de Negocio Canvas

<p><b>Socios Clave</b> </p> <p>Establecimientos turísticos. Empresas de servicios de red de internet. App store. Google Play. Empresas dueñas de servidores de apoyo como Google Maps o bases de datos como bancos. Usuarios. Servidores web.</p>	<p><b>Actividades Clave</b> </p> <p>Datos móviles. Plataforma de la app. Sincronización de tickets y entradas. Programación de recordatorios. Predicción meteorológica. Información de visados, y cambio de divisas. Planificador de equipaje. Almacenamiento de recuerdos geolocalizados. Red social. Control de gastos. Chat interactivo.</p> <p><b>Recursos Clave</b> </p> <p>Datos móviles. Plataforma de la app. Información generada por los usuarios. Conocimientos y técnicas informáticos. Programador informático. Diseñador gráfico. Inversión económica. Alianzas con otros servidores como Google Maps.</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <p>Dispone de múltiples herramientas, reunidas todas en una misma app.</p> <p>Contribuye a la planificación del viaje y a desarrollarlo una vez en el destino.</p> <p>Almacena contenido del viaje, de manera que el usuario pueda acceder a él después del viaje.</p> <p>Aporta información hecha por y para sus usuarios.</p> <p>Ofrece ofertas en atractivos turísticos.</p>	<p><b>Relación con Clientes</b> </p> <p>App gratuita para dar a conocer la app. Ofertas para el consumo de atractivos turísticos mejor valorados por los propios usuarios. Al año de uso, la app será de pago. Valoración periódica.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Por internet a través de dispositivos móviles. App store de Apple. Google Play.</p>	<p><b>Segmentos De Clientes</b> </p> <p>Milenials, personas de 15 años en adelante, generadores y consumidores de contenido en la red, y apasionados por viajar.</p>
<p><b>Estructura De Costos</b> </p> <p>Salarios, Costo de servidores y servicios, Mantenimiento de la app, Costos variables de servicio técnico, Desarrollo plataforma app móvil, Google Maps, Otros servidores de datos y fuentes de información, Desarrollo de contenido e ilustraciones, Costes de actualización, Costes de marketing, Impuestos, Costes de presencia en App Store y Google Play.</p>		<p><b>Fuente De Ingresos</b> </p> <p>Los clientes podrán abonar el precio de la app (al año de uso) por tarjeta o paypal.</p> <p>Ingresos provenientes de las acuerdos establecidos con los establecimientos turísticos promocionados en la app.</p>		

#### 1. Imagen del Lienzo del Modelo de Negocio de *Traveltip*

En cuanto a la relación con el cliente, en un principio, la etapa del lanzamiento del producto, los usuarios podrán descargar *Traveltip* en Google Play y App Store de manera gratuita. Se pretende mantener a sus usuarios ofreciéndoles ventajas y descuentos en los establecimientos turísticos mejor valorados por ellos mismos.

Al paso del tiempo, una vez la app esté consolidada y especializada, se planea hacer la app de pago para ofrecer exclusividad a sus mejores usuarios.

Además, los usuarios tendrán la posibilidad de dejar sugerencias y valorar la app periódicamente mediante una pestaña de valoración que aparecerá cada cierto tiempo y con esto, *Traveltip* podrá obtener un feedback del servicio prestado, permitiendo así que los programadores afiancen prestaciones bien valoradas y corrijan las que peores valoraciones tengan.

*Traveltip* ofrecerá múltiples herramientas. Será una app enfocada en ayudar a sus usuarios en la organización de viajes para sus usuarios con herramientas como:

- Wallet: Permitirá la sincronización de entradas, boarding-passes y otros tickets.
- Recordatorios: Se pueden programar recordatorios para no olvidar aspectos imprescindibles para el viajero.
- Información de clima en destino: Se puede obtener información a tiempo real del clima del destino que se quiere visitar.
- Información de visados: Se puede obtener información de visados necesarios para ingresar en ciertos destinos turísticos.
- Información de moneda extranjera: Se puede obtener información del cambio de divisas en destino.
- Organizador/planificador de equipaje.
- Permitirá almacenar recuerdos geolocalizados, haciendo posible que el usuario pueda compartir y preservar el contenido de su viaje y este contenido sirva como punto de referencia para la planificación futura de sus viajes de los demás usuarios.
- Red Social con la cual los usuarios pueden interactuar entre ellos y compartir contenido.
- Herramienta para el control de gastos en destino, con la cual los usuarios podrán tener información exhaustiva de los gastos que tiene durante su viaje.
- Por último, chat interactivo.

El segmento de mercado que se quiere atraer será el del grupo milenials, es decir personas de 15 años en adelante, generadores y consumidores de contenido en la red y apasionados por viajar y compartir sus experiencias, usuarios de redes sociales y personas familiarizadas con el uso de las TIC's en su vida cotidiana.

En cuanto a los canales de distribución, los usuarios de *Traveltip* podrán descargar la misma con sus dispositivos móviles a través de la plataforma de App store de Apple o de Google Play en el caso de dispositivos Android.

Para el correcto funcionamiento y desarrollo de la app, serán necesarios una serie de recursos clave como lo serán:

- Datos móviles.
- La propia plataforma de la app, imprescindible para poder ofrecer el servicio que se pretende.
- Información generada por los usuarios, sin esta nunca se podría alcanzar la rentabilidad del negocio, además, la esencia del producto se perdería.
- Conocimientos y técnicas informáticas, programadores informáticos y diseñadores gráficos, necesarios para la creación y el desarrollo de la app.
- Será necesario también realizar una inversión económica para cubrir los posibles gastos del funcionamiento de la app.



- Adicionalmente, serán de extrema importancia las alianzas con empresas dueñas de otros servidores externos como Google Maps para el funcionamiento óptimo de *Traveltip*.

Se necesitará una serie de socios clave como lo son:

- Establecimientos turísticos.
- Empresas de servicios de red de internet, ya que sin acceso a internet será imposible el funcionamiento de la app.
- Plataformas de App store y Google Play ya que serán los únicos canales a través de los cuales los usuarios podrán tener acceso a la *Traveltip*.
- Empresas dueñas de servidores de apoyo como Google Maps, o bases de datos como bancos, necesarias para el correcto funcionamiento de herramientas clave de la aplicación.
- Los propios usuarios de la app, pues estos generarán la información que en esta app se va a consumir y con la cual se obtendrá rentabilidad de la misma a través de las alianzas con establecimientos turísticos.
- Y por último, servidores web necesarios para el soporte de la plataforma de la app.

El desarrollo de este modelo de negocio traerá unos costes para sus inversores. Los costes más representativos serán en concepto de:

- Sueldos y salarios.
- Coste de servidores y dominios.
- Mantenimiento de la app.
- Costes variables de servicio técnico.
- Desarrollo plataforma app móvil.
- Uso de otros servidores/base de datos/ fuentes de información (Google Maps, por ejemplo).
- Desarrollo de contenido e ilustraciones.
- Costes de actualización.
- Costes de marketing.
- Impuestos.
- Costes de presencia en App Store y Google Play, como principales y únicos canales de distribución.

Pero también generará beneficios económicos para los mismos, principalmente a través de los ingresos provenientes de los acuerdos establecidos con los establecimientos turísticos promocionados en la app. El primer año será de inversión, ya que se invertirá más dinero en la app del que se generaría. El segundo año, llegada la consolidación de la app, se pretende hacerla de pago, por lo que este período sería de recuperación, no se obtendrían aún beneficios, pero se recuperarían los costes invertidos. En el tercer año se obtendrían beneficios, con la continua descarga de los usuarios y los ingresos provenientes de los acuerdos con los establecimientos.

## 6.2. ¿CÓMO VA A FUNCIONAR TRAVELTIP?

La app contará con múltiples herramientas útiles para planificar el viaje deseado, compartir información acerca de dicho viaje y almacenar los recuerdos vividos en el mismo. Para ello, contará con varias pantallas, divididas principalmente según la herramienta que el usuario desee utilizar.

En primer lugar, al abrir la aplicación, lo primero que aparecerá es la página de inicio con el nombre de la app, *Traveltip* (véase imagen 2), mientras se carga y da paso a la siguiente pantalla.

La siguiente pantalla permitirá al usuario iniciar sesión o registrarse con una cuenta de mail, facebook o google, tal como lo hacen otras aplicaciones móviles, con el fin de simplificar el registro en la misma (véase imagen 3).

En el caso de haber iniciado ya la sesión, la página de inicio dará paso a la pantalla principal de *Traveltip*, que presentará un mapamundi (véase imagen 4), donde, el usuario, al presionar sobre alguna zona del mismo, podrá acceder a contenidos publicados por usuarios que se encuentran o que ya han estado en ese lugar. Este contenido pueden ser fotos, videos, así como recomendaciones de sitios y establecimientos que merezcan la pena visitar en ese destino. Dicho contenido se podrá visualizar o bien, geolocalizado en el mapa o en forma de galería de fotos (véase imagen 5). Además, se podrá acceder a los perfiles públicos de esos usuarios que han subido fotos de dichos destinos, ver los reviews que han publicado acerca de los mismos y con el icono del globo aerostático situado debajo de la publicación, marcarlos como favoritos para tenerlo en cuenta a la hora de planificar un próximo viaje. El icono del globo aerostático en la barra de herramientas, permite acceder a la carpeta de favoritos (véase imagen 13). Al acceder al perfil de otros usuarios, se podría empezar a seguir a dicho usuario y, además, con el consentimiento de ambas partes tras una invitación, iniciar un chat.

Esta pantalla además tendrá un menú que llevará al usuario a su perfil privado (véase imagen 8) o acceder a un buscador tanto para encontrar otros usuarios o zonas del mapa (véase imagen 7), y por último, contará con un signo de más (+) que permitirá al usuario acceder a una pantalla para subir fotos/videos/historias directamente desde la cámara o desde la galería y seleccionar si las quiere hacer públicas (para que toda la comunidad *Traveltip* pueda verlas) o que solo las puedan visualizar sus seguidores autorizados. Este contenido siempre quedará geolocalizado en un mapa del perfil privado, y en el caso de autorizarlo, también en el mapa de la comunidad de usuarios. Al momento de subirlas, *Traveltip* ofrecerá un cuadro de texto para opinar y una tabla de puntuación para valorar la calidad de dicho lugar/establecimiento.

Además del acceso a contenido publicado por otras personas acerca de los diferentes destinos a la hora de clicar sobre ellos, *Traveltip* ofrecerá, a través de tarjetas, información acerca del tiempo que hace en el destino por medio de un desplegable donde el usuario podrá seleccionar las fechas en las que viaja, así como también de los eventos y actividades que se desarrollan en dichas fechas y de la moneda del destino y tipo de cambio con respecto a la moneda del usuario y donde es recomendable realizar dicho cambio. En esta pantalla habrá otra tarjeta que proporcionará información del visado que el usuario deberá expedir para viajar a ese destino tras



la selección de su correspondiente nacionalidad (véase imagen 6) y por último, tras haber seleccionado la ciudad de destino, el usuario podrá obtener información de el/los aeropuerto/s de dicha ciudad, como por ejemplo de los productos y servicios que allí se podrían consumir y de los diferentes medios de transporte que se puedan tomar para salir del mismo.

Al momento de ingresar al perfil privado (véase imagen 8), el usuario podrá ver en su mapa los puntos que ha visitado (marcados con puntos en el mismo). Al clicar sobre los puntos, aparecerán los distintos álbumes en las diferentes ciudades visitadas del país seleccionado. El icono del sobre permitirá acceder a la mensajería instantánea para leer los mensajes que le han dejado al usuario o entablar nuevas conversaciones.

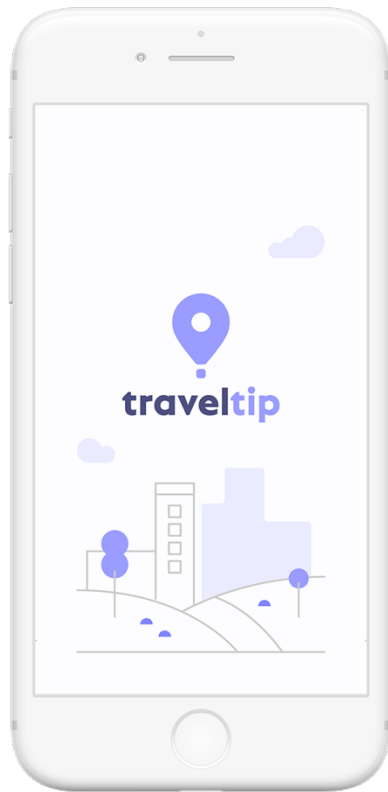
Además, la pantalla del perfil del usuario también dispondrá de un acceso a un wallet (véase imagen 9), donde el usuario podrá cargar los tickets de transportes, hoteles, entradas, etc.

Por otro lado, ofrecerá una herramienta donde los usuarios podrán cargar el presupuesto estimado para gastar en su viaje y tener un control exhaustivo de los gastos en el transcurso del viaje a través del registro manual de los mismos o de una vinculación-sincronización de su cuenta bancaria (véase imagen 10). Adicionalmente, esta página permitirá el acceso a una herramienta para la planificación de la elaboración de la maleta (véase imagen 11), ofreciendo la posibilidad al usuario de realizar una lista de las cosas imprescindibles e ir marcándolas con un check a medida que éstas vayan siendo empacadas en la maleta. Esta herramienta tiene la opción de seleccionar la aerolínea en la que se viaja, en el caso de viajar en avión y proporciona información del equipaje permitido por la misma.

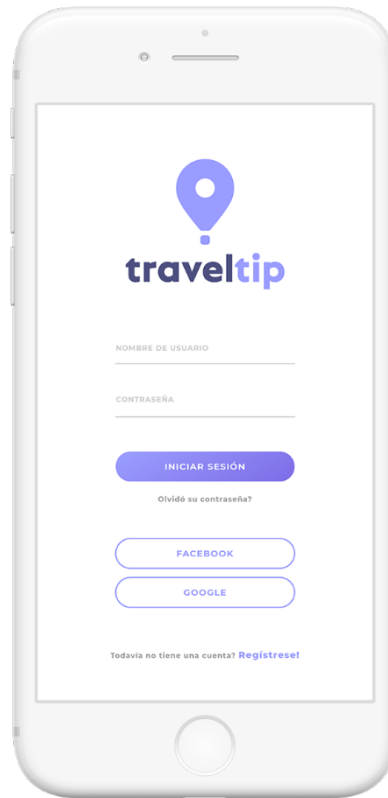
En el perfil privado de cada usuario también se podrán poner recordatorios de cosas que el usuario no debe olvidar antes de viajar (véase imagen 12), como por ejemplo, sacar efectivo, cargar la cámara, comprar algún medicamento, etc.

Por último, periódicamente saldrá una encuesta de satisfacción del consumidor, donde el cliente podrá valorar el buen funcionamiento de la app o en su defecto, dejar sugerencias para mejorarlo.

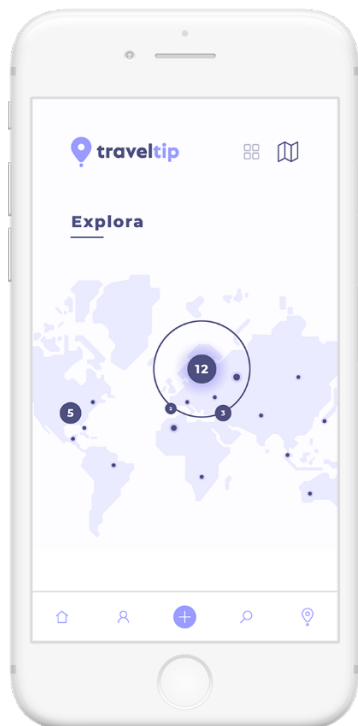
### 6.3. DISEÑO DIGITAL DE TRAVELTIP



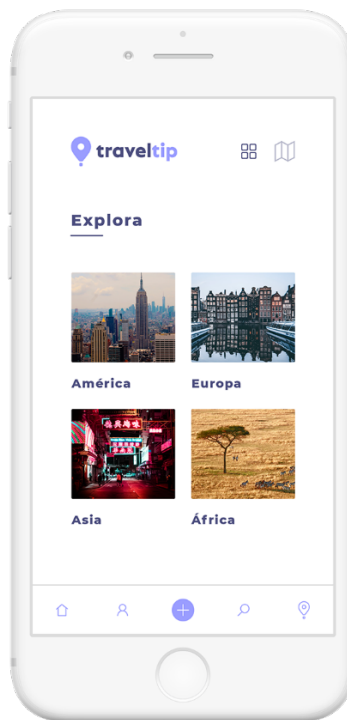
2. Imagen de la pantalla principal



3. Imagen del inicio de sesión



4. Imagen del mapamundi



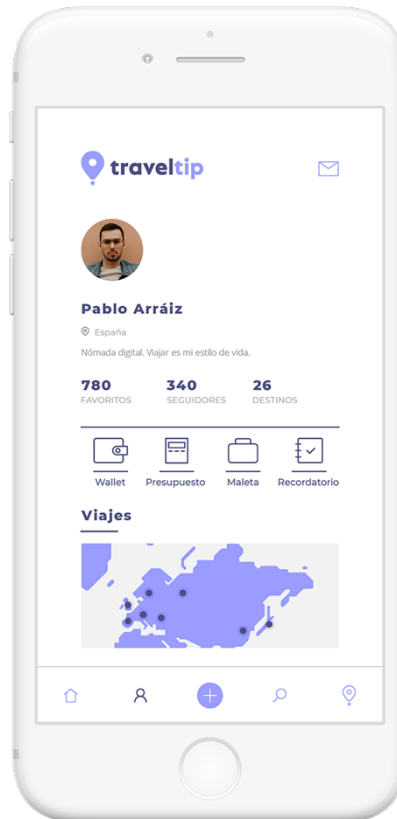
5. Imagen de la galería de fotos por destino



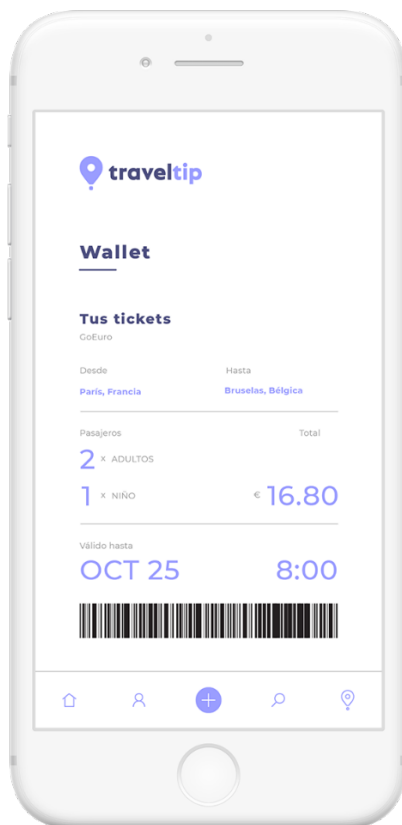
6. Imagen del destino con tarjetas informativas



7. Imagen del buscador



8. Imagen del perfil del usuario



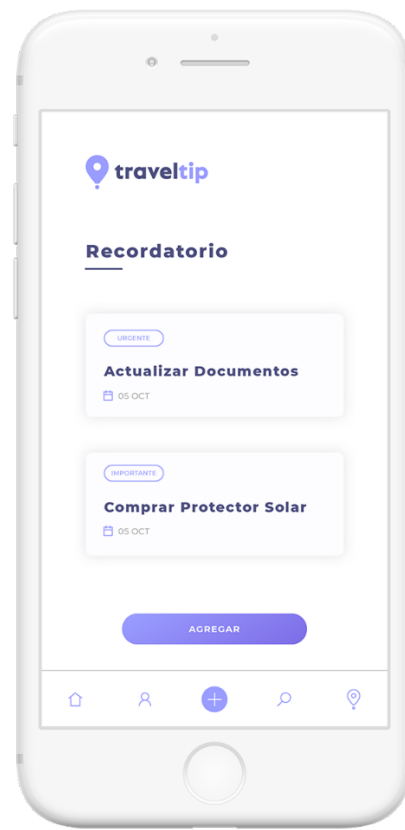
9. Imagen del wallet



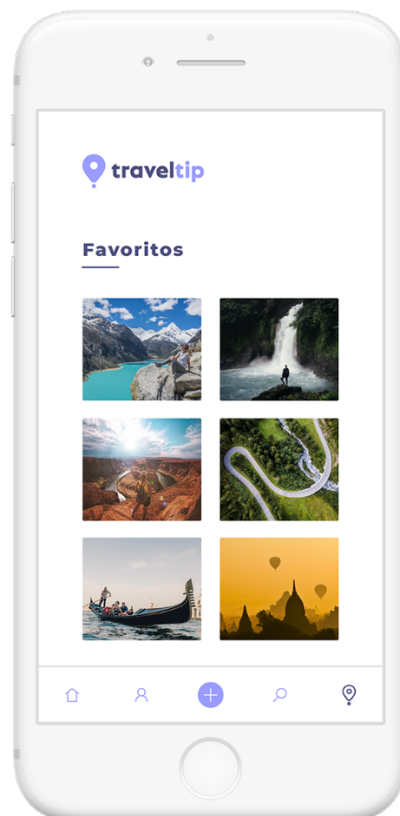
10. Imagen del control presupuestario



11. Imagen del organizador de equipaje



12. Imagen de recordatorios



13. Imagen de favoritos

## 7. CONCLUSIÓN

Actualmente, los avances en la tecnología y en la comunicación han dirigido al mundo a ser cada vez más pequeño, las fronteras cada vez son más estrechas y las personas, sin importar la distancia, se encuentran cada día más cerca.

El planeta ha pasado a ser una aldea global, donde los desplazamientos intercontinentales son cada vez más comunes y frecuentes y, la intercomunicación entre las personas del mundo más fácil y rápida.

Viajar está de moda, pero además, saber qué pasa en cada rincón del mundo para saber dónde, cuándo y cómo viajar también lo está y esto es posible gracias al uso del internet y la existencia de la red 2.0, donde los usuarios han pasado a convertirse en sujetos generadores de contenidos en la red.

Es completamente habitual que las personas hoy en día compartan información referente a sus estilos de vida, pensamientos, alimentación, actividades y cómo no, de los viajes que realizan en sus redes. Este hecho es cada vez más práctico e importante para los viajeros potenciales, pues de esta forma estos pueden elegir con el máximo acierto posible los destinos a los que dirigirse y que van más acordes con sus preferencias, expectativas y/o necesidades.

Por tanto, se podría decir que hoy en día la comunidad viajera es tanto consumidora de contenido de la red a la hora de planificar sus viajes o incluso durante el mismo, como generadora de contenidos, pues mostrar lo que se hacen durante los viajes y cómo lo hacen es casi tan habitual como hacer el check-in de los vuelos que se van a realizar.

El hecho de que, para la demanda turística, el obtener información acerca de los destinos turísticos a los que visitar generada por otros usuarios se haya convertido en un factor prácticamente imprescindible ha significado que para las empresas turísticas invertir en este tipo de herramientas (apps turísticas, sitios webs..) sea totalmente importante. La presencia e interacción de las empresas turísticas con sus usuarios en la red 2.0 permite conocer exactamente lo que el cliente necesita en todo momento, permitiendo así la adaptación de la oferta a los cambios de la demanda y siempre ofrecer un producto de tendencia y competitivo para mantenerse en el mercado.

Finalmente, y teniendo en cuenta toda esta realidad, ha surgido la idea de una app turística con tantas características y utilidades como *Traveltip*, la cual ha generado gran interés para los usuarios potenciales, ya que como se muestra en la encuesta realizada, los posibles consumidores de la app estarían interesados en las herramientas que ofrece.

*Traveltip* se ha diseñado específicamente para aquellos viajeros que quieran aprovechar al máximo sus viajes y el tiempo antes y durante el viaje, facilitando así la planificación y el disfrute del mismo.

Ciertamente, ya existen apps turísticas con este tipo de funciones, pero ninguna app del mercado ofrece todas las herramientas que *Traveltip* ofrece reunidas en una misma plataforma. Por lo tanto esta app destaca por hacer de cada viaje una experiencia más sencilla e inigualable, ofreciendo todas las herramientas necesarias para organizar y disfrutar de un viaje sin necesidad de descargar varias aplicaciones o buscar información en distintas fuentes, proporcionando así, comodidad y calidad a los usuarios.

Además, a través de la misma se le da la oportunidad a las empresas turísticas de conocer la valoración que tienen sus clientes y/o clientes potenciales de las mismas, su nivel de satisfacción con respecto al producto ofrecido o cómo corregir posibles errores para mejorar el producto.

Por tanto, *Traveltip* se podría considerar un producto turístico con gran potencial para el sector, ofreciendo una gran cantidad de beneficios tanto a los usuarios o comunidad de viajeros, como a las empresas cuya actividad esté altamente vinculada con el mismo, lo que haría de esta app un producto competitivo y permanente en el tiempo.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, C. (2015). Las TICs y su importancia para el turismo. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.eoi.es/blogs/embatur/2015/06/01/las-tics-y-su-importancia-para-el-turismo/#comments>
- Alejandro N. (2018). Las mejores Apps para viajar por Europa. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.miviajeporelmundo.com/las-mejores-apps-para-viajar-por-europa>
- Alves Ortiz, F. & H. W. Corrêa, C. (2016). Tecnologías de la información y comunicación en el turismo. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322016000300004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000300004)
- Andalucía es digital. (2018). APPS IMPRESCINDIBLES PARA VIAJES Y VACACIONES PLANIFICADOS Y DE ÚLTIMA HORA. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.blog.andaluciaesdigital.es/apps-imprescindibles-para-viajes-en-vacaciones/>
- App store (web oficial). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.apple.com/es/ios/app-store/>
- Appnet. (2018). 6 MANERAS DE MONETIZAR TU APP. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.tu-app.net/blog/monetizar-app/>
- Araújo, M. (2017). Apps útiles a la hora de planificar un viaje. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.manairaaraujo.com/apps-utiles-a-la-hora-de-planificar-un-viaje/>
- Bonjournal (web oficial y propia app). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://bonjourn.al/?locale=es>
- Condés, O. (2016). El impacto del uso de las TIC en el turismo. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.ticbeat.com/cyborgcultura/impacto-uso-de-tic-en-turismo/>
- Costello, C. Ballons over Bagan. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/YVMINsxTIKY>
- Cuni, P. (2012). Las 25 mejores apps de viajes. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.skyscanner.es/noticias/las-25-mejores-apps-de-viajes>
- De Vasconcellos, J. W. Real places that looks like dream. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/LI9bGE6w8uw>

De viajero a viajero Magellan. (2015-2017). Las mejores apps de viajes. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.magellanmag.com/apps-de-viajes/>

Fernández, S. (2017). Viajar con mi móvil: nueve apps para recorrer el mundo. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/viajar-con-mi-movil-nueve-apps-para-recorrer-el-mundo>

Field Trip (web oficial y propia app). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nianticproject.scout&hl=es>

Fornander, J. KING KONG. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de [https://unsplash.com/photos/d6j\\_Bjdh1lo](https://unsplash.com/photos/d6j_Bjdh1lo)

Fremondier, L. Swiss Road. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/3XN-BNRDUyY>

Fundación Cibervoluntarios. (2015). ¿Cómo funciona una red social?. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://parapiensaconectate.cibervoluntarios.org/como-funciona-una-red-social/>

Gromov, A. Neon street 01. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/ejxNZTKe7YY>

Hosteltur (2017). El poder de las redes sociales en los viajes de los milenials. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de [https://www.hosteltur.com/122326\\_poder-redes-sociales-viajes-milenials.html](https://www.hosteltur.com/122326_poder-redes-sociales-viajes-milenials.html)

Hosteltur. (2018). Instagram supera los 1.000 millones de usuarios y reina sobre el turismo. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de [https://www.hosteltur.com/128762\\_instagram-supera-1000-millones-usuarios-reina-turismo.html](https://www.hosteltur.com/128762_instagram-supera-1000-millones-usuarios-reina-turismo.html)

Instagram (web oficial). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://business.instagram.com/>

Jason, J. Travel, boat, transportation and row boat HD. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/zcnl89sUpK8>

Journi (web oficial y propia app). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.journiapp.com/>

Klei, C. Known Reflections. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/vu4dYp6XnwQ>

Lindgren, F. (2018). Los viajeros prefieren las apps a las webs para buscar y reservar viajes. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.smarttravel.news/2018/03/15/los-viajeros-prefieren-las-apps-las-webs-buscar-reservar-viajes/>

Martín, A. (2014). Ocho apps de viajes que te hacen la vida más fácil. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.traveler.es/experiencias/articulos/apps-de-viajes-que-te-hacen-la-vida-mas-facil/5109>

Merino, I. (2016). Las 30 mejores 'apps' viajeras. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de [https://elpais.com/elpais/2016/06/14/viajero\\_astuto/1465880520\\_146588.html](https://elpais.com/elpais/2016/06/14/viajero_astuto/1465880520_146588.html)

Montero S. (2013). Cómo planificar un viaje en 10 pasos. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://viajandoimagenesysensaciones.com/2013/03/13/como-planificar-un-viaje-en-10-pasos/>

Muy Molón (2018). 10 APPS DE VIAJE QUE TE HARÁN LA VIDA MÁS FÁCIL. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://muymolon.com/lo-mejor-de-la-red/apps-de-viaje/>

Navarro, R. (2018). LAS 30 MEJORES APLICACIONES MÓVILES PARA VIAJAR POR EL MUNDO. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://gtmdreams.com/mejores-aplicaciones-moviles-viajar/>

Peñuelas, A. (2018). 13 'apps' que harán tu viaje más fácil. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.elle.com/es/living/viajes/news/a565779/apps-viajes/>

Redacción viajes (2017). 15 apps para que todos los viajes salgan bien. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.elmundo.es/viajes/el-baul/2017/11/13/59db95f4e5fdeaf97f8b46ab.html>

Riadh, D. Vision photo. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/YpkuRn54y4w>

Rui, R. On the hot air balloon. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/Tvo1NEmfYB0>

Runaway (2017). Las 8 mejores Apps de viajes de 2017. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://yourunaway.com/app-de-viajes/>

Sala de Lectura (2017). El desarrollo del turismo electrónico (e-tourism). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.evaluandosoftware.com/desarrollo-del-turismo-electronico-e-tourism/>

Salas, M. (2018). 7 mejores apps de viaje para el 2018. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://losviajesdemary.com/2018/01/19/7-mejores-apps-de-viaje-para-el-2018/>

San José, J. (2018). Edad mínima para estar en las redes sociales - (Actualizado). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.internautas.org/html/9654.html>

Stefancik, S. Waterfall, man, standing and backpacker HD. Recuperado el 26 de agosto de 2018, de <https://unsplash.com/photos/0wMmxNB6Xzc>

Trazers (web oficial y propia app). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <http://www.trazers.com/user/2121/DormirComerViajar>

Yelp (web oficial y propia app). Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://www.yelp-support.com/>



## 9. ANEXOS

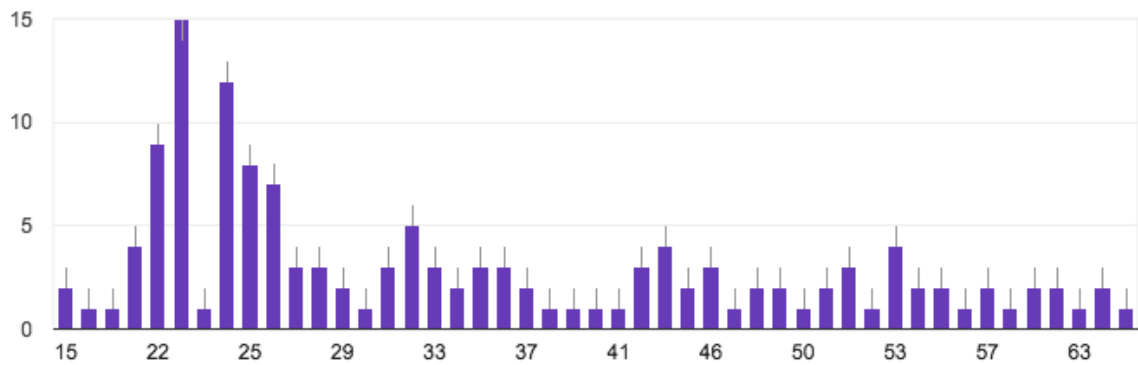
Anexo 1. Encuesta a consumidores potenciales con los resultados.

### Traveltip

Diseño de una app de viaje innovadora.

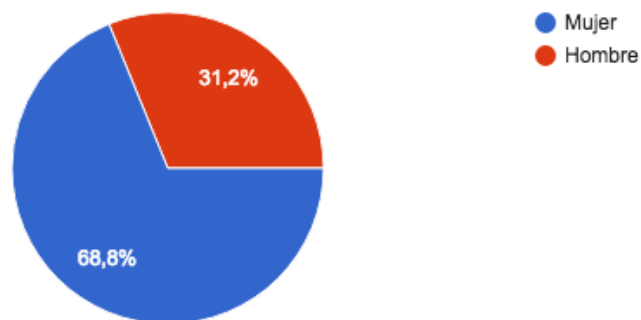
#### Edad

138 respuestas



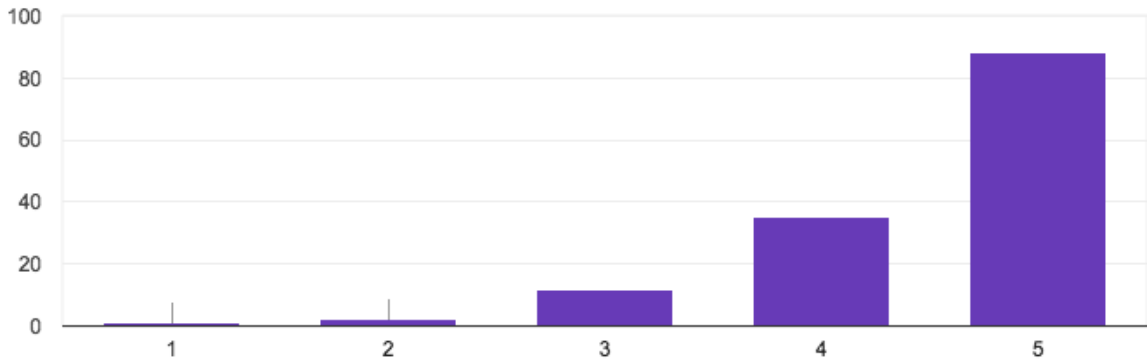
#### Sexo

138 respuestas



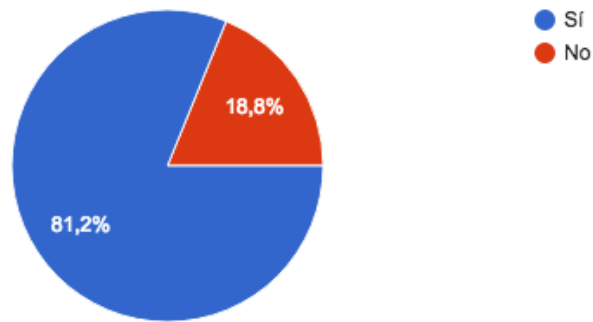
Del 1 al 5, ¿qué tan importante es viajar para ti?

138 respuestas



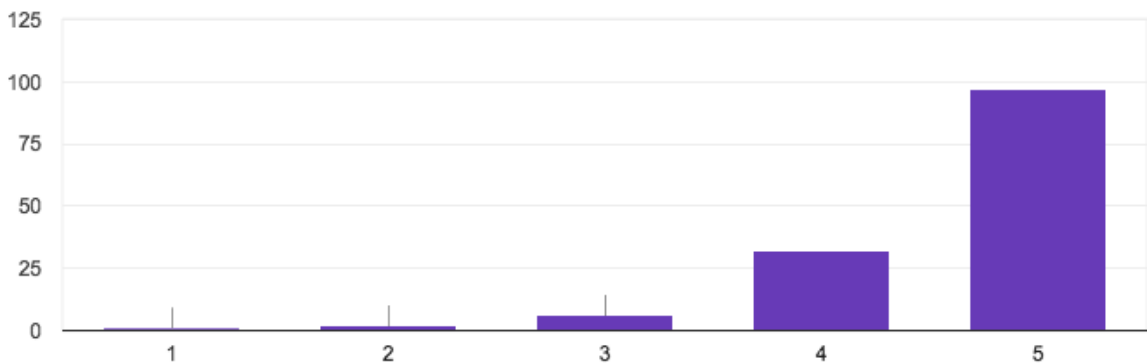
¿Consideras importante disponer de una aplicación de viaje para planificarlo?

138 respuestas



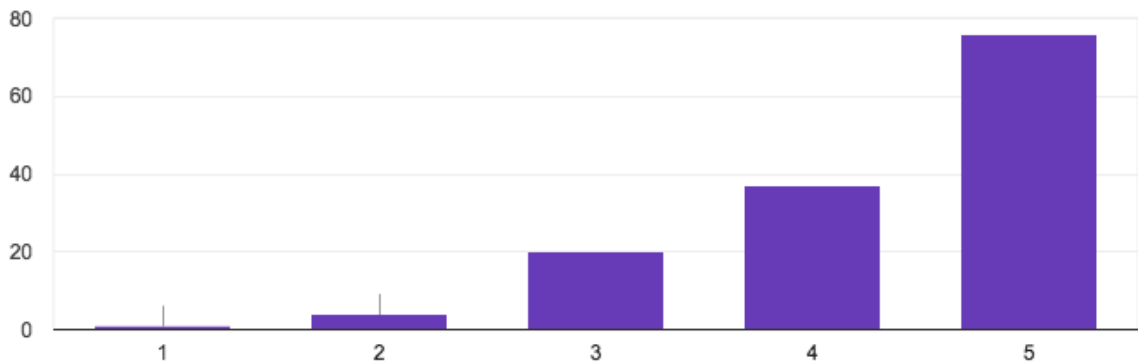
Valora del 1 al 5 la utilidad que consideras que pueda tener una aplicación que te proporcione información acerca de los visados necesarios para visitar un determinado destino, cómo obtenerlos, precio, etc...

138 respuestas



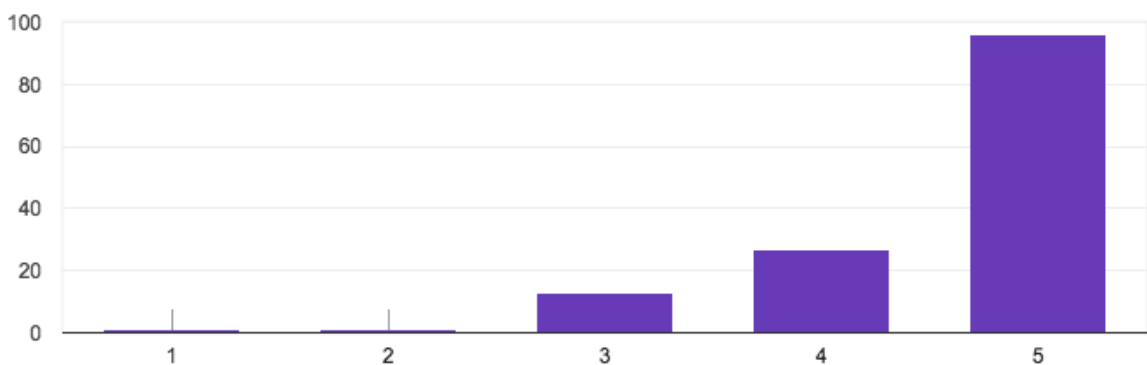
Valora del 1 al 5 la utilidad que consideras que pueda tener una aplicación que proporcione alertas y/o recordatorios para hacer el check-in de vuelos u hoteles.

138 respuestas



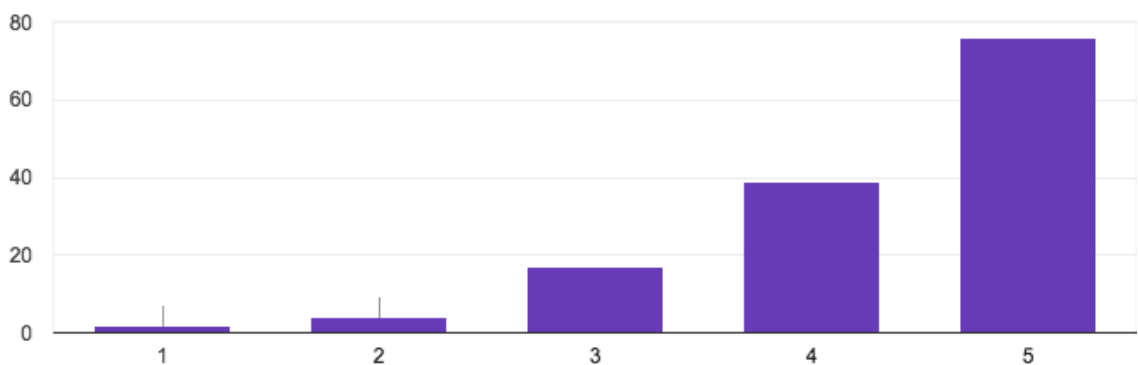
Valora del 1 al 5 la importancia que tiene para ti conocer la cantidad de equipaje y dimensiones del mismo que está permitido llevar en la aerolínea que utilices para realizar tu viaje.

138 respuestas



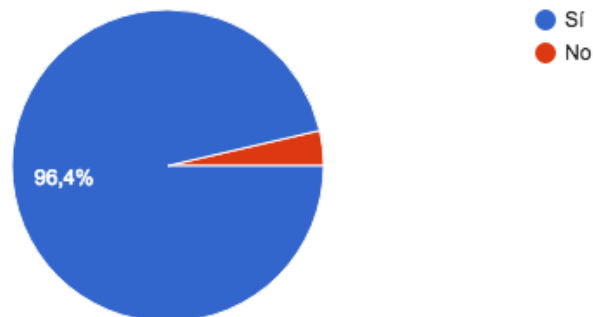
Valora del 1 al 5 la importancia que tiene para ti tener conocimiento de las previsiones del tiempo que habrá en el destino (o destinos) que visites.

138 respuestas



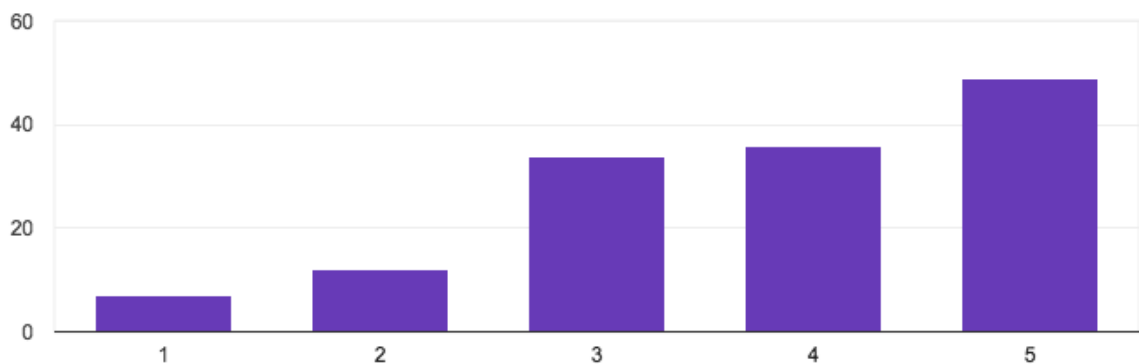
¿Consideras importante tener información acerca de la moneda local del destino que vayas a visitar (en el caso de ser distinta a la tuya), tipo de cambio, donde cambiar, etc.?

138 respuestas



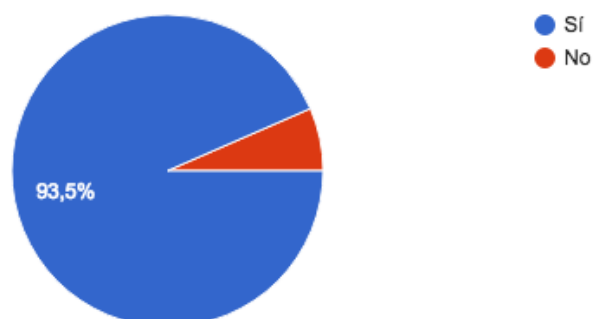
¿Consideras importante una aplicación para no olvidar nada que consideres necesario fuera de la maleta? Valora del 1 al 5 de menos importante a más importante.

138 respuestas



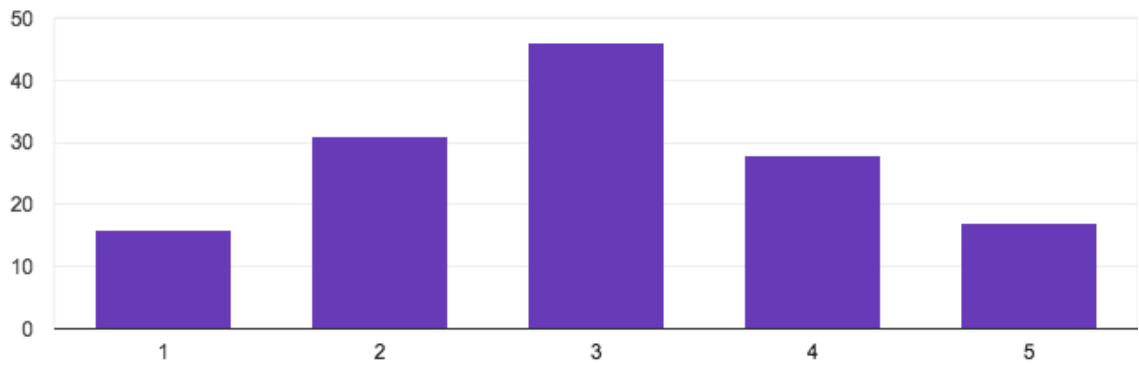
¿Crees útil hacer una lista de las cosas imprescindibles para llevar a tu viaje?

138 respuestas



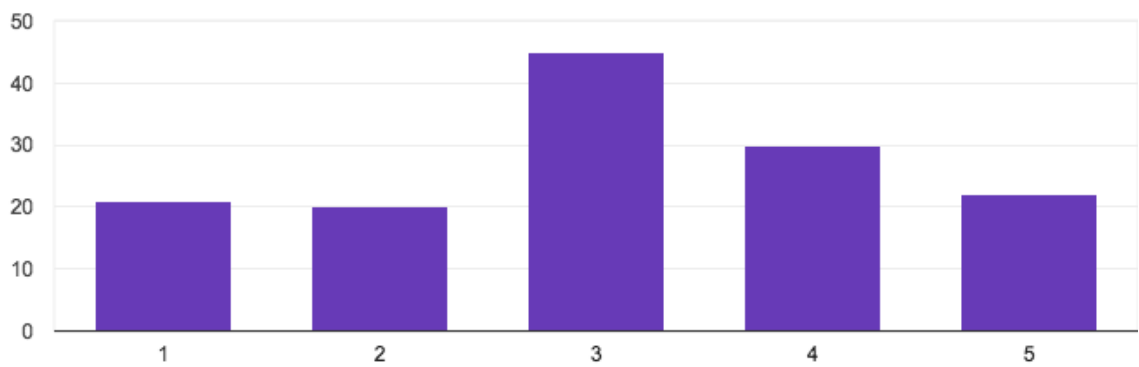
¿Qué tan importante piensas que es compartir tus experiencias en el viaje en redes sociales?  
Valora del 1 al 5 de menos importante a más importante.

138 respuestas



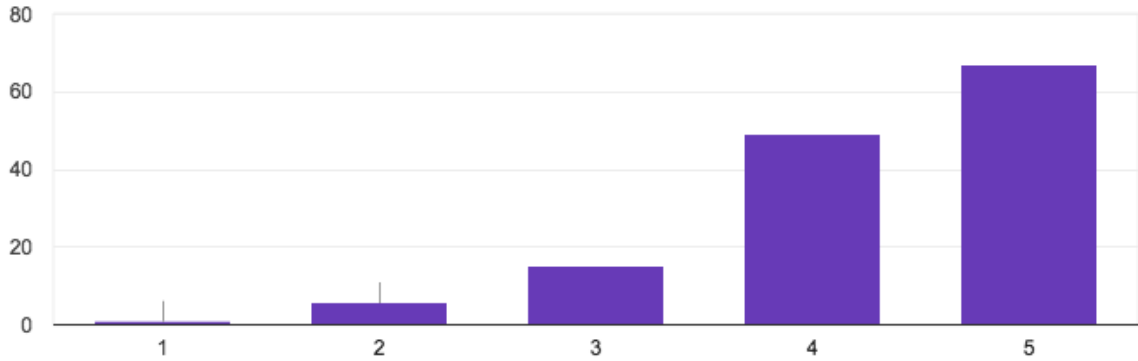
Del 1 al 5, ¿cuánto usas las redes sociales durante el viaje?

138 respuestas



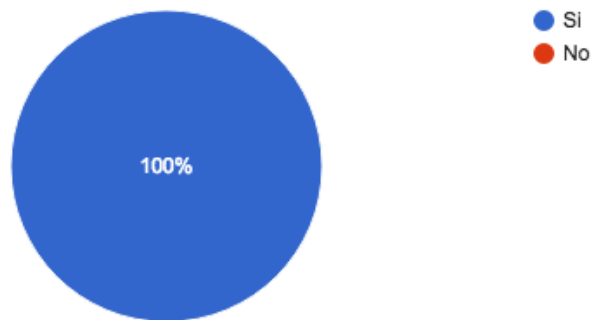
¿Qué tan interesante consideras que podría ser ir caminando en el destino seleccionado y recibir información instantánea (ofertas, horarios...) de sitios de interés que hayas seleccionado al momento de planificar tu viaje? valora del 1 al 5

138 respuestas



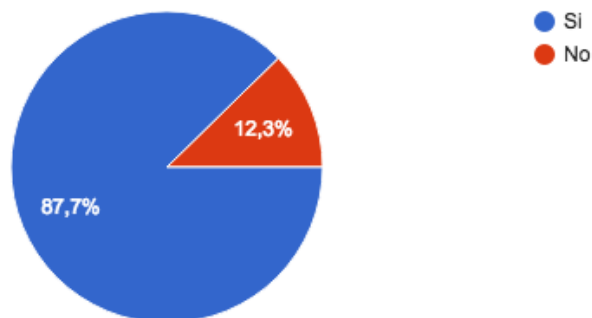
¿Consideras útil obtener información acerca de los medios de transporte que puedes tomar para salir de algún aeropuerto?

138 respuestas



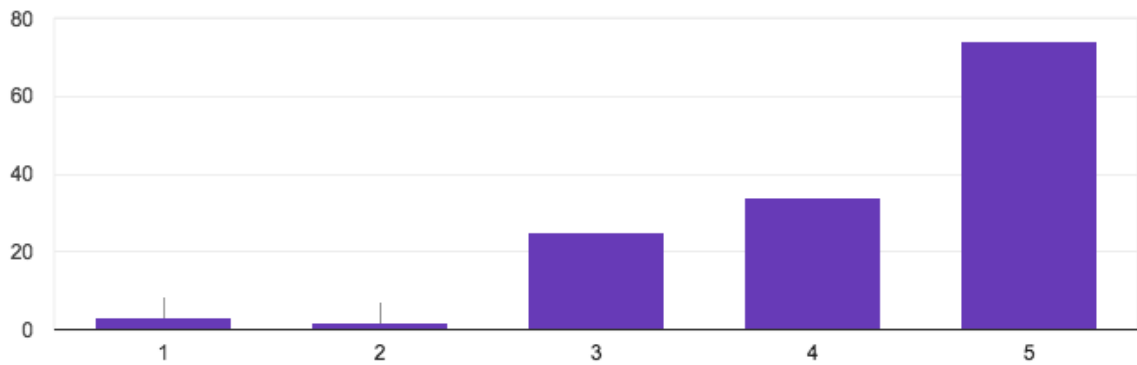
¿Consideras interesante obtener información acerca de los establecimientos (cafeterías, tiendas, baños, etc.) que puedes encontrar en un aeropuerto, así como sus horarios y ubicación para hacer uso de ellos durante tus vuelos con escala?

138 respuestas



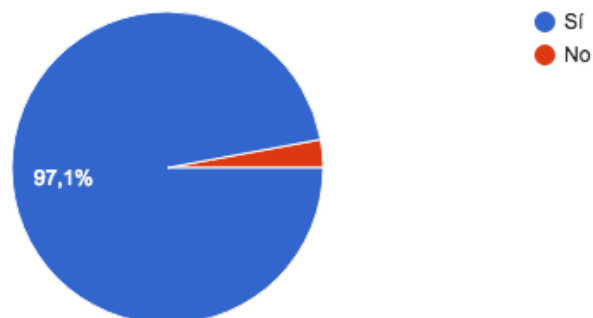
¿Qué tan importante es para ti llevar un control de tus gustos a la hora de realizar un viaje?  
Valora del 1 al 5.

138 respuestas



¿Te interesaría saber festividades o eventos en las fechas que viajas en el destino o los destinos que visites?

138 respuestas



Anexo 2. Logo de la app

