



CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

TEMA:

“QUITO COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE”

Componente Práctico del examen complejo de grado previo a la obtención del título de **TECNOLOGÍA SUPERIOR EN TURISMO**

AUTOR: SAMIA JOMIRA POZO VÁSQUEZ

D.M. Quito, Martes 07 de Mayo, 2019

APROBACIÓN DE LA COMISIÓN DE CARRERA

LA COMISIÓN DE TITULACIÓN ESPECIAL

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

_____ (firma)

_____ (Nombre y Apellido)

REPRESENTANTE DE LA COMISIÓN DE TITULACIÓN

D.M. Quito, Martes 07 de Mayo del 2019

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA COMISIÓN DE CARRERA	II
ÍNDICE DE CONTENIDOS	III
RESUMEN	V
1. CUERPO DEL INFORME	6
1.1. Tema del caso	6
1.2. Introducción	6
1.2.2. Objetivos	6
1.1. Marco Contextual – Diagnóstico	6
1.1.1. <i>Antecedentes</i>	7
1.1.2. <i>Involucrados.</i>	8
1.1.3. <i>Ubicación geográfica.</i>	9
1.1.4. <i>Situación sociocultural.</i>	9
1.2. Fundamentación teórica	11
➤ TURISMO INTELIGENTE (SMART TOURISM)	13
➤ MARKETING DEL TURISMO INTELIGENTE	14
➤ DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES	16
➤ INDICADORES DE MEDICIÓN PARA SMART CITYES	17
1.3. METODOS DE INVESTIGACION.	20
1.3.1. Técnicas de Investigación	21
1.3.2. Herramientas de Investigación	21
➤ SITUACIÓN GLOBAL SOBRE EL TURISMO INTELIGENTE	21
➤ SITUACIÓN REGIONAL CIUDADES INTELIGENTES	22
➤ QUITO COMO DESTINO INTELIGENTE	22
➤ MARCO JURÍDICO Y DE PLANEACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO	27
1.4. Resultados	30
1.5. Conclusiones del estudio	30
2. SECCIÓN DE REFERENCIAS	31
2.1. Glosario	31
2.2. Fuentes de información	34
2.3. Anexos	37

“QUITO COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE”

AUTOR: SAMIA JOMIRA POZO VÁSQUEZ

FECHA: 07 de Marzo, 2019

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar y comprender en qué situación se encuentra la ciudad de Quito, para catalogarse como destino turístico inteligente, comprenderemos los conceptos básicos del termino Smart ('inteligente' durante la investigación), describiremos la situación y los parámetros en los cuales se basan las políticas públicas del Distrito Metropolitano de Quito y sus estrategias para el desarrollo de la ciudad.

Describiremos las estrategias utilizadas por medio de los dispositivos tecnológicos, también conoceremos los destinos líderes que manejan de una manera eficiente sus recursos, brindando accesibilidad e innovación potencializando los servicios básicos e infraestructura privada y pública para mejorar el estilo de vida de los habitantes (ciudades inteligentes) y la experiencia del turista (destino turístico inteligente); mediante el análisis evaluaremos los parámetros en los cuales la ciudad debe trabajar más para satisfacer la demanda de los turistas.

Una ciudad inteligente es la vanguardia del desarrollo socioeconómico de una población, el sector turístico debe ser orientado al manejo de las tecnologías para mejorar la experiencia de viaje, facilitando la información, conectando servicios y facilidades turísticas; la interrelación entre la gestión turística y las TIC desde el nuevo enfoque de los destinos inteligentes. Las implicaciones del escenario turístico digital para los destinos turísticos y se define el nuevo enfoque de gestión que deriva del concepto de destinos turísticos inteligentes.

1. CUERPO DEL INFORME

1.1. Tema del caso

“Quito como destino turístico inteligente”

1.2. Introducción

1.2.1. Formulación del Problema

Desconocimiento de las estrategias implementadas para considerar a Quito como destino inteligente.

1.2.2. Objetivos

Objetivo general

Analizar la realidad actual que la ciudad de Quito enfrenta para ser considerada destino turístico inteligente.

Objetivos específicos

- Comprender los criterios que implica la globalización tecnológica en el desarrollo de destinos inteligentes.
- Conocer los parámetros implementados por las autoridades para colocar a Quito como destino inteligente.
- Plantear brevemente las posibles estrategias que darían paso al desarrollo de Quito como una ciudad inteligente

1.1. Marco Contextual – Diagnóstico

El Turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional; se ha mantenido como una actividad económica que en las últimas décadas se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, actualmente el turismo está tomando otros horizontes, donde la tecnología juega un papel importantísimo, cambiando totalmente la manera de hacer turismo. En donde los cambios en el comportamiento y en los valores de los consumidores constituyen un factor crítico para el desarrollo de nuevos destinos

turísticos y la potenciación de los existentes en los países en vías de desarrollo, por lo cual es fundamental tener una transformación en la gestión logística con buenas políticas públicas que den paso al desarrollo en un destino.

Hablamos de Turistas inteligentes cuando evitan el típico paquete estandarizado y con sitios sobre saturados de visitantes, al contrario ellos buscan experiencias únicas por medio de un turismo individualizado que integre la naturaleza y la cultura de una región, de una manera espontánea e impredecible, exigiendo niveles de calidad cada vez más elevados; adicional a todo esto exigen que se debe cumplir un periodo de tiempo corto, donde las vacaciones y feriados sean los ideales para realizar turismo.

En muchos países en vías de desarrollo, la industria turística está siendo considerada como una, o la más importante vía de desarrollo, y esto conllevarán a un diseño o rediseño de la infraestructura logística que responda a las exigencias derivada de la gran demanda de productos y servicios.

1.1.1. Antecedentes

La idea de Turismo Inteligente parte con la idea de revolución tecnológica y el rápido crecimiento urbanístico donde las ciudades de se enfrentan en grandes retos en el campo social y económico. (Bernal, 2014)

En la actualidad las administraciones se están enfrentando al alto crecimiento poblacional con una gran demanda de consumo, movilidad y seguridad siendo estos factores importantes para dar paso al desarrollo de propuestas como Smart City Project. Según IDOM menciona que las ciudades deben coordinar activamente todos sus recursos y dirigirlos a diferentes entornos y así llegar a ser una ciudad inteligente.

En el año 2013 en Municipio Metropolitano de Quito publicó un plan estratégico llamado “Agenda Digital Quito 2022, Ciudad Digital y Socialmente Innovadora” donde plantea una serie de estrategias a una manera de guía para la planificación de Quito como Smart City., cumpliendo una serie de objetivos plateados donde busca que la ciudad de Quito sea accesible, equitativa, solidaria, sostenible, participativa, diversa y con identidad siendo apoyadas por el uso de nuevas tecnologías. (Agenda Digital Quito 2022)

Según Ana Correa las ciudades son el eje de convergencia poblacional por motivos de migración, viajes, negocios y turismo; convirtiéndose en sedes turísticas y de consumo, como ya se ha recalado el turismo a nivel mundial ha sufrido cambios positivos, el interés de recorrer, conocer y vivir diferentes culturas, desplazamientos por negocios y comercialización, consecuentemente se necesita que exista mayor comunicación que satisfagan las necesidades de un turista que exige mayor rapidez y calidad en los servicios.(Correa, 2010; pg 16-.25)

Utilizar las TIC para contactar todas las aldeas, y crear puntos de acceso comunitario; el sistema educativo, político, centros de investigación, red de salud pública, servicios de telecomunicación, servicios turísticos y de información; y todo esto al alcance de la población con un sistema estandarizado e inclusivo; estos fueron los resultados de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI2005), se evidenció el claro compromiso de los gobiernos para impulsar planes estratégicos para lograr los objetivos para el Desarrollo del Milenio una sociedad de la Información.

1.1.2. Involucrados.

Cómo involucrados podemos hablar de una coalición de organizaciones públicas y privadas junto a la los actores turísticos que buscan objetivos en común a favor del destino turístico, generando compromiso y sumen esfuerzos.

Es importante hablar que el ente gestor principal debe requerir una alta capacidad para desarrollar y establece alianzas tanto dentro como fuera del destino.

La OMT también plantea hasta tres escalas para estos espacios de gestión, los cuales describe así:

- Autoridades u Organizaciones Nacionales de Turismo (NTA-NTO), responsables de la gestión y la promoción del turismo a nivel nacional.

- Entes gestores regionales, provinciales o estatales, responsables de la gestión y promoción del turismo en la región geográfica definida para tal propósito. Este ámbito no siempre coincide con los límites administrativos o de gobiernos locales, como distritos, estados o provincias.

Consecutivamente la ciudad ha ganado los World Travel Awards así mismo la ciudad fue incluida en el libro “1000 lugares que ver antes de morir” editado por el New York Times. La guía turística Lonely Planet también lo catalogó como una de las 10 mejores ciudades para visitar en 2016 por su Centro Histórico, su paisaje montañoso y la variada oferta hotelera. Tripadvisor, National Geographic Traveler y Condé Nast Traveler son publicaciones que también han destacado a Quito como uno de los destinos turísticos imperdibles.

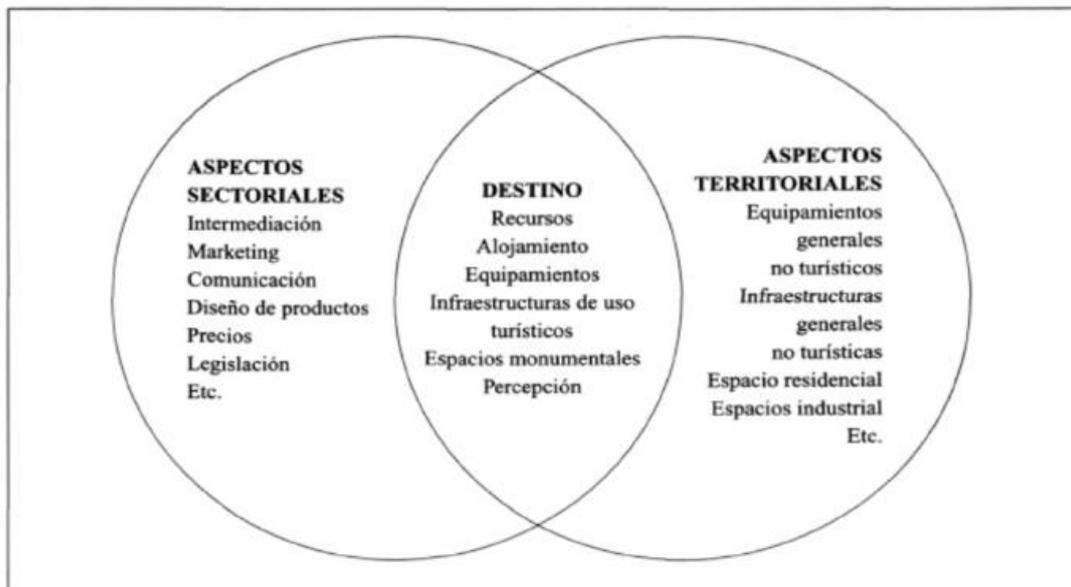
CAPÍTULO I

1.2. Fundamentación teórica

Destino es expresamente un fenómeno propio del sector turístico y de las particularidades geográficas, se lo puede interpretar incluso como el producto turístico, fenómeno que se produce a consecuencia de la necesidad de visita que despierta, efectivamente, dado que el turismo implica una alteridad espacial el destino debe tener necesariamente unos límites que conlleven un dentro y un fuera, como se desprende de la cita de Kotler et al. (1997)

Mientras que desde el punto de vista sectorial se tiende a identificar el destino con la oferta, en este caso el espacio no es visto sólo como un contenedor sino que se le considera, de una forma más compleja, variable independiente del proceso de producción turística. Por tanto un destino va más allá de una delimitación territorial asume un papel esencial en la construcción de un producto.

Gráfico 1
El concepto de destino turístico



Fuente: Elaboración propia.

Un “Destino turístico” se lo define como un espacio geográfico, que cuente con atractivos y servicios que motiven y faciliten la estadía del turista, en una interrelación

de precio y valor, permitiendo la accesibilidad junto al respaldo de la población local, que se encuentre comprometida a la entrega de experiencias de visitas y en conjunto genere desarrollo, y todo esto siendo respaldado por una marca que comercialice el destino.

Un destino debe reunir características como:

- **Accesibilidad:** sistemas de transporte (rutas, terminales, vehículos, etc.) que permitan el acceso en adecuadas condiciones de precio-valor.
- **Atractivos:** naturales, culturales, eventos programados, etc.
- **Actividades:** prácticas a realizar en diferentes espacios como paseos de diversos tipos, deportes, cursos y talleres, observación de animales, plantas u objetos, visitas a monumentos y lugares especiales, etc.
- **Servicios turísticos:** alojamiento, restaurantes, tiendas, servicios higiénico, lugares para comer y acampar y otros.
- **Servicios básicos:** energía, agua, salud, telecomunicaciones, bancos, seguridad, etc.

El turismo constituye una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en criterios como la competitividad con el fin de generar beneficios económicos sociales, la capacidad administrativa debe contar con instrumentos que permitan planificar, medir y monitorear los resultados de la gestión.

La innovación es la clave más importante para la competitividad en la industria turística, en la actualidad innovación es un sinónimo de tecnología, se busca introducir un producto, bien o servicio, comercialización o de un nuevo método organizativo. En el turismo es posible aplicar estas estrategias para generar ventajas competitivas.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE (2007) define los cuatro niveles de innovación:

- Tenemos la innovación en el producto donde se trata en dar mejoras significativas en especificaciones técnicas, componentes y materiales,

incorporación de software, facilidad de uso u otras características funcionales, al producto bien o servicio.

- La innovación de procesos implica un nuevo o significativamente mejorado método de producción o suministro.
- La innovación de organización consiste en la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas comerciales de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.
- Y por último tenemos la innovación de marketing se basa en el modelo básico de las “4P” de McCarthy (1960), e implica un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos en el diseño del producto mismo o en su envase, en la colocación de los productos en el mercado, en la promoción del producto o en la estrategia de precios del mismo.

Si un destino turístico busca ampliar su mercado, deberá promover su oferta en la escala inmediatamente mayor. para ello, se requiere generar alianzas con los otros destinos involucrados.

➤ **TURISMO INTELIGENTE (SMART TOURISM)**

El turismo inteligente es sinónimo de futuro, innovación y responsabilidad mediante el uso de las nuevas tecnologías; el turista inteligente busca tener la facilidad de acceder a los avances científicos y tecnológicos para complementar su experiencia de viaje.

El turismo tiene un papel muy relevante para aumentar el nivel cultural, el bienestar y la felicidad de las personas, en un entorno con mayor protagonismo de un turismo innovador y sustentable, el turista comienza a realizar turismo de una forma más consciente y responsable.

El llamado turismo inteligente es un concepto avanzado de turismo, desarrollado por una industria turística responsable y conectada, y por personas que han transformado sus hábitos a la hora de viajar, y que ya no son meros “turistas”, si no “turistas inteligentes del S.XXI”. Conectados a las redes sociales, disfrutan de la sociedad del ocio de una forma activa porque interactúan con el entorno de forma inmediata y donde lo importante es la calidad de la experiencia que se vive.

Así, cada vez más se apuesta por un turismo responsable, interesado en integrar en su actividad las necesidades de los visitantes, de sus anfitriones, aprovechando la riqueza de la cultura y el entorno donde se mueven. Los dispositivos móviles son la clave de enlace entre el visitante y el mundo digital que se encuentre a disposición en el destino.

El término sostenible, surge en la década de los 80 del pasado siglo, el cual fue tomado en cuenta en la Agenda 21, para el desarrollo de los territorios y posteriormente en 1993 con la “Conferencia Euro- Mediterránea sobre turismo y desarrollo sostenible”, se hace aplicable en el sector turístico en este encuentro la Organización Mundial del Turismo (OMT), se establecen los siguientes estándares:

- Mejorar la calidad de vida de la población local. ↔ Incrementar la calidad de la estancia del visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente, del que dependen tanto la población local como los visitantes.
- Incrementar la rentabilidad económica de la actividad turística.

La sostenibilidad en los DTI se mide según la conservación de recursos naturales, la biodiversidad y los procesos ecológicos (sostenibilidad ambiental); además, el desarrollo debe basarse en los valores y la identidad de las personas (sostenibilidad socio-cultural); por último, se toma en cuenta el impacto positivo de la economía, siendo rentable para generaciones futuras (sostenibilidad económica).

Por ejemplo, en la ciudad de Castelldefels se creó la marca Made in Castelldefels, con la cual se da a conocer el trabajo que realizan los artesanos locales a través de productos novedosos e innovadores (López de Ávila, et.al., 2015; p.p.80)

➤ **MARKETING DEL TURISMO INTELIGENTE**

El turismo inteligente está cada vez más diversificado y más especializado, centrado en la innovación y la sostenibilidad, por eso, usar tecnologías de la información es lo más apropiado para promocionar, acceder y dinamizar el sector, siempre en contacto con las redes sociales. Existen miles de espacios digitales dedicados a distintos aspectos que el turista necesita y reclama en sus visitas (páginas web y apps). Y son estas vías las

principales difusoras de la propia tecnología. A través de ellas hacen acopio de herramientas e informaciones de interés antes, durante y después de su viaje.

Colocar a disposición del turista un enlace a la información que necesita in situ, además de ofrecerle ofertas, descuentos o sorpresas que promuevan el dinamismo y la interacción entre los turistas y el destino que visitan.

Es importante agregar un elemento más; un “proceso creativo y comercial” que permita al turista imaginar y soñar experiencias únicas, y así lograr incentivar la visita a estos destinos o llegar a sorprender al huésped o visitante con una historia que lo haga sentir parte del sitio, personalizar el servicios mediante el reconocimiento de sus hobbies, gustos, comidas, deportes...

Incluso, la masiva utilización de las TIC como necesidad desde el lado de la oferta (gestión y marketing, fundamentalmente) y de la demanda (información, reserva, compra y experiencia turística) diluye la diferenciación entre los procesos en línea (online) y fuera de línea (offline). Una revolución digital que ha modificado sustancialmente la gestión turística (Gretzel et al., 2000).

Uno de los mayores logros ha sido la unificación del internet y la telefonía móvil, propiciando a la par aplicaciones, redes sociales de diversos tipos, con un enorme impacto en la actividad turística. Desde el punto de vista de la demanda, el viajero está más informado, tiene “a la mano” información necesaria y oportuna del lugar de visita y lo comparte a través de las redes sociales. Se puede hablar de un turista inteligente por la gran facilidad de adquirir conocimiento, exige mayor calidad, se encuentra todo el tiempo comunicado y comunica sus experiencias de viaje al instante. Esta evolución de la demanda confirma tres tendencias fundamentales: la consolidación del concepto SOLOMO (social, local y mobile) (Beltrán, 2014)

El marketing de los destinos turísticos, beneficios que se resumen en el perfeccionamiento de la eficiencia interna; la facilidad para suministrar grandes cantidades de información; el refuerzo de la marca turística;

➤ DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Narcis Vidal señala que un destino o ciudad inteligente es aquella que aglutina una serie de conceptos basados en sostenibilidad centrados fundamentalmente en tres ámbitos básicos medioambiental, económico y social, y que busca la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. (Pg. 9). El manejo adecuado de los recursos es esencial para que una ciudad o destino pueda mejorar su calidad de vida.

La promoción del acceso a información y servicios locales, nacionales y globales con una visión histórica de cada uno de los retos de las ciudades y cómo la tecnología puede contribuir a superar brechas. (Emilio Ontiveros, 2016)

De acuerdo a la definición de Emilio Ontiveros, 2016 (pag. 27); los objetivos de las Smart cities están en pro de un mejoramiento de la población mundial buscando nuevos retos para garantizar la calidad de vida de los ciudadanos de forma sostenible. La integración de la tecnología en las ciudades permiten integrar fuentes de energía renovables, mitigar la emisión de gases de efecto invernadero contribuyendo al medio ambiente, se busca mejorar la infraestructura y se hacer partícipe al ciudadano como un elemento más de las ciudades.

El propósito final lograr una gestión eficiente en todos los elementos de la Smart City como lo son las siguientes áreas: urbanismo, infraestructura, transporte, servicios, educación, sanidad, seguridad pública, energía, logrando cumplir con lo necesario para satisfacer las necesidades de la sociedad. (Enerlis, 2012).

Quito, al igual que muchas ciudades a nivel regional afronta grandes problemas de administración, gestión pública y social como:

- Desabastecimiento energético
- Emisiones de CO2 a la atmósfera
- sobre población
- problemas de movilidad y transporte
- consumo excesivo de recursos no renovables
- inseguridad pública y vial (Endesa,2014)

Para Vidal (2013), un destino inteligente es aquel atractivo que se afirma en un mercado con coherencia y conciencia social, centrando todos sus esfuerzos en el futuro de los ciudadanos de la localidad, en la competencia, y específicamente en su mercado objetivo manteniendo siempre como una constante la tecnología de vanguardia.

➤ **INDICADORES DE MEDICIÓN PARA SMART CITYES**

Como indicadores tenemos:

- **Movilidad** es esencial integrar herramientas innovadoras e inteligentes que faciliten al usuario de transporte público su movilización diaria. Semáforos inteligentes, cámaras integradas al sistema de seguridad, señalización peatonal, desarrollo de varios medios de transporte para los usuarios y la creación de varias rutas de transporte que eviten la congestión vehicular son algunas de las soluciones a ser aplicadas en las Smart Cities (Puigpelat, 2013).
- **Seguridad** es un tema muy abordado en todas las ciudades del mundo, siempre se busca precautelar la seguridad dentro de la población, en nuestro país se han creado modelos de gestión para mejorar la seguridad como parte del plan del buen vivir, se han brindado por medio de los organismos de seguridad una respuesta inmediata y proactiva al ciudadano. Estos servicios integran sistemas tecnológicos en centros especializados de seguridad y emergencias. (SENPLADES, 2015)
- **Servicios Públicos** mediante la utilización de nuevas tecnologías y los recursos informáticos (TIC) han generado un desarrollo positivo en la calidad de vida de la población (Puigpelat, 2013). Todos los servicios públicos se desarrollan de manera innovadora, es decir que se agiliza el tiempo de la población al implementar opciones eficientes el momento del consumo. Algunos planes de acción de las administraciones son:
 - ❖ Mantenimiento constante de los espacios públicos
 - ❖ Servicios de internet libre en espacios urbanos
 - ❖ Sistema permanente de señalización e iluminación
 - ❖ Control y reutilización de desechos y desperdicios

❖ Implementación de nuevos espacios verdes (Puigpelat, 2013).

- **Energías renovables** lo sostenibilidad del medio ambiente es el objetivo del milenio por medio de un manejo innovador y eficiente que generen8 progreso económico, social y ambiental. (Puigpelat, 2013)

Un destino inteligente es el resultado de una gestión inteligente y sustentable por medio del Turismo permitiendo la mejora de la calidad de vida de la población. Finalmente ser una Smart City es vivir inteligentemente en armonía con el medio ambiente con una mentalidad innovadora.

La cuna de la tecnología es Japón y Corea, siendo estos los países líderes en el desarrollo digital, La ITU-T (Internacional Telecommunication Union-Standardization) clasifica en tres categorías,

- **Smart from the start.-** aquellas ciudades nuevas planificadas desde cero y diseñadas con el objetivo de atraer negocios y cultivar ciudadanos basados en un plan estratégico auto sustentable.
- **Smarttization.-** que son aquellas ciudades ya existentes que emplean un plan estratégico para realizar mejoras parciales de sus infraestructuras y así hacerlas cada vez más desarrolladas o inteligentes.
- **Purpose driven cities.-** donde los propósitos preestablecidos y especiales como lo son ciudades industriales, científicas centradas en la investigación o culturas, entre otras.

Seúl, capital de Corea del Sur, es conocida por haber albergado los juegos olímpicos en 1988, por crear el primer Mundial de Cyber Games o por ser lugar de la reunión del G-20 en 2010, pero sobre todo por su desarrollo tecnológico muy avanzado, siendo la ciudad con mayor desarrollo de este tipo en el mundo. En 2011 fue lanzado el proyecto Smart Seoul 2015 confirmando su liderazgo global en TIC a través de las mejoras en su infraestructura Smart, empleando nuevas tecnologías para el desarrollo del e-government como el Big Data y la implementación de tecnologías móviles para involucrar a sus ciudadanos en la gestión de la ciudad.

Es realmente importante el desarrollo tecnológico para un gobierno más inclusivo ofreciendo información de manera simple, estableciendo las bases de datos y

las páginas webs del gobierno. Para 1995 el gobierno implementó la banda ancha y diseñó una serie de programas públicos con el fin de orientar a los coreanos sobre las prestaciones que esta nueva red ofrecería y programas de incentivos para los proveedores de servicios de telecomunicaciones para motivar la libre competencia y evitar los monopolios.

Igualmente, desde 2001, u-Seoul Net es la red de telecomunicaciones de alta velocidad que provee a la ciudadanía de Seúl de servicios de internet, audio y video a cualquier de los servicios públicos de la ciudad en cualquier momento y en cualquier lugar, incluyendo información del tránsito y video data de los servicios de circuito cerrado dispuestos en la ciudad.

En el Smart City Expo World Congress 2016, Seúl fue galardonada con el premio a la mejor Smart City del mundo, donde enfatizaron *“la innovación social basada en datos y las maneras de solucionar los problemas de la ciudad a través de la cooperación entre los sectores público y privado”*.

La innovación va de la mano de la tecnología que se aplique en los diferentes sectores y áreas de un destino turístico (Troitiño y García, 2016; López de Ávila, et.al., 2015). En la ciudad de Quito se estableció, en el 2016, el Plan estratégico de Turismo de Quito con visión al 2021, en el cual abarcan una serie de proyectos que se realizarán durante la administración de Verónica Sevilla como gerente de Quito Turismo, para lo cual se establecen ciertas actividades que apuntan al desarrollo de un Turismo Inteligente (Quito Turismo, 2018).

CAPÍTULO II

1.3. METODOS DE INVESTIGACION.

El caso de estudio se fundamenta bajo un principio metodológico que desarrolla campos de innovación y conocimiento, basados en la investigación científica y educativa. Es importante resaltar que para que sea aplicada este tipo de metodología es necesario conocer el problema y el contexto en donde se desarrolla esta tesis, ya que de esta manera se puede verificar toda la información y los datos adquiridos (Días, 2011, pg.16).

Entre los métodos de investigación destacan:

1. Inductivo
2. Deductivo
3. Analítico
4. Sintético
5. Cualitativos – Cuantitativos (Bernal, 2010, pg.59)

Dado la naturaleza del caso de investigación, utilizaremos lo métodos:

Deductivo.- Este método parte desde una base de términos particulares, de manera que se inicia un análisis de postulados científicos para obtener como resultado una explicación a detalle. (Bernal, 2010, pag 59)

Inductivo.- En este método se desarrolla partiendo de datos específicos hasta llegar a postulados generales dando origen a conclusiones comunes con fundamento académico. (Bernal, 2010, pag 59)

Analítico.- se desarrolla a partir de desglose de una tesis de estudio, para que de esta manera sea analizado de manera individual (Bernal, 2010, pag 59)

Método Cualitativo.- Este se orienta a un análisis profundo de un de un tema en cuestión, dando como resultado datos específicos mas no generales ni medidos en dimensiones de cantidad (Bernal, 2010, pg. 60)

1.3.1. Técnicas de Investigación

Es importante que las técnicas sean puestas en escena en el lugar donde se desarrolla directamente el caso y como técnicas fundamentales a usar para esta investigación son:

La entrevista que es una técnica para la recolección de datos basada en la formulación de preguntas objetivas que puedan llegar a formar una concepción global de un problema, esta puede ser directa e indirecta (Arango, 2012,pg.15).

Observación es una técnica netamente visual analítica y perceptiva en la que se obtiene información de manera experimental (Arango, 2012, pg.81).

1.3.2. Herramientas de Investigación

las herramientas de investigación son los medios por los cuales realizaremos la recopilación de datos con el fin de tener una mayor comprensión, análisis e interpretación de una hipótesis planteada previamente (Simons.2009, pg42)

Como herramienta para la entrevista, se desarrolló un banco de preguntas acordes al caso de investigación y se las realizó a actores con amplia experiencia en el campo del turismo, en el caso de la técnica de observación, se ha visitado sitios estratégicos para comprender la realidad de cómo se está trabajando el turismo dentro de la ciudad.

Se recopila la información más relevante para el estudio, que fueron obtenidos por medio de las técnicas ya mencionadas; adicional se suma las referencias académicas que enriquezcan la investigación y formen parte del sustento bibliográfico. Finalmente se dará una conclusión interpretativa de los datos que darán como resultado, planteamientos de análisis sobre el caso de investigación.

➤ SITUACIÓN GLOBAL SOBRE EL TURISMO INTELIGENTE

Varias ciudades del mundo han desarrollado diferentes cualidades en sus procesos administrativos, los que les han permitido implementar este modelo Smart, dando como resultado cambios significativos en el estilo de vida de la población (Cohen, 2012).

“La Geracion X, los Millennials y los Baby Boomers en la actualidad son los que constituyen la demografía más grande de viajeros en el mundo”;

➤ SITUACIÓN REGIONAL CIUDADES INTELIGENTES

En el continente Americano existen varios países que han adoptado los modelos de ciudades inteligentes para su propia implementación.

San Francisco es un ejemplo de innovación, desarrollo y creatividad, siendo una ciudad ecológicamente responsable nombrada también como “Green”. San Francisco se mantiene a la vanguardia urbana y la sostenibilidad ya que ha sido una de las ciudades en Estados Unidos pioneras en el uso de la bicicleta como transporte alternativo en la reducción del tráfico (Zanoni, 2014, pg. 153, 154).

Queretaro en México plantea la construcción de una superficie de casi 400 hectáreas, que incluye empresas tecnológicas, hoteles, universidad, zonas residenciales e iglesias desde sus cimientos bajo el proyecto Smart, lo que plantea generar una ciudad de futuro, ecológicamente conscientemente y tecnológicamente innovadora. (ABILIA, 2014)

Santiago de Chile se forma como una ciudad inteligente mediante el desarrollo de las TIC, enfocadas en seguridad, movilidad y medio ambiente. A nivel regional todas las acciones encaminadas a construir una ciudad smart, se han desarrollado de manera puntual y aislada; temas como la seguridad, el transporte, las comunicaciones y responsabilidad ecológica, estas ciudades se han convertido en referentes por sus procesos administrativos para llegar al reconocimiento que gozan en la actualidad.

➤ QUITO COMO DESTINO INTELIGENTE

“Una ciudad –el Distrito Metropolitano de Quito- es inteligente si se adecua a las necesidades de la gente, donde el espacio natural y antrópico comulguen en una visión de sinergia y optimización de recursos, con el aporte de las mejores prácticas de producción y eficiencia y la aplicación de tecnología limpia. Garantiza las mejores condiciones de crecimiento para asegurar que todos los ciudadanos disfruten de prosperidad. Ciudad compacta, conectada, caminable, cómoda, donde la gente se encuentre, emprenda, cree y construya, con un Municipio que acerque la gestión al ciudadano.” Extraído del Plan de Trabajo del Alcalde Mauricio Rodas Espinel

Si tomamos en cuenta el ciclo de vida de Quito como destino turístico, ha pasado ya por las etapas esenciales de la exploración, involucramiento, desarrollo, consolidación y

estancamiento por lo cual es el momento de formular estrategias para su rejuvenecimiento como destino.

Se requieren de estrategias adecuadas, así como decisiones oportunas y coordinadas, para que así se logre redefinirse y rejuvenecer y no entre en un proceso de decadencia. El integrar la tecnología como herramientas para crear nuevos productos turísticos, el promover un mayor desarrollo tecnológico e investigación de mercados, mejorando el sistema de reservas y facilitando el manejo y entrega de la información.

La ciudad para convertirse en un DTI (Destino Turístico Inteligente) supone el establecimiento de una estrategia de revalorización del destino que permita aumentar su competitividad, mediante un mejor aprovechamiento de sus atractivos naturales y culturales, la creación de otros recursos innovadores, la mejora en la eficiencia de los procesos de producción y distribución que finalmente impulse el desarrollo sostenible y facilite la interacción del visitante con el destino.

El INEC en el año 2013, realizó una recopilación de datos con respecto al uso de tecnologías alrededor de 21.768 hogares, los datos arrojaron que, en los últimos 5 años ha existido un crecimiento en el uso de las tecnologías, 18.1% de los hogares ecuatorianos disponen de computadores, 37.0% de las personas encuestadas tienen acceso a internet, mientras que el área rural un 9.1%, se registró que el 52.3% de las personas tiene activado un teléfono celular.

El analfabetismo digital o también llamando desigualdad digital por acceso tecnológico dado por falta de recursos económicos, la desigualdad generacional dado por el desconocimiento e inconformidad con la innovación, característico en adultos mayores de 50 años. y por último el analfabetismo tradicional que es el porcentaje de la población que no sabe leer ni escribir.

Desde el año 2009 el Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la información pretende llevar al Ecuador hacia el mundo de la nueva era digital, incrementando el número de ciudadanos incluidos digitalmente, incrementar el uso de las TIC en el ámbito público, privado y la sociedad en general e incrementar para la transformación productiva y desarrollo económico.

El MinTEL responde a esta misión mediante una política sectorial mediante el desarrollo social, solidario e inclusivo en sectores rurales, urbano, marginales, comunidades y grupos de atención prioritaria, a través del uso intensivo de TIC, siendo ejes de transformación productiva y desarrollo económico.

Como parte de Agenda Digital Quito 2022 bajo el Programa Pichinchanet, buscan que la población de la provincia use y aplique las TIC en la vida cotidiana, para la comunidad con servicios de telefonía e internet, centros tecnológicos y capacitación para el uso de estas tecnologías.

En el Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes emitido por Agencia Valenciana del Turismo se considera como indicadores básico a: (INVATTUR, 2015).



Ilustración 1: Temas centrales de desarrollo del Distrito Metropolitano de Quito,
Fuente: Datos Abiertos de Quito Turismo, 2015

Para realizar evaluaciones bajo estos parámetros se toman datos estadísticos para dar criterios de medición y categorización.

Ambiental.- Para reducir los impactos generados por el parque automotor de la ciudad, principal aportante a la Huella Carbono del DMQ, se carece de estrategias y

medidas concretas orientadas a la disminución de ese parque. Además de la aplicación del “pico y placa” y la “zona azul”, urgen acciones para desestimular el uso del vehículo privado liviano, junto con la implementación de mejor oferta de transporte público para volverla una verdadera opción.

El manejo de desechos y aguas servidas han provocado situaciones de vulnerabilidad, el crecimiento del espacio urbano en el sector sur es desde hace décadas una de las dinámicas expansivas más claras del DMQ. Esta forma de crecimiento sin considerar las condiciones geográficas, por ejemplo las construcciones en quebradas, ha devenido en graves afectaciones a la seguridad y ha dejado de lado la recuperación de un sistema de corredores ecológicos en dirección este--oeste, que aportarían a un gran potencial recreativo para la población del DMQ en condiciones de sostenibilidad ambiental, pero lamentablemente la realidad actual es otra.

Salud.- El Distrito Metropolitano de Quito posee 210 establecimientos de salud en los cuales se encuentran los del sector público, privado y municipal. En las parroquias urbanas se disponen 162 centros, mientras que en las parroquias rurales tan solo 48 (INEC, 2010).

Quito en la actualidad es la ciudad más poblada del país con más de 2.781.641 habitantes y por cada 10.000 habitantes existen 13,8 médicos, 5,0 enfermeras, 6,5 auxiliares de enfermería y 1,6 odontólogos; lo que evidencia la falta de profesionales que satisfaga la demanda. (INEC, 2010)

Educación.- Anteriormente, en el país existió un crecimiento desordenado de la oferta educativa, se construían escuelas sin planificación; ahora, el 75 % del territorio está planificado, es decir, se realizó la georreferenciación de la oferta educativa y se analiza la reagrupación de las instituciones para alcanzar una educación de excelencia. Por ejemplo, la construcción de Unidades Educativas del Milenio (UEM) en lugares estratégicos y con la capacidad necesaria para abarcar a las instituciones aledañas, las UEMs también busca mejorar la calidad de la educación de los niños mediante la dotación de infraestructura, insumos y tecnología escolares de calidad. (Indicadores Educativos, 2015 pag 2)

Movilidad.- La ciudad enfrenta un sistema de movilidad donde su principal problema es la poca fluidez del tráfico, cuya situación es preocupante debido a que la capacidad vial disponible continúa en un proceso de saturación, toda vez que no es capaz de atender la creciente demanda de circulación del parque vehicular. Consecuentemente, la calidad de vida de los ciudadanos se ve afectada por los largos tiempos de viajes que se incrementan en la medida en que el sistema vial y de circulación se congestiona cada vez más.

El DMQ tiene una visión de movilidad para ejecutar en la ciudad y así mejorar de manera sostenible con sistemas de transporte eficientes, innovadores, inteligentes, solidarios, seguros y cómodos con tiempos de viaje razonables a través de espacios públicos agradables.

Tecnología.- En la ordenanza Metropolitana N° 159 art.1. Las TIC se entenderán como herramientas para el desarrollo sustentable y armónico de los pueblos y para ayudar a construir sociedades más justas, equitativas y democráticas.

En primer lugar, es necesaria la creación de un sistema de información turística Big Data, para la consolidación de todos los datos que se puedan obtener de la demanda turística, esta información abierta, permitirá que los establecimientos y emprendimientos adapten sus productos y servicios a la demanda. Estos datos pueden ser administrados a través de plataformas y aplicaciones móviles que provea el destino, especialmente el gobierno, siendo lo más importante la implementación de una red WiFi abierta y con varios puntos dentro del destino, refiriéndose a la conectividad como principal característica, en esta área, la red Wi-Fi de un DTI deberá cumplir con las siguientes características:

- Conexión potente (100 Kbps y latencia baja) que permita una respuesta rápida.
- Proveer de este servicio en los lugares con mayor afluencia de visitantes, para que los usuarios puedan compartir su experiencia en tiempo real.
- Debe ser gratuita.
- Contar con un registro rápido, puede ser a través de redes sociales o un botón que valide la red.

- El uso de información de los usuarios debe permitir el desarrollo de estrategias para la gestión del destino, marketing y estructura de negocios (Invat.tur, 2017; p.p. 67-68)

➤ **MARCO JURÍDICO Y DE PLANEACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO**

Al ser un análisis comparativo y buscar información sobre la situación actual de Quito, se ha recurrido al ámbito legal, para conocer cuál es la posición del gobierno frente a este paradigma; se ha mencionado varios proyectos pero cabe recalcar algunas políticas públicas que hagan válido el trabajo realizado. Por lo que en los siguientes dos literales se tratará sobre las políticas gubernamentales realizadas por la alcaldía de Quito en base a ciudades inteligentes y las políticas turísticas enfocadas en la gestión del Centro Histórico

Políticas Gubernamentales

En el plan de trabajo del alcalde Mauricio Rodas, se encuentra el apartado de ciudad inteligente y la visión que tiene sobre este tema. A partir de entonces se publicó en el 2015 el “Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PMDOT) 2015-2025”, que sigue el enfoque de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el cual se establecen políticas de acuerdo a las dimensiones y características que siguen las ciudades inteligentes .Cada área posee políticas, objetivos y líneas de estrategias, estas áreas han sido designadas con iniciales como: CO para Ciudad de Oportunidades, CS Ciudad Solidaria y CI para Ciudad Inteligente (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

Como se ha expuesto anteriormente, una ciudad inteligente alcanza sus objetivos a través de la vinculación entre el gobierno y la población, dando como resultado una sociedad con mejor calidad de vida. el papel que juega la ciudadanía en el cambio de paradigma de una ciudad es importante si se quiere lograr el desarrollo de los ODS, por lo cual no solo basta con las acciones que tome el gobierno, también es importante la integración de la población en la toma de decisiones para el desarrollo de su ciudad. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2015; p.p. 12-17).

Las políticas ya establecidas en el 2015 se han puesto en marcha y se han destacado proyectos tecnológicos como aplicaciones para la movilidad, la gestión del ambiente, gestión de residuos, salud de los ciudadanos en el parque de la Carolina y la integración de la tecnología en varios museos (El Universo, 2018).

EJES	ACCIONES O POLITICAS
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> · Mejoras en la promoción, distribución y comercialización de servicios · Diseño de nuevos productos, más personalizados y alineados con el cliente. · Organización y distribución del trabajo
Tecnología	<p>Oficina de información turística del siglo XXI</p> <ul style="list-style-type: none"> · Wi-Fi gratuito · Aplicaciones para móviles · Códigos QR · Big Data · Open Data · Sistemas de geolocalización · Técnicas de videomapping, holografía, etc.
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> · Análisis de las infraestructuras urbanas (aeropuertos, puertos, estaciones de tren y autobuses, museos y, en general, todos los edificios y espacios públicos). · Impulso de la Administración tanto en sus obras públicas como mediante incentivos a las empresas que fomenten la accesibilidad. · Creación de protocolos de valoración y gestión para mantener las condiciones de accesibilidad. · Contratación o formación de profesionales especializados en condiciones de accesibilidad. · Campañas de sensibilización dirigidas a la población del destino. · Servicios de información (paneles, páginas web, etc.) accesibles para personas con visibilidad reducida.
Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> · Medioambientales <ul style="list-style-type: none"> ✓ Potenciar al máximo el uso de energías renovables. ✓ Alumbrado público eficiente. ✓ Uso de sensores de movimiento para calibrar la intensidad de la luz en espacios públicos. ✓ Reciclaje de basuras y residuos. ✓ Sensores de medida del nivel de humedad de la tierra para un riego eficiente y sostenible. ✓ Video vigilancia y sonorización del territorio para detectar incidencias en zonas naturales protegidas (incendios, caza furtiva, daños...). · Económica <ul style="list-style-type: none"> ✓ Los destinos inteligentes como claves de competitividad y de generación de nuevos nichos de empleo. ✓ Generación de incontables oportunidades para el lanzamiento de nuevos productos y servicios turísticos. ✓ Puesta en valor del comercio y la pequeña industria local (artesanal, agropecuaria, etc.) como elemento fundamental en la diferenciación

	<p>de los destinos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inversión en I+D+i de empresas, universidades y centros de investigación del territorio en la búsqueda de soluciones más eficientes, competitivas y sostenibles en todos los ámbitos. <p>Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de estrategias que faciliten la inmersión respetuosa del visitante en las tradiciones y en la historia de cada región. ✓ Creación y promoción de nuevos espacios para el encuentro de los viajeros con la población local, siguiendo modelos orientados al intercambio de la cultura viva de los pueblos y de enriquecimiento mutuo. ✓ Puesta en valor del patrimonio cultural y arquitectónico para su preservación y cuidado de cara a las futuras generaciones.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Políticas Turísticas

Las áreas que están involucradas son el área económica o ciudad de oportunidades, el área de movilidad y la de ordenamiento territorial que se involucran en el ámbito de ciudad inteligente. En las políticas de Ciudad de Oportunidades, se menciona al turismo como una industria que aprovecha los atractivos culturales y naturales de la ciudad, ya que la llegada de un mayor número de turistas mejor es la economía y el bienestar de los ciudadanos.

Además, se pretende encadenar el sector turístico con otras empresas locales, nacionales y regionales, permitiendo aumentar las ventajas como la atracción de inversionistas, generar la marca de ciudad, exportaciones, entre otras con el fin de promocionar un destino turístico de excelencia.

En el área de Ciudad inteligente, el desarrollo de la movilidad toma importancia el tema del tráfico y nuevas alternativas amigables con el medio ambiente, uno de los proyectos implementados es “Quito Te Conecta”, red inalámbrica o Wi- Fi, que se ubica en puntos turísticos más importantes de la ciudad, permitiendo que tanto el ciudadano como el turista esté siempre informado y conectado; al mismo tiempo se aprovecha esta red para la creación de varias aplicaciones móviles que se adapten a las necesidades del ciudadano y del turista.

La meta de la ciudad para el 2020 alcanzar 5% alrededor de 600 millones de visitantes, y este crecimiento necesita de planificación y la digitalización de la ciudad busca abrir nuevas alternativas de turismo, donde seamos destino de negocios, convenciones, ocio trabajando de la mano con la innovación.

1.4. Resultados

Los esfuerzos de crear una planificación tecnológicamente sustentable para la ciudad por parte de las autoridades municipales, son evidentes lastimosamente, encontramos muchos errores administrativos que provocan que este no se ejecute con eficiencia; a pesar de todo la ciudad se está enfrentando a grandes cambios uno de los cambios más significativos y que se encuentra en su última etapa es el Metro de Quito sin lugar a dudas esto significa un gran cambio, que dará paso a mejorar el sistema vial en la ciudad acortando tiempos.

Quito te conecta, es un proyecto con más de 500 puntos de acceso wifi gratuito en la ciudad su objetivo es encaminar a la urbe para convertirla en una ciudad inteligente mediante el acceso gratuito al internet con conexión wifi, así como la creación de la infraestructura de conectividad y la generación de contenido e información accesible a la ciudadanía de servicios de forma digital para la ciudadanía, en la actualidad en criterios mundiales el internet se ha vuelto un servicio básico e indispensable y es una gran herramienta, es el primer paso en el desarrollo de un turismo inteligente en la ciudad.

GoUio es la propuesta más innovadora que se han propuesto en estos años, siendo esta una aplicación que se maneja como un compañero de viaje para aquellos turistas que visitan la ciudad, Verónica Sevilla gerente general de Quito Turismo anuncio que se “debería poner en marcha iniciativas que permitieran ajustar la oferta turística de la capital a la demanda de los turistas inteligentes”.

Todo lo anteriormente mencionado, son algunos de los muchos avances que se han evidenciado en la ciudad, como resultado de la gestión que se está llevando a cabo para dar paso a un nuevo concepto de turismo y de ciudad.

1.5. Conclusiones del estudio

Como resultados tras el análisis determinamos que:

Para lograr desarrollos turísticos equilibrados será necesario intervenir y actuar sobre el conjunto de lo que significa el destino, entendido como un espacio geográfico, social y económico con unas determinadas calidades, a partir de las cuales se ofrecen experiencias turísticas a sus visitantes, pero también oportunidades y calidad de vida a sus habitantes.

Los resultados obtenidos constatan que, a escala local, no se ha asumido el enfoque de los destinos inteligentes como objetivo de gestión. No hay estrategias ni planes bien definidos para facilitar la evolución hacia destinos inteligentes, además de evidenciarse problemas de gobernanza, como la limitada colaboración público-privada y el déficit de coordinación entre los diferentes departamentos municipales.

Denominemos a las soluciones inteligentes, se están aplicando en ámbitos urbanos, generalmente en ciudades grandes o medias, Existen limitaciones económicas, sociales y técnicas que hacen necesaria una reflexión escalar previa para evaluar el alcance y la viabilidad de un proyecto de destino turístico inteligente y que permiten concluir que este enfoque ha de ser flexible, escalable y adaptable a cada entorno territorial.

Es muy importante recalcar que no hay desarrollo sin un cambio, necesitamos que la sociedad sea más participativa y abierta a los cambios evidentes que la globalización nos exige en la actualidad. Para tener una Ciudad Inteligente necesitamos de una Ciudadanía Inteligente y Políticas públicas inteligentes.

2. SECCIÓN DE REFERENCIAS

2.1. Glosario

Viaje turístico: El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos.

Agencias de Viajes: Son las empresas comercializadoras, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos.

Destino Turístico: Espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado.

Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios (Organización Mundial del Turismo 2002).

Gasto Turístico: Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino

Guía de Turismo: Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado.

Plataformas digitales: Una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Patrimonio: Conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer las necesidades turísticas.

Patrimonio Mundial Unesco: Conformado por monumentos, conjuntos y parajes que poseen valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte, o de la ciencia; también por bienes naturales, formaciones geológicas, paisajes naturales que poseen un valor excepcional desde el punto de vista estético o científico. (UNESCO)

Excursionista: se refiere a los residentes de un mismo país que realizan excursiones por motivos de ocio o turismo a una localidad, atracción o servicios fuera de su lugar habitual de residencia y que no pernocta en algún alojamiento colectivo o privado del lugar visitado.

Producto Turístico: Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas.

Seguridad Turística: La seguridad turística comprende la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras, aspectos que pueden englobarse en: seguridad pública; seguridad social; seguridad médica; seguridad informativa; seguridad económica; seguridad de los servicios turísticos; seguridad en eventos; seguridad vial y del transporte.

Itinerario: Descripción y dirección de una ruta indicando todos los detalles de los lugares que serán visitados durante el recorrido.

Oferta turística: La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Centro histórico: Núcleo central de un área urbana, normalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural; encierra la mayor parte de la historia de una ciudad. A partir de este, se comienza a construir cualquier ciudad.

Grupo de viaje: visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo.

Hospedaje: Servicio que ofrecen hoteles y establecimientos especializados para crear las condiciones adecuadas de estancia por una noche o más de los turistas o visitantes.

Turismo internacional: El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Turismo interno: El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turismo sustentable: es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad, en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

Tecnología se define como el conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles.

Desarrollo: crecimiento, progreso, evolución, mejoría. Como tal, designa la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. Puede hacer referencia a una tarea, una persona, un país o cualquier otra cosa

Sustentabilidad: Como sustentabilidad definimos la cualidad de sustentable. Como tal, en áreas como la economía y la ecología, sustentable es algo que se puede sostener a largo del tiempo sin agotar sus recursos o perjudicar el medio ambiente.

Smart Destinations (destinos inteligentes): es un espacio turístico innovador basado en una infraestructura tecnológica de vanguardia que responde al desarrollo sostenible del territorio turístico, facilita la interacción e integración del visitante en el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida de sus residentes.

Smart tourism (turismo inteligente): se refiere a la aplicación de la tecnología de la información y la comunicación para desarrollar herramientas innovadoras en el turismo.

Ciudades inteligentes: son aquellas que incorporan la sostenibilidad y la tecnología en todas las fases de la cadena de valor, y que son capaces de gestionarlas a largo plazo para obtener una ventaja competitiva sostenida en el tiempo.

Destino: Es el lugar visitado. En el caso de los visitantes internos, el destino es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país.

2.2. Fuentes de información

NOGUÉ, J. (1992): Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio, Estudios turísticos N.M15, pp. 45-54.

Beltrán, G. (2014). Geomarketing: Geolocalización, redes sociales y turismo. Valencia: Gerson Beltrán

Aguilar, E. (2001). «Los sistemas de información: factor clave para la competitividad y la calidad del sector turístico». *Métodos de Información*, 8, 42-43, 43-52.

Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, F. y Wanhill, S. (2007). *El turismo: teoría y práctica*. Madrid: Síntesis.

Heeley, J. (2011). *Inside city tourism. A European Perspective*. Bristol: Channel View.

Segittur (2014). *Destinos turísticos inteligentes*

Alcaldía de Quito . (25 de Septiembre de 2018). Quito Informa. Obtenido de <http://www.quitoinforma.gob.ec/2018/09/25/encuentro-internacional-habitatiii2-en-quito-del-1-al-3-de-octubre/>

Alcaldía de Quito. (2016). *Gobierno Abierto*. Obtenido de http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/?page_id=1088

Alcaldía de Quito. (2017). *Informe de rendición de cuentas 2017*. Recuperado el Junio de 2018, de http://www.quito.gob.ec/documents/rendicion_2017_4.pdf

Andes. (Agosto de 2017). Ecuador firma acuerdo con la empresa Amadeus para alcanzar la promoción turística inteligente. Recuperado el 2018, de <https://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo/1/ecuador-firma-acuerdoempresa-amadeus-alcanzar-promocion-turistica-inteligente>

Ávila , A., & García, S. (2013). *Destinos Turísticos Inteligentes*. *Harvard Deusto Business Review*, 58-67.

Barrionuevo, J. M., Berrone, P., & Ricart, J. E. (2012). *Ciudades inteligentes, progreso sostenible*. *IESEinsight*(14), 50-57. Recuperado el 2018

Calle, J., García, M., & García, F. (2017). *Las ciudades Patrimonio de la Humanidad ante el paradigma Smart*. *Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo*, 7-37.

Castro, P., & Castro P., M. (2015). *Cuenca ciudad inteligente 2015-2016*. Obtenido de <http://smarturcuenca.com/>

CONQUITO. (Noviembre de 2017). CONQUITO. Recuperado el Junio de 2018, de <http://www.conquito.org.ec/onu-premia-a-quito-por-politicas-sostenibles/>

El Comercio. (23 de Junio de 2016). El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/quito-ciudad-sostenible-ecuadorinforme.html>

El Comercio. (Febrero de 2018). El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/viajar/gouio-app-quito-diversificar-turismo.html>

Quito Turismo. (2014). Quito Turismo. Obtenido de <https://www.quitoturismo.gob.ec/noticias-de-interes/114-desarrollo-turistico/487-rutas-turisticasrurales>

Quito Turismo. (2017). Quito Turismo. Obtenido de <https://www.quitoturismo.gob.ec/la-institucion/que-hacemos/reuniones-incentivos-congresoseventos-rice-mice>

Quito Turismo. (2017). Rendición de Cuentas Quito Turismo 2017. Quito. Raosoft. (2018). Raosoft. Obtenido de <http://www.raosoft.com/samplesize.html>

Rodas Espinel, M. (2016). Quito visión 2040. Quito. Romero, D. (22 de Febrero de 2018).

El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito-extranjeros-turismo-onlineinternet.html>

Ruiz, F. (2009). Revista DIM. Obtenido de <http://dim.pangea.org/revistaDIM13/Articulos/pacoruz.pdf>

SECTUR-Secretaría de Turismo. (2017). SECTUR.

Troitiño, L., & García, M. (2016). Territorios y ciudades inteligentes: Retos para convertirse en "Smart Heritage Destination". XI Congreso internacional de Turismo y Tecnologías de la Información y la Comunicación, 109-122.

Troitiño, L., & García, M. (2017). El perfil del smart tourist en Ávila. Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo, 371-406.

2.3. Anexos

Entrevista

ENTREVISTA
Nombre: Ing. Eduardo Tamayo
Referencia: Gerente General de la agencia de viajes “Viajes del Cano”
1. ¿En los últimos años usted ha llegado a distinguir un cambio en la manera de hacer turismo en el país?
<p>En los últimos años se ha evidenciado un incremento del interés en realizar turismo interno por parte de los ecuatorianos, esto se debe a la ley de feriados donde la programación anticipada de días seguidos por feriados permite que la población realice visitas dentro y fuera de la ciudad.</p> <p>Actualmente el cambio más evidente es el interés por conocer otros sitios del país de la Sierra y la Amazonia, dejando un poco de lado el turismo de sol y playa.</p>
2. ¿Qué piensa al respecto de la utilización de nuevas tecnologías para facilitar el manejo de la información, en sitios turísticos?
<p>Actualmente la población mundial maneja muy bien las redes sociales, y antes de viajar ellos recopilan la información sobre el sitio de visita, existen personas que aun buscan la ayuda de una asistencia turística, pero muchas personas en especial los visitantes nacionales viajan por su cuenta.</p> <p>En cuanto a la implementación de dispositivos tecnológicos para complementar la experiencia de viaje, es una muy buena opción de dinamizar la oferta turística y competir a nivel regional en el tema de innovación turística.</p>
3. ¿Cree usted que la tecnología ha desplazado o podría desplazar la asistencia humana al momento realizar actividad turística?
<p>No, dado que la tecnología es una herramienta para facilitar la entrega de</p>

información, pero debe estar siempre acompañada con la asistencia de un profesional, para que brinde soluciones racionales y sobre todo la calidad y asistencia humana que una herramienta no puede satisfacer.

4. ¿A su criterio, cree que la ciudad de Quito puede catalogarse como destino turístico inteligente?

Quito es una ciudad maravillosa, con un gran valor histórico y cultural, tiene todas las posibilidades para convertirse en un referente del turismo inteligente a nivel regional, actualmente la ciudad ya tiene reconocimientos internacionales, para llegar a ser una ciudad inteligente o un destino inteligente, se debería generar espacios propicios eficientes, y siempre complementando con la asistencia humana.

5. ¿Qué falta a su parecer para llegar a considerarnos una ciudad inteligente?

A comparación de ciudades de primer mundo, aún falta muchísimo por trabajar, lastimosamente la inconsistencia en los procesos y estrategias de desarrollo por parte de las autoridades, ocasionan un retraso en el desarrollo.

Se debe mejorar mucho en la seguridad turística, la red vial, incrementar la oferta turística, entregar dinamismo y generar competitividad turística entre los facilitadores de turismo, entregar incentivos y espacios para que se desarrolle espacios dirigidos a los emprendimientos.

Archivos fotográficos



Ilustración 2: Holograma digital, Museo Mitad del Mundo
Fuente: Jomira Pozo



Ilustración 3: utilización de realidad aumentada, Museo Mitad del Mundo
Fuente: Ministerio de Turismo.

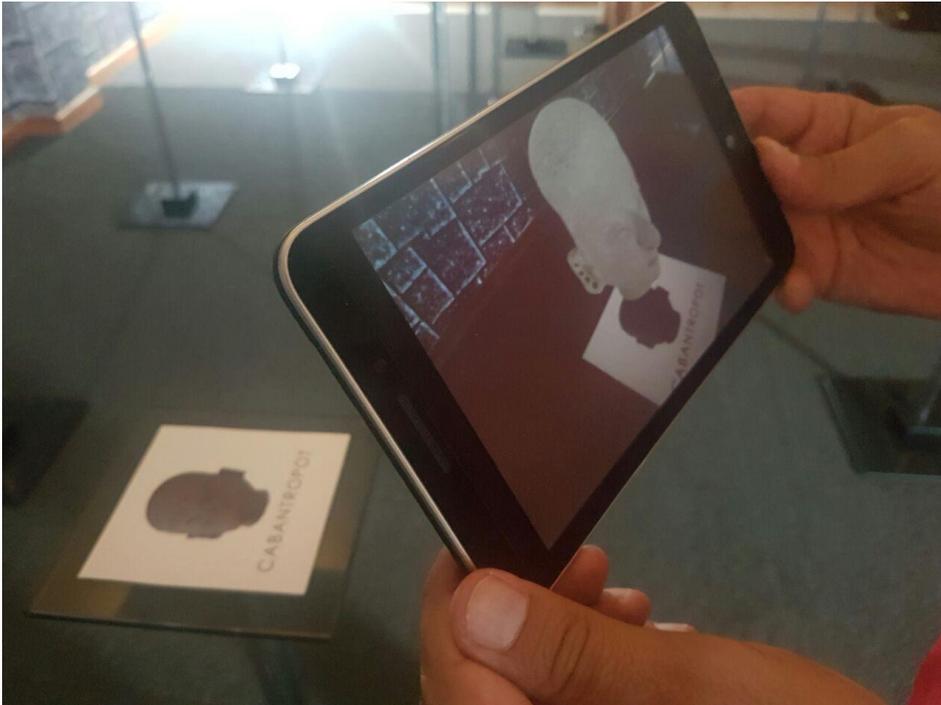


Ilustración 3: Realidad aumentada
Fuente: Museo de Arte Precolombino Ciudad Mitad del Mundo



Ilustración 4: Renovación y modernización del sistema integrado trole bus y sus estaciones del DMQ, Quito te conecta
Fuente: Municipalidad de Quito.



Ilustración 5: Museo auto interactivo, Casa el Alabado
Fuente: Museo Casa el Alabado



Ilustración 6: Metro de Quito, Prueba piloto
Fuente: Municipalidad de Quito



Ilustración 7: GO Uio aplicación guía oficial creada por Quito Turismo

Fuente: Google Play