

Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador

Priscila Marisela Lojano Chapa*
Jenny Fernanda Benenaula Lojano**
Glicería Petrona Gómez Ceballos***
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)

Resumen: La era digital y el viajero Millennial son propulsores de los DTI; esto supone una revalorización del destino para determinar su estado actual y en correspondencia con los resultados, diseñar estrategias que contribuyan al cumplimiento de los requerimientos para posicionarse como tal en el mercado; como referencia la norma española UNE 178501 y con el objetivo de diagnosticar la situación actual del destino Cuenca con relación a los indicadores de innovación y tecnología como contribución a la evaluación del destino en su tránsito hacia DTI. Para la investigación, se emplearon métodos histórico-lógicos, inducción-deducción y empírico con aplicación de encuestas y entrevistas semiestructuradas. Cuyos resultados evidencian que existe una brecha de tipo media con relación a los ejes seleccionados, se identifican debilidades vinculadas a la conectividad en los atractivos turísticos, sensorización del destino, Impulso de la innovación turística, establecimiento de un sistema de gestión de la innovación en corporación y emprendimiento.

Palabras Clave: Destino inteligente; Innovación; tecnología; Conectividad; Emprendimientos.

Technology and innovation in smart tourist destinations. Case of Cuenca, Ecuador

Abstract: The digital age and the Millennial traveler are drivers of Smart Destinations. This leads traditional destinations to re-assess strategies, using tools such as the Spanish standard UNE 178501 toward diagnosing their current situation. This is a study of the destination of Cuenca destination in its move toward Smart Tourism. For the investigation, historical-logical, induction-deduction and empirical methods were used with the application of surveys and semi-structured interviews. The results show that there is an average gap in relation to the selected axes, with weaknesses linked to connectivity in tourist attractions, synaesthesia of the destination, promotion of tourism innovation, and the establishment of a corporate innovation management system in entrepreneurship.

Keywords: Smart destination; Innovation; technology; Connectivity; Entrepreneurship.

1. Introducción

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el sector ha experimentado un incremento considerable en años recientes, llegando a ser considerado como uno de los sectores económicos más grandes del mundo. La perspectiva es que haya un crecimiento cada año del 3,3% entre 2010 y 2030 (OMT, 2017). Ello conlleva continuar acelerando los cambios desde varios puntos de vista, por ejemplo: “la competencia, tecnología, sociedad, economía, mercado y otros sectores que contribuyen a la problemática para que aquellas entidades o destinos conserven su perspectiva actual” (Bigné, Font y Andreu, 2000).

* Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador); Email: pricimari@hotmail.com; <https://orcid.org/0000000152931147>

** Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador); Email: jennyfernandabenenaula@gmail.com ; <https://orcid.org/0000000151848982>

*** Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador); Email: ggomez@ups.edu.ec; <https://orcid.org/0000000169553293>

Cite: Chapa, P.M. L.; Lojano, J. F. B. & Ceballos, G. P. G. (2023). Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 195-212. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.013>

La situación actual con respecto a la pandemia, ha constituido un duro golpe para la dinámica del sector, la OMT al respecto de esta situación declara, que a partir de las restricciones totales o parciales a los viajes, en virtud de preservar la salud pública, como preocupación primordial, la situación ha afectado a todos los niveles de la sociedad, las economías se están ralentizando, lo que ha hecho que el turismo sea especialmente vulnerable, convirtiéndose en el sector más golpeado hasta la fecha (OMT, 2020).

Esta situación presupone una caída de los ingresos provenientes del sector para los próximos años y la necesidad, de hacer cambios con relación a las estrategias que puedan actuar en favor de dinamizar el sector, hasta tanto la situación se estabilice, en tanto esto suceda, la gestión del turismo alternativo pudiera ser una oportunidad frente al turismo tradicional, pues presupone la movilidad de personas en grupos de menor tamaño.

El estudio fue realizado en la ciudad de Cuenca, ésta fue premiada como uno de los mejores destinos Líder para vacaciones cortas en los World Travel Awards Sudamérica por dos años consecutivos (Martínez, 2019), desde entonces, su importancia dentro de la oferta turística del país ha ido en ascenso; geográficamente está situada en la parte sur del Ecuador, en un valle de la cordillera de los Andes. Está aproximadamente a nueve horas al sur de Quito (capital) y cuatro horas al este de Guayaquil (Ecuador, 2020).

Turísticamente, Cuenca es el principal destino del austro ecuatoriano y es considerado, como un centro de partida hacia otros destinos turísticos de importancia, a pesar de su ubicación; ha sido reconocido en varias páginas web (Viva Travel Guides, Tripadvisor, Yahoo Travel, Expedia, Frommers, e iExplore) y guías de viajero (Lonely Planet, Footprint, The Rough Guide to Ecuador, Viva Travel Guides Ecuador and the Galapagos) (Green Consulting, 2020).

Es importante tener en cuenta, que la ciudad, también es elegida no solo como destino temporal sino también para residencia permanente de preferencia por personas extranjeras de la tercera edad o jubilados. En el año 2018 hay una mayor concentración de visitantes jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 29 años (33%), en relación al año 2017. El segundo grupo mayoritario está conformado por quienes tienen una edad entre 30 a 44 años con un porcentaje que se mantiene en (31%). La proporción de turistas en edades comprendidas entre 45 a 65 años se mantiene alrededor de 27.9%, a diferencia del año 2017, en donde hubo mayor proporción de visitantes de este rango etario (32.7%). Finalmente, la presencia de visitantes considerados adultos mayores es alrededor del 7.8% (GIER, 2018).

Para plantarse acciones de desarrollo del destino, es necesario considerar los factores que actualmente están en el entorno turístico matizado por una intensa competencia, que obliga a una constante actitud proactiva, adaptar la oferta del producto turístico a estas circunstancias hoy en día es indispensable para atraer a los visitantes y en ello la importancia del uso de la tecnología resulta reveladora, dado que la misma influye significativamente en la conducta del consumidor obligando a las entidades y a los DTI a adaptarse a los avances que vayan surgiendo, (Gretzel, Yuan y Fesenmaier, 2000). De aquí, la necesidad de establecer y realizar un nuevo concepto de DT: el Destino Turístico Inteligente, entendido como tal es un *“espacio turístico innovador, accesibles para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes”* (Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas [SEGITTUR], 2019).

Se ha definido que, “los cinco ejes fundamentales en los que se asientan los destinos turísticos inteligentes son: gobernabilidad, Innovación, Tecnología, Accesibilidad Universal y Sostenibilidad” (Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas, 2015).

Sobre la base de estos antecedentes y entendiendo, que los indicadores de innovación y tecnología, son los motores que pueden dar un impulso decisivo a la transformación del destino, en destino inteligente, formando parte esencial de las acciones del gobierno en torno a la integración de actores y las sinergias que ello puede lograr, se tiene como objetivo analizar la situación actual del destino Cuenca con relación a estos dos indicadores, apoyados en los requisitos establecidos por la UNE 178501 por cada indicador:

Tecnología: calidad de conectividad en el destino, conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos disponen de WiFi público gratuito, conectividad en oficinas de información turística, Wi-Fi de las empresas turísticas del destino para clientes/usuarios, sensorización del destino.

Innovación: impulso de la innovación turística, establecimiento de sistema de gestión de la innovación en corporaciones y entidades públicas, desarrollo de programas de innovación, fomento de procesos de innovación colaborativa, emprendimiento, formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación.

Está claro que el destino se integra como sistema, en el que el gobierno asume el papel principal con relación a las decisiones de los actores que conforman los diferentes componentes; la gobernanza turística supone la manera de gestionar los destinos con la coordinación de los actores de los sectores público, privado y comunitario. La coordinación en el Turismo es fundamental a todo nivel, pues se trata de una actividad en la que confluyen diversos intereses, unos compatibles, otros no (PLANDETUR, 2020), sin embargo, se refuerza la idea anterior vinculada a la necesidad de estudiar los elementos sobre la innovación y tecnología, con ello, se pretende identificar insumos necesarios para que el gobierno implemente acciones en la localidad con vistas a la transformación del destino, como eje transversal, más tarde el proyecto prevé, integrar estos elementos al análisis de la sostenibilidad y la accesibilidad, en el planteamiento estratégico de parte del gobierno.

La metodología utilizada desde la perspectiva teórica fue, el método histórico lógico e inducción-deducción; alineándose con el procedimiento seguido por la norma se aplicaron encuestas y entrevistas para el levantamiento de información primaria. Los hallazgos encontrados evidencian que Cuenca puede ser reconocida como un DTI en etapa inicial, debido a que hay requisitos claves que se mencionarán más adelante en los que los gestores del destino deben trabajar para que la ciudad llegue a ser considerada como DTI.

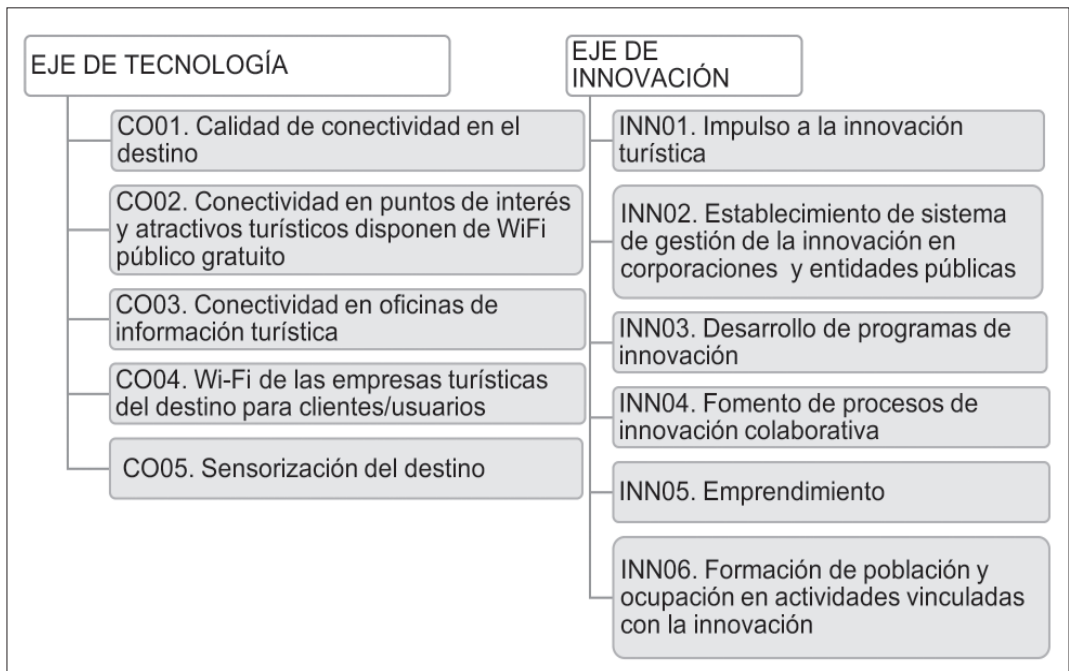
2. Metodología

En correspondencia con los objetivos del estudio, las variables analizadas fueron:

- Tecnología
- Innovación

Evaluando cada eje con sus respectivos indicadores tal como se muestra en la ilustración 1, en correspondencia con el procedimiento seguido por la norma española UNE 178501 (Baidal, Serra, & Bernabeu, 2017).

Ilustración 1: Indicadores para la medición del eje de tecnología y de innovación en los DTIs



Fuente: Elaboración propia

Entendiendo que ambas son variables independientes, y que, actúan de manera significativa en la posibilidad de que, el destino se prepare desde esta perspectiva, para transitar hacia un destino inteligente. Siguiendo esa lógica se emplearon los siguientes métodos:

Histórico –lógico:

Para evaluar el comportamiento de las variables en el tiempo, específicamente el uso de las tecnologías.

Inducción – deducción:

Con el propósito de realizar la evaluación de las variables con base en su comportamiento en la ciudad de Cuenca, a partir de cuyo análisis será posible generalizar resultados a otros contextos similares.

Empíricos:

Se emplearon estos métodos, para el levantamiento de información primaria, mediante el empleo de las técnicas encuesta y entrevistas.

El cuestionario de encuestas se estructuró con 10 preguntas, de ellas, 4 fueron cerradas, 5 semicerradas y 1 abierta. Éstas se aplicaron a gerentes de empresas turísticas; cuyo objetivo consistió en levantar información con relación a la conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos que disponen de WiFi público gratuito, conectividad en oficinas de información turística, Wi-Fi de las empresas turísticas del destino para clientes/usuarios, desarrollo de programas de innovación y formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación.

La encuesta se aplicó a una muestra, cuyo cálculo se realizó utilizando un nivel de confianza del 95%, $z=1.96$, grado de error (E) del 5% (0.05), porcentaje de la probabilidad de que un sujeto sea tomado como parte de la muestra (P)50%, $Q(1-P)$; el total de la población se obtuvo del catastro del MINTUR 2019, que registra un total de 1525 restaurantes y cafeterías, 110 operadoras de turismo y 261 hoteles, hostales, pensiones y casa de huéspedes; ello arrojó un tamaño de muestra de 307, 156 y 86 organizaciones respectivamente.

Las entrevistas, se aplicaron a gerentes del MINTUR, Fundación del Turismo, Dirección Municipal de tránsito y Empresa Municipal de Movilidad Tránsito y Transporte (EMOV EP) y a representantes de las principales empresas proveedoras de internet: Etapa EP, Iplanet, Netlife, Punto Net, TV Cable, CNT y Claro; con el objetivo levantar información con referencia a la calidad y cobertura de la conectividad, sensorización, impulso a la innovación turística, establecimiento de sistema de gestión de la innovación en corporaciones y entidades públicas, fomento de procesos de innovación colaborativa y emprendimiento.

El tipo de investigación utilizada fue mixta, apegándose a los criterios de Hernández, Sampieri y Mendoza (2018). Cualitativa dado que se apoyó en la percepción de los involucrados en el estudio y cuantitativa para medir el comportamiento de las variables a partir del análisis descriptivo y la correlación de sub variables, con el propósito de medir la existencia o no de posible vinculación ente las mismas.

La norma UNE contempla 11 elementos de diagnóstico para la evaluación de estas variables, se consideró incorporar otros, como: el internet gratis que ofrece ETAPA en ciertas zonas, lo cual favorece el uso de este servicio por parte del turista. Además, documentos que sirvieron para evaluar información secundaria, que aportó al análisis de los resultados, dentro de estos: Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes (2015), Guía de Implantación de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (2017) e información de la base de datos ofrecida por el Instituto de Estadísticas Nacional de Ecuador (INEC).

Para el procesamiento de datos se utilizó el Software IBM SPSS.

3. Marco teórico

En la actualidad la tecnología ha rediseñado la forma en la cual el turista puede planificar y reservar los viajes, modificando su perfil conforme va avanzando la era digital, lo que ha derivado en cambios con respecto a la manera de disfrutar y compartir experiencias. Además, éste es más exigente, utiliza multicanal, examina la mejor relación entre la calidad y costo, el servicio debe ser único, excelente y necesita estar en comunicación permanente con personas dentro de su círculo social (López de Ávila, 2016). Esta serie de cambios han justificado la necesidad de nuevos puntos de vista en la administración

de los DT, dando lugar al surgimiento del término DTI, siguiendo el rastro marcado por las ciudades inteligentes (López, et al., 2015).

Frente a este nuevo escenario, las organizaciones y administradores del destino en general, se ven obligadas a desarrollar e innovar sus ofertas (Tidd y John, 2015), facilitando soluciones al turista moderno en todas las etapas del viaje, a fin de garantizar su sostenibilidad a futuro, desde las perspectivas económica, sociocultural y medioambientalmente, (López de Ávila, 2016). En otras palabras, los actores son factores clave de toda actividad tildada de inteligente (Luque, Zayas y Caro, 2015).

De entre los beneficios de transitar hacia un DTI, existen otras ventajas como, creación de nuevos productos y servicios, desarrollo de la productividad de los recursos, servicio personalizado, mejora en la toma de decisiones, datos actualizados, diferentes tipos de negocio y creación de moderna infraestructura tecnológica (Romero, 2017).

El internet ha impactado tanto del lado de la oferta como del de la demanda, permitiendo a las empresas conocer sus productos o servicios fácilmente, manteniendo una comunicación directa con el consumidor final, en este sentido, con relación al turista le facilita estar mucho más activo (Ivars, Solsona y Giner, 2016). Ante esta creciente ola digital la rápida adopción por parte de la demanda configura un escenario turístico con más oportunidades de evolución hacia un DTI (Buhalis, 2003).

A consecuencia de la evolución digital, hoy en día varias investigaciones apuntan a la importancia de la innovación tecnológica en el sector turístico (Buhalis, 2003) (Rob, Buhalis, & Cobanoglu, 2014). Para ello, se debe lograr un equilibrio entre la competitividad económica, desarrollo y sostenibilidad (Dwyer y Kim, 2003).

Con base en los aspectos discutidos anteriormente, se ha podido identificar varias concepciones respecto a la definición de DTI que se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 1: Definiciones del DTI según varios autores

Autores	Concepto
López de Ávila y García (2018)	Un DTI es una zona novedosa con infraestructura tecnológica de vanguardia, ligada con la sostenibilidad y equipado de un sistema de información para indagar e intuir eventos en tiempo real, mejorando la relación entre el visitante y el entorno.
Salessi (2017)	Un DTI avala el desarrollo sostenible de un destino, y proporciona una mejor comunicación entre el turista y el medio, ampliando la calidad del encuentro turístico.
Rocco y Alvares (2017)	Un DTI propicia facilidades para turistas, excursionistas y también para los residentes.
Brandão, Joia y Teles (2016)	Un DTI surge de la ciudad inteligente, pero con la incorporación de tecnologías – sensores y sistemas mejorando la competitividad del destino.
Simancas, Peñarubia, Rodríguez, Padrón, Padrón y Suárez (2017)	Los DTIs deben acopiar el carácter sistémico acopiado por las ciudades inteligentes. Presentándolas como un cambio organizativo encaminado a la innovación, la cooperación, la administración, etc.
Cruz, Klos, Lobo y Gándara (2017)	Un DTI son esfuerzos integrados de un destino a fin de obtener y agregar informaciones asociado a la utilización de tecnologías para convertir esa información en experiencias de calidad a los turistas.
Castro, González, & Maldonado (2017)	Los DTIs, buscan desarrollar la competitividad de una localidad en el mercado general del turismo mediante la innovación tecnológica y enfoque en el segmento de mercado identificado como el “turista del siglo XXI”.

Factores coincidentes de parte de las diferentes acepciones expresadas por los autores seleccionados, es posible integrarlos en la concepción de un DTI como, aquel lugar que mediante el uso adecuado de la tecnología y la innovación continúan manejando todos sus recursos de forma eficiente, con el propósito de garantizar el desarrollo sostenible, beneficiando no solo a las distintas entidades que se encuentran en el sector, sino también al turista nacional y extranjero, así como a los residentes del destino (Luque, Zayas y Caro, 2015).

De acuerdo al SEGITTUR (2019), la Innovación, Tecnología, Accesibilidad universal, Sostenibilidad y Gobernabilidad son los cinco ejes que sostienen un DTI y, la decisión de convertirse en uno, supone establecer una estrategia que revaloriza el destino. Para conseguir tal propósito es necesario determinar el diagnóstico con respecto a estos ejes y posteriormente elaborar un plan acción que permita cumplir el requerimiento establecido, la norma española UNE 178501, puede ser una guía de gestión de los DT en la actualidad (SEGITTUR, Aprobada Norma UNE Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes, 2019).

Cada DT tiene sus características, potencialidades y restricciones es por ello que cada uno es único y por ende deberá encontrar la mejor forma de adaptación hacia un DTI (Castro, González y Maldonado, 2017). Todos ellos tienen cabida en una metodología que aporta un enfoque integral y plantea una estrategia de futuro basada en la gobernanza, la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la tecnología como ejes vertebradores. Que resulta ser:

Un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros. Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización, un impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes: medio-ambiental, económica y socio-cultural, una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los residentes, hacer de la estrategia turística la base para la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo.

La Secretaría de Estado de Turismo lidera el proyecto DTI, pionero a nivel internacional, impulsado y gestionado por SEGITTUR, cuyo objetivo es implantar un nuevo modelo de mejora de la competitividad y desarrollo turístico basado en la gobernanza y la corresponsabilidad turística (SEGITTUR, 2020).

Esta Norma define 5 ejes, la presente investigación se enfoca en 2 de ellos:

3.1. Eje de tecnología

La conectividad en el destino es un tema trasversal dentro del eje de la tecnología puesto que el internet posibilita que el turista, el destino y las empresas se fundan en una interacción constante y en todos los momentos del ciclo del viaje. Disponer de conexión a internet siempre mejora la experiencia del turista, permitiendo por ejemplo el uso dinámico de muchas funciones de Apps de destino, pero también algunas específicas, como Google Maps, que posibilitan la navegación y que resultan de indudable valor para el turista. Además, la socialización de sus experiencias a través de los medios sociales, lo que a su vez redundando en un proceso de marketing continuo para el destino (Baidal, Serra, y Bernabeu, 2017).

3.2. Eje de innovación

La innovación en el turismo es todo cambio o mejora que se haga ya sea en el producto o servicio es decir “todo cambio basado en el conocimiento que genera valor”, en el sector de un DTI trata de adentrarse en el gobierno como un método de desarrollo sostenible, la cual genera empleo, introduciendo demandas de capacitación y formación, optimizando la conectividad de las ciudades y la infraestructura, haciendo que las mismas sean más accesibles. La innovación en este sentido está asociada a nuevos modelos de competencia, complementariedad y a la eficiencia del mercado laboral a partir del incentivo al talento humano y el capital social. Un destino fundando en la innovación como fuente económica y de desarrollo social puede ser considerado un Destino Creativo e Innovador (Acosta, 2017).

4. Resultados

Los resultados se ordenan en correspondencia con las variables seleccionadas para el estudio.

4.1. Variable tecnología turística

4.1.1. CO01-Calidad de la conectividad en el destino

Para evaluar estos indicadores se aplicó la técnica de entrevistas a gerentes de departamentos técnicos de cada organización seleccionada, los hallazgos son los siguientes:

El destino Cuenca tiene gran eficiencia de conectividad debido a la penetración de la fibra óptica, el 86% de las empresas entrevistadas ofrecen este tipo de red garantizando un buen servicio, en cuanto a la rapidez en el traspaso de datos y ancho de banda. Otro aspecto a considerar es la velocidad a la que funcionan las redes, esto va a depender del plan al que se acceda, debido a que existen planes cooperativos que a la vez se subdividen para micro y mediana empresa cuyo rango de velocidad oscila

aproximadamente entre 12 Mbps – 50 Mbps y para grandes empresas con una velocidad mayor a 50 Mbps y planes residenciales en donde la velocidad está entre 2Mbps -30 Mbps.

Por otra parte, el porcentaje general con el que las diferentes empresas proveedoras de internet cubren con sus redes la zona urbana de la Ciudad de Cuenca es aproximadamente del 99,98% y la zona rural es alrededor del 54%. Provocando que residentes y visitantes pueden acceder a todo tipo de información en el instante, además, pueden compartir sus experiencias, generando UGC (contenido generado por los usuarios) y e-WOM (boca oreja online) positivo para el destino (Baidal, Serra, & Bernabeu, 2017).

Cabe mencionar que la ETAPA ofrece conexión gratis en ciertas zonas lo cual favorece al turista.

4.1.2. CO02-Conectividad en los atractivos turísticos

Las primordiales atracciones turísticas de la Ciudad de Cuenca según el Ministerio del Turismo se pueden clasificar en siete categorías, ellos son concurridos por turistas nacionales y extranjeros. (Se listan solo los de mayor atractivo y que están levantados en el Inventarios de recursos/atractivos de la ciudad, en este sentido existen potencialidades que aún no se integran a la oferta turística, tanto en el interior como en sus alrededores).

4.1.2.1. *Museos*: Museo de Arte Moderno, Museo Conceptas, Museo de Culturas Aborígenes, Museo Identidad Cañari, Museo del Sombrero, Museo Catedral Vieja, Museo Remigio Crespo Toral, Museo Pumapungo y Museo Historia de la Medicina

4.1.2.2. *Vestigios Arqueológicos*: Ruinas Todos Santos

4.1.2.3. *Parques y Plazoletas*: Parque San Sebastián, Parque Abdón Calderón, Parque de la Flores, Parque San Blas, Plaza del Herrero, Parque María Auxiliadora, Parque de la Madre, Parque el Paraíso, Plazoleta del Farol y Plazoleta Rotary

4.1.2.4. *Teatros*: Sucre, Casa de la cultura y Carlos Cueva Tamariz

4.1.2.5. *Zoológicos*: Bioparque Amaru

4.1.2.6. *Mirador*: Turi

4.1.2.7. *Otras atracciones turísticas*: Puente Roto, El Cajas y La Escalinata

De total de atractivos turísticos el 56% cuenta con el servicio de conexión a Wi-Fi gratis para todos sus consumidores, los parques y plazoletas son los de más alto porcentaje de disponibilidad de conexión.

4.1.3. CO03-CO04. Conectividad en oficinas de información turística y Wi-Fi de las empresas turísticas del destino para clientes/usuarios

4.1.3.1. Tiempo de implementación del servicio de conexión en las empresas turísticas

Tabla 2: Conexión a Wi-Fi gratis por tipo de empresa y tiempo de implementación del servicio de conexión

	Hoteles, hostales, posadas y casa de huéspedes	Restaurantes y cafeterías	Operadoras de turismo	
Posee conexión wifi gratis	SI	97.44%	45.28%	87.21%
	NO	2.56%	54.72%	12.79%
Tiempo de implementación del servicio de conexión a wifi gratis	0 años	2.57%	54.72%	12.79%
	1 año	0.64%	0.98%	0.0%
	2 años	1.28%	11.07%	0.0%
	3 años	4.49%	17.92%	3.49%
	4 años	8.97%	7.82%	8.14%
	5 años 0 más	82.05%	7.49%	75.58%
Total, de empresas	156	307	86	

Fuente: Elaboración propia

Las tendencias actuales demuestran que la conectividad, es uno de los servicios más solicitados hoy en día, especialmente la conexión a Wi-Fi gratis en las empresas de turismo ya sea vinculado al propósito de indagación sobre el lugar o para compartir experiencias con sus allegados (Baidal, Serra, & Bernabeu, 2017). En relación a esto, resulta complejo obtener datos sobre estos establecimientos, puesto que no

existe ninguna institución que brinde estadísticas, es por ello, que se aplicó la técnica de encuestas para el levantamiento de la información primaria, la que se muestra en la tabla 2. Se evidencia que el sector, en el que un mayor número de empresas poseen conexión wi-fi gratis, es el de hospedaje con 97.44%, seguido por las operadoras de turismo con 87.21% y por último el sector de restauración con 45.28%.

Por otra parte, el tiempo en el que se ha venido ofertando el servicio de conexión para los consumidores, es otro factor relevante, puesto que aporta elementos acerca de la manera en que se ha venido innovando el servicio ofertado por parte de las empresas turísticas, el sector de hospedaje es el que mayor tiempo ha ofrecido este servicio con un 82.05%, seguido por las operadoras de turismo con un 75.58%, finalmente el sector de restauración con un 17.92% en los últimos 3 años, como se muestra en la tabla 2.

Para una mejor comprensión de los resultados encontrados con respecto a esta variable, se muestran los siguientes estadígrafos:

Tabla 3: Estadísticos del tiempo de implementación de la conexión a Wi-Fi gratis.

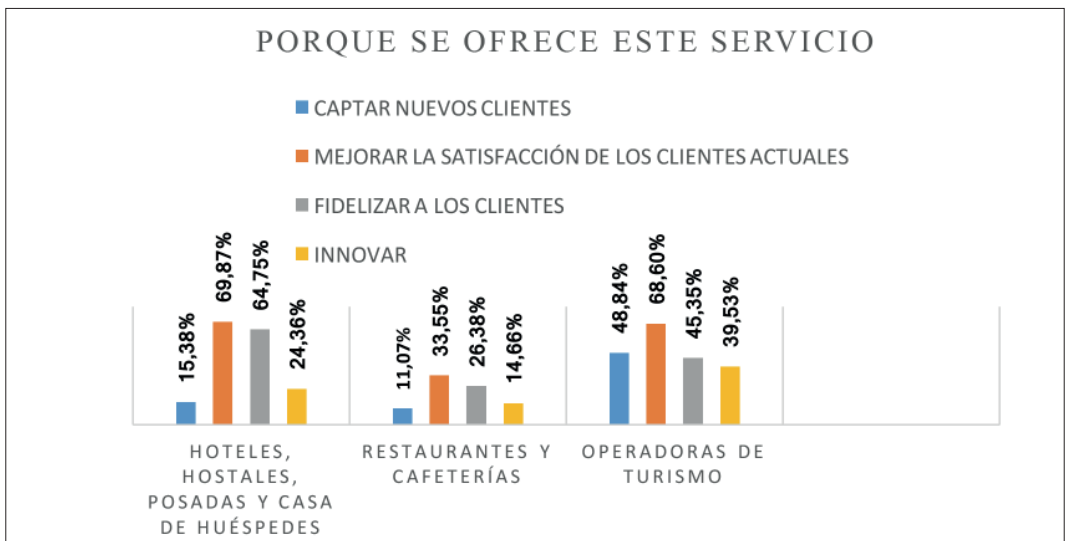
Tiempo de implementación de la conexión a wifi gratis	Hoteles, hostales, posadas y casa de huéspedes	Restaurantes y cafeterías	Operadoras de turismo
Media	4.63	3,22	4.21
Mediana	5.00	3,00	5.00
Moda	5	3	5
Desv. Desviación	.984	1,062	1.681
Varianza	.969	1,127	2.826

Fuente: Elaboración propia

El índice de frecuencia reafirma estos resultados, el sector hotelero es el de mayor antigüedad en ofrecer el servicio de Wi-Fi gratuito, mientras que, el sector de restauración muestra un índice más bajo y por último en las operadoras de turismo el promedio de implementación es de 4.21 años, la desviación para los tres sectores es positiva y está sesgada hacia la derecha por lo que no hay una distribución normal de los datos, como se muestra en la tabla 3.

4.1.3.2. Ventajas de la conexión a Wifi Gratis en las empresas turísticas

Gráfica 1: Ventajas de ofrecer la conexión a Wifi gratis por tipo de empresa

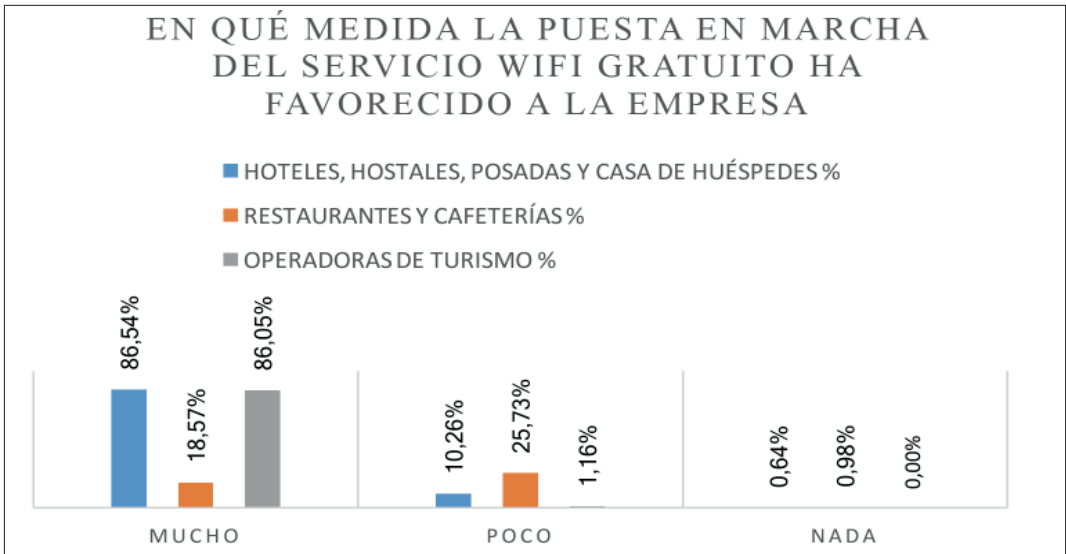


Fuente: Elaboración propia

Son muchas las ventajas de brindar conexión wi-fi gratis a los consumidores. Mejorar la satisfacción de los clientes actuales fue la atribución que alcanzó un mayor porcentaje en el sector de alojamiento con un 59.87% y en el sector de restauración con un 33.55%, mientras que para las operadoras de turismo con un 68.60%, como se puede evidencia en la gráfica 1.

4.1.3.3. Percepción sobre el impacto positivo de la conexión WI-FI gratis por tipo de empresa

Gráfica 2: Medida en la que ha favorecido la implementación de la conexión a Wi-Fi gratis por tipo de empresa.



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a en qué medida ha favorecido la implementación de la conexión a Wi-Fi gratis para clientes, los resultados muestran que el sector de alojamiento es el que muestra los mejores indicadores, debido a que la percepción de los administradores al respecto, es que este servicio mejora la estancia del turista dentro de las instalaciones y, además, permite la comunicación del cliente con su familiares y conocidos. En el sector de restauración ha favorecido poco, el criterio de las personas encuestadas es que, este servicio incrementa el beneficio al consumidor, pero no aporta valor al restaurante, derivando en mayor permanencia del usuario en horas pico dentro de las instalaciones, con lo que el tiempo de ocupación promedio de mesas se alarga y disminuye la cantidad de clientes atendidos, además de generar un costo adicional en el pago de los servicios básicos.

En atención a esto, se visualiza una necesidad latente para este tipo de servicio; pudiendo evaluar más bien este indicador, en términos de disponibilidad de aplicaciones que generen mayor rapidez en el pedido, lo que tributa directamente a minimizar el tiempo de estancia y genera mayor rapidez en el servicio, aportando valor al proceso.

Por último, las operadoras de turismo se han visto mayormente beneficiadas; la oferta de este servicio ha agilizado la comunicación en el canal, lo que ha contribuido a la mejora del servicio.

4.1.3.4. Dispositivos Tecnológicos

En la ilustración 2, se muestra como el uso de tecnología ha venido evolucionando.

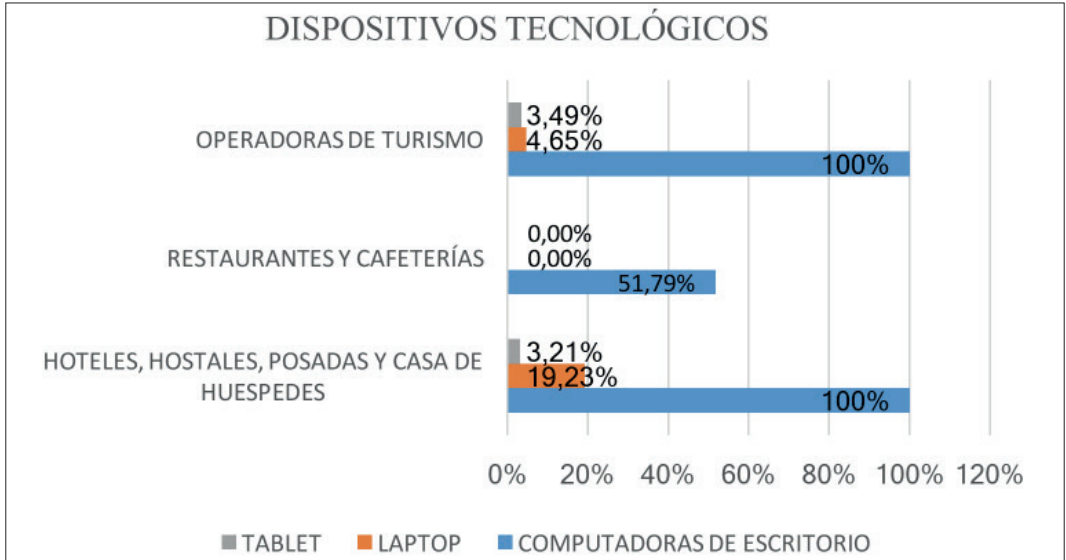
Ilustración 2: Indicadores del uso de tecnología a nivel Nacional

Indicadores de TIC (Nacional)	2018	2019	2020
Porcentaje de personas que utilizan internet	55,9	59,2	70,7
Proporción de personas que utiliza teléfonos Smartphone	70,2	76,8	81,8

Fuente: INEC 2020

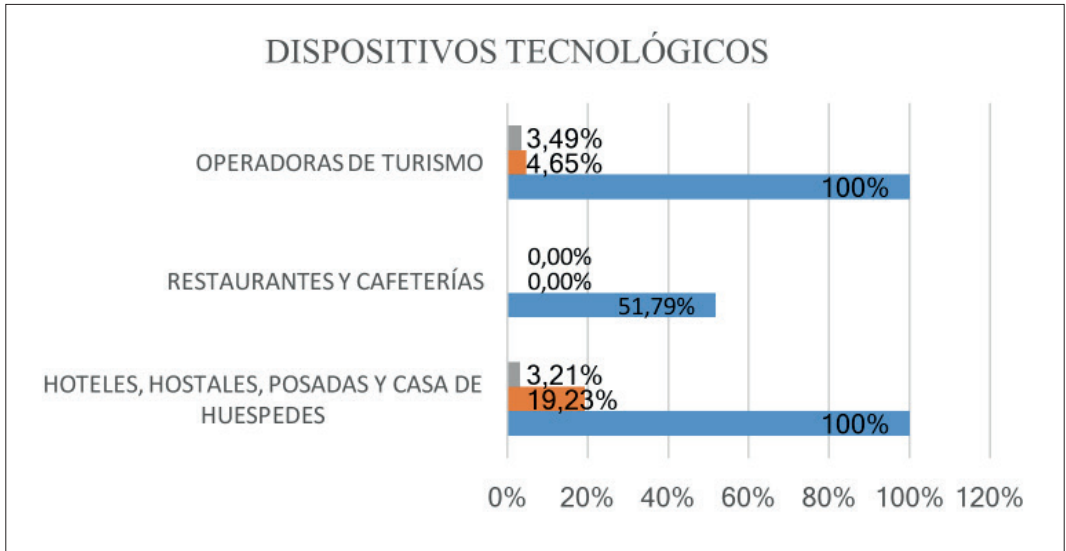
La tecnología cada vez sigue avanzando y contar con un dispositivo tecnológico agiliza los procesos, en los tres sectores las computadoras de escritorio son los dispositivos digitales con mayor presencia dentro de las empresas. El sector de hospedaje y las operadoras de turismo 100%, en el caso del sector de restauración únicamente 51.79% del total de las instalaciones cuentan con este dispositivo para su funcionamiento, tal como se muestra en la gráfica 3.

Gráfica 3: Dispositivos tecnológicos con los que cuenta cada tipo de empresa



Fuente: Elaboración propia
4.1.3.5. Accesibilidad Digital

Gráfica 4: Redes sociales por tipo de empresa



Fuente: Elaboración propia

La accesibilidad digital permite al turista a acceder a la información sobre las empresas turísticas en el destino como: dirección, horarios de atención, productos que ofrece, además permite estar informado sobre oferta y descuentos que sean agradables a ojos del consumidor. Ciertamente se puede observar que, del total de redes sociales, la más utilizada por todas las entidades turísticas es Facebook, de igual modo lo establece Alcázar (2019) en su estudio donde demuestra que Facebook es una de las redes más usadas en Ecuador, donde existen 12 millones de usuarios.

Cabe mencionar que hoy en día las redes sociales han ayudado en la mejora de los procesos de comunicación de la oferta, en especial, la publicidad y la distribución con un mayor acercamiento al cliente además de facilitar la investigación de mercados encontrando a partir de los contenidos que crean los propios turistas, intereses que pueden ser aprovechados para mejorar los productos y hacerlos más coherentes con las necesidades y deseos de los clientes.

Por otra parte, también es posible evidenciar que el sector de alojamiento es el que más utiliza las páginas sociales para llegar a sus consumidores, seguido por las operadoras y turismo y finalmente en sector de restauración, como se muestra en la gráfica 4.

4.1.4. CO05-Sensorización del destino

Mediante la información obtenida de sensores se puede mejorar la gestión pública del destino (Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas, 2015). En la ciudad de Cuenca la Dirección Municipal de Tránsito cuenta con contadores que son un tipo de sensor el cual registra el número de vehículos que transitan y el tipo de vehículo con el objetivo de realizar proyecciones de tráfico futuras, establecer dispositivos o señales de reducción de velocidad y ajustar los tiempos semafóricos. Estos sensores son utilizados de manera provisional es decir que son instalados en lugares donde se desea realizar un estudio, por el lapso de tiempo que se considere apropiado.

Por otra parte, la empresa pública EMOV EP posee una red de control de la calidad de aire, que es otro tipo de sensor que registra los niveles de la contaminación atmosférica, con el fin de conocer sus efectos en la salud y es usado como referencia para la adopción de políticas y acciones con el objetivo de mantener la calidad del aire en el mejor nivel posible, en la actualidad existen 18 estaciones de monitoreo en diferentes lugares de la ciudad.

La universidad del Azuay también posee un sensor de medición de sonido que permite evaluar los niveles de ruido lo cual ocasionan contaminación auditiva que causan daños en la salud a los seres humanos. Uno de los intereses actuales es prologar los tiempos de campañas de monitoreo y de ser posible hacerlo continuamente con el fin de mantener una medición de ruido constantemente (Mejía, 2018).

4.2. Variable innovación turística

4.2.1. INN01-Impulso de la innovación turística

El Ministerio del Turismo es uno de los organismos que mediante el Proyecto Emprende Turismo fomenta la innovación con el fin de diversificar la propuesta turística del país y motivar al emprendimiento, dicho proyecto se realiza a nivel nacional, premiando las ideas turísticas más innovadoras. En la ciudad de Cuenca el ente que desarrolla y fomenta el turismo, es la Fundación Municipal Turismo para Cuenca – Ecuador.

El departamento de Fomento y el de Capacitación del Turismo de la ciudad se encarga de realizar capacitaciones anualmente de manera virtual y presencial, dependiendo al gremio al que pertenecen, la cual trata temas como administración, mejora de servicio, marketing turístico, gestión comercial, análisis de costos, entre otros. Pero no se ofrecen capacitaciones en temas específicos de innovación y tecnología, sin embargo, se incentiva poco a poco a que las empresas participen en iniciativas, como es en el proyecto de Emprender Turismo.

Es atención a esto la Fundación del Turismo de Cuenca en alianza con el Ministerio de Turismo, entidades Públicas o Privadas, Universidades, deberían realizar continuamente formaciones, capacitaciones, congresos, concursos, ferias, en el destino en los cuales participen entidades públicas, privadas y los nuevos emprendimientos del sector, incentivando a mejorar o crear nuevos productos o servicios para los turistas nacionales y extranjeros, otorgando un reconocimiento que certifique a las empresas más innovadoras del sector.

4.2.2. INN02- Establecimiento de sistema de gestión de la innovación en corporaciones y entidades públicas

El Ministerio de Turismo facilita a las empresas y a los nuevos emprendedores la Guía del Emprendedor Turístico que se deriva del proyecto “Fomento del Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las MIPYMES”, la cual permite planificar, ejecutar y evaluar las acciones requeridas para poner en marcha las distintas iniciativas generadas para las personas quienes deseen crear o mejorar sus iniciativas. Este guion aborda temas como: porque invertir en el área turística en el Ecuador, cinco pasos para emprender, cuáles son los modelos de negocios más rentables, como definir las ideas de negocio, opciones de emprendimientos en turismo, características de los proyectos turísticos, porque innovar, información legal y tributaria para la generación de las empresas, entre otros temas (Ministerio de Turismo, 2018).

Sin embargo, el Ministerio del Turismo y la Fundación del Turismo no cuentan con un certificado de Gestión de la Innovación que incentive a las sociedades nuevas y existentes a innovar sus productos o servicios de manera constante.

4.2.3. INN03-Desarrollo de programas de innovación

El Ministerio de turismo de Cuenca tiene un convenio “Interinstitucional de Cooperación con la Universidad del Azuay”, con el objetivo de establecer la cooperación dentro del ámbito de sus competencias en áreas de turismo, educación, tecnología y otras como, culturales, académicas y científicas; de interés, para desarrollar proyectos de investigación, vinculación con la colectividad y actividades de gestión y organizativas consideradas de beneficio mutuo, a más de ello, dicho proyecto deberá fomentar la innovación e investigación tomando en cuenta principalmente el perfil de turista. Sin embargo, tanto la Fundación del Turismo como el Ministerio del Turismo desaprovechan oportunidades de parte de otras instituciones públicas, privadas y universidades existentes en el territorio, que pueden involucrar para favorecer los procesos de investigación, desarrollo e innovación, del sector turístico.

4.2.4. INN04-Fomento de procesos de innovación colaborativa

Existen procesos direccionados a fomentar la innovación colaborativa, tales como, el proyecto *Emprende Turismo*. Los emprendimientos que participan tendrán la facilidad de acceder a asesorías, talleres y hasta un posible financiamiento de sus ideas innovadoras, los ganadores del mismo obtendrán una Beca *Empretec* ofertado por la Organización de Naciones Unidas y la Universidad de Harvard con la finalidad de impulsar el emprendimiento, siendo esto a nivel nacional (MINTUR, 2018). La provincia del Azuay participó con 45 emprendimientos, incluidos emprendimientos de la ciudad de Cuenca, 9 de ellos llegaron a la semifinal.

Otro de los eventos con este fin, son las ferias que se realizan a nivel nacional, las mismas tienen lugar en Guayaquil y Quito y no están sistematizados, los Congresos están enfocados más en directrices a nivel nacional e internacional; en el ámbito internacional, se busca dar a conocer a Ecuador y sus atractivos turísticos, en estos participan personal de la operación turística. Se destaca uno de los eventos realizados el año 2018, “Mintur Talks Marketing Digital”, que fue organizado por el MINTUR y financiado por entidades como Copa Airlines, Aeroméxico, Air Europa, Fundación Turismo para Cuenca, Prefectura del Azuay y Prefectura del Guayas. En esta conferencia participaron miembros de la industria turística, entidades públicas y privadas, autoridades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), alumnos y profesores, en ella se trataron temas como: Marketing de Destino; Ideas de Tripadvisor; Innovación Turística: Generación de Ecosistemas Innovadores; Smartphone Marketing Turístico; entre otras” (MINTUR, 2018).

Con base en ello, se puede evidenciar, que no se realizan encuentros entre empresarios, instituciones y centros de investigación o universidades con finalidades innovadoras de manera continua y mucho menos, se ejecutan en el destino, aunque de acuerdo a los resultados de las entrevistas, parece existir intencionalidad de parte del departamento de Atracciones Turísticas para realizar este tipo de ferias en la ciudad.

4.2.5. INN05-Emprendimiento

La población adulta de la ciudad de Cuenca es de 331.161 personas de ellas el 24.30% de las personas poseen título universitario; el 4,10% de la PEA trabaja en empresas dedicadas al sector del turismo, equivalente a 8625 personas (MINTUR, 2019).

De acuerdo a las 549 encuestas realizadas a las empresas del sector, se evidenció, que de las 2973 personas que trabajan en estas empresas el 5,01% están especializadas en temas vinculados a la tecnología e innovación, según criterio de las personas encuestadas este aspecto tiene alta significación, puesto que este es un factor que contribuye notablemente a la mejora del proceso de gestión de las empresas.

Por otra parte, en los últimos tres años 2017, 2018, 2019 el sector de hospedaje muestra un aumento en la creación de empresas del 15.7% y el sector de restauración un 4.7%, esto puede ser por la llegada de turistas extranjeros, mientras que las operadoras de turismo han tenido un decrecimiento del -9,1% debido a la salida de empresas del mercado por diversos motivos (MINTUR, 2019). Sin embargo, aunque haya un incremento en los otros dos sectores, ello no quiere decir que todas las empresas mantengan estabilidad, por lo que la Fundación del Turismo conjuntamente con el Ministerio del Turismo deben apoyar a los ya existentes y generar nuevos emprendimientos mediante incentivos, actividades de capacitación e incluso promover apoyos financieros.

Cabe recalcar que, en los últimos años, a raíz de la pandemia, muchos emprendimientos cerraron, pero también, se generaron nuevos emprendimientos que incluso, han dado prioridad al uso de la tecnología en los diferentes sectores de turismo, específicamente la ampliación de compra y venta de servicios de turismo de manera online.

4.2.6. INN06-Formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación

Tabla 4: Personas que cuentan con título universitario por tipo de empresa

		Hoteles, hostales, posadas y casa de huéspedes	Restaurantes y cafeterías	Operadoras de turismo
Personas que cuentan con título universitario	0	0.64%	58.63%	0.0%
	1	17.31%	39.41%	1.16%
	2	27.56%	1.63%	39.53%
	3	36.54%	0.33%	36.05%
	4	15.38%	0.0%	17.44%
	5	1.28%	0.0%	2.33%
	6	0.0%	0.0%	2.33%
	9	0.64%	0.0%	1.16%
	10	0.64%	0.0%	0.0%
Total, de empresas		156	307	86

Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas realizadas a las empresas del sector turístico (hospedaje, restauración y operadoras de turismo) 797 individuos cuentan con título universitario equivalente al 26.81%.

Las mismas que evidencia que, en el sector de hospedaje cuenta con un mayor número de trabajadores con estudios de tercer nivel, alrededor de 3 trabajadores poseen estudios universitarios, mientras que en el sector de restauración solo 1 trabajador y en las operadoras de turismo 2 trabajadores.

La formación de los individuos que laboran en las entidades del sector turístico de la ciudad es baja, las personas no están preparadas para enfrentar los cambios que surgen en estos tiempos, misma que puede ser un obstáculo importante para la introducción de innovaciones, las empresas que están en peor situación al respecto de esta problemática son las de restauración, estas ofertan una cartera restringida de productos, alegan que la diversificación origina un costo adicional que la empresa no tiene posibilidades de cubrir.

Tabla 5: Personas preparadas en relación a tecnología e innovación por tipo de empresa

		Hoteles, hostales, posadas y casa de huéspedes	Restaurantes y cafeterías	Operadoras de turismo
Personas preparadas en relación a tecnología e innovación	0	83.33%	94.46%	5.81%
	1	15.38%	5.54%	67.44%
	2	1.28%	0.00%	26.74%

Fuente: Elaboración propia

El número de personas preparadas con relación a la tecnología e innovación se muestra en la tabla 5, estando el sector de las operadoras de turismo con un mayor porcentaje. Según el criterio de las personas encuestadas es que, este factor es muy importante, para estar a tono con las exigencias del turista.

Para complementar el análisis descriptivo anterior se decidió correlacionar las variables:

Personas que cuentan con título universitario Vs las personas que se sienten preparadas en relación a tecnología en las diferentes instalaciones turísticas, a fin de identificar si existe relación entre las mismas y de existir esta cual es la intensidad de la misma, lo que puede contribuir a la toma de acciones futuras con el fin de transitar más rápidamente hacia un DTI.

Tabla 6: Correlaciones de las personas que cuentan con título universitario con las personas preparadas en relación a tecnología e innovación de los hoteles, hostales, posadas y casa de huéspedes, restaurantes y cafeterías y operadoras de turismo

Hoteles, hostales, posadas y casa de huéspedes				
			Personas que cuentan con título universitario	Personas preparadas en relación a tecnología e innovación
Rho de spearman	Personas que cuentan con título universitario	Coefficiente de correlación	1,000	,017**
		Sig. (Bilateral)	.	,000
		N	156	156
	Personas preparadas en relación a tecnología e innovación	Coefficiente de correlación	,017**	1,000
		Sig. (Bilateral)	,000	.
		N	156	156
Restaurantes y cafeterías				
Rho de spearman	Personas que cuentan con título universitario	Coefficiente de correlación	1,000	,289**
		Sig. (Bilateral)	.	,000
		N	307	307
	Personas preparadas en relación a tecnología e innovación	Coefficiente de correlación	,289**	1,000
		Sig. (Bilateral)	,000	.
		N	307	307

Operadoras de turismo				
Rho de spearman	Personas que cuentan con título universitario	Coefficiente de correlación	1,000	,441**
		Sig. (Bilateral)	.	,000
		N	86	86
	Personas preparadas en relación a tecnología e innovación	Coefficiente de correlación	,441**	1,000
		Sig. (Bilateral)	,000	.
		N	86	86

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Entre las dos variables analizadas en el sector de hospedaje existe una correlación débil y una relación directa en los tres sectores. Lo que indica que, no necesariamente las personas especializadas en innovación y tecnología, tienen una alta dependencia de su formación en tercer nivel. La formación en tercer nivel no presupone necesariamente que las personas posean capacidad para asimilar y gestionar la tecnología en pro de la innovación en las empresas turísticas, ello supone que las gerencias tienen que promover e invertir en programas de formación vinculado a estos contenidos o buscar alternativas, para su integración a la gestión y con ello conseguir elevar el nivel de satisfacción de los turistas.

En el análisis de correlación de variables se desestiman aquellos índices de correlación que está debajo de tanto 0,01.

Los resultados muestran que existen puntos débiles; resulta significativa la evidencia con respecto a la falta de preparación en tecnología, de parte del personal que labora en estas organizaciones, por lo cual se deben reforzar los esfuerzos de formación en este ámbito, concluyendo que Cuenca es considerada un destino inteligente en fase inicial.

5. Conclusiones

Se ha evidencia que, para evaluar las variables que permiten identificar la brecha con relación a los avances de los destinos hacia DTI, es válido considerar los requisitos establecidos por la norma española UNE 178501, que consta de 5 ejes: Gobernabilidad, Innovación, Tecnología, Accesibilidad y Sostenibilidad, dimensiones que se ajustan a los paradigmas con relación a la gestión del turismo desde el enfoque de sostenibilidad.

Los hallazgos obtenidos del estudio de la situación presente en el destino Cuenca, con relación a los indicadores de innovación y tecnología, arrojan que existe una brecha de tipo media, evidenciado que hay potencialidades en calidad de la conectividad del destino, Wifi en la empresas turísticas y oficinas turísticas, sin embargo se identifican debilidades en conectividad en los atractivos turísticos, sensorización del destino, impulso de la innovación turística, establecimiento de sistema de gestión de la innovación en corporaciones y entidades públicas, desarrollo de programas de innovación, fomento de procesos de innovación colaborativa, emprendimiento y formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación.

Con base en estos resultados, se recomienda a los actores involucrados en la gestión del destino especialmente al gobierno, que formulen estrategias dirigidas a atenuar las debilidades, aprovechando las fortalezas y oportunidades que actualmente posee el destino, implementando acciones que provoquen sinergias y generen las condiciones necesarias para el tránsito hacia un destino turístico inteligente. Los cursos alternativos de acción propuestos para los actores del destino son:

- Desarrollar políticas para el fomento de la inversión pública y privada en el sector turístico.
- Incrementar la instalación de wifi gratuito en los lugares turísticos, simultáneamente ofrecer incentivos tanto a empresas turísticas como a operadoras para la implementación de este servicio, a fin de mejorar la experiencia vivida de parte del turista.

- c) Incrementar la sensorización en el destino, por ejemplo, la implementación de sensores en el alumbrado público, con el objetivo de modificar la intensidad de la luz en función del tránsito de personas, reduciendo el consumo de energía.
- d) Crear eventos, ya sea anuales o semestrales, que permitan generar ideas y con ello, establecer espacios de diálogo y discusión entre las personas involucradas, a fin de buscar alternativas de solución a temas relacionados con la innovación.
- e) Desarrollar alianzas entre los stakeholders, para favorecer la introducción de nuevas tecnologías.
- f) Crear un grupo y/o institución desde el gobierno que promueva la innovación.
- g) Incentivar a empresas turísticas innovadoras mediante apoyos financieros y/o con certificados que acrediten su condición.

Las limitaciones de la investigación se identifican con el acceso a la información actualizada, ya que las entidades proveedoras de información no sistematizan ni actualizan adecuadamente, los registros de información.

Bibliografía

- Acosta, D. G. 2017. *Smart City, el puntapié para el desarrollo inteligente del turismo en un destino urbano*. Tesis, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas, Buenos Aires. Obtenido de Acosta.%20Smart%20city,%20el%20puntapié%20para%20el%20desarrollo%20inteligente%20del%20turismo%20en%20un%20destino%20urbano.pdf
- Alcazar, P. J. 27 de 05 de 2019. *Estado Digital Ecuador 2019 – Estadísticas Digitales Actualizadas*. Obtenido de Estado Digital Ecuador 2019 – Estadísticas Digitales Actualizadas: <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador/>
- Baidal, I. J., Serra, F. F., & Bernabeu, C. M. 2017. *Guía de Implantación de Destinos Turísticos Inteligentes-Comunitat Valenciana*. Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT), Valenciana. Obtenido de https://www.academia.edu/36427588/Gu%C3%ADa_de_Implantaci%C3%B3n_de_Destinos_Tur%C3%ADsticos_Inteligentes-Comunitat_Valenciana
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. 2000. *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Brandão, Mariana; Joia, Luiz Antonio; Teles, Adonai. 2016. *Destino turístico inteligente: um caminho para transformação*. Anais do Seminário da ANPTUR . Obtenido de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/451.pdf>
- Buhalis, D. 2003. *eTourism: tecnología de la información para la gestión estratégica del turismo*. Londres: Pearson (Financial Times / Prentice Hall).
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. 2015. Destinos turísticos inteligentes Mejorando la experiencia turística a través de la personalización de los servicios. *Tecnologías de la Información y la Comunicación en Turismo*, 377-390. Obtenido de https://www.academia.edu/10985885/Buhalis_D._Amaranggana_A._2015_Smart_Tourism_Destinations_Enhancing_Tourism_Experience_through_Personalisation_of_Services_in_Tussyadiah_I._and_Inversini_A._eds_ENTER_2015_Proceedings_Lugano_Springer-Verlag_Wien_ISBN_9783
- Castro, Á. U., González, R. J., & Maldonado, D. L. 2017. Destinos Turísticos Inteligentes: ¿Estrategia para el Desarrollo Local en Países Pobres? *Turydes Revista Turismo y Desarrollo*.
- Celdrán, M., Mazón, J., & Giner, D. 2018. Open Data y turismo. Implicaciones para la gestión turística en ciudades y destinos turísticos inteligentes. *Revista Investigaciones Turísticas*(15), 49-78. doi:http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/76640
- Cruz, Marcelle Miskalo; Klos, Renata; Lobo, Yure; Gândara, José Manoel. 2017. *Análise das contribuições participativas ao Paraná turístico 2026: pacto para um destino inteligente*. Curitiba. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>
- Dwyer, L., & Kim, C. 2003. Competitividad del destino: determinantes e indicadores. *Diario Problemas actuales en el turismo*, 6, 369-414.
- Ecuador, F. 12 de 01 de 2020. *Foros Ecuador* . Obtenido de Foros Ecuador : <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/124159-ubicaci%C3%B3n-geogr%C3%A1fica-de-cuenca-ecuador-%C2%BFcu%C3%A1-es-su-ubicaci%C3%B3n>

- Figuroa, D. C. 2008. *Impacto de la innovación y el cambio tecnológico en el sector hotelero español: análisis de la Comunidad de Madrid*. Tesis (Doctorado en Economía y Gestión de la Innovación), Universidad Autónoma de Madrid, Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo, Madrid. doi:<https://repositorio.uam.es/xmlui/handle/10486/1670>
- Fundación Municipal Turismo Para Cuenca-Ecuador. 26 de 03 de 2019. *Fundación Municipal Turismo Para Cuenca-Ecuador*. Obtenido de Fundación Municipal Turismo Para Cuenca-Ecuador: <http://www.cuencaecuador.com.ec/>
- Gier, G.D. 2018. Boletín Anual. Cuenca. Obtenido de <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/anuario%20estadistico%202018.pdf>
- Green Consulting. 20 de 07 de 2020. *Plan estratégico de desarrollo turístico del destino cuenca y su área de influencia*. Obtenido de Green Consulting: <https://cuenca.com.ec/sites/default/files/01.%20Plan%20Estrategico%20de%20Desarrollo%20Tur%20C3%ADstico.pdf>
- Gretzel, U., Yuan, Y., & Fesenmaier, D. 2000. Estrategias de publicidad y cambio en las organizaciones de marketing de destino. *Journal of Travel Research*, 39, 146-156. doi:10.1177 / 004728750003900204
- Grima, G. C. 2015. *Smart Cities y Destinos Turísticos Inteligentes: Un Análisis Comparativo*. Universidad de Málaga, Facultad de Turismo, Málaga.
- Hernández, Sampieri y Mendoza. 2018. *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- INEC. 15 de 11 de 2020. *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas. 23 de 04 de 2015. *INVAT·TUR*. Recuperado el 19 de 05 de 2019, de INVAT·TUR: <http://invattur.gva.es/estudio/manual-operativo-para-la-configuracion-de-destinos-turisticos-inteligentes/>
- Ivars, B. J., Solsona, M. J., & Giner, S. D. 2016. Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62 / 2, 327-346. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/78536282.pdf>
- Júnior, A. d., Filho, L. M., García, F. A., & Simões, J. M. 2017. Smart Tourism Destinations: un estudio basado en la visión de los stakeholders. *Revista Turismo em Análise - RTA*, 28, 358-379. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/37b4/fe4e71c6efa26eda9647b19105b2f5070364.pdf>
- López de Ávila, A. 2016. Destinos Turísticos Inteligentes. *AENOR 314*, 10-15. Obtenido de <https://www.segittur.es/es/proyectos/proyecto-detalle/Aprobada-Norma-UNE-Sistema-de-Gestin-de-los-Destinos-Turísticos-Inteligentes.-Requisitos-#.XIppdPkza00>
- López, A., Lancis, E., García, Susana, Alcántud, A., García, B., & Muñoz, N. 2015. *Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro*. Madrid. Obtenido de https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segittur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes-ok_es.pdf
- López, d. A., & García, S. S. 2015. Destinos Turísticos Inteligentes. *Revista de Economía Industrial*, 61-69. Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCIA.pdf>
- Luque, G. A., Zayas, F. B., & Caro, H. J. 2015. *Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades*. Investigaciones Turísticas, Málaga-España. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52102/1/Investigaciones_Turísticas_10_01.pdf
- Martínez, N. 08 de 04 de 2019. Cuenca como una Ciudad Turística. (J. Benenaula, & P. Lojano, Entrevistadores) Cuenca, Azuay, Ecuador .
- Mejía, S. D. 2018. *Implementación, Calibración y Evaluación de un Sistema de Medición de Ruido con un Sensor de Sonido que Permita la Trasmisión Inalámbrica de Datos*. Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniero de Sistemas y Telemática, Universidad del Azuay, Facultad de Ciencias de la Administración, Cuenca. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8569/1/14251.pdf>
- Mendoza, d. M. 2018. *Las NTICS en la promoción de destinos turísticos. Estudio de casos en la Comunidad de Madrid*. Madrid.
- Ministerio de Turismo. 2018. *Guía del emprendedor turístico*. Quito: MINTUR.
- MINTUR. 15 de 11 de 2018. *Ministerio del Turismo*. Recuperado el 12 de 05 de 2019, de Ministerio del Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/mintur-premio-a-los-ganadores-de-emprende-turismo/>
- MINTUR. 04 de 05 de 2018. *Ministerio del Turismo*. Recuperado el 20 de 05 de 2019, de Ministerio del Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/>
- Organización Mundial del Turismo. 2017. *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Madrid. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

- Organización Mundial del Turismo. 2018. *Panorama OMT del Turismo Internacional*.
- PLANDETUR. 20 de 07 de 2020. *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*.
Obtenido de PLANDETUR 2020: <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- Rob, L., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. 2014. Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality*, 26, 727–750. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Cihan_Cobanoglu/publication/265857956_Progress_on_Information_and_Communication_Technologies_in_Hospitality_and_Tourism/links/5680cb3708ae051f9ae82651/Progress-on-Information-and-Communication-Technologies-in-Hospitali
- Rocco, Daniela; Alvares, Daniela. 2017. *Inovação, Governança e Desenvolvimento Sustentável em Destinos Turísticos Inteligentes: o caso de Belo Horizonte/MG*. Grupo Única Educaciona, Núcleo de Pós-graduação e Pesquisa (NPP), Brasil. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>
- Romero, D. C. 2017. *Destinos Turísticos Inteligentes (DTI): Visión Estratégica*. Barcelona .
- Salessi, M. L. 2017. *Destinos Turísticos Inteligentes: Una perspectiva desde la inclusión social y la participación comunitaria*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas Argentina, Instituto de Investigaciones en Turismo., Buenos Aires. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>
- SEGITTUR. 05 de 05 de 2019. *Aprobada Norma UNE Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes*. Obtenido de Aprobada Norma UNE Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes: <https://www.segittur.es/es/proyectos/proyecto-detalle/Aprobada-Norma-UNE-Sistema-de-Gestin-de-los-Destinos-Turisticos-Inteligentes.-Requisitos-#.XO6isvkza00>
- SEGITTUR. 15 de 06 de 2020. Obtenido de <https://www.destinosinteligentes.es/que-es-un-dti/>
- SEGITTUR. 13 de 05 de 2020. *SEGITTUR*. Obtenido de <https://www.destinosinteligentes.es/que-es-un-dti/>
- Simancas, Cruz Moisés; Peñarrubia, Zaragoza María Pilar; Rodríguez, Darías Alberto Jonay; Padrón, Ávila Hugo; Padrón, Candelario Elisabet; Suárez, Perera David. 2017. *La toma inteligente de decisiones en los procesos de planificación de destinos turísticos de litoral: el plan de infraestructuras turísticas de canarias (PITCAN)*. San Cristóbal de La Laguna. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>
- Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR). 23 de 05 de 2019. *Destinos Turísticos Inteligentes*. Obtenido de Destinos Turísticos Inteligentes: <https://www.segittur.es/es/DTI/dti-detalle/Destinos-Turísticos-Inteligentes-00007#.XPbk1vkza00>
- Souza, D. A., & Gil, A. C. 2015. A Importância da Identidade Regional na Configuração de Clusters Turísticos. *Revista Turismo em Análise*, 26, 475-492. doi:<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i2p475-492>
- Tidd, J., & John, B. 2015. *Gestão da inovação* (5a ed ed.). Porto Alegre: Bookman. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/350120035/Tidd-Bessant-2015-Gesta-o-da-Inovac-a-o>
- Valderrama, J. Á. 2018. Destino Turístico Inteligente. *AENOR*, 20-23. Obtenido de <https://revista.aenor.com/downloads/revistas/339.pdf?output=c4789cbaf204e3d1f86bc336d4ccc270>
- Zheng, X. 2014. *Information and Communication Technologies in Tourism*. Dublín- Irlanda. Obtenido de <https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-3-319-03973-2%2F1.pdf>

Recibido: 26/03/2021

Reenviado: 30/01/2022

Aceptado: 17/02/2022

Sometido a evaluación por pares anónimos