



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA LICENCIATURA EN ECOTURISMO

Proyecto de Investigación previo a
la obtención del título de
Licenciada en Ecoturismo

Título del Proyecto de Investigación:

Análisis para el desarrollo turístico inteligente del cantón Quevedo, provincia
de Los Ríos, año 2021.

Autora:

Srta. Naomi Elaine Vinueza Rosales

Director de Proyecto de Investigación:

Ing. Víctor Eduardo Gutiérrez Lara. MSc.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2021



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Naomi Elaine Vinueza Rosales, declaro que la investigación aquí descrita es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este documento, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. _____

Naomi Elaine Vinueza Rosales

C.C.#1207446590



CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, **Ing. Víctor Eduardo Gutiérrez Lara**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la estudiante **Naomi Elaine Vinueza Rosales**, realizó el Proyecto de Investigación de grado titulado “Análisis para el desarrollo turístico inteligente del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, año 2021”, previo a la obtención del título de licenciada en ecoturismo, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

.....

Ing. Víctor Eduardo Gutiérrez Lara. MSc.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

Ing. Víctor Eduardo Gutiérrez Lara., en calidad de docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y como director certifica que he usado la herramienta informática URKUND, producto del análisis donde se obtuvo una similitud del 2%, la cual no indica en ningún momento la presencia de plagio o de falta de rigor en el documento, por consiguiente doy constancia que he revisado el Proyecto de Investigación de grado titulado **“ANÁLISIS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO INTELIGENTE DEL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021”**, el mismo que ha sido elaborado y presentando por la estudiante Naomi Elaine Vinueza Rosales, por lo tanto el presente trabajo cumple con los requisitos técnicos y legales por la institución.



Document Information

Analyzed document	TESIS ELAINE VINUEZA.docx (D117/89522)
Submitted	2021-11-08 02:59:00
Submitted by	GUTIERREZ LARA VICTOR EDUARDO
Submitter email	vgutierrez@uteq.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	vgutierrez.uteq@analysis.orkund.com

Firmado electrónicamente por:



VICTOR EDUARDO GUTIERREZ LARA

MSc. Víctor Eduardo Gutiérrez Lara.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO



PROYECTO DE INVESTIGACION

Título:

**“Análisis para el desarrollo turístico inteligente del cantón Quevedo, provincia de Los
Ríos, año 2021”**

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de
licenciatura en ecoturismo.

Aprobado por:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Mariuxi Briones

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Karen Betancourt

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Pedro Morales

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos a Dios por darme salud y permitirme alcanzar a este logro, a mis padres por el amor incondicional que es el soporte fundamental en el transcurso de mi vida, a mis hermanas por ser fuente de inspiración e impulsarme a ser un ejemplo a seguir, a cada una de las personas que muy amablemente me apoyaron desde el inicio de mi periodo universitario, a mis compañeros por complementar nuestros conocimientos a través de los grupos de estudio, a la Universidad por abrirle las puertas de su campus a una persona llena de sueños y con metas por alcanzar, a mis estimados maestros quienes impartieron todos sus conocimientos permitiéndome adquirir cada día nuevos aprendizajes los cuales pondré en práctica en mi vida profesional , a mis queridos amigos que ahora forman parte de mi familia gracias por todos los momentos compartidos, a mi respetado tutor de tesis por su sabiduría, paciencia, profesionalismo y bondad, por su gran motivación para concretar mis objetivos.

Naomi Elaine Vinueza Rosales.

DEDICATORIA

El presente proyecto va dedicado a mi padre celestial Dios por guiarme y cuidarme cada día.

A mis amados padres Humberto Vinueza y Verónica Rosales por su responsabilidad, apoyo y amor incondicional durante mi vida estudiantil.

A mis pequeñas hermanas Ámbar y Danna Vinueza por ser perseverantes y mi mayor fuente de inspiración.

A la memoria de Elian Quintana, mi cómplice, confidente, mi hermano de corazón, por acompañarme en mis largas horas de realización de tareas, Dios te tenga en su gloria amigo fiel.

A Vicente y Deyalith mis leales amigos con quienes compartí buenos y malos momentos.

A mi gran amigo y soporte Eduardo Gutiérrez, quien me acompañó en todas y cada una de mis hazañas.

A mis apreciados maestros que con su generosidad y pedagogía me llenaron de sabiduría y conocimientos para conquistar mis objetivos en la Universidad.

RESUMEN EJECUTIVO

El sector turístico es uno de los que más contribuye al desarrollo del cantón Quevedo al ser una localidad poseedora de numerosos atractivos turísticos los mismos que aportan mayormente al desarrollo económico, turístico y social, hoy en día existe una evidente falta de deber en la preparación de proyectos estratégicos que ayuden a impulsar el turismo en el cantón Quevedo situado en la provincia de Los Ríos. La presente investigación tiene como objetivo principal implementar un diagnóstico con el fin de analizar la posibilidad que tiene la ciudad de Quevedo para ser considerado como Destino Turístico Inteligente (DTI), que durante el desarrollo de la investigación se denominará DTI, para poder estudiar más a fondo cada una de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades se implementó un análisis FODA, determinando las brechas y potencialidades que posee el cantón en la actualidad, además se estructuró un plan estratégico, se propone una línea base que le permita a la ciudad convertirse en un destino turístico inteligente, para este diagnóstico es importante la implementación de los 4 ejes fundamentales como estándares de DTI como parte del plan estratégico propuesto. Si se realiza un correcto cumplimiento del mismo la localidad podría denominarse como un DTI.

Palabras claves: destino turístico inteligente, diagnostico, plan estratégico, turismo inteligente.

ABSTRACT

The tourism sector is one of those that most contributes to the development of the Quevedo canton as it is a town with numerous tourist attractions, the same ones that contribute mainly to economic, tourist and social development, today there is an evident lack of duty in the preparation of strategic projects that help promote tourism in the Quevedo canton located in the Los Ríos province. The main objective of this research is to implement a diagnosis in order to analyze the possibility that the city of Quevedo has to be considered as an Intelligent Tourist Destination (DTI), which during the development of the investigation will be called DTI, in order to further study In the background each of the strengths, opportunities, threats and weaknesses, a SWOT analysis was implemented, determining the gaps and potential that the canton currently has, a strategic plan was also structured, a baseline is proposed that allows the city to become In a smart tourist destination, for this diagnosis it is important to implement the 4 fundamental axes as ITD standards as part of the proposed strategic plan. If a correct fulfillment of the same is carried out, the locality could be denominated as a DTI.

Keywords: smart tourist destination, diagnosis, strategic plan, smart tourism.

INDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	II
CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	III
CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO	IV
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN EJECUTIVO.....	VIII
ABSTRACT	IX
CÓDIGO DUBLIN	XVI
Introducción	1
CAPITULO I.	3
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Problema de investigación	4
1.1.1. Planteamiento del problema	4
1.1.2. Diagnostico	5
1.1.3. Pronóstico.....	5
1.1.4. Formulación del problema.....	6
1.1.5. Sistematización del problema	6
1.2. Objetivos:	7
1.2.1. Objetivo general:	7
1.2.2. Objetivos específicos:	7
1.3. Justificación	8
CAPÍTULO II.	9
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA.....	9

INVESTIGACIÓN	9
2.1. Marco conceptual.....	10
2.1.1. Turismo sostenible.....	10
2.1.2. Desarrollo turístico	11
2.1.3. Retos a los que se enfrentan los destinos turísticos inteligentes	12
2.1.3.1. ¿Qué características y potencialidades tiene un Destino Turístico Inteligente?.....	13
2.1.3.2. Infraestructura tecnológica.....	13
2.1.3.3. Desarrollo sostenible.....	13
2.1.3.4. Accesibilidad Universal	14
2.1.3.5. Interacción e integración del visitante con el entorno	14
2.1.3.6. Experiencias de calidad	14
2.1.3.7. Componentes que conforman el DTI	15
2.1.4. Atractivos turísticos.....	16
2.1.4.1. Sitios naturales	17
2.1.4.2. Folklore	17
2.1.4.3. Museos y manifestaciones culturales históricas	17
2.1.4.4. Realizaciones técnicas contemporáneas.....	17
2.1.4.5. Acontecimientos programados	17
2.1.4.6. Centros o lugares de esparcimiento.....	17
2.1.5. Infraestructura.....	18
2.1.6. Servicios turísticos y de apoyo.....	18
2.1.7. Planificación y gestión del destino.....	18
2.1.8. Imagen	19
2.1.9. Tipos de servicios.....	19

2.2. Marco referencial	21
2.2. DTI.....	21
CAPÍTULO III.....	24
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.1. Localización.....	25
3.1.1. Límites Geográficos.....	25
Oeste: provincia del Guayas	25
3.2. Tipo de investigación.	26
3.2.1. Investigación documental.....	26
3.2.2. Investigación de campo.	26
3.2.3. Investigación descriptiva.....	26
3.3. Métodos de investigación.....	27
3.1.1. Método analítico.	27
3.1.2. Método inductivo.	27
3.1.3. Método deductivo.	27
3.4. Fuentes de recopilación de información.....	28
3.5. Diseño de la investigación.	28
3.6. Instrumentos de investigación.....	28
3.6.1. Tamaño de la muestra.....	29
3.6.2. Muestra.....	29
3.9. Recursos Humanos.....	30
CAPÍTULO IV	31
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
4. Resultados	32
4.1. Brechas que la ciudad de Quevedo necesita cumplir para convertirse en un DTI. 32	

4.1.1.	Características necesarias para ser un Destino Turístico Inteligente.....	32
4.1.2.	Integración de la tecnología en los Destinos Turísticos Tecnología.	33
4.1.3.	Innovación en los Destinos Turísticos.....	34
4.1.4.	Perfil del turista digital	34
4.1.5.	Perfil del turista	35
4.1.6.	Perfil de los Turistas que Visitan la Ciudad de Quevedo.	35
4.2.	Encuesta	37
4.2.1.	Potencialidades de Quevedo como ciudad inteligente en función de los estándares de los DTI para definir una línea base para la presente propuesta.....	45
4.2.2.	ANALISIS FODA	45
4.3.	PERCEPCION DEL TURISTA EN BASE AL DTI.....	47
4.4.	Estrategias básicas a implementar en Quevedo para desarrollarla como un destino turístico inteligente.....	69
4.4.4.	Accesibilidad	72
4.4.5.	Sostenibilidad.....	73
4.5.	Discusión.....	76
CAPÍTULO V.....		78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		78
5.1.	Conclusiones.....	79
5.2.	Recomendaciones.....	80
CAPITULO VI.....		81
BIBLIOGRAFIA		81
6.	Bibliografía	82
CAPITULO VII		88
ANEXOS		88

Índice de tablas

Tabla 1 tamaño De La Muestra	29
Tabla 2 Análisis Foda	45
Tabla 3 Plan Estratégico	74

Índice de figuras

Figura 1 Genero de los encuestados	37
Figura 2 Nacionalidad de los encuestados.....	38
Figura 3 Edad de los encuestados.....	39
Figura 4 Estado civil de los encuestados.	40
Figura 5 Nivel de estudios de los encuestados.	41
Figura 6 Frecuencia de viaje de los encuestados.....	42
Figura 7 Motivo de viaje.	43
Figura 8 Número de países visitados.....	44
Figura 9 Término Destino Turístico Inteligente.	47
Figura 10 Relación del término Destino Turístico Inteligente.	48
Figura 11 De los países que ha visitado han sido.	49
Figura 12 Satisfacción que genera la tecnología en los turistas.	50
Figura 13 Dispositivo que más utiliza durante sus viajes.....	51
Figura 14 Utilidad de los dispositivos.	52
Figura 15 Tipo de acompañante para la visita a la ciudad de Quevedo.	53
Figura 16 Grado de satisfacción de la visita a Quevedo.....	54
Figura 17 Quevedo, destino que respeta el medio ambiente.	55
Figura 18 Quevedo, destino que cuida su patrimonio.	56
Figura 19 Quevedo, destino que tiene un buen sistema de transporte público.....	57
Figura 20 Quevedo cuenta con infraestructura para personas con discapacidad	58
Figura 21 Si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en los siguientes espacios en Quevedo?	59
Figura 22 ¿Cuál es el grado de satisfacción de las oficinas turísticas?	60

Figura 23 ¿Cuál es el grado de satisfacción de las áreas recreacionales?	61
Figura 24 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los espacios cerrados?	62
Figura 25 ¿Cuál es el grado de satisfacción de las áreas de entretenimiento?	63
Figura 26 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los alojamientos?	64
Figura 27 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los espacios comerciales?	65
Figura 28 Importancia de la red WIFI en el destino turístico.....	66
Figura 29 Percepción del turista.	67
Figura 30 Publicidad turística en Quevedo.....	68

Índice de anexos

Anexo 1 Puente De Quevedo.....	89
Anexo 2 Iglesia San José	89
Anexo 3 Malecón De Quevedo	89
Anexo 4 Palacio De Cristal	89
Anexo 5 Ruta Del Río	90
Anexo 6 Playita De Jaime	90
Anexo 7 Parque De La Familia	90
Anexo 8 Parque Lineal	90
Anexo 9 Parque El Bocachico	90
Anexo 10 Museo De Quevedo.....	90
Anexo 11 Cuestionario De Google Form	98

CÓDIGO DUBLIN

Título:	Análisis para el desarrollo turístico inteligente del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, año 2021.			
Autor:	Naomi Elaine Vinueza Rosales			
Palabras claves:	Destino turístico inteligente.	Diagnostico	Plan estratégico	Turismo inteligente.
Fecha de publicación:	2021			
Editorial:	Quevedo, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, 2021.			
Resumen: (hasta 300 palabras)	Resumen: El sector turístico es uno de los que más contribuye al desarrollo del cantón Quevedo al ser una localidad poseedora de numerosos atractivos turísticos los mismos que aportan mayormente al desarrollo económico, turístico y social, hoy en día existe una evidente falta de deber en la preparación de proyectos estratégicos que ayuden a impulsar el turismo en el cantón Quevedo situado en la provincia de Los Ríos. La presente investigación tiene como objetivo principal implementar un diagnóstico con el fin de analizar la posibilidad que tiene la ciudad de Quevedo para ser considerado como Destino Turístico Inteligente (DTI), que durante el desarrollo de la investigación se denominará DTI, para poder estudiar más a fondo cada una de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades se implementó un análisis FODA, determinando las brechas y potencialidades que posee el cantón en la actualidad, además se estructuró un plan estratégico, se propone una línea base que le permita a la ciudad convertirse en un destino turístico inteligente, para este diagnóstico es importante la implementación de los 4 ejes fundamentales como estándares de DTI como parte del plan estratégico propuesto. Si se realiza un correcto cumplimiento del mismo la localidad podría denominarse como un DTI. Abstract: The tourism sector is one of those that most contributes to the development of the Quevedo canton as it is a town with numerous tourist attractions, the same ones that contribute mainly to economic, tourist and social development, today there is an evident lack of duty in the preparation of strategic projects that help promote tourism in the Quevedo canton located in the Los Ríos province. The main objective of this research is to implement a diagnosis in order to analyze the possibility that the city of Quevedo has to be considered as an Intelligent Tourist Destination (DTI), which during the development of the investigation will be called DTI, in order to further study In the background each of the strengths, opportunities, threats and weaknesses, a SWOT analysis was implemented, determining the gaps and potential that the canton currently has, a strategic plan was also structured, a baseline is proposed that allows the city to become In a smart tourist destination, for this diagnosis it is important to implement the 4 fundamental axes as ITD standards as part of the proposed strategic plan. If a correct fulfillment of the same is carried out, the locality could be denominated as a DTI.			
Descripción:	114 hojas: dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM			
URI:				

Introducción

Un destino turístico inteligente (ó Smart Destination) es un espacio turístico revolucionario, accesibles para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el avance sostenible del territorio, posibilita la interacción e incorporación del visitante con el ámbito y aumenta la calidad de su vivencia en el destino y la calidad de vida de los habitantes. De esta definición nos agradaría resaltar el deber del destino con los causantes medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat. De esta forma en el citado avance sostenible, la administración eficaz de los elementos de una localidad capaz ha de agradar las pretensiones económicas, laborales, sociales y estéticas de sus habitantes, de esta forma como respetar la integridad cultural, el medio ámbito y la diversidad biológica del territorio. Solo de esta forma tendremos la posibilidad de comentar un avance que se puede sostener a lo largo de extenso tiempo sin agotar los elementos o provocar grave inconveniente al medio ámbito. (Estévez, 2016).

Ecuador también denominado el país de los cuatro mundos debido a su gran diversidad y prueba de ello son: la Amazonía, la costa, la sierra y las Islas Galápagos también otorga la oportunidad a los visitantes de realizar actividades turísticas, degustar de la gastronomía, conocer cada uno de los atractivos naturales y culturales entre ellos se encuentran: museos, casas históricas, iglesias, playas, cascadas, etc. Por este motivo se considera a Ecuador como fuente principal de turismo estableciendo un buen desarrollo sostenible para mantener intacta la mega diversidad para las futuras generaciones, la actividad turística genera ingresos económicos que aportan en gran medida al desarrollo a la población del país ya que aporta beneficios tanto personales, económicos, políticos y sociales.

El cantón Quevedo perteneciente a la provincia de los Ríos es una ciudad favorecida al ser un territorio poseedor de riquezas tanto naturales como culturales es por esa razón que se elaboró un diagnóstico con el fin de determinar si Quevedo está apto para denominarse como un destino turístico inteligente ya que contiene dichos recursos antes mencionados, para ello se recurre a la siguiente metodología que consiste en los métodos: analítico, inductivo y deductivo para el desarrollo del análisis. Se tiene como objetivo principal identificar las potencialidades de Quevedo como ciudad inteligente, para plantear estrategias y proponer

una línea base que permita a la ciudad convertirse en un destino turístico inteligente, en el transcurso del desarrollo del tema se plantearon los posibles problemas a los que se enfrenta.

El presente trabajo de investigación tiene como motivación implementar un diagnóstico del cantón Quevedo como destino turístico inteligente , que durante el desarrollo de la investigación se denominará DTI, en la actualidad la era digital ofrece o facilita la comunicación a nivel global brindando a la población mundial la posibilidad de ofertar los diferentes destinos turísticos a través de las plataformas que existen hoy en día, entonces el modelo de Smart destination ofrece un espacio turístico revolucionario, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el avance sostenible del territorio, posibilita la interacción e incorporación del visitante con el ámbito y aumenta la calidad de su vivencia en el destino y la calidad de vida de los habitantes.

CAPITULO I.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

Las localidades latinoamericanas siguen afrontando inconvenientes estructurales. Esto tiene relación de manera directa con su aptitud fiscal: los bajos capitales y el alto gasto público a nivel local resultan en capitales reducidos para la inversión y en una alta dependencia de transacciones de otras esferas gubernamentales. (BID, 2016). El turismo en este contexto, se posiciona como una vía para lograr el posicionamiento mundial que facilita, la toma de elecciones comerciales, la obtención de financiamiento en todo el mundo, entre otras características. El sector turístico recomienda tener una perspectiva que permita un avance adaptativo, evolutivo y escalable, ya que los municipios no son iguales en tamaño, personalidad, aptitud de evolución y desarrollo (historia, recursos). Por consiguiente, cada localidad debe determinar su modelo con el propósito de seguir y ajustarse a los requerimientos del ámbito. Quevedo al ser una localidad complicada que quiere resultar DTI, tiene una enorme desventaja frente a otros sitios, empezando por una demanda insatisfecha y por una oferta turística poco creativa que otorga como resultado una localidad que no cumple con los estándares de Destino turístico Capaz (DTI).

Partiendo de la pregunta **¿Qué requiere Quevedo para cumplir con los estándares impuestos del DTI?**, se quiere con la presente investigación detectar las brechas y potencialidades de la ciudad más importante y buscar una iniciativa a los pocos adelantos en la originalidad de la oferta, en la integración de la tecnología, como parte de los distintos servicios y atractivos turísticos; adaptándolos a las pretensiones del nuevo turista o viajero digital.

Un Destino Turístico Capaz (DTI), debe partir de una línea de base que permita detallar las pretensiones, los criterios y objetivos para su avance futuro, de tal forma que es exacto hacer una recolección de información de la región partiendo, de los indicadores propios de un DTI, integrando los criterios de sostenibilidad de la Agenda 21; y más que nada, con el enfoque de ser un destino turístico competitivo. Por lo antes expuesto, es requisito investigar qué propiedades culturales, naturales y socioeconómicas influyen para distinguir a Quevedo de otros lugares turísticos con el objetivo de complementarse a la novedosa demanda y más que nada al nuevo pensamiento de DTI.

1.1.2. Diagnostico

Los procesos de desarrollo globalizados constantes que atravesamos en el presente siglo XXI, la ciudad de Quevedo no escapa a este desarrollo de su hábitat, y por si las necesidades de sus habitantes en mejorar la situación turística de la ciudad como mecanismo de desarrollo socio-económico.

La problemática en el sector turístico del país se ha visto afectada por factores como son: carencia de promoción de los atractivos, el no aprovechamiento de sus recursos naturales, así como los altos niveles de inseguridad, provocando desinterés en la inversión extranjera, lo que han impedido su desarrollo a nivel nacional, así como en Quevedo, ubicado en la provincia de Los Ríos.

Buscar una iniciativa a los pocos adelantos en la originalidad de la oferta, en la integración de la tecnología, como parte de los distintos servicios y atractivos turísticos; adaptándolos a las pretensiones del nuevo turista o viajero digital.

Dentro de la cadena causa-efecto para el desarrollo turístico, se considera: Los días Feriados, o motivos culturales, las comidas típicas de la región, los atractivos de la provincia de Los Ríos, como son sus afluentes, cascada, ríos bordeados de hermosas playas de arena, además la diversidad de la flora y fauna silvestre de la región que por la falta de explotación turística a estos lugares y comidas inexploradas aun por el foráneo y lugareños para su deleite del descanso y hasta pernoctar en sitios diferentes y nuevos al de su residencia habitual, cuyo efecto hacen de la ciudad de Quevedo un potencial lugar de mucho desarrollo hotelero , agencias de viajes y turismo, es por ello que se considera un potencial turístico en desarrollo.

1.1.3. Pronóstico.

Al aplicar las estrategias del DTI se puede introducir la tecnología como un recurso para la promoción y difusión de los atractivos del cantón, además de desarrollar las zonas turísticas se obtendría inversiones por parte de las administraciones públicas en infraestructuras.

1.1.4. Formulación del problema.

¿De qué manera la implementación del DTI incidirá en el desarrollo turístico del cantón?

1.1.5. Sistematización del problema

¿Cuál es el estado de los elementos de un Destino Turístico Inteligente en el cantón Quevedo?

¿Cuáles son las variables necesarias para que el cantón se convierta en un destino turístico inteligente?

¿Cómo debe ser desarrollado el modelo turístico basado en los conceptos de Destino Turístico Inteligente aplicados al cantón?

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo general:

Identificar las potencialidades de Quevedo como ciudad inteligente, para plantear estrategias y proponer una línea base que permita a la ciudad convertirse en un destino turístico inteligente.

1.2.2. Objetivos específicos:

Determinar las brechas que la ciudad de Quevedo necesita cumplir para convertirse en un DTI.

Establecer las potencialidades de Quevedo como ciudad inteligente en función de los estándares de los DTI para definir una línea base para la presente propuesta.

Plantear las estrategias básicas a implementar en Quevedo para desarrollarla como un destino turístico inteligente.

1.3. Justificación

El sector turístico es uno de los que más aporta al desarrollo del cantón Quevedo al ser una ciudad poseedora de varios atractivos turísticos los mismos que aportan en su mayoría al desarrollo económico y social, en la actualidad existe una notoria falta de compromiso en la elaboración de planes estratégicos que ayuden a impulsar el turismo en el cantón Quevedo ubicado en la provincia de Los Ríos.

La tecnología forma parte del día a día de las personas es por ello que se vuelve una herramienta accesible ya sea para diferentes actividades como: trabajo, ocio, investigación y entre otras funciones, es así como nace la necesidad de implementar nuevas estrategias que faciliten a los turistas el obtener información y servicios, evitando el contacto con las demás personas ya que la emergencia sanitaria cambió mucho la forma de vida a nivel global, los smart destinations busca mejorar tanto la calidad de vida de los residentes, como la experiencia de los turistas visitantes, es decir, el turista podrá tener acceso a todo aspecto relacionado con el sitio sin tener contacto real con la población de dicho sitio.

Es por ello que se vuelve necesario establecer un diagnóstico para determinar si la ciudad en su estado actual cumple o no con los estándares impuestos para convertirse en un destino turístico inteligente para luego elaborar un plan estratégico que tenga como misión principal el enfoque y desarrollo de los ejes correspondientes como accesibilidad, sostenibilidad, innovación y tecnología ya que corresponden al modelo de DTI.

CAPÍTULO II.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA

INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual.

2.1.1. Turismo sostenible

La Organización Mundial del Turismo (OMT): “aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

Según la (OMT) Organización Mundial del Turismo, el Turismo Sostenible es “aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas, así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro”.

Se entiende que el objetivo fundamental del turismo sostenible es mantenerse en el tiempo, necesitando para ello obtener la máxima rentabilidad, pero protegiendo los recursos naturales que lo sostienen y respetando e involucrando a la población. (Ceupe, 2017)

Dentro de los aspectos principales de la sostenibilidad se incluyen:

1. **Sostenibilidad ecológica:** se refiere a la capacidad de poder mantener los aspectos biológicos en su productividad y diversidad a lo largo del tiempo y, de esta manera, ocuparse por la preservación de los recursos naturales fomentando una responsabilidad consciente sobre lo ecológico y, al mismo tiempo, crecer en el desarrollo humano cuidando el ambiente donde vive. En la actualidad muchas empresas y compañías comenzaron a impulsar estos cambios. (Rss, 2020)
2. **Sostenibilidad social:** desarrollo vital de grupos sociales concretos. De esta manera, busca fortalecer la cohesión y la estabilidad de las poblaciones. El concepto se aplica a sectores sociales o poblaciones en situación de desventaja con respecto a las demás, o que se encuentran desprotegidas de algún modo. De ahí que su objetivo central sea la gestión responsable de recursos, lo que significa garantizar que la actividad humana se desarrolle de una manera que no destruya el entorno de las comunidades en donde se realiza. Así se puede promover la permanencia en el largo plazo de estas comunidades humanas, de su estilo de vida y de su cultura. (Aquae, 2020)

3. **Sostenibilidad cultural:** se refiere a la preservación de las creencias, el patrimonio y la identidad de las comunidades sobre las consecuencias que puede traer el desarrollo económico para algunas culturas si se hace de manera irresponsable, sobretodo para las minorías, que, en el peor de los casos, pueden incluso llegar a desaparecer. (Vasquez V., 2020)
4. **Sostenibilidad económica:** es la capacidad que tiene una organización de administrar sus recursos y generar rentabilidad de manera responsable y en el largo plazo. Cuando las empresas diseñan sus modelos de negocio, deben establecer cuál será su estructura de costos y su estructura de ingresos, para así ver de qué manera podrán alcanzar el punto de equilibrio y a partir de qué momento comenzarán a percibir ganancias. En este sentido, surge la oportunidad de gestionar mejor los recursos, de cuidarlos y que estos sirvan para generar la mayor utilidad posible. Este principio es el que las empresas sostenibles económicamente aplican en todos sus ámbitos de acción productiva. (Nirian, 2020)

2.1.2. Desarrollo turístico

El turismo se ha convertido en un importante factor de desarrollo socioeconómico de los países, como consecuencia de que el desarrollo local, endógeno y regional, se considera entre las estrategias que permiten el progreso de un territorio, ya sea una localidad o región. A este resultado han contribuido el proceso de globalización, la creciente descentralización de las políticas públicas y la retracción del «Estado de Bienestar», que tenía entre sus funciones brindar servicios básicos a la población a fin de propiciar una mejor calidad de vida. Se propone analizar los potenciales recursos turísticos de una localidad, a fin de plantear el diseño de una estrategia de desarrollo local, de la cual la comunidad forme parte y contribuya a mejorar su calidad de vida. En este caso, se tratará la conformación de Rutas Turísticas como elemento dinamizador de la economía local/regional y, como fomento a la integración y el desarrollo de las regiones. (Gambarota D. , 2016)

2.1.3. Retos a los que se enfrentan los destinos turísticos inteligentes

Los destinos turísticos inteligentes (DTI) afrontan así retos en el apartado de conocimiento y recursos humanos como la falta de personal y de capacitación en sus organizaciones, el alto nivel de especialización requerido o el déficit en conocimiento tecnológico y análisis de datos. Para aportar su granito de arena la Red de Destinos Turísticos Inteligentes se plantea reforzar los programas de formación y crear una plataforma de formación para los gestores.

- ✓ **Tecnología:** en este ámbito los destinos se enfrentan al necesario mantenimiento y actualización de las herramientas, la adquisición de los datos, los largos procesos de licitación y multitud de proveedores, la interoperabilidad de las plataformas y la dependencia de las grandes empresas. Ante todo, ello la Red se compromete a identificar las soluciones óptimas disponibles en el mercado, crear un catálogo de soluciones y proveedores y priorizar las medidas a adoptar en su diagnóstico DTI.
- ✓ **Desafíos de gobernanza:** pasan por gestionar el cambio, una mayor innovación interna y potenciar la colaboración público-privada y también interadministrativa. Desde la Red proponen incluir otras administraciones estratégicas en su seno, crear grupos de trabajo interadministrativos y fomentar encuentros público-privados entre sus miembros.
- ✓ **Sostenibilidad social y económica del proyecto:** como una necesidad generalizada de mayor dotación económica, especialmente los municipios más pequeños, a pesar de que existen ayudas y líneas de financiación o apoyo, muchas veces desconocidas por la falta de coordinación entre las administraciones y de información de las convocatorias de subvenciones. Para paliarlo la Red se ha comprometido a proporcionar una información más completa a sus miembros y fomentar una mayor coordinación interadministrativa. (Hinojosa, 2019)

2.1.3.1. ¿Qué características y potencialidades tiene un Destino Turístico Inteligente?

Innovador: No sólo desde una perspectiva tecnológica, sino partiendo de la necesidad de una nueva gobernanza. Por ejemplo, estableciendo nuevas relaciones entre el sector público y privado, entre los residentes y los visitantes o aplicando nuevas metodologías participativas. (Next, 2019)

2.1.3.2. Infraestructura tecnológica

La aplicación de soluciones inteligentes como el Big Data permite conocer mucho mejor al cliente y el entorno donde se mueve, ofreciéndole productos y servicios personalizados y de mayor calidad. Además, en un momento como el actual donde el contacto persona-persona debe ser mínimo y la coordinación entre sectores máxima, las nuevas tecnologías serán muy necesarias.

Un ejemplo es la app Hi+Card, una aplicación que permite incluir y gestionar todo tipo de certificados y registros sanitarios (vacunas, alergias, enfermedades crónicas, etc.), convirtiéndose en un auténtico Pasaporte Sanitario Digital.

PayThunder, asociado de Smart City Cluster, es otro ejemplo de tecnología aplicada al sector turístico a través de sus diferentes servicios. Desde pagos con dispositivos NFC (móvil, pulsera, tarjeta...) a hologramas virtuales para informar e interactuar con los visitantes. (Cluster, 2020)

2.1.3.3. Desarrollo sostenible

El desafío del desarrollo sostenible radica en garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico (que tiene más que ver con la capacidad de carga de los territorios que con el crecimiento constante), la preservación del medio ambiente y el respeto a la integridad cultural para conseguir una actividad turística más justa, diversa y respetuosa con el territorio y las personas que lo habitan. (Cluster, 2020)

2.1.3.4. Accesibilidad Universal

El turismo y el ocio son elementos básicos de la vida cotidiana de nuestra sociedad, al que, sin embargo, numerosas personas, por motivos de discapacidad, edad, embarazo, enfermedad u otras razones, no pueden acceder o lo hacen con grandes dificultades. Los destinos turísticos inteligentes deben dirigir sus esfuerzos a adaptar las infraestructuras, equipamientos y servicios, y reducir las barreras arquitectónicas. Así como mejorar la accesibilidad a la información por parte de todos los colectivos. (Cluster, 2020)

2.1.3.5. Interacción e integración del visitante con el entorno

El concepto de destino inteligente posibilita que el visitante se pueda sentir acogido e integrado en el entorno en el que se mueve, y con una mayor capacidad para interactuar con los residentes. No solo se viene de visita, sino que se quiere conocer la realidad de las personas que lo habitan y conseguir experiencias únicas y reales.

Para ello las empresas y organismos públicos deben crear sistemas inteligentes orientados a mejorar esa integración e interacción. Un ejemplo de ello, es www.weeky.es, una agenda turística y cultural de toda Almería desarrollada por nuestro asociado Smart App Solutions, donde el turista puede encontrar experiencias y eventos culturales y de ocio donde mezclarse con la comunidad residente. (Cluster, 2020)

2.1.3.6. Experiencias de calidad

El visitante, en el centro. La industria turística está evolucionando a un ritmo vertiginoso para adaptarse a un nuevo perfil de turista: el viajero hiperconectado e interactivo que busca productos, servicios y experiencias integrales, flexibles y personalizadas. El viaje ya no comienza en el aeropuerto, sino mucho antes, con la inspiración. Y termina con los recuerdos y la satisfacción compartida. Los destinos turísticos inteligentes deben acompañar al visitante en las tres fases del viaje haciendo de ello una experiencia completa y de calidad de principio a fin. ¿Cómo?

- ✓ **Fase de inspiración (antes del viaje):** ofrecer textos, fotos, vídeos, audios, infografías, mapas... Gran cantidad de datos en distintos formatos perfectamente

estructurados sobre destinos, productos y servicios para participar lo más activamente posible en la elección que hará el turista. Un ejemplo de cómo hablar sobre un destino en un formato innovador e inspirador es el Story Map desarrollado por ESRI, uno de nuestros asociados, para presenta la candidatura de Madrid como Patrimonio Mundial de la UNESCO. Una petición contada a través de mapas interactivos con los que se pretende fomentar la participación ciudadana y el atractivo turístico de la zona. (Cluster, 2020)

- ✓ **Decisiones inteligentes (durante el viaje):** La hiperconectividad a través de nuevas tecnologías, aplicaciones y plataformas hace mucho más fácil y flexible la experiencia turística. El viajero interactúa en todo momento con proveedores, servicios del destino turístico y otros turistas conectados, y eso le permite tomar decisiones más inteligentes sobre el terreno. Además, las nuevas tecnologías de realidad virtual permiten a los destinos ofrecer experiencias únicas, inimaginables hace unos años. Un ejemplo es Holavr, que permite experiencias de realidad virtual compartida para grupos de amigos o familias. (Cluster, 2020)
- ✓ **Satisfacción compartida (después del viaje):** ¿Dónde, ¿cómo y quién habla sobre los destinos turísticos y sus servicios? El principal reto de las empresas y los destinos es conocer el grado de satisfacción de los turistas para poder aplicar sistemas de mejora continua y desarrollar nuevos mecanismos de fidelización. Un ejemplo de tecnología para la medición del recurso turístico es NetOpinion de nuestro asociado ITELLIGENT. Se trata de un sistema de minería de opinión, que no sólo para evalúa las opiniones de los turistas, sino que las asocia a recursos turísticos (hoteles, restaurantes, museos,) a partir de comentarios de usuarios mediante sistemas complejos de análisis basados en inteligencia artificial. (Cluster, 2020)

2.1.3.7.Componentes que conforman el DTI

Los destinos turísticos están constituidos por un conjunto de componentes, por una suma de atractivos naturales y culturales o artísticos, y servicios. Pero no es suficiente con la presencia de recursos naturales o el patrimonio cultural, es saber aprovechar la capacidad de atracción que tienen estos destinos para inducir a los viajeros a realizar esfuerzos necesarios para desplazarse.

Por ello, los elementos básicos que conforman un destino son los siguientes:

- a. Atractivos turísticos
- b. Infraestructura
- c. Servicios turísticos y de apoyo
- d. Capital Humano del sector turístico
- e. Planificación y gestión del destino
- f. Imagen

Otros componentes o factores que condicionan un destino:

- a. Entorno geográfico
- b. Factores políticos y administrativos
- c. Factores económicos
- d. Factores culturales y sociales

2.1.4. Atractivos turísticos

Entre los principales elementos de la oferta turística de un destino se encuentran los atractivos turísticos, los cuales constituyen una motivación importante de la afluencia de visitantes y turistas al lugar donde estos se encuentran (Sernatur, 2016). El Servicio Nacional de Turismo administra el catastro oficial de atractivos turísticos del país, los que se han clasificado, basándose en la metodología diseñada para elaborar inventarios turísticos, desarrollada en la década del 70 por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) con el apoyo de la Organización de Estados Americanos (OEA). (Sernatur, Manual de destinos, 2017)

Los atractivos turísticos se clasifican en las siguientes categorías:

2.1.4.1. Sitios naturales

Corresponde a los diferentes lugares de un área considerados en razón de su interés como paisaje, con exclusión de cualquier otro criterio, como equipamiento o actividades recreativas.

2.1.4.2. Folklore

Dentro de esta categoría se encuentran los siguientes tipos: manifestaciones religiosas y creencias populares; ferias y mercados; música y danza; artesanías y artes; comida y bebidas típicas; grupos étnicos y arquitectura popular espontánea.

2.1.4.3. Museos y manifestaciones culturales históricas

Están asociados a algún acontecimiento relevante de la historia nacional o local.

2.1.4.4. Realizaciones técnicas contemporáneas

Corresponden sólo a aquellas que por su singularidad o alguna característica excepcional tienen interés turístico y además un carácter más actual que histórico. En esta categoría se consignan particularmente obras y manifestaciones técnicas propias de nuestro tiempo, dejando para la categoría “Museos y manifestaciones culturales históricas” las que pertenecen al pasado.

2.1.4.5. Acontecimientos programados

Comprende a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que puedan atraer turistas ya sea como espectadores o como actores.

2.1.4.6. Centros o lugares de esparcimiento

Comprende todos los espacios urbanos organizados en torno a ofertas relevantes de esparcimiento y lugares singulares que se constituyen en puntos de atracción para el

esparcimiento, tales como barrios bohemios o con activa vida nocturna, casinos, parques temáticos y centros comerciales.

2.1.5. Infraestructura

El rol de la infraestructura es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso al territorio y su habilitación, lo que da soporte a la realización de diversas actividades económicas y productivas, entre ellas el desarrollo de un turismo sustentable. Por eso, es relevante según la vocación y tipo de destino turístico tener las condiciones generales en infraestructura; servicios básicos, transportes, caminos y servicios comerciales para satisfacer las necesidades básicas tanto de los residentes como de los visitantes. (Sernatur, Manual de destinos, 2017)

2.1.6. Servicios turísticos y de apoyo

Los Servicios turísticos incluyen todos los servicios que el turista requiere y consume directamente mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, guías de turismo, agencias de viajes, etc. De acuerdo a la Ley 20.423, se crea el Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, que comprende un registro de los servicios o establecimientos turísticos agrupados por 17 tipos de servicios que administra Sernatur, la constatación del cumplimiento de los criterios de calidad y estándares de seguridad establecidos en aquél y en las normas técnicas correspondientes. Además, los servicios de apoyo, como es el caso de seguridad, salud, sistema de emergencia, entre otros, son un complemento necesario para que la actividad funcione y cuente con una base para asegurar la permanencia en el destino. (Sernatur, 2017)

2.1.7. Planificación y gestión del destino

Según la OMT, 2004 “La planificación es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad”. La planificación turística posee diferentes escalas: internacional, nacional, regional y local; y cada una de éstas exige sus consideraciones especiales. Un destino que no cuente hoy en día con la planificación y gestión público-privada, puede afectar negativamente al sector productivo turístico y a la imagen percibida o

creada por viajeros. En la actualidad no existe un modelo de gestión que sea el óptimo y el único para desarrollar en un destino turístico. En el mundo se han desarrollado ciertos modelos de gestión de destinos con factor de competitividad, con visión economicista del turismo, integral con la comunidad o sostenible. Entonces, no se puede generalizar que existe un solo modelo de gestión de destino mejor y más beneficioso que otro. (Sernatur, 2017)

2.1.8. Imagen

La imagen del destino responde a distintos elementos que lo destacan, habitualmente reflejados en una frase (slogan) y/o símbolo. Para completar los atributos del destino, se deben considerar aquellos aspectos diferenciadores de otros destinos y tener la opinión que tienen los actores que conforman la organización de gestión, esto permite identificarlo con la historia, cultura, paisajes, tradiciones, etc. (Sernatur, 2017)

2.1.9. Tipos de servicios

En relación a la naturaleza de los servicios inteligentes, las TIC tienen apps en campos muy distintos relacionados con la administración de los lugares turísticos. En este sentido, el marco conceptual propuesto por Segittur (2015) para el triunfo de los lugares turísticos inteligentes considera cinco tipos de servicios de prominente valor añadido para turistas y residentes:

- ✓ **Patrimonio:** sistemas de ingreso en el mismo instante a la historia y las ocupaciones culturales del destino, facilitando una mejor promoción y una vivencia turística de más calidad. - Esto tiene dentro apps de RA, geolocalización, inmersión histórica por medio de gadgets ópticos, de esta forma como mapeo y holografía de video. (Buonincontri, 2016).
- ✓ **Medioambiente:** sistemas para hacer mejor la eficacia en la administración de la energía y el turismo sostenible, que conducen a ahorros indispensables. La administración ambiental capaz, que tiene dentro apps en las superficies de iluminación pública, recolección y régimen de residuos, de esta forma como la utilización de energías sustentables, es un pilar recurrente en la mayor parte de los marcos conceptuales sobre sitios inteligentes. (Regional, 2019)

- ✓ **Seguridad:** Seguridad: sistemas orientados a hacer mejor la seguridad pública (Wang et al., 2016), así como la vigilancia por video remoto en superficies inseguras, reportes electrónicos de la policía o sensores de localidad en eventos masivos. Estas apps tienen la posibilidad de ser de particular interés para achicar el compromiso percibido en sitios considerados inseguros o en la situación de eventos masivos. Además, los sistemas de seguridad capaz tienen la posibilidad de ser muy servibles para hacer mejor las percepciones de los habitantes sobre los inconvenientes de seguridad asociados con el turismo (por ejemplo, la delincuencia o la prostitución). (Regional, 2019)
- ✓ **Salud:** sistemas de salud y prevención orientados a turistas y habitantes como son el ingreso remoto a registros doctores electrónicos, apps de salud preventiva, leyentes de códigos de barras incorporados a los comestibles con información sobre nutrición, o geolocalización de farmacias. Según (Segittur, 2015), estas cinco superficies proposiciones para el avance de servicios capaces en lugares turísticos tienen impactos positivos en la economía local, debido al surgimiento de novedosas oportunidades de negocios en el campo de Internet, Big Data y sistemas CRM.
- ✓ **Política:** toma de decisiones, desarrollo de medidas, etc., encaminadas hacia un turismo de calidad, sostenible y eficiente. Pero conseguirlo requiere esfuerzo; el cambio de escenario provoca no sólo un cambio de mentalidad, sino también un cambio en las reglas del juego, que han de conocerse al detalle antes de emprender el nuevo camino. La revolución tecnológica iniciada a finales del pasado siglo, ha permitido una popularización en el uso de las nuevas tecnologías, que han abandonado su esfera empresarial, para pasar a formar parte del día a día de cualquier ciudadano. (Jeddins, 2020)

2.2. Marco referencial

2.2. DTI

Solís (2020) En su investigación realiza un análisis exploratorio – descriptivo acerca de la relación del turismo inteligente con el desarrollo sostenible, analizando y contrastando sus características, con la finalidad de mostrar su contribución en el logro de la armonía entre el desarrollo económico, social y el respeto al medio ambiente desde la perspectiva de la planificación y la gestión de los destinos turísticos inteligentes. Posteriormente, tras presentar la metodología seguida, se presentan las cuatro principales características de los destinos inteligentes: innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Se continúa con la presentación de un caso de éxito: Tequila (México), y se resaltan las prácticas que llevan a cabo este destino para asegurar la satisfacción de sus ciudadanos.

Espinoza (2019) en su tema “Diagnóstico de Quito como destino turístico inteligente” hace mención de que dicha localidad tiene un gran potencial turístico como DTI haciendo énfasis en las potencialidades de la ciudad de Quito como ciudad inteligente se enmarcan en los siguientes ejes: cohesión social, tecnología y medioambiente, los cuales tienen relación directa con los ejes de DTI, planteados por la SEGITTUR, y con los proyectos desarrollados por la alcaldía. Sin embargo, la tecnología, la cual es utilizada por el 80% de los encuestados antes y durante el viaje, se la considera una brecha importante que limita la inteligencia del destino, debido al escaso uso de herramientas y dispositivos tecnológicos dentro de la planta turística.

El termino DTI es reciente. A nivel en todo el mundo “Smart Tourism Destination” hace aparición en China en 2009 con un emprendimiento creado en treinta y tres localidades. En el tema nacional, en cambio, este nuevo criterio queda recogido con apariencia de medida en el Plan Nacional e Integral del Turismo (PNIT) 2012- 2015 (Luque et al., 2015:10). Las referencias que recopila el Plan y que aluden a los DTI están orientadas primordialmente a las novedosas tecnologías, con vistas a hacer mejor el posicionamiento del destino. Muestra, además, la intención de determinar un marco homogéneo que alcance la tecnificación de estos sitios, introduciendo una metodología con las bases y requisitos a cumplir para conseguir esa calificación (Secretaría de Estado de Turismo). En la ampliación del mismo

plan (2012-2016) la orientación sobre los territorios capaces se reitera, dedicándose en la búsqueda del agrado del cliente (Secretaría de Estado de Turismo, 2012), concibiéndose al destino, por esto, como un producto. (Ruiz, 2019)

Es claro que para que se logre tener en cuenta un destino de tipo “Inteligente”, es requisito que se cumplan condiciones de tecnología, sostenibilidad y disponibilidad para todos los integrantes que concurren de la interacción en un espacio turístico desde su funcionalidad individual (desde el dueño de un lugar comercial, pasando por los pobladores del destino, el gobierno local y desde luego los turistas), y sus relaciones. (Vargas, 2015)

Las situaciones referenciadas señalan, de manera específica, a modelos que tienen la posibilidad de tomarse como base para futuras tácticas, resaltando de esta forma el examen del accionar del turista, la administración que tienen que tener los distintos atractivos turísticos y la inversión pública y privada indispensable para que el destino disponga de utilidades tecnológicas simples en los DTI.

Este fenómeno de transformación digital, ha derivado en el avance de gadgets electrónicos cada vez más sofisticados, que en aspecto tecnológico buscan hacer mejor la experiencia del usuario y en el contexto turístico aceptan ofrecer una mayor vivencia al turista a lo largo de su visita. En este sentido, la tecnología móvil tomó particular connotación en los años anteriores y se constituyó como un considerable canal de estipulación laboral de bienes y prestaciones turísticas (Boon, 2018)

Según el Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España, un destino turístico inteligente hace referencia a un lugar innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, mismo que facilita la interacción e integración del visitante en el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino. Como principal efecto, según el Gobierno Español, tiene una repercusión que estimula la capacidad de competencia innovadora, así como un incremento económico importante que genera la productividad de diversos sectores turísticos y una mejor calidad de vida de sus residentes. De igual forma un destino turístico inteligente, cumple con necesidades de personalización, así como el de una temática englobadora. (Resnik, 2016)

El éxito del modelo de Destino Turístico Inteligente propuesto por la Secretaría de Estado de Turismo ha despertado el interés de múltiples destinos que han iniciado su proceso de distinción como Destino Turístico Inteligente de la mano de **Segittur** en diferentes etapas desde el año 2013. El interés por el proyecto DTI trasciende fuera de España, dos destinos internacionales ya están dentro del proceso de distinción y se trabaja en nuevas propuestas. Un refuerzo al liderazgo de las políticas turísticas españolas, apoyado también por la Organización Mundial del Turismo (UNWTO por sus siglas en inglés) que celebra anualmente el *UNWTO World Conference on Smart Destinations* en colaboración con **SEGITTUR**. (Segittur, 2019)

CAPÍTULO III
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización.

La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo, provincia de los Ríos la cual se encuentra en la Zona 5 de planificación nacional. Según datos del INEC (2010) está localizada a 1°2'30'' S de Latitud, 79° 28'30'' O de Longitud. Mantiene un clima que oscila entre 23° a 32° C su código postal es EC0901 y el prefijo telefónico 593 4. Se encuentra a 224 km. aprox. de distancia de Quito y a 166 km de distancia de Guayaquil y cuenta con 173.575 mil habitantes. (INEC, 2010)

3.1.1. Límites Geográficos

Norte: Cantones de Buena Fe y Valencia.

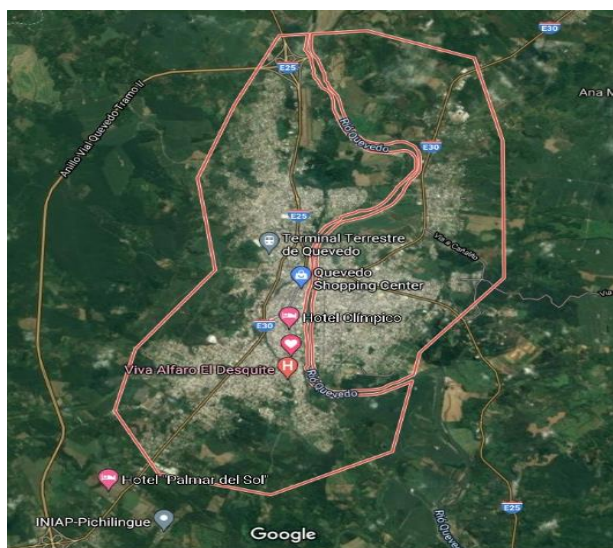
Este: Cantones de Quinsaloma y Ventanas

Sur: Cantón Mocache

Oeste: provincia del Guayas



Fuente: (Inec, 2001)



Fuente: Google maps, 2021

Figura 1 Mapa de ubicación del cantón

Figura 2 Mapa del cantón

3.2. Tipo de investigación.

3.2.1. Investigación documental.

En el desarrollo de recolección de información para la creación de un elemento de exploración o de un emprendimiento de proposición, la exploración bibliográfica y documental (IBD) ocupa un espacio considerable, debido a que garantiza la calidad de los argumentos teóricos de la exploración.

En especial la (ID) brinda información bibliográfica que impulsa el progreso y avance de la exploración, donde se aprecia y piensa sistemáticamente sobre las realidades que ya están como las fortalezas y limitantes con las que cuenta la localidad de Quevedo para ser un (DTI).

3.2.2. Investigación de campo.

La investigación de campo por lo general supone una conjunción del procedimiento de observación de participante, entrevistas y examen. Las considerables corporaciones tienen la posibilidad de tener su departamento de marketing o exploración para catalogar datos de fuentes primarias. No obstante, la mayoría de la exploración de campo se contrata a terceros que hacen investigaciones, grupos focales y entrevistas a nombre de la empresa.

Este procedimiento de recolección de datos cualitativos está encaminado a abarcar, ver y jugar con la gente en su ámbito natural. Esta clase de exploración facilitó el desarrollo de recolección de datos al estar en el sitio de los hechos y avance de este emprendimiento.

3.2.3. Investigación descriptiva.

La investigación descriptiva radica en llegar a comprender las ocasiones, prácticas y reacciones predominantes por medio de la especificación precisa de las ocupaciones, elementos, procesos y personas.

En la exploración descriptiva se examinaron las propiedades del inconveniente escogido, se señalaron los datos obtenidos y la naturaleza precisa de donde fueron extraídos, mismo que dio como resultado que más allá de la gama o diversidad de atractivos turísticos hay inconvenientes estructurales, bajos capitales y el alto gasto público a nivel local resultan en

capitales reducidos para la inversión y en una alta dependencia de transacciones de otras esferas gubernamentales.

3.3. Métodos de investigación.

3.1.1. Método analítico.

Este procedimiento radica en la aplicación de la vivencia directa (lo propuesto por el empirismo) a la obtención de pruebas para comprobar o validar un razonamiento, por medio de mecanismos verificables como estadísticas, la observación de fenómenos o la replicación en fase de prueba. El método analítico se encuentra dentro de los modelos propuestos en el método científico. (Raffino, 2021).

Además, facilita estudiar tanto de los aciertos experimentales, como de los fallos, de igual modo facilita hacer un examen de forma empírica desde aquello que se siente de manera inicial en relación al avance turístico capaz del cantón Quevedo.

3.1.2. Método inductivo.

Con este procedimiento se usa el razonamiento para conseguir conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general.

La aplicación del procedimiento inductivo en la ejecución de la presente exploración nos permitió hacer un estudio de los hechos para formular conclusiones que se postulan como leyes, principios o argumentos en relación a la incidencia del avance turístico capaz del cantón Quevedo.

3.1.3. Método deductivo.

Es un procedimiento de razonamiento que radica en tomar conclusiones en general para explicaciones particulares. El procedimiento deductivo comienza con el examen de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a resoluciones o hechos particulares.

El procedimiento deductivo en la presente exploración asistió desde conclusiones en general y de estas, deducir una secuencia de explicaciones particulares en relación a la incidencia del avance turístico capaz del cantón Quevedo, que después se contrasten con los datos concretos de la verdad.

3.4. Fuentes de recopilación de información.

3.4.1. Fuentes primarias

Se obtuvo la información insitu, a través de recorridos, se aplicó entrevistas y encuestas a los ciudadanos del cantón Quevedo, para determinar las potencialidades como (DTI).

3.4.2. Fuentes secundarias

Se obtuvieron a través de la recopilación de información de trabajos ya existentes, libros, artículos, páginas web, etc.

3.5. Diseño de la investigación.

En este diseño de investigación se aplicó el no experimental por la no manipulación de las variables, además de que se estudió el fenómeno tal y como se da en contexto natural para lograr la consecución de los objetivos se realizaron salidas de campo para levantar la información, se determinó un cuestionario de preguntas cerradas dirigidas a los ciudadanos de Quevedo.

3.6. Instrumentos de investigación.

Se aplicó un cuestionario dirigido a la ciudadanía para analizar las brechas, dificultades o potencialidades como DTI, para aquello se determinó una muestra representativa.

3.6.1. Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la muestra se consideró la población económicamente activa del cantón Quevedo **173.575** habitantes según EL INEC (2010), mediante la fórmula de canavos se consideró un total de **383**.

3.6.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula estadística de Canavos, con un 7% de margen de error, la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

Tabla 1 *Tamaño de la muestra*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALOR
o	Desviación estándar de la población	0,5
N	Tamaño de la población económicamente activa de Quevedo	173.575
Z	Valor obtenido de la distribución normal para un nivel de confianza del 95 %	1,96
e	Limite aceptable del error muestral	0,05
n esperado	Tamaño mínimo de la población objetivo esperado para un nivel de confianza del 95%	383

$$n = \frac{173.757 (0,5)^2 (1,96)^2}{(173.757 - 1)0,5^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{173.757 (0,25)(3,8416)}{173.756 (0,0025) + (0,25) (3,8416)}$$

$$n = \frac{166.8762228}{435.3504}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Luego de aplicar la fórmula de canavos se obtuvo una muestra de 383 encuestas, para identificar las potencialidades de Quevedo como ciudad inteligente, determinar las limitaciones a las que se enfrenta, plantear estrategias y proponer una línea base que permita a la ciudad convertirse en un destino turístico inteligente.

3.7. Tratamiento de los datos.

Se aplicaron herramientas y software informáticos como son Microsoft office, el programa SPSS, que se utilizó para ordenar los datos y hacer el análisis estadístico correspondiente.

3.8. Recursos humanos y materiales.

Materiales de oficina

- ✓ Libreta de campo
- ✓ resma de Papel Bond
- ✓ lapiceros
- ✓ CDS
- ✓ tintas / cartuchos.

Equipos

- ✓ Computadora
- ✓ Impresora
- ✓ Escáner
- ✓ Memoria extraíble
- ✓ GPS

Software

- ✓ Microsoft Word
- ✓ Microsoft Excel
- ✓ SPSS.

3.9. Recursos Humanos

Se obtuvo el apoyo por parte del: Tutor de tesis Ing. Víctor Eduardo Gutiérrez, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4. Resultados

4.1. Brechas que la ciudad de Quevedo necesita cumplir para convertirse en un DTI.

4.1.1. Características necesarias para ser un Destino Turístico Inteligente

Una de las características más importantes con la que debe cumplir un destino para llegar a convertirse en Destino Turístico Inteligente o Smart Destination es enfocarse en satisfacer las necesidades del turista, para que de esta manera se conozca las preferencias de los mismos mejorando así su nivel de satisfacción durante su visita. Asimismo, la infraestructura del destino debe encontrarse altamente tecnificada y brindar información de manera inmediata a través del uso de las TIC como cita. (Guerrero, 2019)

De igual manera, es necesario mencionar que las redes sociales al igual que otras herramientas de internet como lo es el Big Data son imprescindibles para el desarrollo de un Destino turístico Inteligente debido a que permiten conectarse a la red, es por ello que son una de las mayores fuentes de información turística como cita (Piñón, 2019).

Por otra parte, (López, 2013), indica que los Destinos Turísticos Inteligentes se sostienen por 4 pilares fundamentales: **tecnología, innovación, accesibilidad universal y sostenibilidad**. El mismo menciona que la innovación hace referencia a implementación de recursos tecnológicos e ideas innovadoras que ayuden a mejorar e incrementar la promoción turística del destino.

En cuanto a la accesibilidad Universal, es la manera de agregar valor a cualquier iniciativa, es decir, incluir el acceso fácil a la información en diferentes idiomas para que los turistas de cualquier parte del mundo tengan la posibilidad de entender los servicios, esto incluye también la mejora del transporte público por medio del uso de la sensorización (López, 2013).

La tecnología debe ser incluida en todas sus versiones desde la vigilancia tecnológica la cual permite recuperar información útil de los mercados y clientes por medio de captación de datos como las plataformas tecnológicas mediante el uso de medios de difusión y promoción.

Además, dicha tecnología debe de estar enfocada en garantizar la ecoeficiencia del destino. Por último, está la sostenibilidad, que es comprendida como la gestión razonable y eficaz de todos los recursos disponibles, optimizando así los mismos de forma eficaz para mejorar las oportunidades del futuro (Piñón, 2019).

En cuanto al análisis de las características que debe poseer el cantón Quevedo para ser un DTI, tiene deficiencias en cuanto a la satisfacción del turista, por lo que no cuenta con accesibilidad a los componentes fundamentales como son: tecnológicos, estructurales, seguridad e innovación. La carencia de puntos tecnológicos municipales (redes WIFI abiertas, puntos de carga, dispositivos informáticos inteligentes turísticos, entre otros.) lo que dificulta el cumplimiento de los estándares básicos del DTI.

4.1.2. Integración de la tecnología en los Destinos Turísticos Tecnología.

Es la aplicación de un grupo de entendimientos y capacidades con el propósito de hallar una satisfacción que permita al ser humano desde solucionar un inconveniente preciso hasta el poder agrandar una necesidad en un tema preciso (Ecured, 2018)

La tecnología está que se encuentra en todos los espacios de la vida diaria. De una manera u otra, todas las ocupaciones que hacemos en todo el día comprometen la utilización de algún gadget tecnológico (Ecured, 2018)

Es más habitual que se aprecie adopción de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y arreglos organizacionales en el campo de las relaciones usuario/producto. Estas tendencias que marcan el tipo de originalidad en los servicios, se expresan de igual modo en el turismo. (Martínez, 2016)

Con la presencia de un viajero hiperconectado y amigable, las TIC han impactado en la forma de concebir el negocio turístico, el cual no está basado en el producto sino en el cliente que cada vez está más informado. En la ciudad de Quevedo existe una total deficiencia de la información turística para las personas de la localidad y extranjeras, por lo que no cuenta con aplicativos móviles que facilitan la interacción entre la información entre el local y el turista.

4.1.3. Innovación en los Destinos Turísticos

“Innovar” originalmente procede del latín *innovare*, que significa cambiar o modificar las cosas ingresando noticias. La originalidad se asocia además a la construcción, estando dos tendencias esenciales en la definición de su concepto: la primera un grupo de autores e instituciones que agregan explícitamente la iniciativa de que innovar es hacer, cambiar o aumentar y que esta se materializa en nuevos productos, servicios y procesos (Comisión Europea, 1995). La originalidad dejó de ser un desarrollo individual o un esfuerzo exclusivo de parte de las compañías, para transformarse en un desarrollo popular, sistémico, e inclusivo (Arocena & Sutz, 2013).

Un destino turístico y su administración, es un espacio ideal de confluencia de elementos que pertenecen a un SIN, no obstante, no fue en la actividad turística donde más adelantos se han propiciado del mismo modo, primando un accionar pasivo en temas de exploración y avance con prioridad a la exploración aplicada para ofrecer respuestas a inconvenientes particulares.

La ciudad de Quevedo está aplicando proyectos de sectores turísticos tales como el parque de la familia, la ruta del río con su variabilidad turística, además de la inclusión de proyectos privados como el paseo shopping Quevedo, supermaxi y el proyecto que se está ejecutando el centro comercial la “quadra”, lo que ha permitido que Quevedo sea un pionero en la provincia de Los Ríos en el ámbito de innovación en el turismo empresarial y comercial.

4.1.4. Perfil del turista digital

Las nuevas tecnologías como se ha mencionado con anterioridad han creado a los turistas digitales o inteligentes los cuales son más exigentes e impacientes, al igual que hiper informado, permanentemente comunicado, multicanal e independiente que está en busca de un servicio más personalizado con el fin de vivir experiencias únicas y auténticas. Esta nueva generación de turistas tiene el deseo de incorporarse digitalmente al destino antes, durante y después del viaje (Fernández, 2017).

De igual manera, (Troitiño, 2017) sostiene que los turistas actuales o digitales poseen las siguientes características:

- ✓ Hacen uso más frecuente de internet y de dispositivos móviles en todo el ciclo del viaje, demandando conectividad.
- ✓ Sus patrones motivacionales son más extensos y flexibles.
- ✓ Son sensibles a los precios, a la seguridad y al entorno.
- ✓ Están predispuesto a considerar opciones y tipos de viajes basados en ofertas.

Esto indica que las preferencias de los turistas han cambiado con el tiempo acorde van apareciendo nuevas tendencias lo cual influye totalmente en las necesidades y gustos de los visitantes, es por aquella razón que se hace necesario perfilar el visitante que llega a hacer turismo a la localidad de Quevedo.

4.1.5. Perfil del turista

4.1.6. Perfil de los Turistas que Visitan la Ciudad de Quevedo.

Hoy en día se conocen numerosos tipos de generaciones, las mismas que se fueron construyendo durante los años. Se podría nombrar que estas generaciones son las mismas que le dan un diferente enfoque a eso que es la actividad turística.

No obstante, en el presente trabajo se relata una generación que marca, representa y se desenvuelve con más grande simplicidad en la localidad de Quevedo, las personas nacidas entre 18 y 24 años son conocidas o denominadas como la generación Z. Esta generación se considera un grupo que piensa diferente gracias a los cambios que enfrenta la sociedad de hoy, tales como: la crisis económica, el calentamiento global, el terrorismo y los movimientos humanitarios o refugiados.

Son nacidos en la etapa de la tecnología, y piensan que es un aspecto considerable en las ocupaciones que hacen en su todo el tiempo, la utilidad primordial que esta generación usa son las comunidades con el objetivo de plasmar sus superiores instantes vividos, vivencias y anécdotas para, de esta forma así poder enviarla con personas que forman parte a la misma generación, familiares o sencillamente personas que se sienten llamados por el contenido que estos publican.

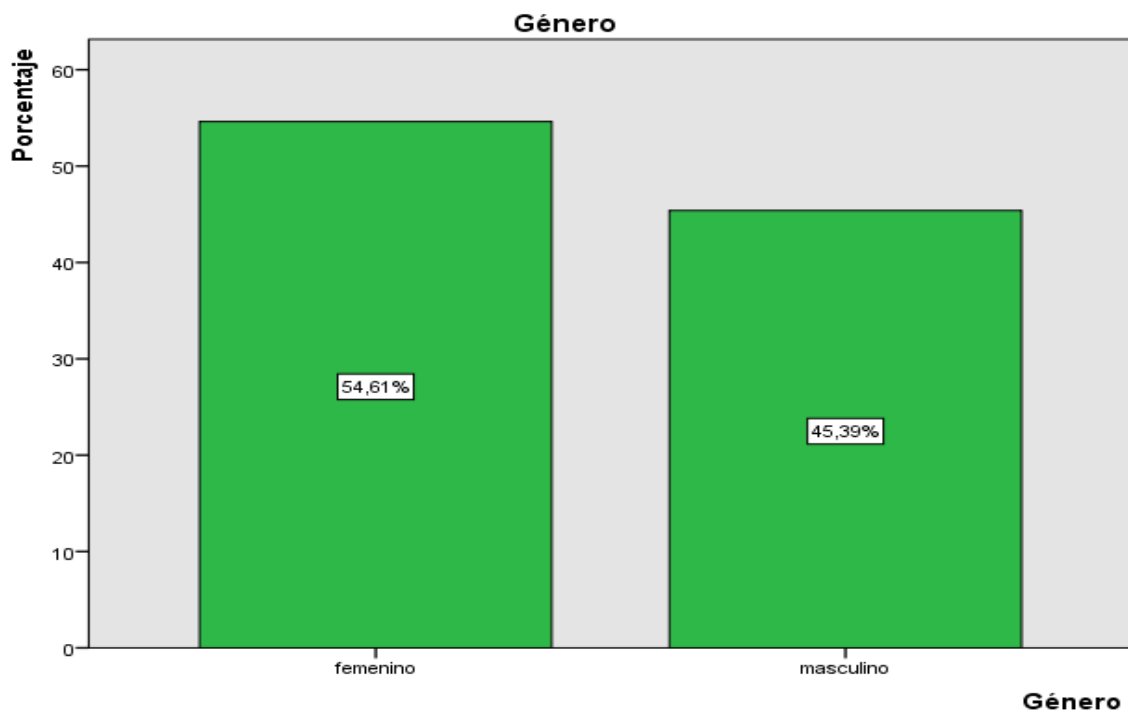
Para esta generación tiene como propósito o fin que sus viajes tienen que ser a sitios nuevos, o sitios que fueron perfeccionando u creándose con el paso de los años. Visitando de esta forma nuevos sitios como sitios exóticos, comprar novedosas vivencias, aventuras y el contacto directo con las comunidades locales. Además, le gusta comunicar con la red social digital los lugares turísticos que visita y su opinión sobre los servicios y establecimientos que provocaron agrado o rechazo a lo largo de su viaje.

De igual modo, no se compone solo con llevar a cabo una aceptable adquisición, sino que el producto o servicio tenga las propiedades que quiere más allá del precio que tenga y espera que lo atiendan bien como si fuera el exclusivo cliente.

4.2. Encuesta

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a las 382 personas de la población del cantón Quevedo.

Figura 1 Género de los encuestados

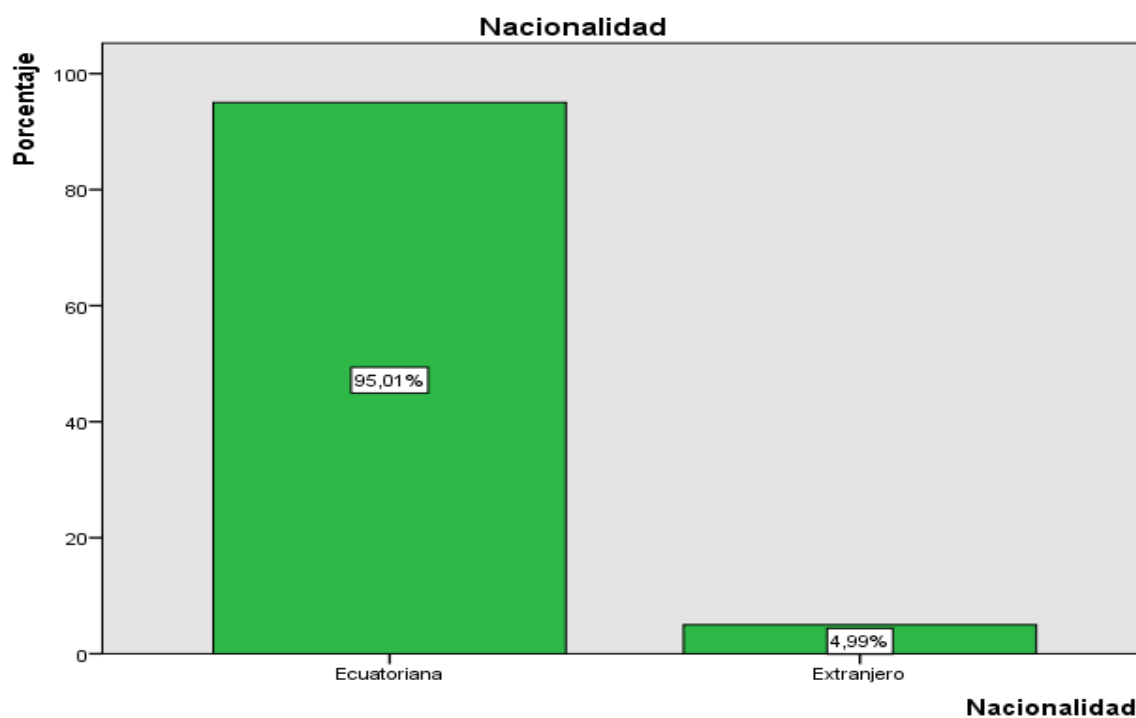


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De 383 encuestas realizadas se pudo determinar que el género predominante dentro de los encuestados es el femenino con 54,61%, sobre un 45,39% correspondiente al género masculino.

Figura 2 Nacionalidad de los encuestados

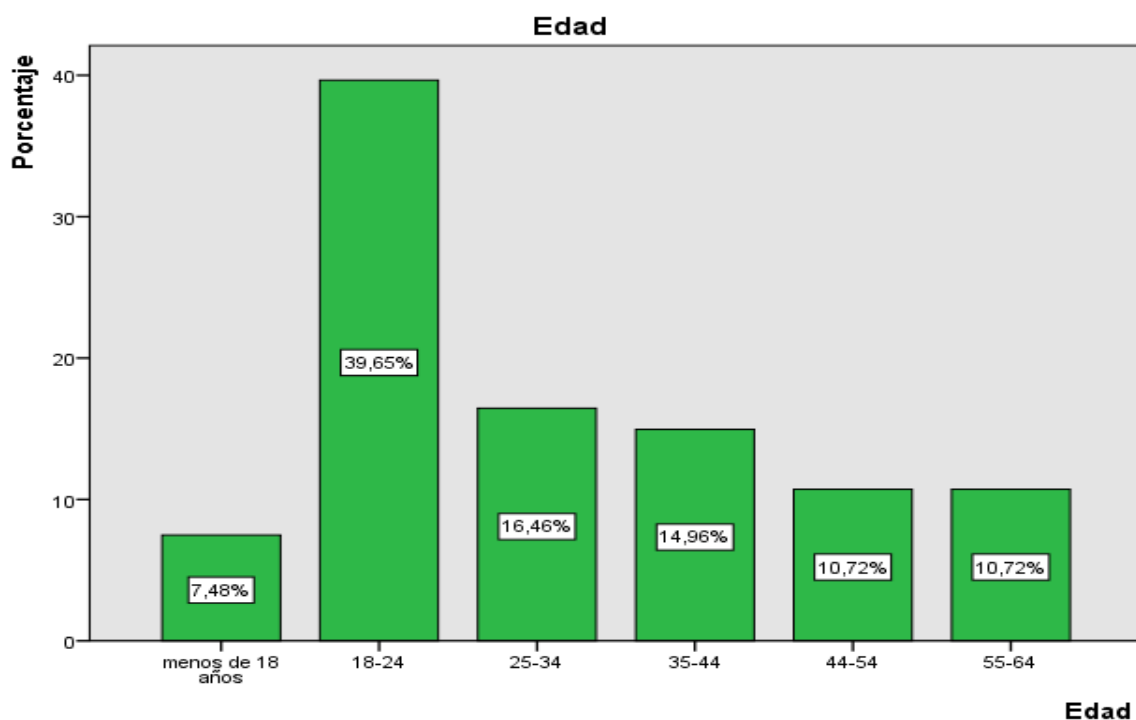


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De 383 encuestas realizadas a la población quevedeña se pudo determinar que la nacionalidad predominante dentro de los encuestados es la nacionalidad ecuatoriana con 95,01%, sobre un 4,99% correspondiente a extranjeros.

Figura 3 Edad de los encuestados.

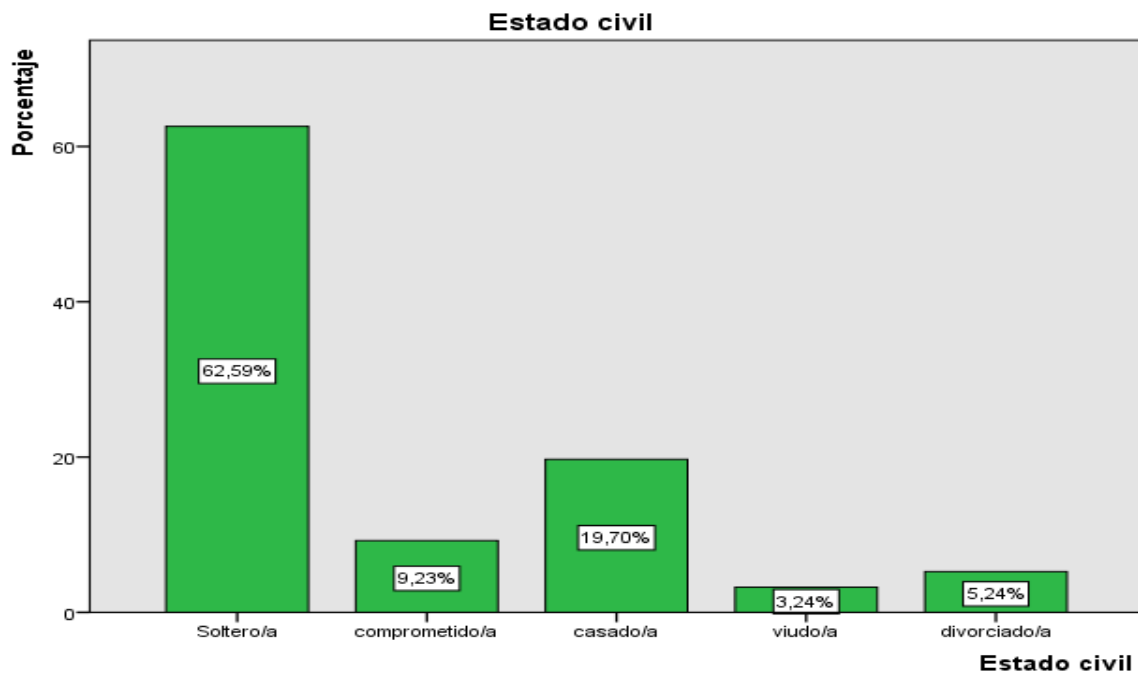


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

En respuesta a la pregunta de su rango de edad, las personas menores de edad corresponden al 7.48%, seguido del 39.65% de los encuestados contestaron que se encuentran en el rango de 18 a 24, el 16.46% de 25 a 34 años, a continuación del 14,96% de 35 a 44 años y por último el 10.72% corresponde a las personas mayores que se encuentran entre los rangos de 44-54 a 55-64.

Figura 4 Estado civil de los encuestados.



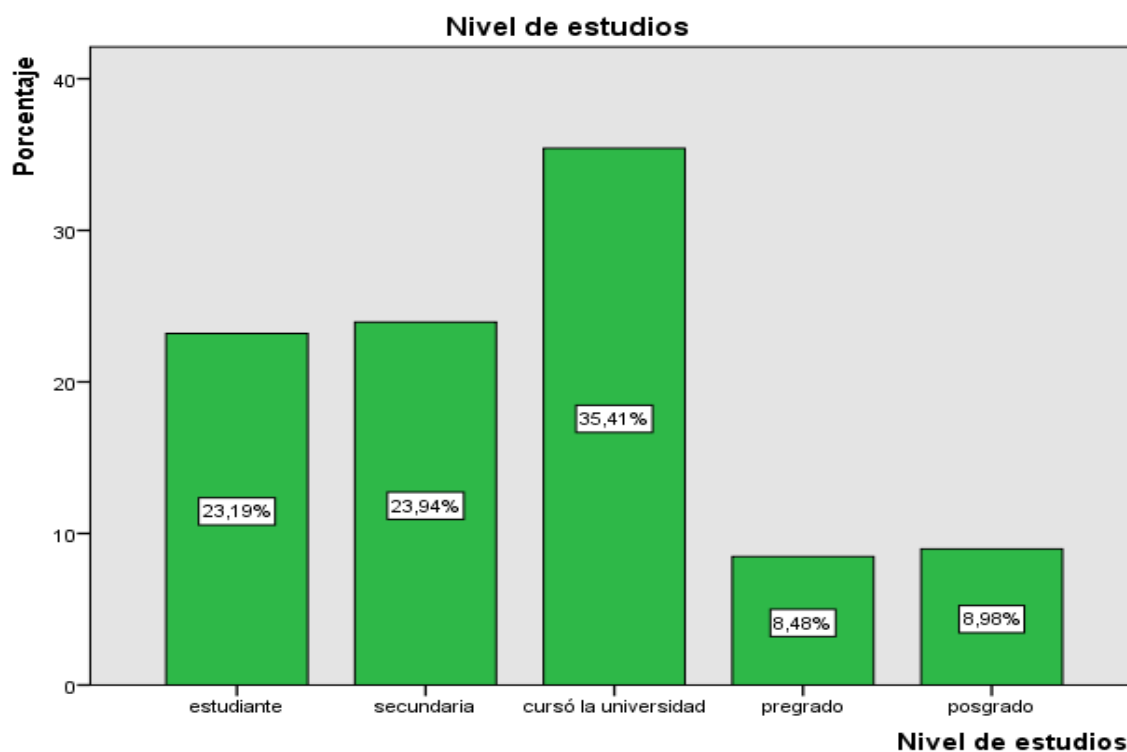
Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

En respuesta a la pregunta del estado civil de los encuestados, el 62,59% declaran que están solteros, mientras que el 9,23% están comprometidos, a continuación del 19,70% que corresponde a casados y por último el 3,24% viudos y el 5,24% divorciados.

NIVEL DE ESTUDIO

Figura 5 Nivel de estudios de los encuestados.

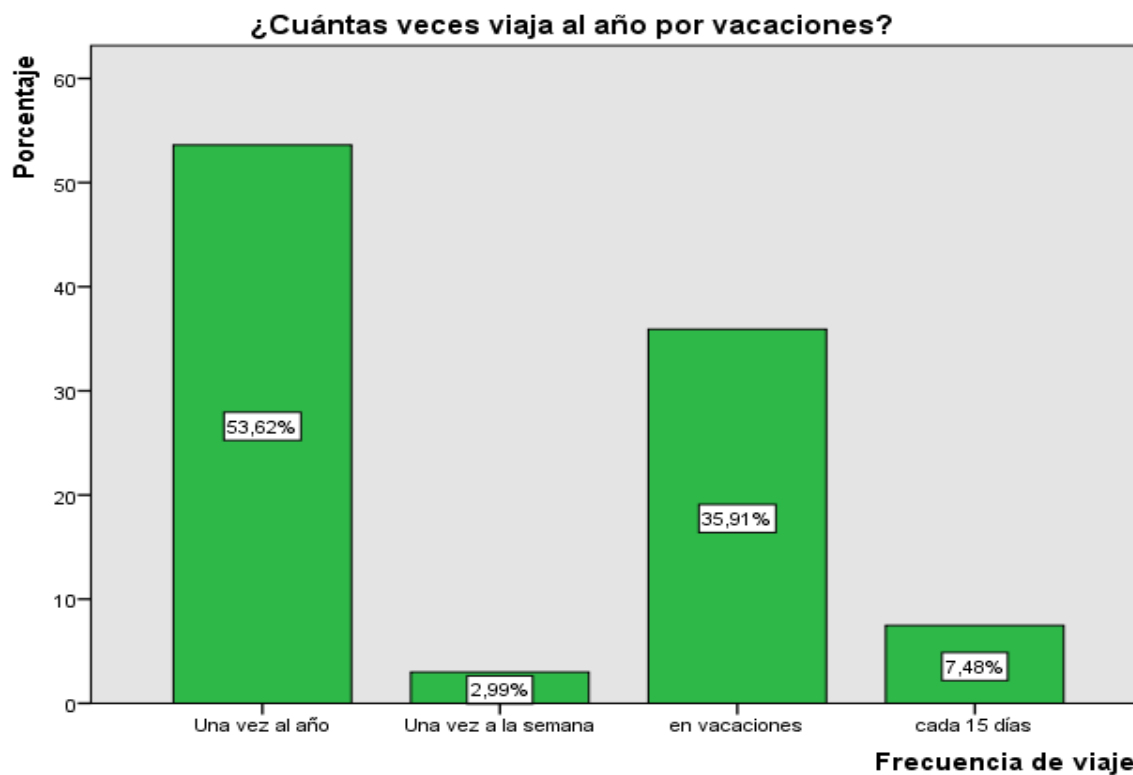


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre su nivel de instrucción académica se pudo evidenciar que el 23.19% actualmente son estudiantes, el 23.94% correspondiente al nivel de secundaria, seguido del 35.41% de los encuestados poseen un nivel de educación superior, a continuación del superior pregrado con un 8.48% de los encuestados y por último el postgrado con un 8,98% de los encuestados.

Figura 6 Frecuencia de viaje de los encuestados.

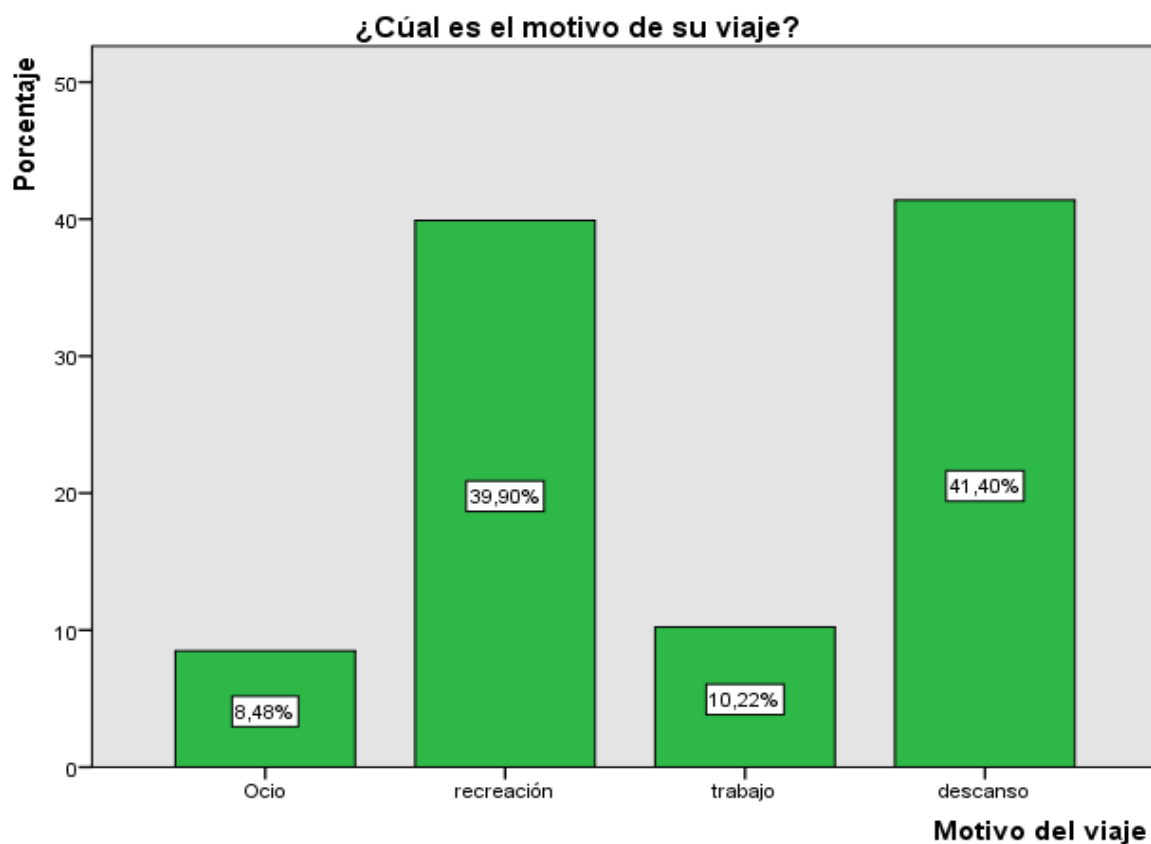


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre la frecuencia con la que viajan los encuestados se obtuvo como resultado que el 53,62% de encuestados viajan una vez al año, mientras que el 2,99% viaja una vez a la semana, a continuación del 35,91% que solo viaja en vacaciones y por último el 7,48% viaja cada 15 días.

Figura 7 Motivo de viaje.

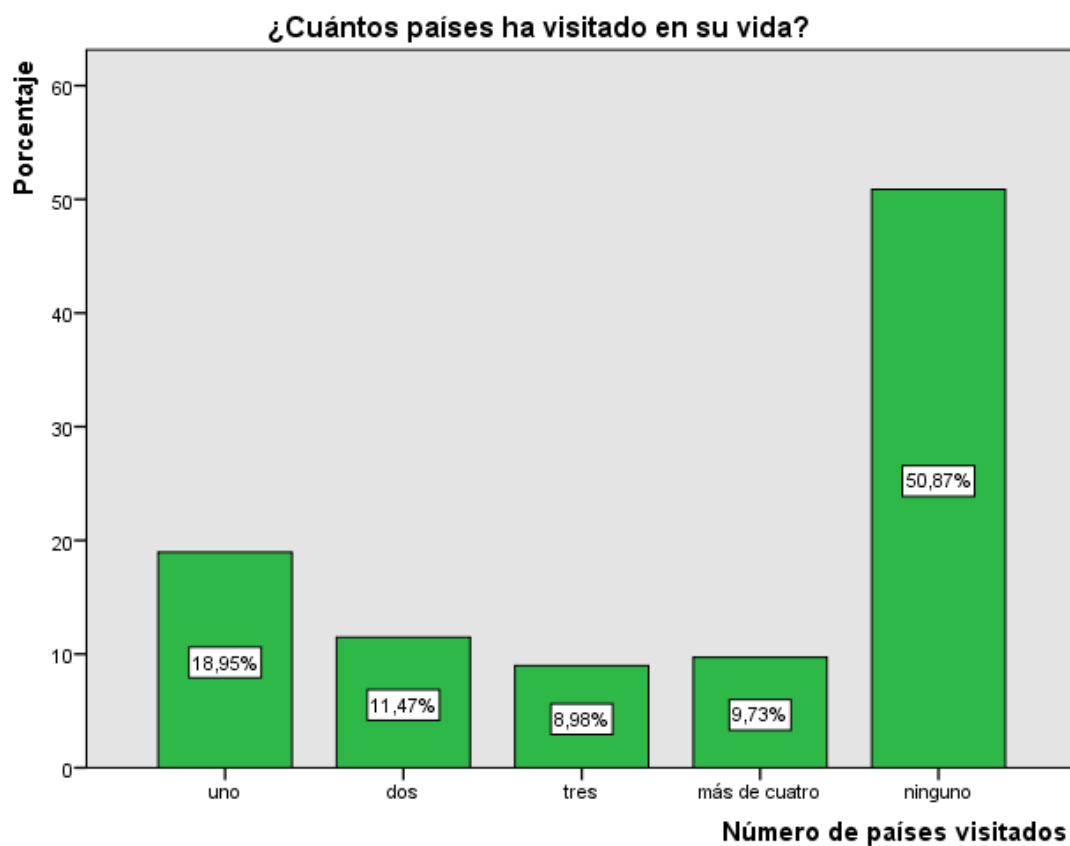


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre el motivo de viaje se obtuvo como resultado que el 8,48% viajan por ocio, seguido del 39,90% viajan por recreación, a continuación del 10,22% los cuales viajan por motivos de trabajo y por último el 41,40% viaja por motivo de descanso.

Figura 8 Número de países visitados.



Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre los países que han visitado los encuestados tenemos como resultado que el 18,95% ha viajado a 1 país diferente, seguido del 11,47% que ha viajado a dos 2 países, a continuación del 8,98% que ha viajado a 3 países, el 9,73% ha viajado a más de 4 países y por último se establece que el 50,87% no ha viajado a ningún país diferente a su país de origen.

4.2.1. Potencialidades de Quevedo como ciudad inteligente en función de los estándares de los DTI para definir una línea base para la presente propuesta.

Para analizar las potencialidades del cantón Quevedo se realizó un análisis FODA para observar las fortalezas oportunidades debilidades y amenazas que en la actualidad posee la ciudad.

4.2.2. ANALISIS FODA

Tabla 2 Análisis FODA

Fortalezas

- Recursos naturales
- Territorio con potencial turístico (ubicación geográfica)
- Gastronomía local (Chaulafan, bollos. etc.)
- Incremento de recursos estatales.

Amenazas

- Afectaciones ambientales
- Falta de conciencia en los ciudadanos de cuidar los espacios turísticos
- Falta de seguridad ciudadana
- Condiciones climáticas

DTI

Debilidades

- Carencia de visión turística
- Falta de interés de parte de los ciudadanos para el sector turístico.
- Ordenamiento territorial deficiente.
- Población con tenencia de tierras no legalizadas
- Escasa capacitación de los actores sociales en los temas de participación ciudadana.

Oportunidades

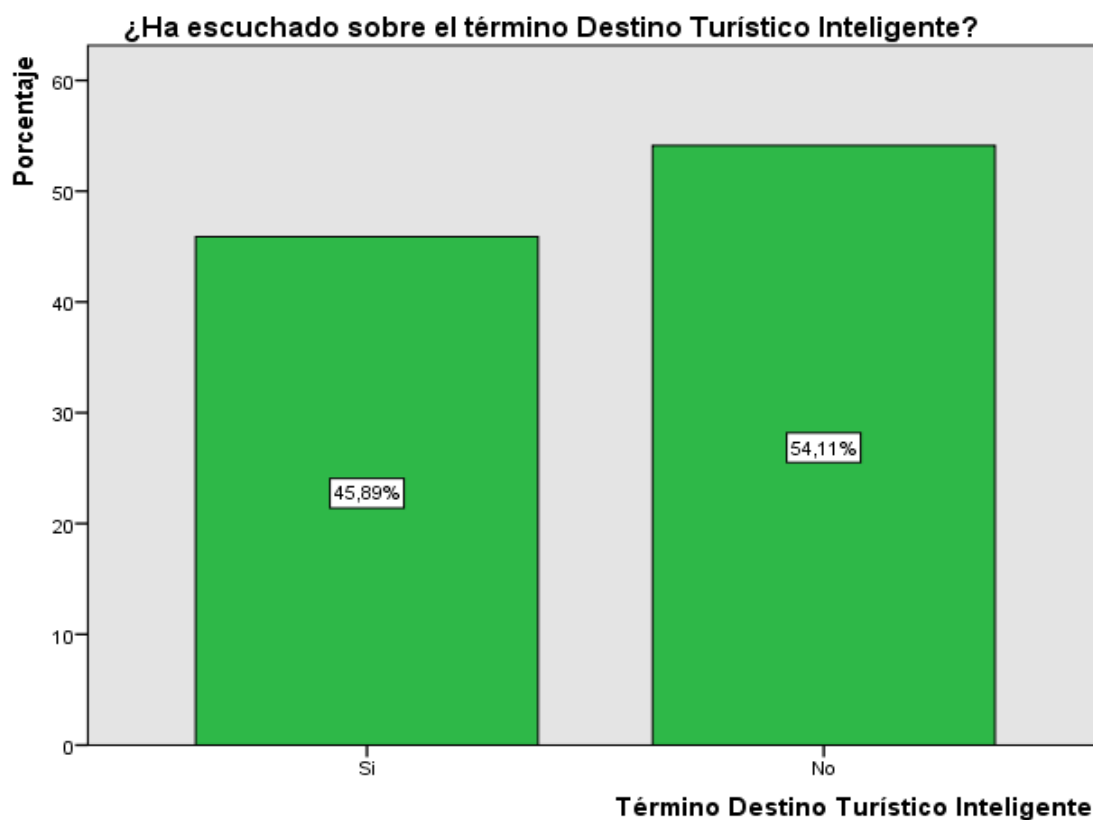
- Inversiones privadas
- Capacidad de uso de tecnologías de la gran población mundial.
- Potencialización de espacios existentes
- Vinculación de los diferentes actores sociales del cantón Quevedo.
- Mejorar la visión turística de la ciudadanía.
- La ejecución de proyectos público-privado que

El análisis FODA demostró que el cantón Quevedo en la actualidad posee fortalezas institucionales y de gobernabilidad para el sector turístico lo que implica una gran potencialidad para que Quevedo cambie su percepción a un DTI, así mismo una de las mayores amenazas es la inseguridad que está incrementándose a nivel local, nacional y mundial, sin embargo la parte estructural e infraestructural del cantón lo hace un fuerte candidato a cumplir con los estándares básicos del DTI, siempre y cuando se aplique de forma correcta el plan estratégico.

Para entender la percepción del turista se realizó un cuestionario con preguntas claves dirigidas a la innovación, satisfacción y conocimiento del DTI, que sirvieron para estructurar la propuesta del plan estratégico.

4.3. PERCEPCION DEL TURISTA EN BASE AL DTI

Figura 9 Término Destino Turístico Inteligente.

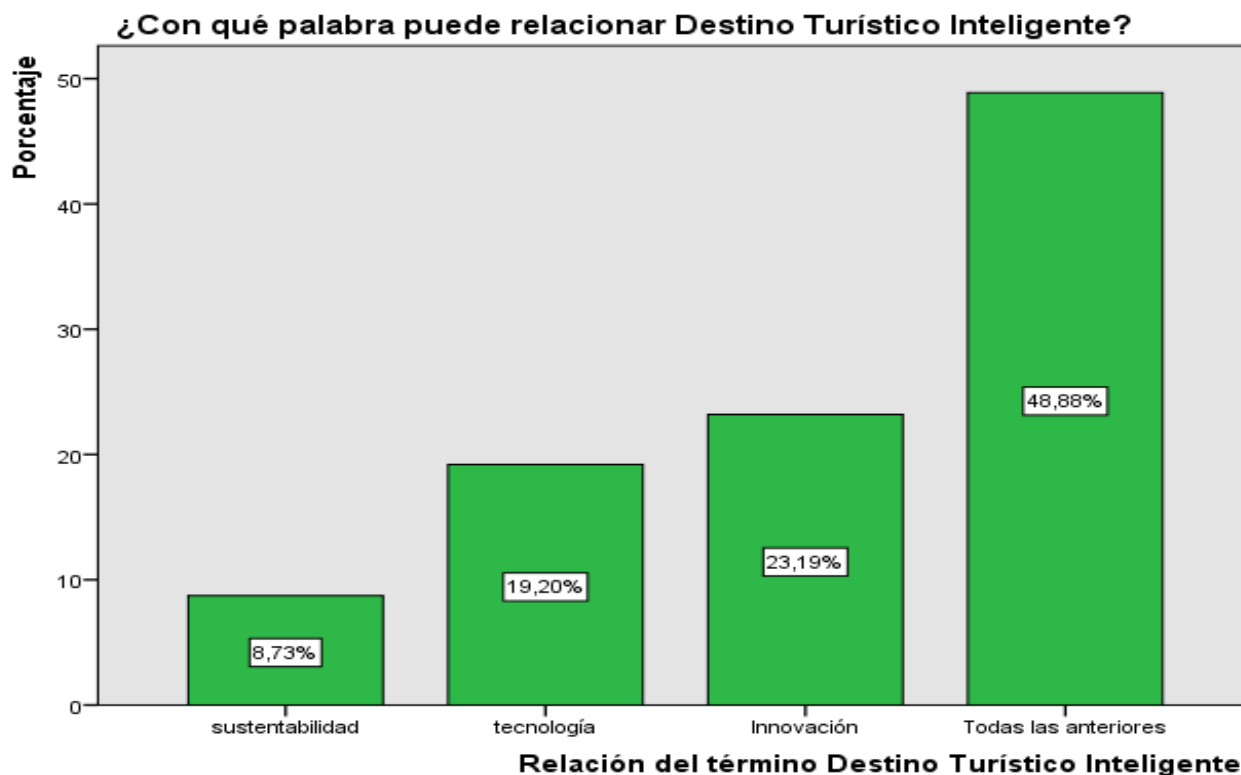


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre la relación del término destino turístico inteligente, el 8,73% de los encuestados entienden el termino de destino inteligente como sustentabilidad, el 19,20% lo deduce como tecnología, seguido por el 23,19% concibe con innovación y por último el 48,88% opina en todas las anteriores.

Figura 10 Relación del término Destino Turístico Inteligente.

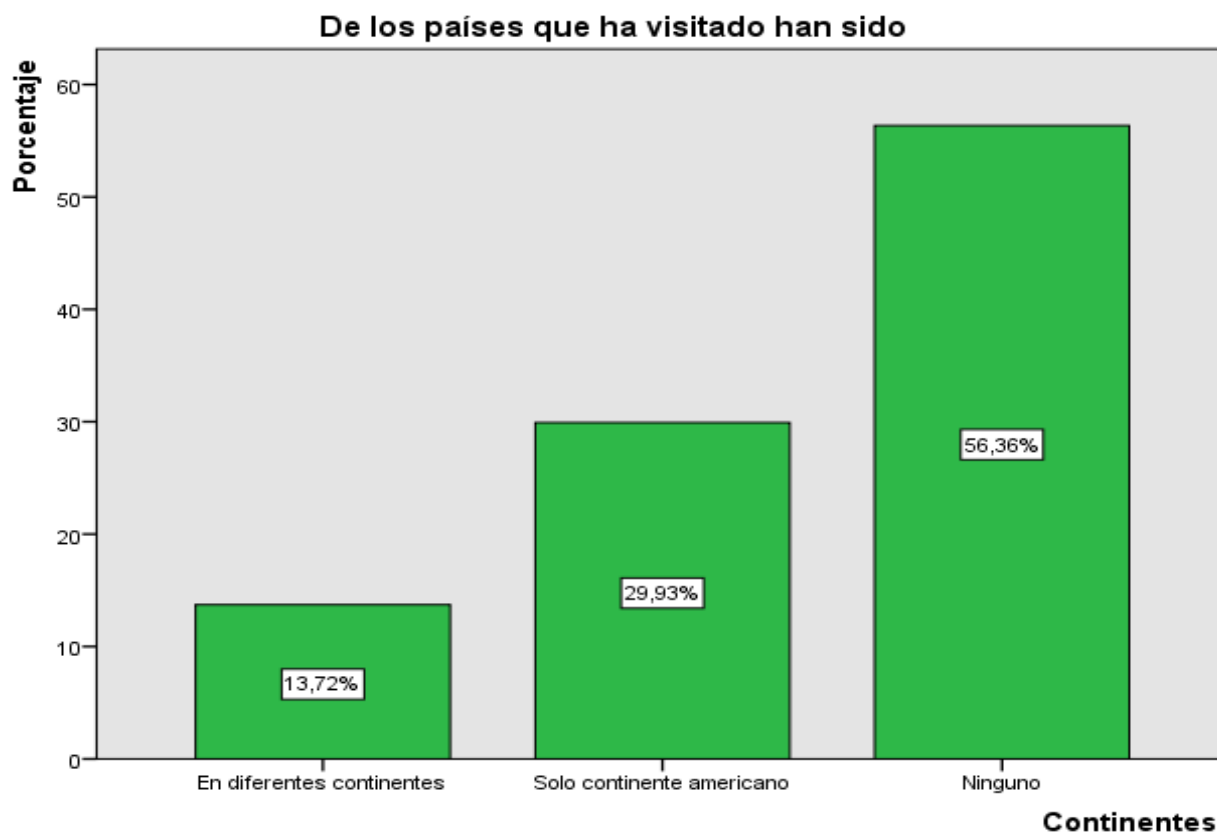


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre la relación del término destino turístico inteligente, el 8,73% de los encuestados entienden el termino de destino inteligente como sustentabilidad, el 19,20% lo deduce como tecnología, seguido por el 23,19% concibe con innovación y por último el 48,88% opina en todas las anteriores.

Figura 11 De los países que ha visitado han sido.

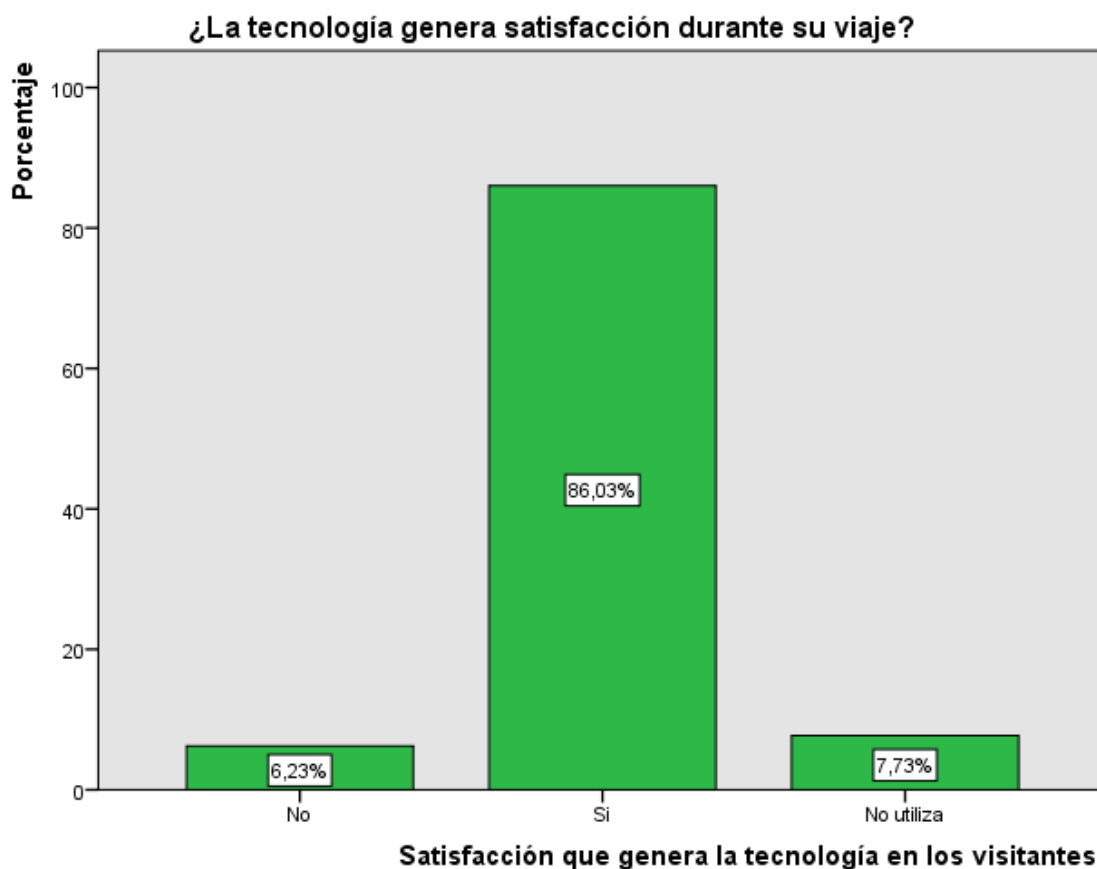


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre los países que han visitado, el 13,72% de los encuestados han viajado a países de diferentes continentes, seguido del 29,93% solo en el continente americano y por último con el 56,36% en ninguno.

Figura 12 Satisfacción que genera la tecnología en los turistas.

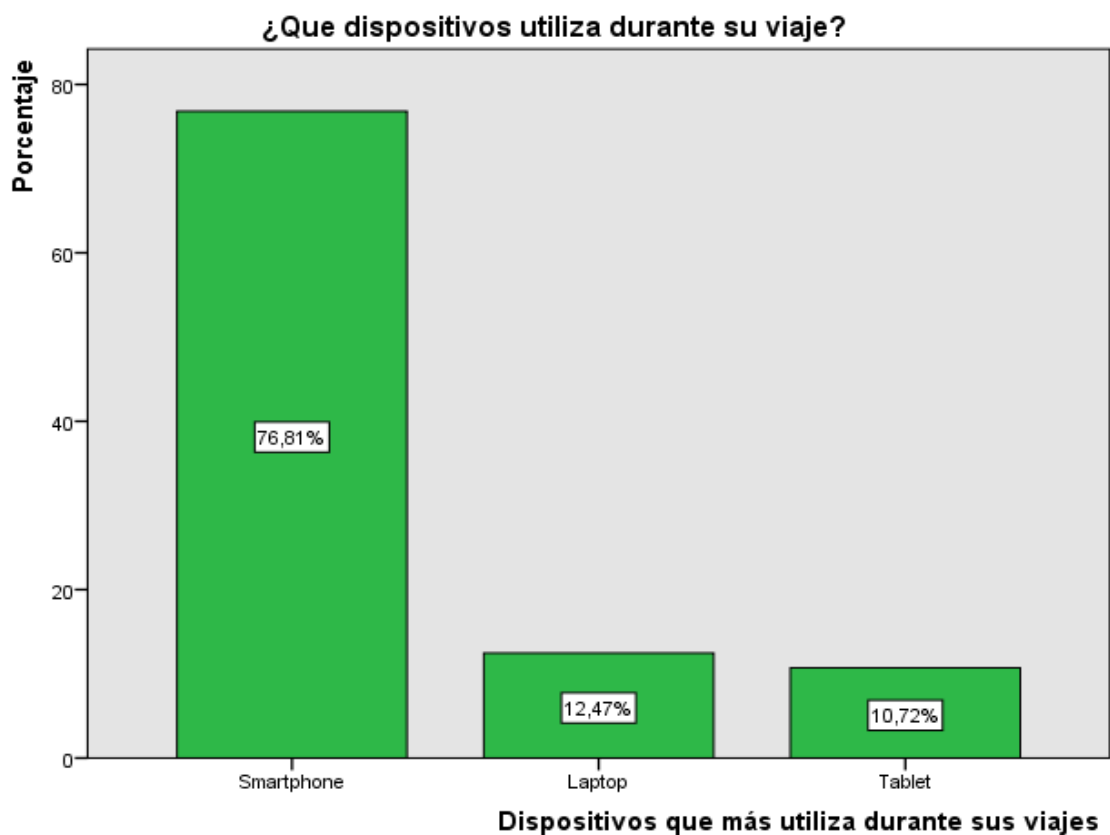


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre la satisfacción que genera la tecnología en los visitantes, el 6,23% de los encuestados manifestaron que la tecnología no genera satisfacción durante su viaje seguido el 7,73% no utiliza y por el ultimo el 86,03% mostro una mayor diferencia.

Figura 13 Dispositivo que más utiliza durante sus viajes.

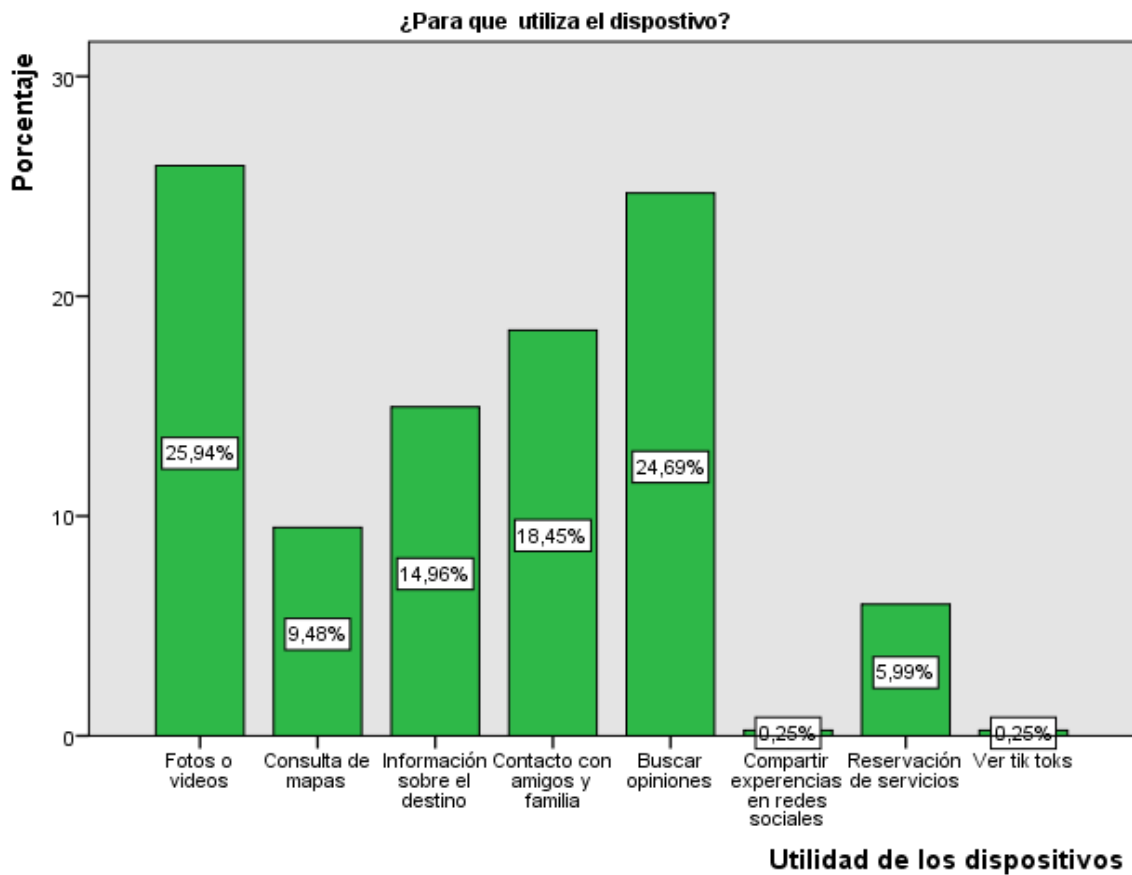


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre que dispositivos utiliza durante su viaje, el 10,72% de los encuestados manifiestan que durante su viaje utilizan Tablet en cuanto el 12,47% deciden usar laptop y por último el 76,81% prefieren mayormente utilizar Smartphone.

Figura 14 Utilidad de los dispositivos.

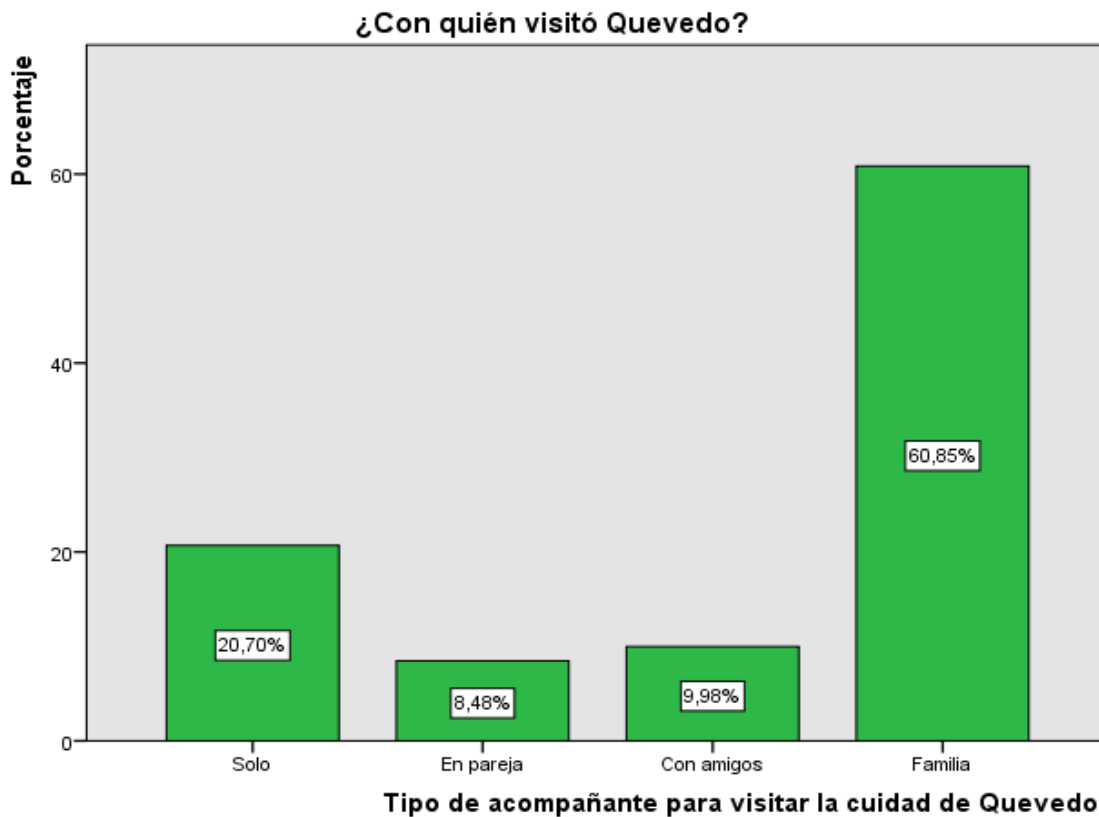


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, para que utiliza el dispositivo, el grafico muestra que existe un 0,25% que utilizan el dispositivo para compartir experiencias en redes sociales y ver tik toks seguido por el 5,99% solo en reservación de servicios, continuando con el 9,48% en consulta de mapas, el 14,96% información sobre el destino, el 18,45% en contacto con amigos y familia, el 24,69% en buscar opiniones y por último el 25,94% con una mayor diferencia en fotos o videos.

Figura 15 Tipo de acompañante para la visita a la ciudad de Quevedo.

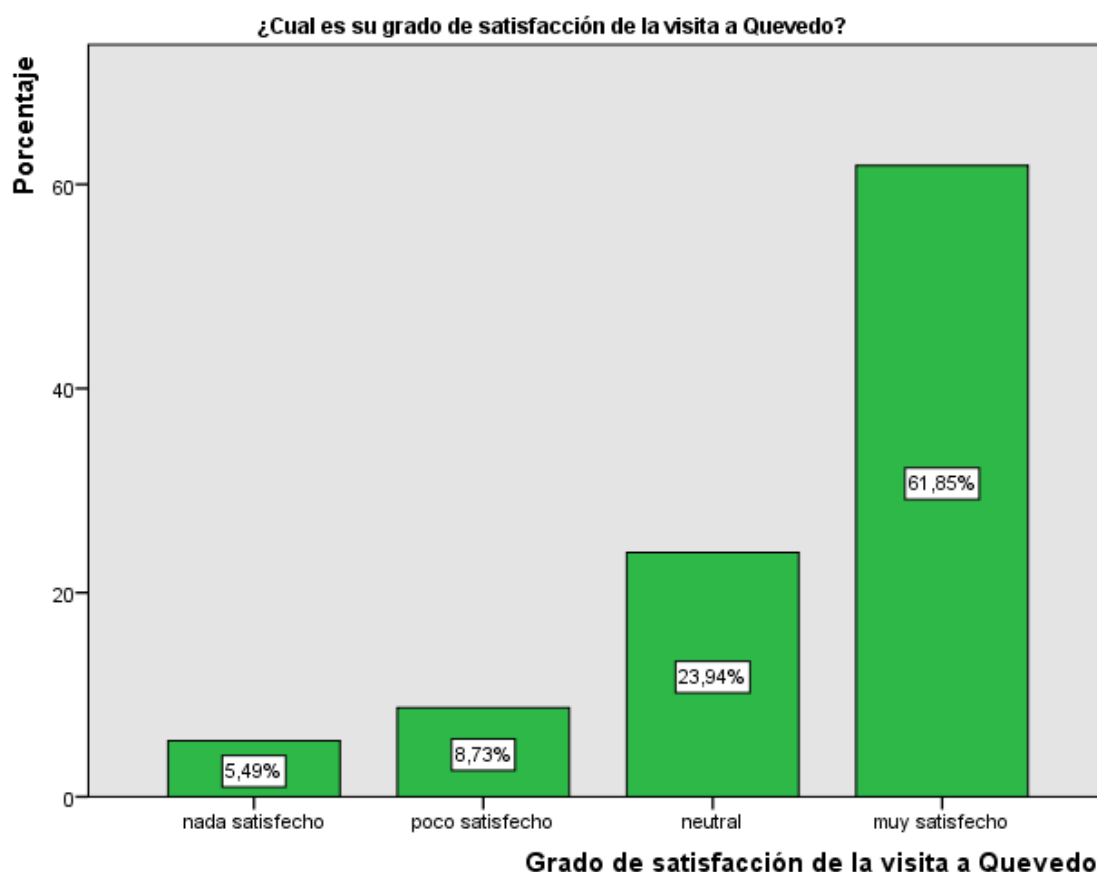


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre el tipo de acompañante, el gráfico muestra que el 20,70% viaja solo, seguido por el 8,48% prefiere viajar en pareja, continuando con el 9,98% que opta por viajar con amigos y por último el 60,85% viajan con sus familias.

Figura 16 Grado de satisfacción de la visita a Quevedo.

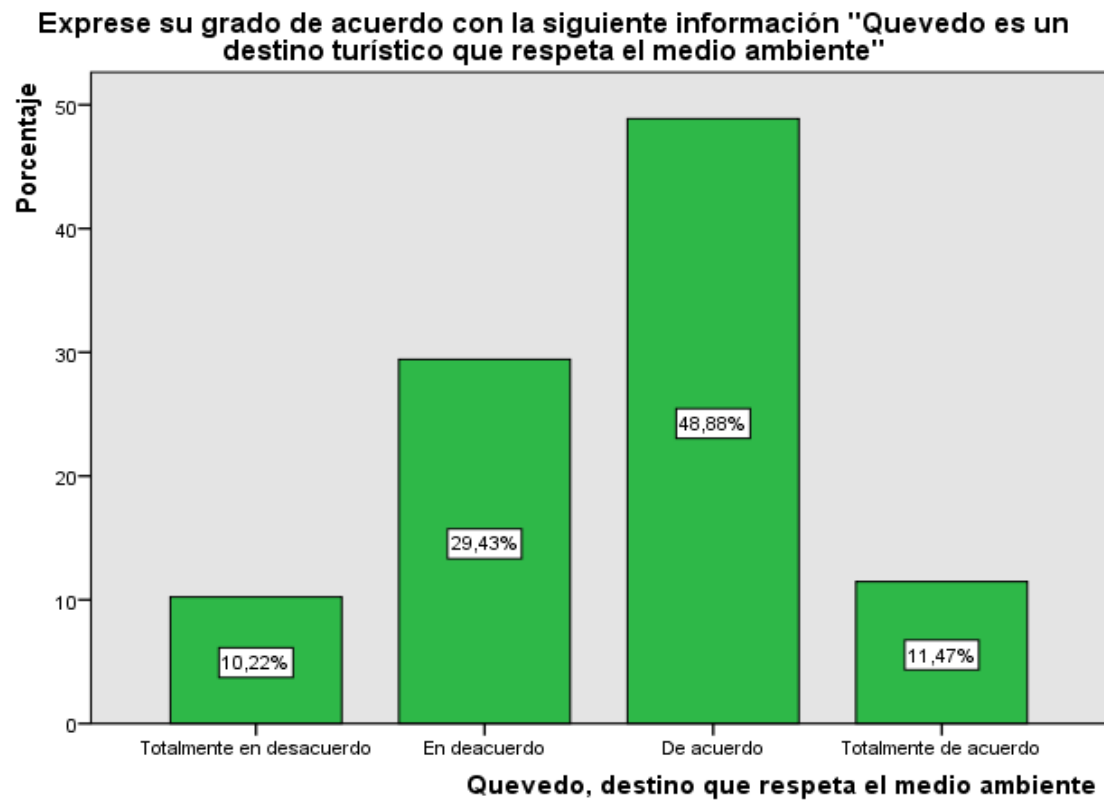


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre cuál fue el grado de satisfacción de la visita a Quevedo, se obtuvo como resultado que el 5,49% que no fue nada satisfecho la visita a Quevedo, seguido del 8,73% quedaron poco satisfechos con la visita a Quevedo, a continuación del 23,94% se sintieron neutral con la visita a Quevedo y por último el 61,85% quedaron muy satisfecho con la visita a Quevedo.

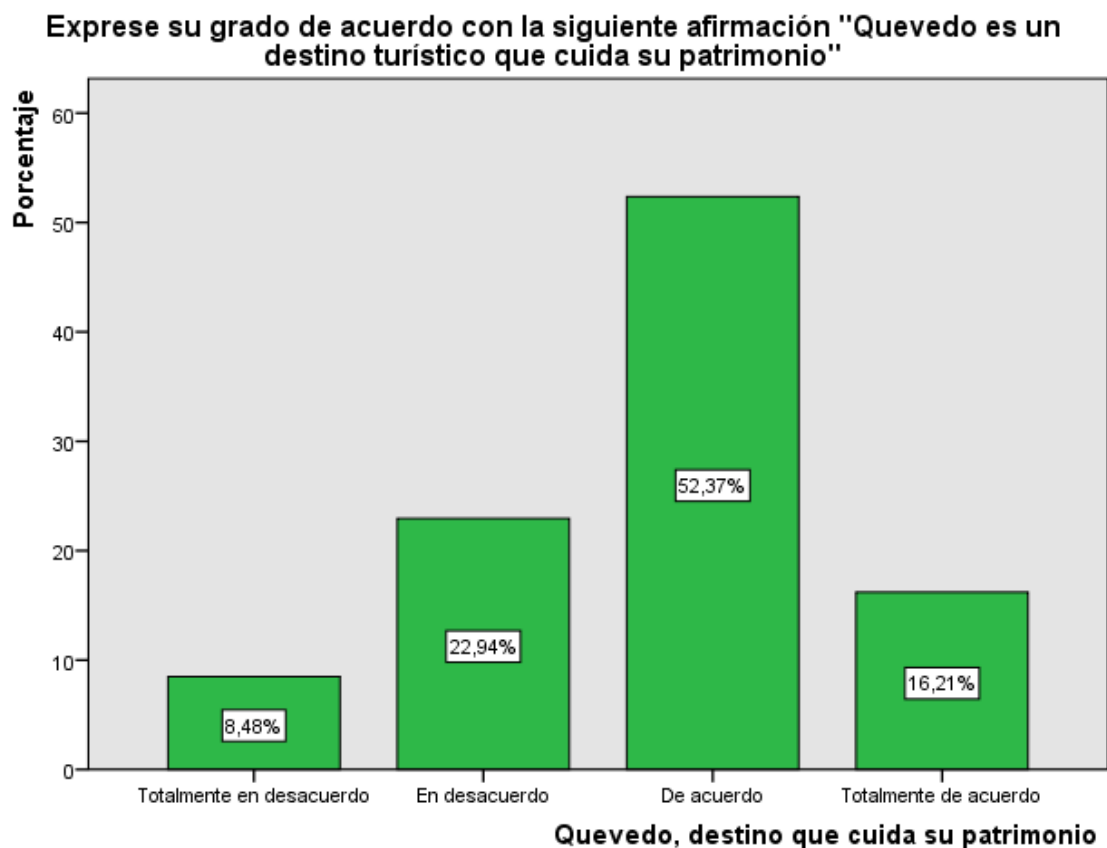
Figura 17 Quevedo, destino que respeta el medio ambiente.



Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis: de las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre exprese su grado de acuerdo con la siguiente información “Quevedo es un destino turístico que respeta el medio ambiente, se obtuvo como resultado que el 10,22% están totalmente en desacuerdo, seguido del 29,43% están de acuerdo, a continuación del 48,88% están de acuerdo y por último el 11,47% están totalmente de acuerdo.

Figura 18 Quevedo, destino que cuida su patrimonio.

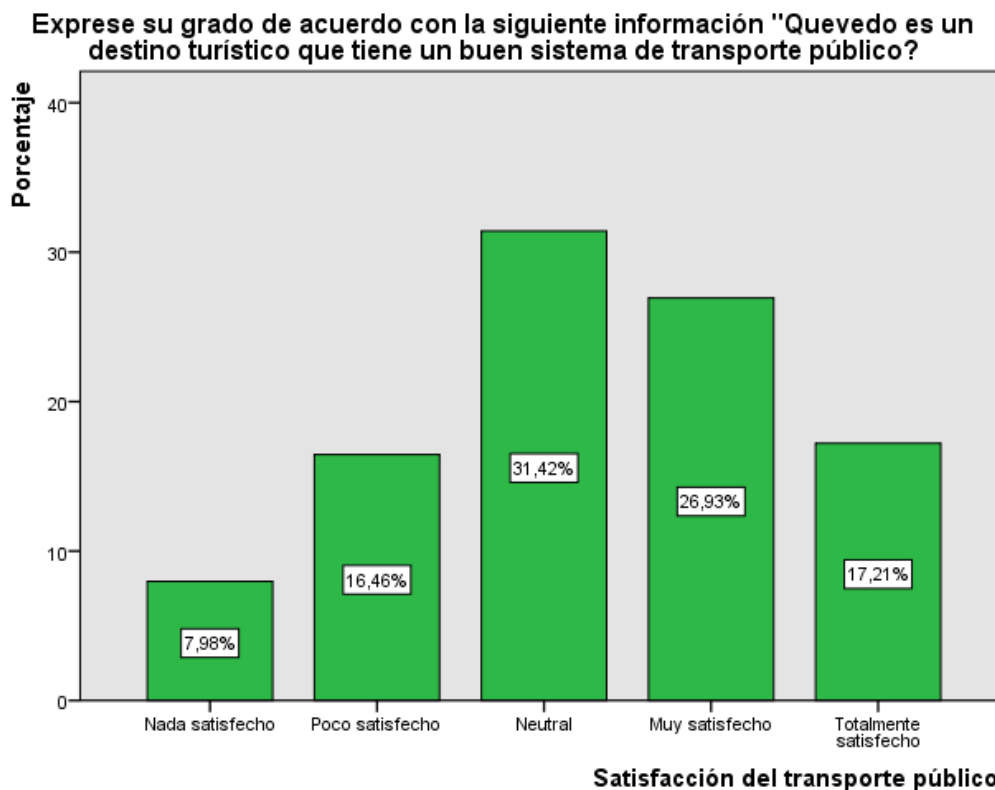


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, exprese su agrado de acuerdo con la siguiente afirmación "Quevedo es un destino turístico que cuida su patrimonio ", se obtuvo como resultado que el 8,48% están totalmente en desacuerdo, seguido del 22,94% están en desacuerdo, a continuación del 52,37% están de acuerdo y por último el 16,21% están totalmente de acuerdo.

Figura 19 Quevedo, destino que tiene un buen sistema de transporte público.

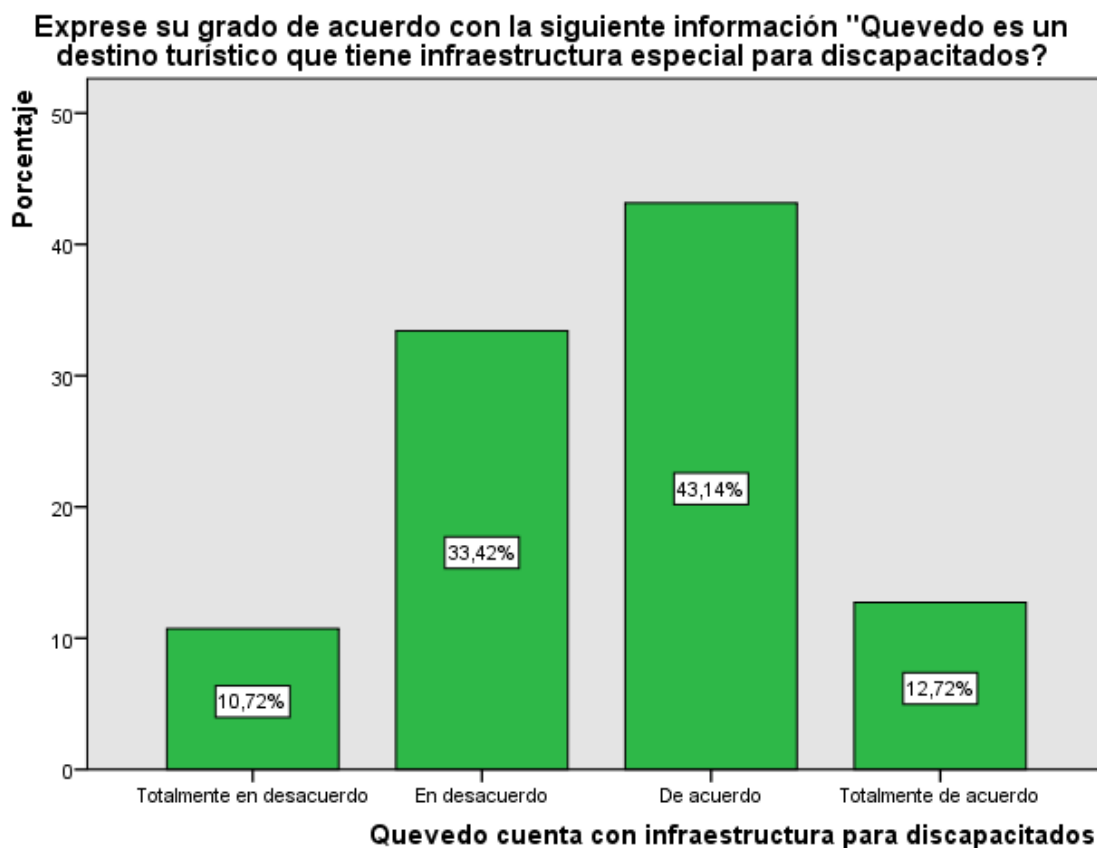


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, exprese su agrado de acuerdo con la siguiente afirmación “Quevedo es un destino turístico que tiene un buen sistema de transporte público“, se obtuvo como resultado que el 7,98% no están nada satisfechos, seguido del 16,46% están poco satisfechos, a continuación del 31,42% están neutral y por lo consiguiente el 26,93% están muy satisfechos y por último el 17,21% están totalmente satisfechos.

Figura 20 Quevedo cuenta con infraestructura para personas con discapacidad

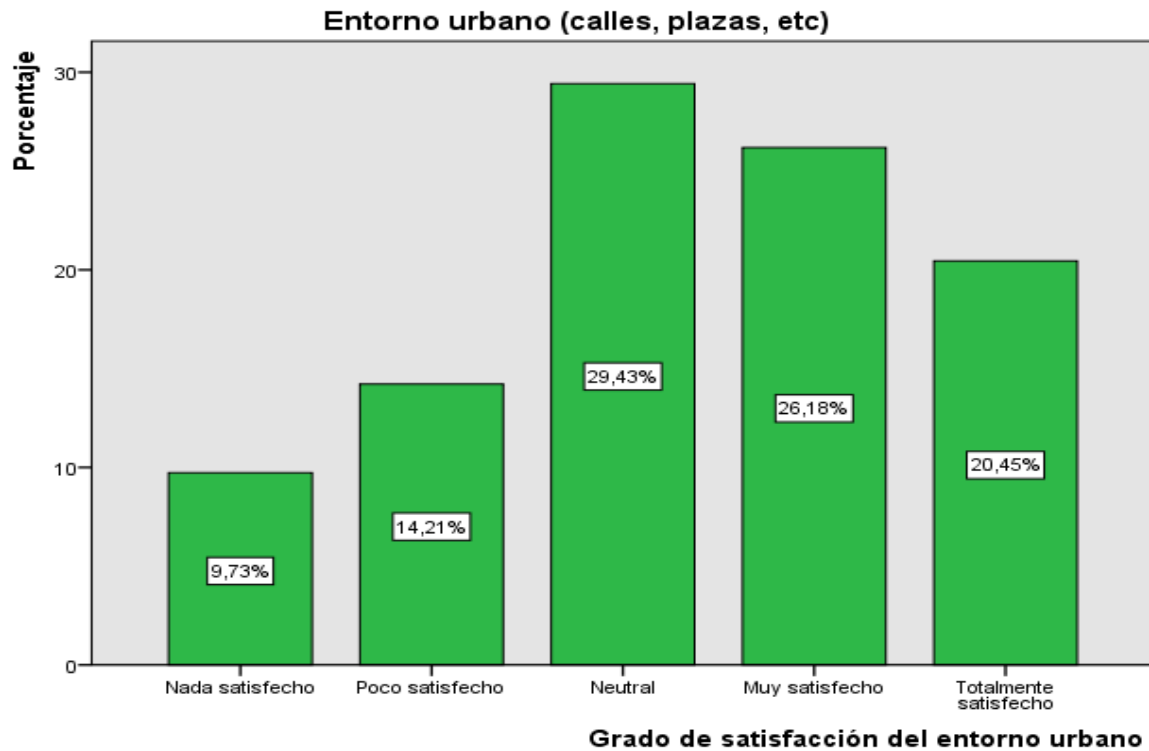


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, exprese su agrado de acuerdo con la siguiente afirmación "Quevedo es un destino turístico que tiene infraestructura especial para discapacitados ", se obtuvo como resultado que el 10,72% están totalmente en desacuerdo, seguido del 33,42% están en desacuerdo, a continuación del 43,14% están de acuerdo y por último el 12,72% están totalmente de acuerdo.

Figura 21 Si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en los siguientes espacios en Quevedo?

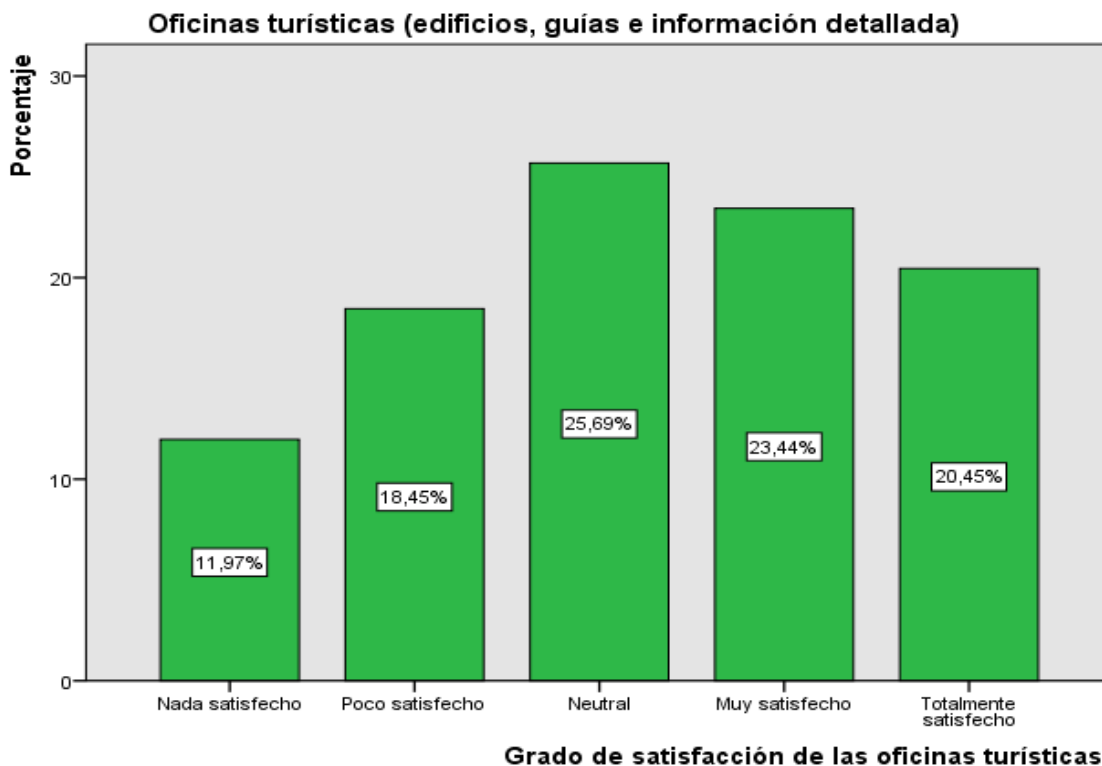


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en el entorno urbano?, se obtuvo como resultado que el 9,73% no están nada satisfechos, seguido del 14,21% están pocos satisfechos, a continuación del 29,43% están neutral, por lo consiguiente el 26,18% están muy satisfechos y por último el 20,45% están totalmente satisfechos.

Figura 22 ¿Cuál es el grado de satisfacción de las oficinas turísticas?

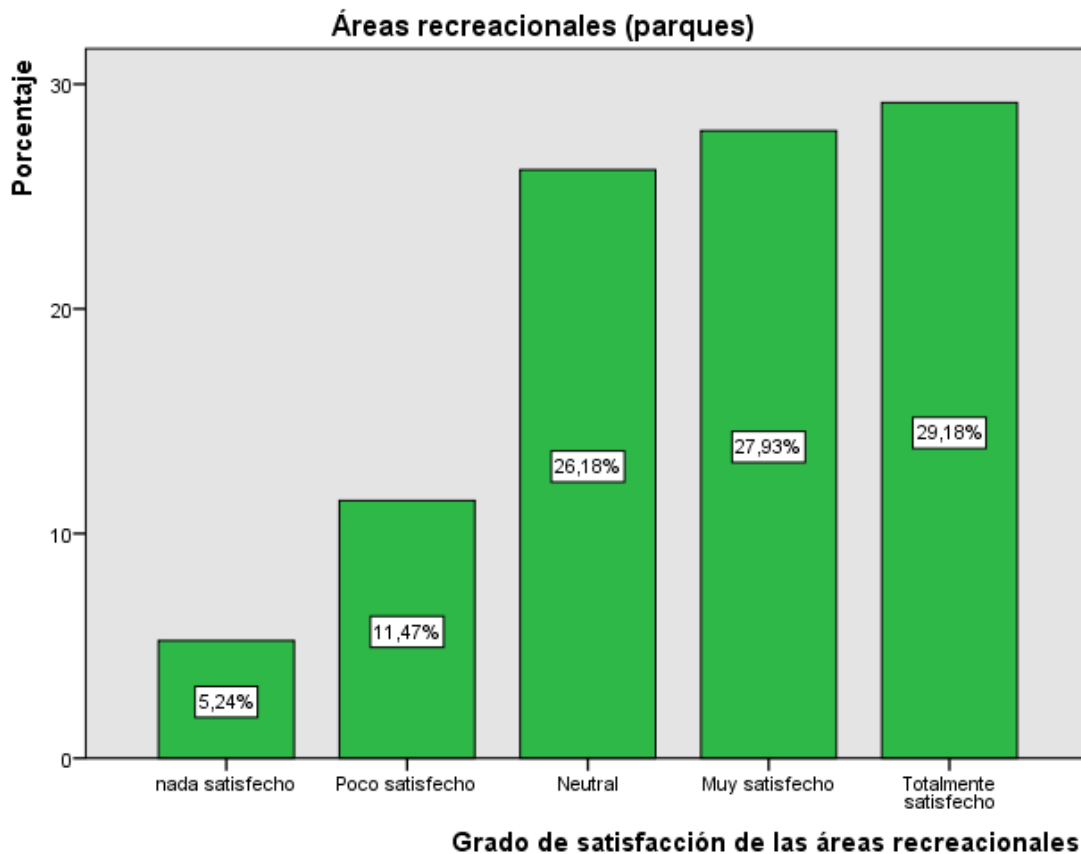


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en el entorno urbano?, se obtuvo como resultado que el 9,73% no están nada satisfechos, seguido del 14,21% están pocos satisfechos, a continuación del 29,43% están neutral, por lo consiguiente el 26,18% están muy satisfechos y por último el 20,45% están totalmente satisfechos.

Figura 23 ¿Cuál es el grado de satisfacción de las áreas recreacionales?

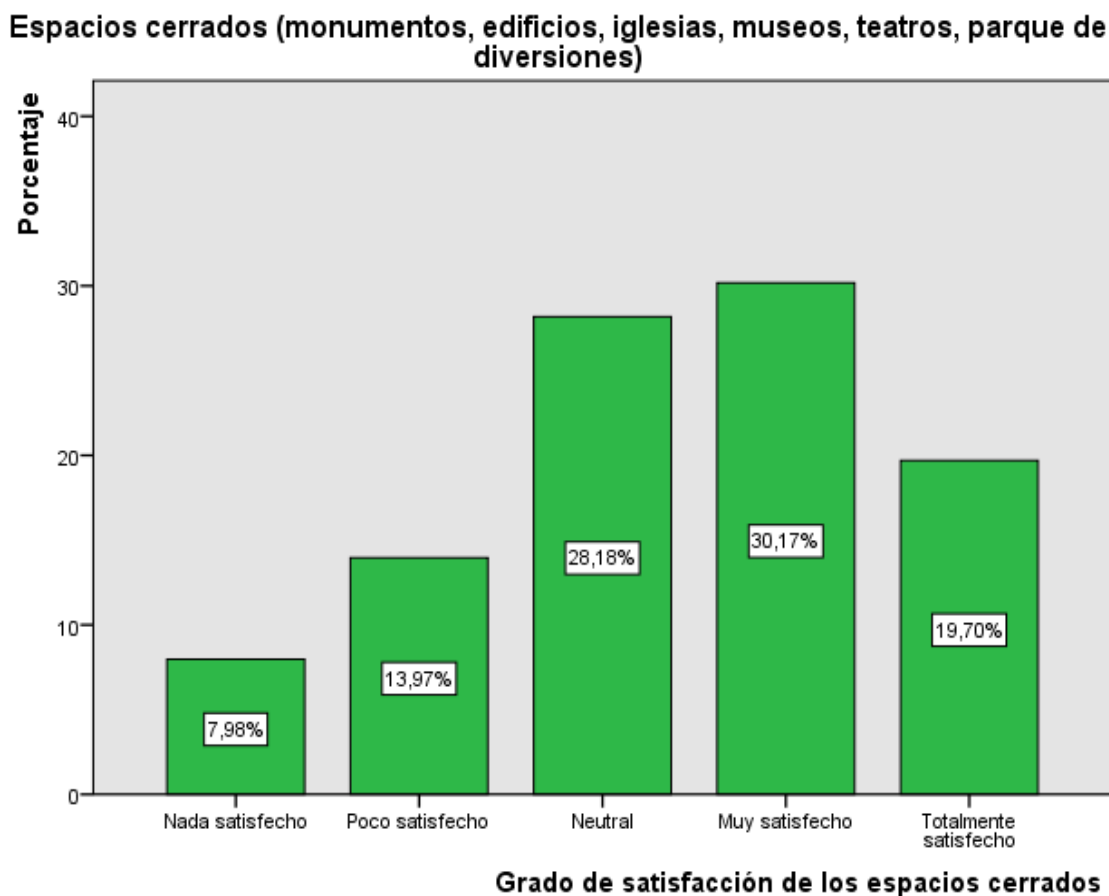


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en las áreas recreativas?, se obtuvo como resultado que el 5,24% no están nada satisfechos, seguido del 11,47% están pocos satisfechos, a continuación del 26,18% están neutral, por lo consiguiente el 27,93% están muy satisfechos y por último el 29,18% están totalmente satisfechos.

Figura 24 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los espacios cerrados?

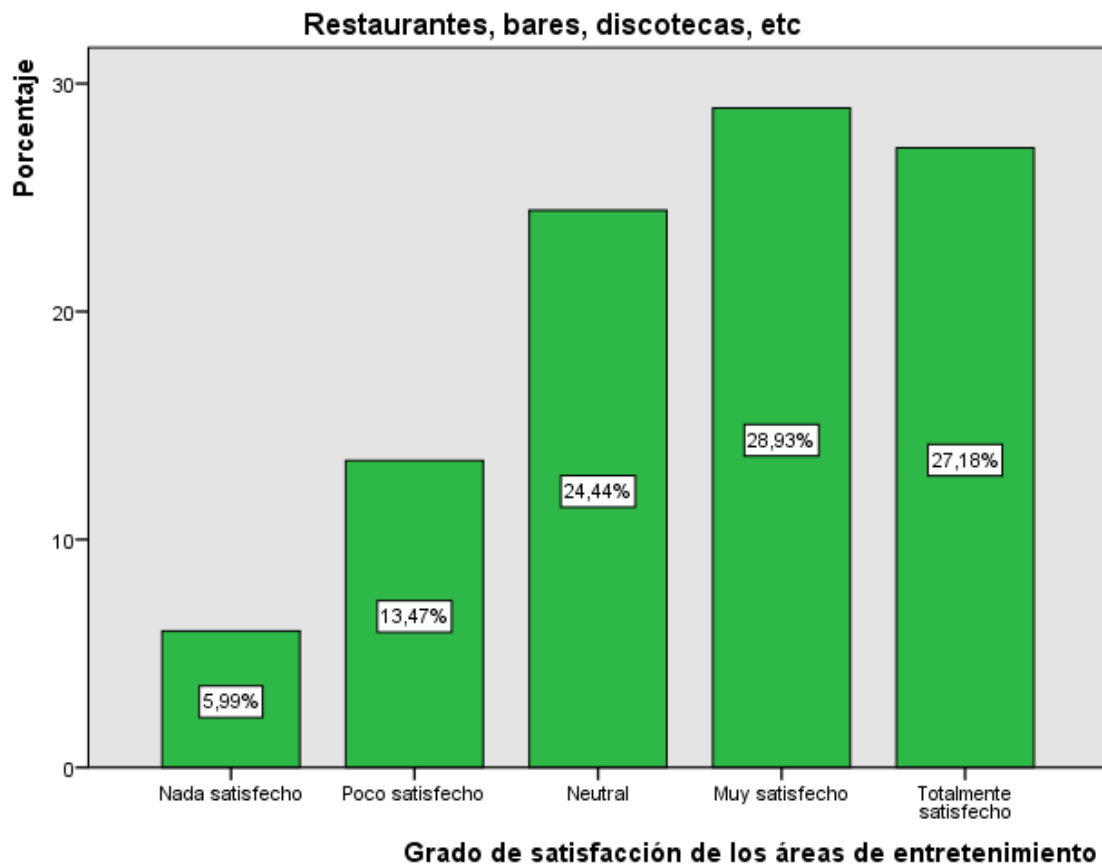


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en los espacios cerrados?, se obtuvo como resultado que el 7,98% no están nada satisfechos, seguido del 13,97% están pocos satisfechos, a continuación del 28,18% están neutral, por lo consiguiente el 30,17% están muy satisfechos y por último el 19,70% están totalmente satisfechos.

Figura 25 ¿Cuál es el grado de satisfacción de las áreas de entretenimiento?

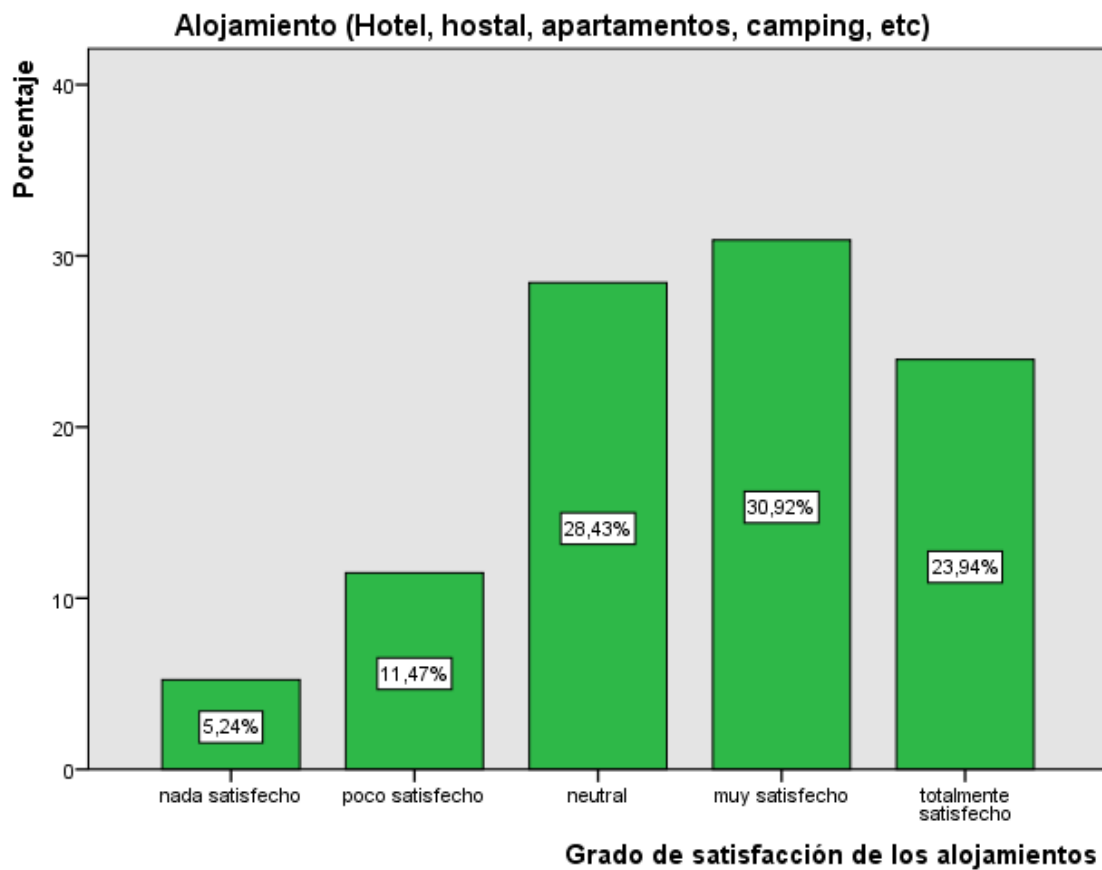


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en los restaurantes, bares, discotecas, etc.?, se obtuvo como resultado que el 5,99% no están nada satisfechos, seguido 13,47% están pocos satisfechos, a continuación del 24,44% están neutral, por lo consiguiente el 28,93% están muy satisfechos y por último el 27,18% están totalmente satisfechos.

Figura 26 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los alojamientos?

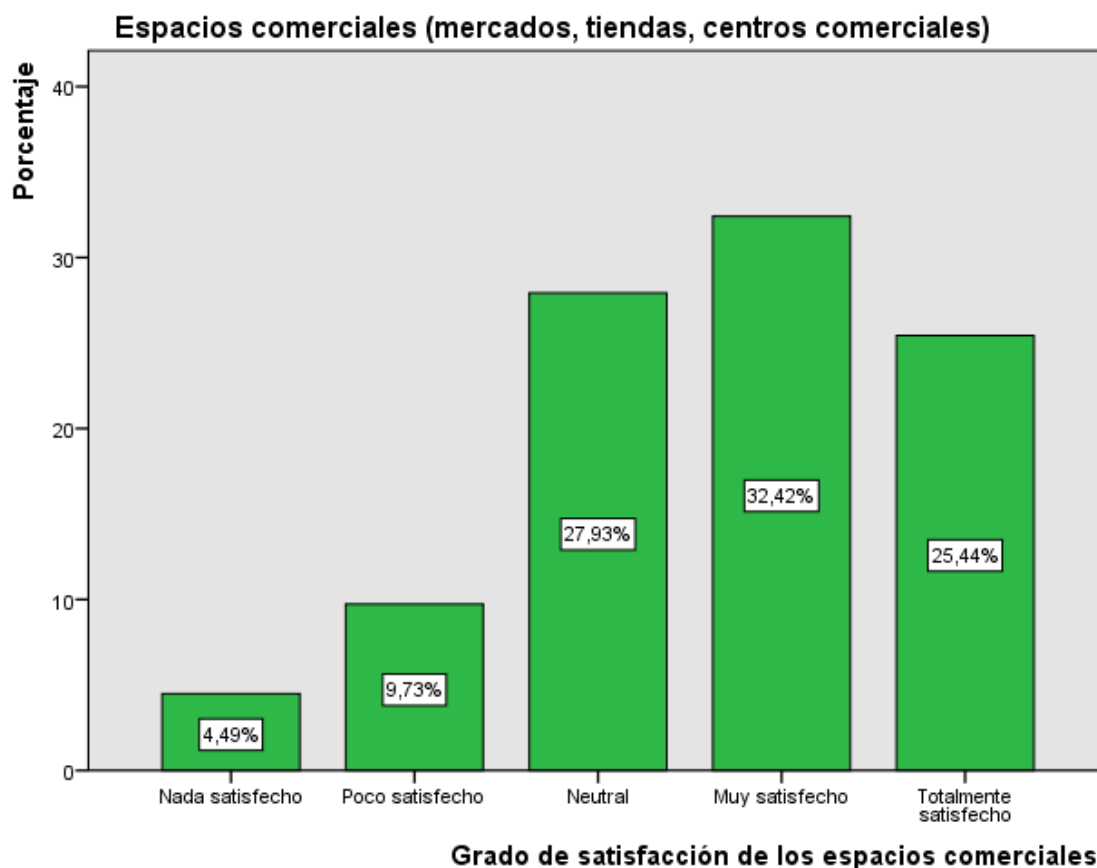


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en los alojamientos?, se obtuvo como resultado que el 5,24% no están nada satisfechos, seguido del 11,47% están pocos satisfechos, a continuación del 28,43% están neutral, por lo consiguiente el 30,92% están muy satisfechos y por último el 23,94% están totalmente satisfechos.

Figura 27 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los espacios comerciales?

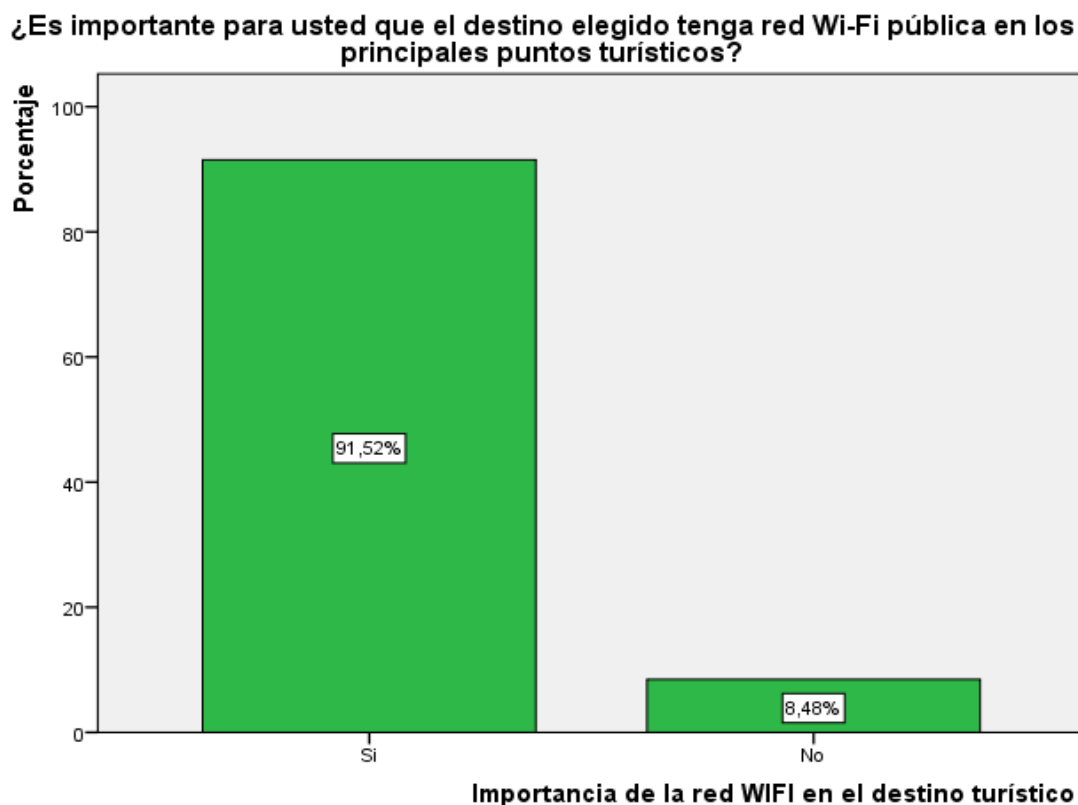


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, si usted tuviese una discapacidad (o la tiene) ¿Cuál podría ser el grado de accesibilidad en los espacios comerciales, se obtuvo como resultado que el 4,49% no están nada satisfechos, seguido del 9,73% están pocos satisfechos, a continuación del 27,93% están neutral, por lo consiguiente el 32,42% están muy satisfechos y por último el 25,44% están totalmente satisfechos.

Figura 28 Importancia de la red WIFI en el destino turístico.

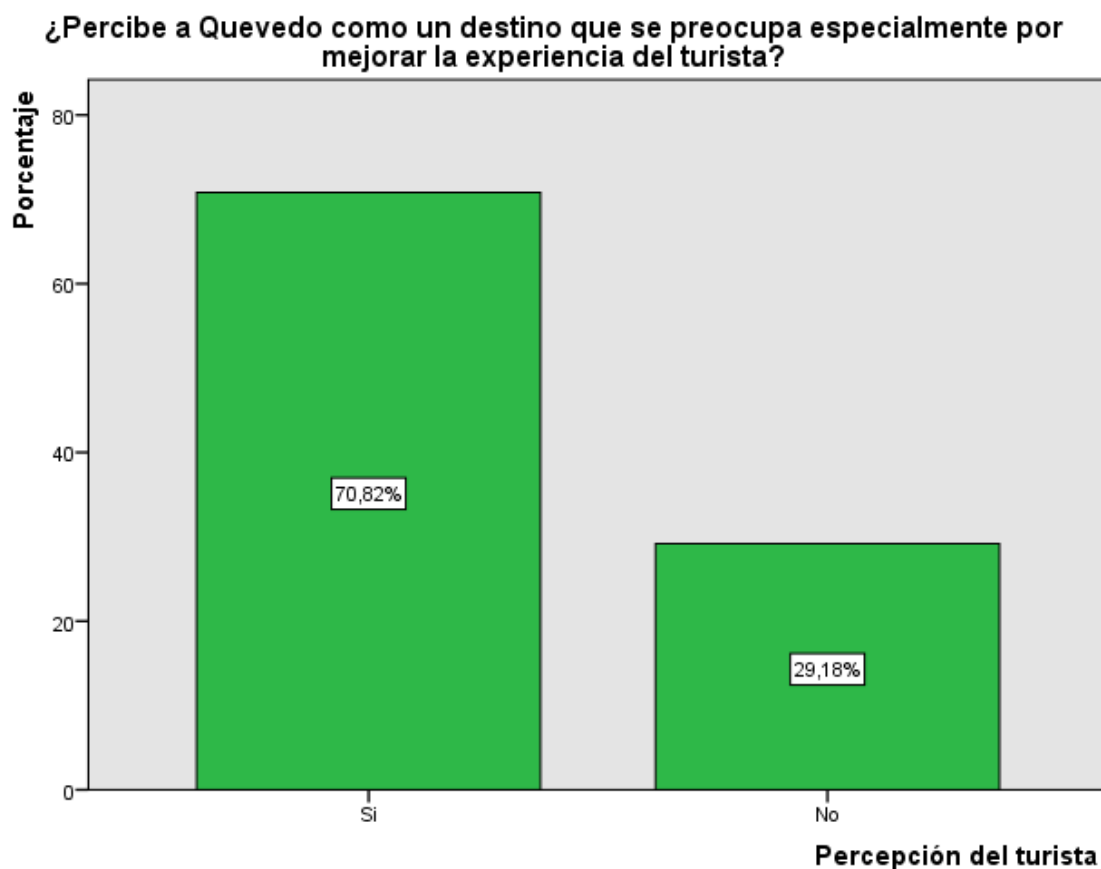


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, ¿Es importante para usted que el destino elegido tenga red WIFI pública en los principales puntos turísticos?, se obtuvo como resultado que para el 91,52% si es importante la red WIFI pública y por último para el 8,48% no es importante la red WIFI pública.

Figura 29 Percepción del turista.

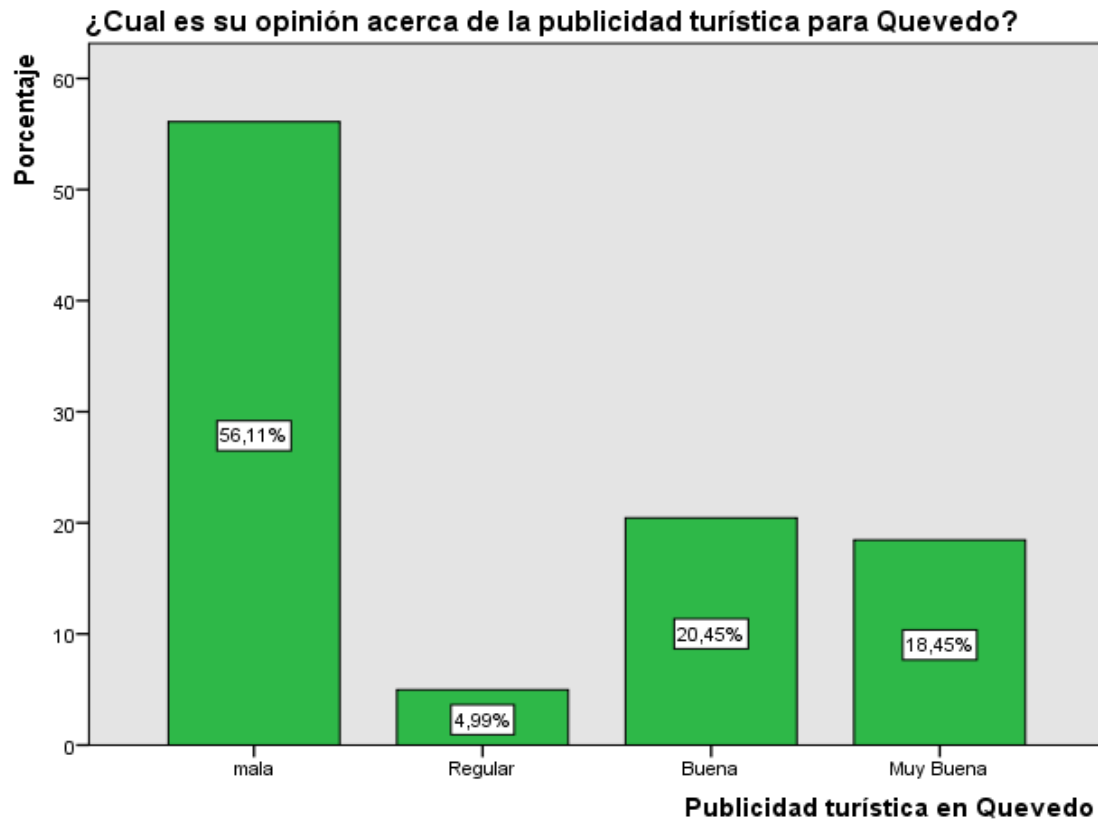


Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, ¿Percibe a Quevedo como un destino que se preocupa especialmente por mejorar la experiencia del turista?, se obtuvo como resultado que el 70,82% si percibe a Quevedo mejorar la experiencia del turista y por último para el 29,18% no percibe a Quevedo mejorar la experiencia del turista.

Figura 30 Publicidad turística en Quevedo.



Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis:

De las 383 encuestas realizadas, contestando a la pregunta sobre, ¿Cuál es su opinión acerca de la publicidad turística para Quevedo?, se obtuvo como resultado que el 56,11% opinan que la publicidad es mala, seguido del 4,99% opinan que la publicidad es regular, a continuación, el 20,45% opinan que la publicidad es buena y por último el 18,45% opinan que la publicidad es muy buena.

4.4. Estrategias básicas a implementar en Quevedo para desarrollarla como un destino turístico inteligente.

4.4.1. Estrategias

Como se ha dicho, Quevedo debe trabajar en los cuatro ejes de DTI, con pequeñas acciones que apuntan al desarrollo del término Smart, aunque sean escasas estas medidas que conducen a la inteligencia del destino; por lo tanto, las estrategias presentadas se relacionan con la Tabla 1, las cuales son continuas en el mediano-largo plazo. Al final de esta sección se presenta un plan de trabajo provisional del DTI para la ciudad de Quito, que agrupa los cuatro ejes, las actividades, los actores involucrados, el tiempo y el presupuesto aproximado.

4.4.2. Tecnología

Según los resultados de la encuesta, Destino Quevedo tiene varias brechas en el área tecnológica en la que trabajar, tales como: conectividad, integración de las TIC y uso de la información.

En primer lugar, es necesario crear un sistema de información turística big data para consolidar todos los datos que se pueden extraer de la demanda turística. Esta información abierta permitirá a las instituciones y empresas adaptar sus productos y servicios a la demanda. Estos datos se pueden gestionar a través de plataformas y aplicaciones móviles proporcionadas por el destino, especialmente el área gubernamental, la red WiFi de un DTI debe cumplir con las siguientes características:

- Potente conexión (100 Kbps y baja latencia) que permite una respuesta rápida.
- Brindar este servicio en los lugares con mayor flujo de visitantes para que los usuarios puedan compartir sus experiencias en tiempo real.
- Tiene que ser gratis.
- Haz un registro rápido, esto se puede hacer a través de las redes sociales o un botón que valida la red.

- El uso de la información de los usuarios debe permitir el desarrollo de estrategias de gestión de destinos, marketing y estructura corporativa.

Según la percepción de las encuestas, el uso de pantallas táctiles se ha utilizado en establecimientos e infraestructuras turísticas, por lo que es necesario implementar otras herramientas que mejoren la información turística o se adapten a pantallas táctiles como la realidad aumentada, reducción de los costos de publicidad convencional, además, a través de la información brindada por los turistas, se puede mejorar y personalizar el servicio y el producto turístico.

Asimismo, es necesario contratar profesionales en la programación y desarrollo de aplicaciones y sitios web móviles, marketing digital y publicidad, las redes sociales y la aplicación móvil pueden representar herramientas que permitan descubrir lugares turísticos a visualizar y actividades que ofrece el destino.

Cada uno de estos elementos debe ser mucho más personalizado, por ejemplo, la administración turística en conjunto a los establecimientos turísticos deberían presentar dispositivos digitales en puntos estratégicos de la ciudad para brindar información relevante acerca de la ciudad, sitios turísticos, modalidades existentes, tipo de actividades que se pueden realizar, además de presentar como opción principal la selección de idioma de preferencia para que el turista se sienta cómodo e incluido dentro de la localidad, también es relevante realizar una encuesta para conocer el perfil del turista que podría orientar o generar información relevante como: rutas, compra de entradas para eventos, promoción de puntos de interés dentro del destino y enlaces con otras empresas turísticas que ayudan a mejorar la experiencia turística.

4.4.3. Innovación

Como se puede apreciar en los resultados de las encuestas, tanto los directivos como la demanda coincidieron en que había poca cooperación público-privada, por lo que los esfuerzos de innovación se estancaron por falta de inversión.

La innovación en el DTI es una solución integral de gestión de búsqueda, por lo que es importante crear pautas de asignación presupuestaria para apoyar y promover a las pequeñas empresas, además con este presupuesto se debe financiar la capacitación continua en temas de innovación, para personas jóvenes y emprendedores de todos los sectores que quieran contribuir a la economía local.

Por otro lado, la innovación de productos y servicios se refleja en el desarrollo de proyectos de investigación realizados en colaboración con la ciencia y el sector público-privado; Uno de ellos es el evento "EMPRETEC" que realiza el MINTUR para premiar a las start-ups turísticas, que se puede complementar con el aporte de las universidades para promover el producto turístico.

Otras líneas de actuación que plantea el “Informe de DTI” para este eje son:

- ✓ Colaboración público-privada
- ✓ Asociación entre empresarios
- ✓ Centros de investigación
- ✓ Desarrollo de productos innovadores
- ✓ Presupuesto para la financiación de proyectos
- ✓ Capacitación y formación a la población en temas de innovación y emprendimiento. (Lopez, 2018)

En cuanto a la innovación de la oferta turística, se pueden aprovechar los recursos turísticos que la ciudad está impulsando, tales como: el uso de información sobre árboles patrimoniales como complemento de una ruta cultural; y elaborar una página oficial enfocada en el Turismo de la ciudad de Quevedo, se puede utilizar como portal para la

promoción y difusión de itinerarios de agroturismo. De igual forma, en este aspecto del marketing digital, los grupos de interés público-privados deben familiarizarse con nuevas formas de difusión, como el uso de influencers o páginas de redes sociales con un gran número de seguidores, que puedan compartir sus experiencias y generar mejores expectativas para los futuros visitantes, que forman parte de esta aplicación digital de DTI.

4.4.4. Accesibilidad

Los resultados mostraron que Quevedo necesita trabajar en la infraestructura de los distintos servicios, especialmente transporte público, oficinas de turismo y espacios cerrados; no solo en la parte física sino también en la virtual, ya que la implementación de herramientas debe facilitar la información sobre el target para cada grupo de personas: extranjeros, ancianos, personas con discapacidad auditiva, visual y cognitiva y niños. Las estrategias en esta área apuntan a:

- ✓ Mejora de la accesibilidad de la oferta turística.
- ✓ Sensibilización y formación en turismo accesible.
- ✓ Promoción de la oferta de turismo accesible.
- ✓ Diseño de experiencias turísticas accesibles.
- ✓ Innovación e inteligencia de mercado. (Invat.tur, 2017)

La accesibilidad también es física, por lo que se debe dar prioridad a los espacios recreativos que faciliten la convivencia y potencien la experiencia; Los proyectos que la ciudad puede desarrollar son: adecuación de ambientes recreativos, educación y formación de talentos humanos en atención al cliente y lengua de signos, y la implementación de información en sistemas braille y otros recursos tecnológicos que se puedan poner a disposición de los turistas.

4.4.5. Sostenibilidad

Respecto a este eje, las herramientas tecnológicas como los sensores son una buena estrategia para conocer la resiliencia de los distintos sitios turísticos, especialmente la composición genética que atrae a la mayoría de visitantes, donde la institución tiene conocimiento a través de una aplicación de sostenibilidad en sus museos. (García, 2017)

La sostenibilidad es un tema de prioridad en el avance de la sociedad de hoy, se enfoca en el agrado de las pretensiones de las presentes y futuras generaciones, bajo un modelo que preserve el medio ámbito y la igualdad popular. En la actualidad con la utilización de las tecnologías de información y comunicación se puede fomentar un turismo capaz, ecológico, sostenible e interesante, que transforme la manera en la que se viaja y se divierte con un destino, tomando presente que la actividad turística se enfoca en la atención de las pretensiones que denuncian los turistas, realizando énfasis en la precaución de las comunidades receptoras.

El avance del Turismo inteligente y sostenible responde a las pretensiones de los turistas y de las zonas receptoras presentes, a la vez que asegura y optimización las oportunidades del futuro; está enfocado hacia la administración de todos los elementos de forma que se dé la agrado pretensiones de tipo económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos fundamentales, la diversidad biológica y los sistemas de sustento de la vida. El turismo regresa en un aspecto de avance local esencial, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista y fundamentalmente por ser generadora de empleo, etc. provecho que trae consigo para el incremento de la calidad de vida en los territorios.

Tabla 3 Plan estratégico

EJES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPO (En base a 10 años)	COSTO APROXIMA DOPOR AÑO
PRE-DTI	Desarrollo de un modelo de gestión de Destino Turístico Inteligente	• Iniciar con proyectos de familiarización sobre el concepto con los gestores turísticos, sector público y privado. • Propuesta de puesta en marcha para la implementación del DTI • Alianzas estratégicas y de cooperación para la realización de un plan director de DTI • Evaluación del destino turístico	Ministerio de Turismo- Quevedo Turismo- Sector privado y elSEGITUR	5 meses	50.200
Innovación	Implementación de un Sistema Integral de Información Turística que permita la toma de decisiones, creación y mejora de oferta	• Desarrollar la plataforma de Datos Abiertos • Desarrollar una plataforma Informativa para turistas nacionales y extranjeros • Gestión y planificación de contenidos de la página web • Conformación de un directorio turístico de Quevedo • Incorporación de herramientas de comercialización directa con los productos y servicios turísticos	SEGITTUR-Sector público- Entidades Académicas y privadas-Profesionales en diseños y programación web- Sector económico	Largo Plazo	522.532
Tecnología	Conectividad Inalámbrica	• Diseñar un mapa con la red de puntos turísticos que se quiere intervenir • Coordinar y plantear el plan de mejora de red Wi-Fi en los atractivos turísticos. • Presupuestar la infraestructura (software, equipos, logística, obra civil), de los lugares a intervenir. • Alianzas con proveedores de fibra óptica	Convenio con proveedores de red de telecomunicaciones- Municipio- Administradores de los lugares turísticos	Medio Plazo	10.000,00
	Desarrollo de herramientas e infraestructura tecnológicas	• Alianza con los lugares turísticos, para el desarrollo de herramientas que permitan mejorar la difusión de información • Diagnosticar e implementar las herramientas tecnológicas en los atractivosturísticos y la oficina turística.	Quevedo Turismo- Municipio- Privado- Administración de cadalugar turístico	Largo plazo	1.200.014

Accesibilidad	Implementación y mejoras de la infraestructura urbanay turística	• Diagnóstico de los espacios turísticos y urbanos • Desarrollar un plan de socialización con la población local • Impulsar y difundir el sello de establecimientos inclusivos • Inspeccionar las mejoras que se han realizado en espacios turístico y urbanos	Pública- Privada- Población local- Academia	Medio plazo	2.100.000
	Plataformas y servicios accesibles	• Mejorar la difusión de las plataformas accesibles existentes • Diseñar un mapa de lugares y destinos accesibles dentro de la ciudad. • Creación de rutas turísticas. • Formar y capacitar al personal en atención a personas con discapacidad	Pública - privada- operadores turísticos- Poblaciónlocal	Medio plazo	2.300.000
Sostenibilidad	Implantación de un modelo de desarrollo turístico inteligente y sostenible	• Diseñar planes de inversión, en el que se integre a cada sector económico y social • Implementar el uso de TIC'S para la gestión de recursos: agua- energía y para el control de la huella de carbono por cada sector • Diagnosticar y mejorar en el área de movilidad • Desarrollar campañas para apoyar al desarrollo local del área rural de Quevedo	Municipio- comunidades locales- Población en general- Sector privado	Largo Plazo	2.113.035,00
TOTAL					590,445.049

4.5. Discusión

De acuerdo con la investigación realizada los DTI deben cumplir con los cuatro ejes fundamentales (tecnología, accesibilidad, innovación y sostenibilidad) para poder denominarse como tal, el diagnóstico dio como resultado el incumplimiento de cada uno de los ejes ya que existe falta de inversión, otros de los factores que obstaculiza el desarrollo de la misma es la alta tasa de inseguridad a la que se enfrenta actualmente el cantón Quevedo, así mismo la falta de información y la poca inversión en infraestructuras y mejoras que puedan ser de gran ayuda para el desarrollo de la ciudad, lo que concuerda con Espinoza (2019), en su trabajo denominado “Diagnóstico de la ciudad de Quito como un destino turístico inteligente”, donde concluyó que las brechas principales brechas son: Economía, Capital Humano, Planificación Urbana y Gobernanza; y sus potenciales son: Cohesión Social, Tecnología y Medio Ambiente.

Mediante una encuesta se logró determinar el perfil del turista más recurrente en dicha ciudad, el grado de satisfacción de los turistas al visitar ciertos espacios, el grado de familiarización que tienen con el término DTI, así como otros aspectos relevantes, para conocer más a fondo la situación de la ciudad se ejecutó un análisis FODA para conocer más cada uno de los elementos que intervienen de manera directa con el sector de turismo inteligente. De acuerdo con Ortiz (2021) las personas que en su mayoría hacen uso de la tecnología son las nacidas desde el año 1995 al 2005 son denominadas como “generación z”.

Si se cumplen los requisitos, se inicia una fase de seguimiento en la que el destino tiene la posibilidad de distinguirse con el sello “Destino Turístico Inteligente”. Entonces, este entra en un proceso de mejora continua para garantizar que el nuevo DTI hace frente con éxito a los retos y transformaciones que plantea el nuevo entorno económico, social y tecnológico mundial Nextibs (2019). Quevedo al ser un cantón con poco desarrollo turístico no cumple con todos los estándares de DTI, es por ello que luego del diagnóstico pertinente se implementó un plan de acción en consonancia con las estrategias planteadas para lograr una innovación satisfactoria en el cantón como un Destino Turístico Inteligente ya que debe cumplir con cada uno de los estándares de DTI.

En vista de todas las dificultades con los que la ciudad cuenta actualmente se elaboró un plan estratégico que contiene como principio fundamental el cumplimiento de los 4 ejes impuestos dentro de la política de los DTI, para así encaminar a la ciudad a su crecimiento turístico usando la tecnología como principal herramienta.

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Mediante la respectiva investigación se logró identificar las brechas que necesita la ciudad para convertirse en un destino turístico inteligente entre las que se menciona: sostenibilidad, innovación, accesibilidad y tecnología, ya que son herramientas de vital importancia para poder implementar el modelo de destino turístico inteligente, facilitando la comunicación directa por medio de la tecnología donde el turista puede recibir información sin necesidad de tener contacto directo con otra persona y cumplir con los protocolos de bioseguridad establecidos en la emergencia sanitaria.

Una vez determinadas las potencialidades del cantón Quevedo a través de un análisis FODA, se mencionan las más relevantes: recursos naturales, territorio con potencial turístico (ubicación geográfica), gastronomía local, mismos que generan expectativas en la comunidad turística, siendo un territorio pequeño con una variedad de riquezas dando como resultado una inversión económica menor (refiriéndose a la movilización) y esto conlleva a que el turista invierta el dinero ahorrado en visitar todos los destinos turísticos de la ciudad, en comparación a un territorio más grande, generando satisfacción en el visitante, misma que serviría como publicidad para que el turista refiera el cantón como un excelente destino turístico.

En el desarrollo del plan estratégico se propuso las herramientas a utilizar en el cumplimiento de los 4 ejes impuestos como estándares de DTI y de esta manera conocer el tipo de herramientas tecnológicas a utilizar, plazo de ejecución, actividades a realizar, costo de inversión, desarrollo de plataformas, mejoras en las infraestructuras y con esta información poder socializar a inversionistas tanto del sector público como privado.

5.2. Recomendaciones

Socializar el plan estratégico con el ministerio de turismo, autoridades del cantón y la comunidad en general, para analizar la generosidad que el proyecto podría presentar para el cantón Quevedo, el cual se encuentra constantemente en vías de desarrollo, ya que una correcta ejecución del mismo puede conllevar a aperturar un sinnúmero de oportunidades hacia las áreas productivas del sector turístico.

Se recomienda no omitir ninguno de los ejes fundamentales al ejecutar el plan estratégico ya que se enmarcan en un aprovechamiento de cada uno de los recursos que posee el cantón de una manera sostenible para la salud medioambiental, accesible para todo tipo de turistas utilizando la tecnología e innovación a la altura de la demanda turística actual, como un modelo turístico enfocado en el desarrollo de un destino turístico inteligente (DTI).

Respecto al área de tecnología, se recomienda contratar a los profesionales competentes con experiencia en sistemas informáticos que puedan contribuir con ideas y acciones para la ciudad e introducirse en el campo de la vanguardia tecnológica; estas estrategias tecnológicas deben ser transversales con el fin de generar nuevas plazas de empleo y cumplir con los ejes correspondientes del DTI.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFIA

6.Bibliografía

- Asociación española de ciencia regional (23 de octubre del 2018). Recuperado el 23 de octubre del 2018 de:
<https://www.redalyc.org/jatsrepo/289/28962049029/html/index.html>
- (Buonincontri & Micera, 2., Del Vecchio et al., 2., & Ivars-Baidal, 2. W. (2016).
- agua, L. f. (2020). *AQUAE Fundacion*. Obtenido de
<https://www.fundacionaquae.org/sostenibilidad-social/>
- Aquae. (2020). Obtenido de <https://www.fundacionaquae.org/sostenibilidad-social/>
- Berne, G.-G. y., & Navío-Marco, R.-G. y.-S. (2018). Destinos Turísticos Inteligentes, un nuevo aporte conceptual para el desarrollo local. *Research, Society and Development*, 15.
- Boon, K. (2018). *Society and Development* 15. Obtenido de
<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/12754/11442/167506>
- Buonincontri. (21 de Febrero de 2016). *Research, Society and Development*. Obtenido de
<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/12754/11442/167506>
- Ceupe. (2017). Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/el-turismo-sostenible.html>
- CEUPE, B. d. (2017). *Ceupe Magazine*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/el-turismo-sostenible.html>
- Cluster, S. C. (3 de junio de 2020). *Smart City Cluster*. Obtenido de
<https://smartcitycluster.org/blog/noticias-cluster/caracteristicas-de-los-destinos-turisticos-inteligentes/>
- Daniela Melisa Gambarota: María Amalia Lorda. (1 de agosto de 2016). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- David Flores Ruíz, J. P. (2019). LA INTELIGENCIA EN AL ÁMBITO TURÍSTICO. UNA NUEVA. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 29.
- Dialnet. (Junio de 2020). *Dialnet*. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7562495>
- Ecured. (2018). Obtenido de
<https://www.ecured.cu/index.php?title=Tecnolog%C3%ADa&action=history>
- Ecured. (2018). *Ecured*. Obtenido de
<https://www.ecured.cu/index.php?title=Tecnolog%C3%ADa&action=history>
- Emol. (2 de febrero de 2018). *Cognitiva*. Obtenido de
<https://www.cognitiva.la/noticia/nacen-los-destinos-turisticos-inteligentes-en-chile/>

- Espinoza Aguirre, L. V. (7 de enero de 2019). Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15871/DIAGN%C3%93STICO%20DE%20QUITO%20COMO%20DESTINO%20TUR%C3%8DSTICO%20INTELIGENTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Estévez, R. (14 de 10 de 2016). *Eco inteligencia*. Obtenido de <https://www.ecointeligencia.com/2016/10/destino-turistico-inteligente/>
- Gambarota, D. M. (2016). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Gambarota, D. (2016). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- García. (2017). Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCIA.pdf>
- Guerrero, D. G. (20 de Febrero de 2019). *esmartcity.es*. Obtenido de <https://www.esmartcity.es/comunicaciones/comunicacion-destinos-turisticos-inteligentes-latinoamerica-tendencias-retos-desarrollo-inteligente-destinos>
- Hinojosa, V. (19 de julio de 2019). *Hosteltur*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/130085_retos-a-los-que-se-enfrentan-los-destinos-turisticos-inteligentes.html
- Huete. (2021). Destinos Turísticos Inteligentes. *Research, Society and Development*, 15.
- I, N. (2019). Obtenido de <https://www.nextibs.com/que-es-un-destino-turistico-inteligente/>
- Inec. (2001). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Los_Rios/Fasciculo_Quevedo.pdf
- INEC. (2010). *Secretaria nacional de planificacion y desarrollo*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-5.pdf>
- Jara, G. N., María José Ortiz Zurita, Delgado Campuzano, D., & Bastidas Aráuz., M. (5 de Marzo de 2021). *Conciencia Digital*. Obtenido de <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i1.2.1599>
- Jeddins, J. V.-B. (2020). *Andalucía*. Obtenido de <https://www.andalucialab.org/blog/destino-turistico-inteligente/>
- Keng-Boon, W.-H. T. (2018). Destinos Turísticos Inteligentes. *Research, Society and Development*, 15.
- Kim, D. (2017). Obtenido de <https://doi.org/10.3390/su9112082>

- Kim, D. (2017). Obtenido de <https://doi.org/10.3390/su9112082>
- López. (2013). Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCI A.pdf>
- López. (2013). Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCI A.pdf>
- López. (2013). DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES. 10. Obtenido de: <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCI A.pdf>
- Lopez. (2018). Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- López, V. V. (9 de diciembre de 2020). *Hilando Historias*. Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>
- Mantecón, H. y. (22 de Septiembre de 2017). *Universidad la Laguna* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/881/88165957001/html/>
- Mario. (2018). Obtenido de <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/12754/11442/167506>
- Martínez. (2016). Obtenido de <https://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>
- Martínez Nougues, M. P. (2016). Obtenido de <https://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>
- Mendoza, Á. G. (2019). Destinos Turísticos Inteligentes. *Research, Society and Development*, 15.
- Mendoza, B. V. (Febrero de 2021). researchgate. *artículo de revista*, 15.
- Next. (2019). Obtenido de <https://www.nextibs.com/que-es-un-destino-turistico-inteligente/>
- NextIBS, P. (5 de noviembre de 2019). *Next*. Obtenido de <https://www.nextibs.com/que-es-un-destino-turistico-inteligente/>
- Nirian, P. O. (03 de agosto de 2020). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad-economica.html>

- OMT. (12 de septiembre de 2017). *Inteligencia territorial y turismo : la gestión pública de*. Obtenido de http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15503/Inteligencia_territorial_y_turismo.pdf?sequence=2
- Piñón. (05 de Diciembre de 2019). *Global Growth Agents*. Obtenido de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>
- R, F. (2019). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7429722.pdf>
- Raffino, M. E. (16 de julio de 2021). *Editorial etecé*. Obtenido de <https://concepto.de/metodo-analitico/>
- regional, A. E. (13 de Mayo de 2019). *Asociacion Española de ciencia regional*. Obtenido de https://www.redalyc.org/jatsRepo/289/28962049029/html/index.html#redalyc_28962049029_ref8
- Regional, A. E. (13 de Mayo de 2019). *Asociación Española de Ciencia Regional*. Obtenido de https://www.redalyc.org/jatsRepo/289/28962049029/html/index.html#redalyc_28962049029_ref8
- Resnik, J. (6 de noviembre de 2016). *Forbes Mexico*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/destino-turistico-inteligente/>
- Rss. (2020). Obtenido de <https://www.responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>
- Rss. (2020). Obtenido de <https://www.responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>
- Rss. (2020). *Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <https://www.responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>
- Rss. (2020). *responsabilidad social y sustentabilidad*. Obtenido de <https://www.responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>
- Ruiz, F. (2019). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7429722.pdf>
- Segittur. (2019). *Destino turístico inteligente*. Obtenido de <https://www.destinosinteligentes.es/destinos-inteligentes/>
- Segittur. (13 de Mayo de 2015). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/289/28962049029/html/index.html>
- Segittur. (2019). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421831>

Segittur. (2019). *destino turistico inteligente*. Obtenido de <https://www.destinosinteligentes.es/destinos-inteligentes/>

segittur. (2020). Obtenido de <https://www.idt.gov.co/es/destino-turistico-inteligente>

Segittur. (2020). Obtenido de <https://www.idt.gov.co/es/destino-turistico-inteligente>

Segittur. (2020). *gov.co*. Obtenido de <https://www.idt.gov.co/es/destino-turistico-inteligente>

Sernatur. (2016). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164

Sernatur. (2017). Obtenido de <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>

Sernatur. (2017). Manual de destinos. *elementos para la gestion de destinos turisticos*. Chile.

Solís. (diciembre de 2020). Obtenido de s

Solís Hernández, J. D. (30 de diciembre de 2020). Obtenido de https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Sociologia_Contemporanea/vol7num23/Revista_de_Sociologia_Contemporanea_V7_N23_2.pdf

Sustentabilidad, R. s. (2020). *Responsabilidad social empresarial y sustentabilidad*. Obtenido de <https://www.responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>

Turismo, I. d. (2020). *GOV.CO*. Obtenido de <https://www.idt.gov.co/es/destino-turistico-inteligente>

V., L. (9 de diciembre de 2020). *Hilando historias*. Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>

V., V. (9 de diciembre de 2020). Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>

Vargas. (16 de Septiembre de 2015). *smart destination*. Obtenido de <https://www.thinktutur.org/media/Libro-Blanco-Destinos-Turisticos-Inteligentes-construyendo-el-futuro.pdf>

Vasquez V. (2020). Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>

Vasquez, V. (9 de diciembre de 2020). *hilando historias*. Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>

Vasquez, V. (9 de diciembre de 2020). *hilando historias*. Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>

Vasquez, V. (9 de diciembre de 2020). *Hilando historias*. Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>

- Vasquez, V. (9 de diciembre de 2020). *Hilando historias*. Obtenido de <https://www.hilandohistorias.mx/sustentabilidad-cultural/>
- Wang, L. &. (23 de Octubre de 2018). *Asociacion española de ciencia regional*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/289/28962049029/html/index.html>

CAPITULO VII

ANEXOS

SITIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN QUEVEDO

Anexo 1 Iglesia san José



Fuente: Google.

Anexo 2 Puente de Quevedo



Fuente: Google.

Anexo 3 Malecón de Quevedo



Fuente: Google.

Anexo 4 Palacio de cristal



Fuente: Google.

Anexo 6 Ruta del río



Fuente: Google.

Anexo 5 Playita de Jaime



Fuente: Google.

Anexo 8 Parque lineal



Fuente: Google.

Anexo 7 Parque de la familia



Fuente: Google.

Anexo 10 Parque el bocachico



Fuente: Google.

Anexo 9 Museo de Quevedo



Fuente: Google.

Anexo 11. Encuesta realizada a la población quevedeña y cantones aledaños.



“UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO”

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO

Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Quevedo en función al diseño de un plan estratégico que en el cantón Quevedo, provincia Los Ríos.

DATOS PERSONALES

1. Género

Masculino ____ Femenino ____ Otro ____

2. Nacionalidad

Ecuatoriana ____

Extranjero ____

3. Edad:

Menos de 18 años ____

18 a 24 ____

25 a 34 ____

44 a 54 ____

55 a 64 ____

4. Estado civil

-Soltero/a_____

-Comprometido/a_____

-Casado/a _____

-Viudo/a_____

-Divorciado/a_____

5. Nivel de Instrucción

Estudiante _____

Secundaria_____

Cursó la universidad_____

Pregrado_____

Postgrado_____

6. ¿Cuántas veces viaja al año por vacaciones/descanso/ocio?

Una vez al año_____

Una vez a la semana_____

En vacaciones_____

Cada 15 días_____

7. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Ocio_____

Recreación_____

Trabajo_____

Descanso_____

8. ¿Cuántos países ha visitado en su vida?

1_____

2_____

3_____

+4_____

Ninguno_____

9. ¿De los países que ha visitado han sido?

En diferentes continentes_____

Solo continente americano_____

Ninguno_____

10. ¿Ha escuchado sobre el termino destino turístico inteligente?

Si_____

No_____

11. ¿Con qué palabra puede relacionar Destino Turístico Inteligente?

Sustentabilidad_____

Tecnología _____

Innovación_____

Todas las anteriores _____

12. ¿La tecnología genera satisfacción durante su viaje?

Si _____

No_____

No utiliza _____

13. ¿Qué dispositivos utiliza durante el viaje?

Smartphone_____

Laptop_____

Tablet_____

14. ¿Para qué las utilizas?

Fotos y videos_____

Consulta de mapas_____

Información sobre el destino_____

Contacto con amigos y familia_____

Buscar opiniones_____

Compartir experiencia en redes sociales_____

Reservación de servicios_____

15. ¿Con quién visitó Quevedo?

Solo_____

En pareja_____

Con amigos_____

Familia_____

16. ¿Cuál es tu grado de satisfacción en Quevedo? Siendo 0 Nada Satisfecho y 5 Totalmente Satisfecho

0_____

1_____

2_____

3_____

4_____

5_____

17. Exprese su grado de acuerdo con la siguiente afirmación " Quevedo es un destino turístico que respeta el medio ambiente"

Totalmente en desacuerdo_____

En desacuerdo_____

De acuerdo_____

Totalmente de acuerdo_____

18. Exprese su grado de acuerdo con la siguiente afirmación " Quevedo es un destino turístico que cuida su patrimonio (construcciones históricas, costumbres, tradiciones etc.)"

Totalmente en desacuerdo_____

En desacuerdo_____

De acuerdo_____

Totalmente de acuerdo_____

19. Exprese su grado de acuerdo con la siguiente afirmación " Quevedo es un destino turístico que tiene un buen sistema de transporte público" Siendo 0 Nada Satisfecho y 5 Totalmente Satisfecho.

0_____ 1_____ 2_____ 3_____ 4_____ 5_____

20. Exprese su grado de acuerdo con la siguiente afirmación " Quevedo es un destino turístico que tiene infraestructura especial para personas con discapacidad "

Totalmente en desacuerdo_____

En desacuerdo_____

De acuerdo_____

Totalmente de acuerdo_____

21. Si tuvieras una discapacidad (o la tienes) ¿cuál podría ser el Grado de accesibilidad con los siguientes espacios en Quevedo?

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

22. Entorno Urbano (calles, plazas, etc.)

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

23. Áreas recreacionales (parques, etc.)

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

24. Espacios cerrados (monumentos, edificios, iglesias, museos, teatros, parques de diversiones)

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

25. Alojamiento (hotel, hostel, apartamentos, camping, etc.)

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

26. Restaurantes, bares, discotecas, etc.

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

27. Espacios Comerciales (mercados, tiendas, centros comerciales).

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

28. ¿Es importante para ti qué el destino elegido tenga red Wi-Fi pública en los principales puntos turísticos?

Si _____

No _____

29. ¿Percibe a Quevedo cómo un destino que se preocupa especialmente por mejorar la experiencia del turista?

Si _____

No _____

30. ¿Cuál es tu opinión acerca de la publicidad turística para Quevedo?

Buena_____

Muy buena_____

Mala_____

Muy mala_____

Anexo 11 Cuestionario de Google form

 ENCUESTA DTI QUEVEDO  

    [Enviar](#)  

[Preguntas](#) [Respuestas](#) **401** [Configuración](#) Total de puntos: 0



Sección 1 de 3

"UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO"
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
LICENCIATURA EN ECOTURISMO
-ENCUESTA-

Objetivo: Identificar las potencialidades de Quevedo como ciudad inteligente, para plantear estrategias y proponer una línea base que permita a la ciudad convertirse en un destino turístico inteligente (DTI).

[Después de la sección 1](#) [Ir a la siguiente sección](#)

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

