



Diagnóstico de las potencialidades de Cuenca para ser un Destino Turístico Inteligente

Diagnosis of Cuenca's potential to become a Smart Tourism Destination

Kléber Patricio Castro Pacheco¹
kleber-castro@berkeleycollege.edu
ORCID: [0000-0002-7714-1501](https://orcid.org/0000-0002-7714-1501)

Yasser Vázquez Alfonso²
yalfos1@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4074-0711

Mónica Liliana Castro Pacheco³
mcastro@sudamericano.edu.ec
ORCID: 0000-0002-3850-0276

Víctor del Corral⁴
broncovh@yahoo.es
ORCID: 0000-0003-2680-5336

Recibido: 14/03/2022; Aceptado: 10/06/2022

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar las potencialidades de Cuenca para convertirlo en Destino Turístico Inteligente (DTI) como plan piloto, acorde a la realidad actual de la ciudad, que se presentan dentro de los procesos económicos, investigación, desarrollo tecnológico e innovación. El principal resultado es la elaboración del diagnóstico del destino turístico Cuenca en sus varias dimensiones, como son desarrollo sustentable, conectividad y sensorización, tecnología, innovación, gobernanza, turismo accesible, entre otros; utilizando la metodología que la Comunidad Valencia indica sobre los destinos turísticos inteligentes.

Palabras clave: Destinos Turístico Inteligente, turismo sustentable, innovación, turismo accesible, gobernanza

Abstract

The objective of this research was to determine the potential of Cuenca to become a Smart Tourism Destination (STD) as a pilot plan, according to the current reality of the city, which are presented within the economic processes, research, technological development and innovation. The main result is the elaboration of the diagnosis of the Cuenca tourist destination in its various dimensions, such as sustainable development, connectivity and sensorization, technology, innovation, governance, accessible tourism, among others; using the methodology that the Valencia Community indicates about smart tourism destinations.

¹ PhD(c) Berkeley College. New York, EEUU

² DrC. Universidad de La Habana. Cuba.

³ MsC. Instituto Superior Sudamericano. Cuenca, Ecuador

⁴ PhD(c). Universidad Estatal Amazónica. Puyo, Ecuador

governance, accessible tourism, among others; using the methodology that the Valencia Community indicates on smart tourist destinations.

Keywords: Smart Tourism Destinations, sustainable tourism, innovation, accessible tourism, governance.

Introducción

La transformación estructural y formal se presenta por la evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), las nuevas formas de comportamiento de los consumidores (demanda), donde el entorno digital permite promocionar destinos, productos y servicios, comunicarse con los clientes para conocerlos, en otras palabras adaptarse a sus requerimientos; esto permite generar un elevado nivel de información, incorporación de nuevos modelos de negocios que limitan la actuación de los intermediarios, puesto que los consumidores tratan de llegar directamente a los productores de bienes y/o servicios, pero sobre todo la responsabilidad social con el medio ambiente ante un enemigo común como es el cambio climático y sus diferentes implicaciones.

En ese enfoque, el apareamiento de los denominados territorios/ciudades inteligentes constituyen una referencia interesante sobre todo en Europa, particularmente en España, donde se ha convertido en política de Estado el impulso a los denominados Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), que aglutina varios conceptos y formas de gestión, derivados de la denominada gobernanza como un acuerdo de voluntades; pero sin olvidar la complejidad de esas relaciones en los procesos de gestión territorial en una ciudad como Cuenca, Ecuador, que en las actuales circunstancias se encuentra en un proceso de consolidación como destino turístico.

En este marco de acción se presentan varios ejemplos válidos, que se desarrollan en varias ciudades españolas como León, Madrid, se destaca a la Isla de Palma de Mallorca como un proyecto piloto que busca impulsar el espacio natural de la playa en función de ordenar el espacio físico con determinantes de conectividad; la ciudad de Badajoz apuesta a ser un patrón interesante de información y sensorización; la Isla del Hierro en Canarias se presenta como la primera inteligente del mundo. De igual manera se destacan las diferentes aplicaciones que impulsan mejorar el proceso de información y comunicación en tiempo real a los visitantes, residentes y usuarios de la ciudad en sus atractivos, productos, pero sobre todo mejorar la calidad de vida.

Un caso de éxito es el Proyecto Are que informa de las condiciones del destino turístico de montaña en Suecia, que implementó una infraestructura de conocimiento mediante la aplicación de un enfoque de inteligencia de negocios de la actividad turística, el cual permite que la información del destino sea gestionada a través del sistema de Gestión de Información sobre el Destino (DMIS-ARE) que impulsa la creación de conocimiento y aplicación como una condición previa para el aprendizaje organizacional de este destino turístico.

Reconoce dos capas, la primera de creación de conocimiento; la segunda de aplicación que refleja el comportamiento de búsqueda de los turistas, el comportamiento de la reserva y la opinión. En otras palabras, los datos recogidos, almacenados, analizados y visualizados en DMIS-Are incluyen las características demográficas y psicográficas de los turistas, los motivos y las percepciones de la marca, así como la información de los clientes sobre el uso y patrones de consumo de productos, respectivamente (Hopken *et. al.*, 2011).

En Sudamérica no existen prototipos a cotejar y analizar, se destaca el plan piloto de Buenos Aires turístico e inteligente, que es una apuesta inicial de las actividades Smart en el destino (Acosta, 2017). En Chile el CITYP está trabajando un sistema sencillo de gestión de datos dentro de la zona del Aconcagua, en unión con la Universidad Católica de Valparaíso.

En el Ecuador se han realizado congresos y seminarios en las ciudades de Quito y Cuenca, que tratan de explicar ¿por qué? y ¿para qué? de una ciudad inteligente, pero no existe una plataforma operativa y funcionando de una manera efectiva. Se destacan tres estudios sobre lo que debe contener un sistema de información turística, pero no se ha profundizado en el tema de una propuesta de DTI.

Sin embargo, la aplicación de "soluciones inteligentes" a los destinos turísticos está acompañada por la definición previa de un modelo de territorio turístico inteligente adaptado a las necesidades reales de los espacios turísticos. Por esta razón, la investigación que se presenta pretende determinar las potencialidades de Cuenca para convertirlo en Destino Turístico Inteligente (DTI), que impulse el desarrollo adaptado a los diferentes entornos territoriales y espacialidades turísticas: destinos urbanos, patrimoniales, litorales o rurales; básicamente.

Metodología

La ciudad de Cuenca es la capital de la provincia del Azuay, se encuentra ubicada en la parte sur del valle de los Andes en la República del Ecuador, en una altura de 2.550 m.s.n.m., tiene una población aproximada de 450 mil habitantes. Su superficie es de 15.730 hectáreas y presenta un clima con temperaturas que oscilan entre los 14°C y los 18°C, durante todo el año. El Centro Histórico, con cerca de 200 hectáreas, está formado por la zona residencial más antigua, en donde se encuentra gran cantidad de edificaciones de estilo colonial y republicanas de gran hermosura; la zona arqueológica; los barrios artesanales (de origen colonial); los mercados centrales; el Barranco del Tomebamba con el Paseo 3 de noviembre y varios sitios de importancia paisajística y cultural.

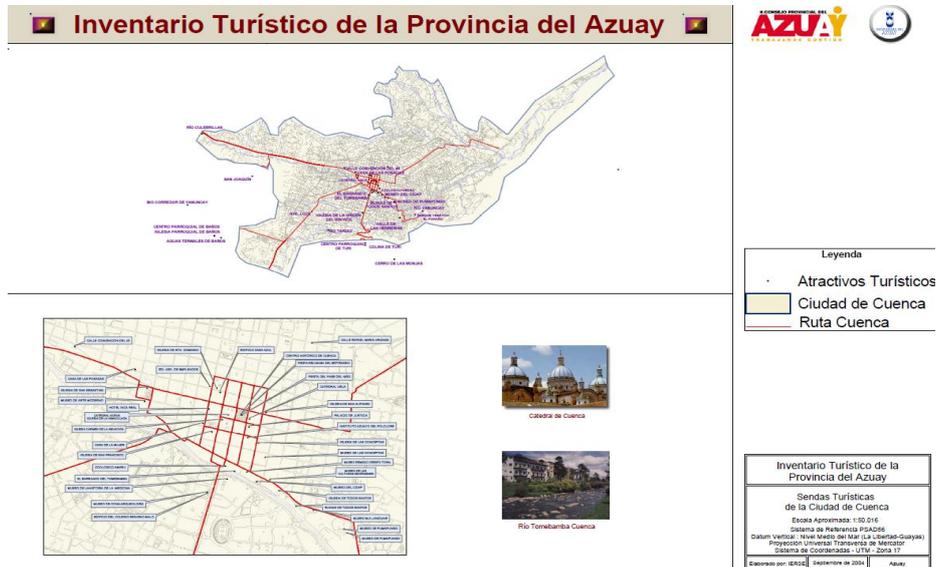


Figura 1. Mapa turístico de la ciudad de Cuenca.
Fuente: Castro (2010)

Los Métodos para emplear son:

Teóricos:

Análisis síntesis: para el estudio del objeto de la investigación y resumir sus elementos teóricos.

Inductivo – deductivo: se emplea en la discusión y análisis de los resultados de la investigación; el enfoque de sistema: se emplea para el estudio de los diferentes componentes de los destinos turísticos Cuenca.

Empírico:

Encuesta: se aplica a los responsables de la gestión pública, privada y academia en la ciudad de Cuenca con el fin de obtener información del destino turístico.

Criterio a especialistas: utilizado para establecer los indicadores en el estudio de la gestión del destino turístico Cuenca, representado en diferentes instituciones nacionales e internacionales: Lathrop Consultores de Chile; FEPTCE de Ecuador; Universidad La Sorbona de Francia; Universidad Nacional de Quilmes, Argentina; Hoteles Aguas del Sur, Argentina; Universidad Estatal Amazónica, Ecuador; Universidad de Cuenca, Ecuador; CITYP, Chile; Instituto Superior INAN, Ecuador; Instituto Superior Sudamericano; Universidad del Azuay, Ecuador.

Consulta de documentos: empleado en la revisión de la literatura especializada y la información rectora de la política del turismo en, Europa, Asia, América y Ecuador.

Estadísticos – matemáticos:

Estadística descriptiva: para el procesamiento de los resultados obtenidos del diagnóstico sobre la situación de la gestión turística en el destino Cuenca mediante tabla, gráficos y estadígrafos.

En la perspectiva de agilizar la gestión turística local el Concejo Cantonal de Cuenca resolvió la conformación de la Corporación Cuencana de Turismo (CCT) como una entidad autónoma y sin fines de lucro para que asumiera "como objetivo fundamental el desarrollo integral del turismo dentro del Cantón", según el Art. 3 del Acuerdo del Ministerio de Turismo expedido el 14 de enero de 2003, con el cual se formaliza su creación que da paso a la creación de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, que impulse el desarrollo integral del sector turístico, promoción turística y la conservación y protección del patrimonio turístico natural, cultural, arqueológico y ambiental dentro de la jurisdicción del cantón Cuenca.

En lo relativo a trabajos previos de análisis y estudios se encuentran como referentes básicos de soporte a este estudio, se encuentran el "Plan Estratégico de Turismo de Cuenca", "Plan de Marketing Turístico del Ecuador", el "Plan de Competitividad Turística del Ecuador" (MITUR, 1998), el "Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Cantón Cuenca", la "Propuesta de Roles Institucionales para el Manejo Descentralizado del Turismo" y la "Propuesta para el Plan de Dinamización Turística" Actualización del Inventario de Atractivos Turísticos de la Provincia del Azuay y Cañar, PLANDETUR, Plan de desarrollo estratégico de turismo de Cuenca.

El análisis del producto turístico se realiza a partir del mercado y desde el proceso de su composición. Hay dos facetas fundamentales por considerar: la primera enfocada a la "integración del servicio", con la participación de cada uno de los elementos y actores que hacen posible que el turista se desplace y goce del atractivo y, por otro lado, todo lo que gira en torno a las "actividades y experiencias" que obtiene el visitante del sitio, destacándose.

- La ingeniería del producto, que prevé una adecuada combinación de los recursos y/o atractivos, la infraestructura, el transporte, el equipamiento, la organización o mix de servicios ofertados.
- La ingeniería del valor, referido a las actividades y experiencias inherentes al atractivo o recurso.

Representan el principal elemento en el producto turístico, ya que son el estímulo básico del viaje.

Es importante recalcar que las actividades y la calidad de la experiencia son elementos clave para la selección de un destino turístico por parte del visitante.

El levantamiento de la información de productos se ha basado en el análisis de la oferta comercial disponible en agencias de viajes y en páginas web dedicadas a la promoción y comercialización del turismo, así como a través de entrevistas a operadores turísticos, de esta manera se da prioridad al patrimonio cultural del centro de la ciudad

Si bien los productos turísticos actualmente en el mercado están exhaustivamente detallados en el Informe Final del PLANDETUR 2020, a través de este estudio, se busca aportar información respecto a dos variables específicas:

- El producto turístico actual según su notoriedad en los mercados interno y receptor;
- El producto turístico en el contexto de la oferta del destino Cuenca.

La demanda interna establece datos del MINTUR, en el Informe final del PLANDETUR 2020 se realiza una primera aproximación para conocer el perfil del turista interno

-sustentada en encuesta de turismo (enero - diciembre), dentro del proyecto de cuenta satélite de Ecuador. Con relación a la demanda internacional, además de la información contenida en la Encuesta de Turismo Internacional de la Cuenta Satélite de Ecuador y en el PIMTE, se ha considerado fundamental recurrir a la información publicada por operadores y turistas en los diversos sitios web dedicados a viajes.

Se puede comprobar que en el escenario online se configura como un poderoso escaparate de difusión de contenidos turísticos. Se ha estimado que en la actualidad 8 de cada 10 personas que buscan información en Internet, lo hacen sobre viajes.

En la estructura de la encuesta se incluyó la escala de respuesta de tipo Likert con las escalas de valor siguiente: muy adecuado, bastante adecuado, adecuado, poco adecuado e inadecuado. Los resultados arrojados fueron analizados desde el punto de vista cuantitativo aplicando las metodologías detectadas (González Velasco, 2010; Grima y Caro, 2015; INVATUR, 2015; SEGITTUR, 2016), para su tratamiento estadístico mediante el empleo del software consulta a expertos versión 1.0 propuesto por Valdés y Méndez (2007).

Análisis de los datos

- a) *Análisis cualitativo*: Información de las actuales condiciones de gobernanza, la consolidación del destino, la búsqueda de equilibrios sociales en nuevos modelos de negocios, la agenda turística, realidad socioeconómica local, desde la perspectiva entidad turística, Existencia de publicaciones de tipo académico, cultural, social, económica.
- b) *Análisis cuantitativo*: capacidad para convertirse en un DTI, los datos fueron procesados en Excel, para tabulación y análisis.

La evaluación tiene un valor porcentual, que de acuerdo con el criterio de la persona que ha contestado en la encuesta, la otorga por el porcentaje de avance o consolidación; de esta forma se debe analizar una segunda tabulación de datos relativa a los valores individuales de los indicadores y su valor porcentual.

Para obtener el valor final del área de las variables, se tabulan los datos relativos a las respuestas positivas (SI), con sus valores de porcentajes de avance (%A), obteniendo el valor de la media aritmética $\bar{x} = \frac{\sum(\%1+\%2+\dots+\%n)}{n}$; este valor es importante para cotejar con los valores totales determinados por la matriz de valoración del cuadro de la metodología del manual de DTI.

El valor final (VF) se obtiene por medio de una regla de tres, de esta forma:

$$VF = \frac{(VT \times \%A)}{\%100}$$

Para determinar el valor total del % de Alcance (%A), se saca la media aritmética de la columna respectiva. De esta forma se han obtenido los siguientes resultados.

Se aplica la matriz de Boston que determina la participación en el mercado en el eje de las "X" que es el valor de Valor Efectivo (VE) en el modelo de gestión del DTI; y su capacidad de crecimiento en el eje de las "Y" que es el valor del porcentaje de avance o efectividad. Dentro de este análisis se plantea que los valores proporcionaran escenarios puntuales donde se encuentran los siguientes valores: De 76 a 100 alto. De 51 a 75 a medio alto, De 26 a 50 medio bajo. De 0 a 25 bajo.

Para conocer la competencia institucional e identificar el rol o papel que desempeñaría una determinada institución frente al proceso del DTI se procede a revisar las páginas WEB de las principales instituciones estatales que tienen que ver con el tema, donde constan los objetivos, metas, visión, misión, principales políticas, programas y proyectos, de las principales entidades y el vínculo de relación que existiría con la política gubernamental del turismo.

Resultados – Discusión

Del análisis previo se puede concluir que existe un escaso desarrollo de la teoría, práctica y aplicación académica de los instrumentos metodológicos en la investigación que consoliden el diseño de un modelo de gestión del DTI, que sea inclusivo a la sociedad civil y/o turistas, a los actores directos de la actividad, al gobierno local y al sector empresarial, donde exista el manejo abierto de la información.

Es importante disponer de datos primarios para entender y consolidar la etapa de diagnóstico, por este motivo se utiliza una metodología que analice de forma multivariable los factores en los que se desenvuelve la ciudad de Cuenca, para que de manera multidimensional se pueda entender y comprender el estado actual se la situación del modelo de gestión.

Los indicadores y los valores porcentuales constituyen una referencia que no se puede generalizar a la gran diversidad de destinos ya que tienen acepciones y criterios propios derivados del entorno que inciden como fuerzas motoras directamente en su desarrollo, las valoraciones numéricas resultantes no son concluyentes y constituyen exclusivamente una referencia de aproximación para medir la situación de los destinos en relación al modelo DTI como punto de partida útil para la elaboración del diagnóstico de los destinos y la redacción de la propuesta estratégica de un prototipo y su documento directriz de acciones a consolidarlo.

Análisis de la importancia o no de la revisión de la gobernanza para gestionar de manera equilibrada la comunidad de intereses del territorio turístico en la ciudad de Cuenca:

- *Importancia de la Gobernanza (actores – agentes - territorio) en turismo de Cuenca:* el 50% contesta que SI (4), el 25% que NO (2); el 12,50 (1) que es político y el 12,50 (1) NS/NC.
- *Importancia del marco normativo - políticas en turismo de Cuenca:* el 100% contesta que SI (analizar competencias para evitar duplicidad de funciones 4, determinar acciones y atribuciones de cada sector 2, generación de políticas públicas 1; evitar la informalidad 1).
- *Importancia la presencia del factor entorno - mercado:* el 100% contesta que SI (el turismo es dinámico 4, para establecer una Organización de Destino Turístico (OGT) 3, generar un plan de desarrollo que sea integral en beneficio de la colectividad 1.

- *Las acciones que se deben tomar en consideración para que la ciudad de Cuenca sea considerada como un destino turístico consolidado:* modelo de gestión (7); gobernanza abierta (2); gobierno abierto (2); atracción de talento (1); mejor aprovechamiento de sus recursos humanos (4); sistemas de participación (5); incremento de tecnología en el sector turístico (5); investigación + desarrollo + innovación (7); actualización de inventarios y productos turísticos (2); visualización de datos del sector (open data) (1); creación y formulación del destino turístico inteligente (DTI) (7); la implementación de indicadores de turismo sostenible (8).
- *La importancia de los equilibrios sociales con los nuevos modelos de negocios:* el 87,5% indica que SI (participación de los sectores sociales mediante empresas organizadas 6, modelo de gestión participativa 1, empoderamiento de la ciudad como destino turístico 1), el 12,50% que NO.
- *La importancia de la economía social y emprendimientos en el destino:* el 87,5% indica que SI (participación de los sectores sociales mediante empresas organizadas 5, modelo de gestión participativa 1, empoderamiento de la ciudad como destino turístico 1), el 12,50% que NO (buscar nuevos modelos de negocios 1)

Existencia de vocación de respuesta a las actividades de la agenda turística del destino Cuenca, por parte de los turistas y/o ciudadanía: SI (50%) (cambio constante de la oferta y la demanda del destino, agenda establecida por eventos culturales). NO (50%), (no está construida con la participación de todos, no se consolida en su totalidad, la ciudadanía está alejada de la realidad de la ciudad).

Existencia de conexión con la realidad socioeconómica local, desde la perspectiva entidad turística (Fundación de Turismo, Mintur, GAD Provincial) – población local: SI (12,50%) (fomento y el desarrollo de la actividad turística de la provincia enfocado a los proveedores de servicios turísticos - oferta). NO (87,50%) (es necesario elaborar un plan de turismo con la participación de todos los sectores, el turismo no es parte de políticas o estrategias, no existen recursos suficientes, no se transparenta la información, existe rivalidad política, no existe la colaboración pública - privada).

Existencia de publicaciones de tipo académico, cultural, social, económica, etc., que formulen al destino Cuenca de manera abierta y global: SI (75%) (mínimas 1, incipientes 1, a nivel nacional e internacional 3). NO (25%) (académicas e investigación 2).

La segunda parte de la encuesta hace referencia a los indicadores que determinan el nivel de capacidad del destino para consolidarse como DTI, adicional se establece un valor porcentual en el caso de su existencia. Es importante indicar que debido a la complejidad del concepto y las dificultades que presenta para su desarrollo operativo han motivado la elaboración de unos indicadores y criterios de diagnóstico de aplicación a los destinos turísticos.

Como se puede observar en la tabla 1, el mayor valor obtenido es el relativo a la sostenibilidad territorial /urbana con 56,94 puntos y 54,19% de alcance; el segundo valor es de accesibilidad con 53,66 puntos y 53,82% de alcance. Los valores más bajos son los relativos a sostenibilidad turística con 21,64 puntos y un 19,48 % de

alcance; un segundo valor mínimo es el de sistemas de información/inteligencia turística con 27,75 puntos y 27,19% de alcance.

Tabla 1. Tabulación de variables del DTI

Variable	VALOR/100	%ALCA NCE
Gobernanza	36,76	36,15
Sostenibilidad territorial/urbana	56,94	54,19
Sostenibilidad turística	21,64	19,48
Accesibilidad	53,66	53,82
Conectividad / sensorización	42,00	40,50
Sistema de información/inteligencia turística	27,75	27,19
Innovación	46,92	43,97
Información turística	51,82	49,42
Marketing online	36,55	35,54

Fuente: Elaboración propia



Figura 2. Autodiagnóstico del destino turístico de Cuenca.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2, se puede observar el nivel de ubicación de cada una de las variables donde las mejor posicionadas son: información turística, accesibilidad y sostenibilidad territorial/urbana, que se encuentran en un escenario medio-alto, es decir tiene características que deben ser explotadas.

En el escenario medio-bajo se encuentran las variables: innovación, conectividad/sensorización, gobernanza, marketing online y sistema de información/ inteligencia turística. En el escenario bajo se encuentra la variable de sostenibilidad turística, que se le puede considerar alarmante.

Para estar al tanto de la competencia institucional de los GAD ´S locales Provincial y Municipal, se han revisado los planes de desarrollo y de organización territorial, estratégicos, programas y proyectos de turismo, económicos y sociales. En estos documentos se ha tenido la prolijidad de relacionar los programas y proyectos de interés turístico con las posibilidades y potencialidades de gestión del DTI. Con base a los criterios que han sido enunciados se construyó tabla 2 que se expone a continuación:

Tabla 2. Criterios de los actores del destino Cuenca.

ACTORES	Interés	Valor	Motiva.	Descripción de la competencia institucional
Fundación de turismo de Cuenca	+	+	+	Actor estratégico, altamente motivado y principal responsable del proceso de implementación, administración, mantenimiento, operación y promoción del DTI, así como de la ejecución del PMDTI. Principal impulsor de los procesos de coordinación interinstitucional y de cooperación tanto dentro del sector público como con el privado y el comunitario. Promotor de la organización y participación de las poblaciones y comunidades localizadas en el DTI y su área de influencia.
Ministerio de Turismo	+	+	+	Entidad altamente motivada y clave que tiene a su cargo la campaña de promoción y difusión de los principales atractivos culturales y naturales del país, donde confluyen al DTI. Responsable de constituir las oficinas regionales y locales de información turística, así como de los procesos de señalización vial y de los principales sitios y atractivos de interés turístico. El MINTUR promueve la coordinación interinstitucional y fomenta el desarrollo del turismo sostenible a nivel nacional. El DTI consta dentro de los proyectos prioritarios y actividades de PLANDETUR 2020.
Ministerio del Ambiente	+	+	+	Entidad con una motivación alta responsable de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, programas y proyectos para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. Es un aliado importante para la conservación y el manejo racional y responsable de las áreas naturales protegidas que están ubicados dentro de la zona de influencia del DTI.

Instituto de Patrimonio Cultural	+	+	+	El INPC es la entidad responsable de investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el patrimonio material e inmaterial; orientando, regulando y controlando los procesos que incidan, en forma concomitante, en la conservación, la apropiación y el uso de este patrimonio nacional. (F. Vega)
SENPLADES	+	0	+	Entidad responsable de fijar la prioridad en la planificación nacional del proyecto y funcionamiento del DTI, así como de determinar el monto y forma de la asignación de recursos económicos para la aplicación del Plan Maestro del DTI a través del presupuesto General del Estado.
Ministerio de Finanzas	+	0	+	Organismo responsable de garantizar el financiamiento del proceso del sistema del DTI y de la aplicación del Plan Maestro, de conformidad con la disponibilidad de los recursos por parte del Fisco.
Ministerio de Industrias y Competitividad	0	0	0	Entidad responsable de promover la reactivación productiva empresarial en los establecimientos grandes, medianos y pequeños, facilitar los procesos de ejecución de los programas y proyectos por intermedio de sistema de Compras Públicas, el cual se encuentra bajo su responsabilidad.
Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad	+	+	+	Organismo estratégico, responsable de concertar las políticas y las acciones que en el área productiva adopten las instituciones, tales como: el MAGAP; Ministerio de Industrias; Ministerio de Turismo; entre otros. La implementación del DTI, así como la aplicación del PMDTI podría (o debería) contar con su apoyo.

Como se puede apreciar en la tabla 2, la mayoría de los actores vinculados con la actividad turística, son de carácter público. Esta característica no confiere una garantía total de respaldo, confianza y viabilidad política. La debilidad está en que no existe una participación y la corresponsabilidad del sector privado, de las organizaciones sociales y comunitarias. Esta débil coordinación entre los GAD'S, con las demás entidades de los gobiernos locales complica la puesta en valor de los sistemas de gestión y operativos.

Se debe partir de un acuerdo de voluntades, alianzas estratégicas y creación de sinergias, con el fin de estructurar espacial y funcionalmente la conectividad, ampliando el concepto de destino turístico al de destino turístico inteligente, y de territorialidad inteligente, para que se consolide la idea en el ámbito del uso turístico, de manera que cumpla su funcionalidad principal.

Según Castro (2016,2018), de estos análisis se desprende diferentes problemáticas que los directivos público y privado del sector turístico de Cuenca del deben resolver como son:

- Limitaciones en la estructura de la gobernanza del destino Cuenca, como modelo de organismo público de gestión turística, para emprender las nuevas responsabilidades que se desprenden de la elaboración de un Plan Maestro del Destino Turístico Inteligente (PMDTI) y la creación de una Oficina de Destino Turístico Inteligente (Smart Destination Office).
- Existen debilidades en la gestión de la sostenibilidad territorial/ urbana que afectan a la coordinación interinstitucional en el destino Cuenca, para el desarrollo integral de un sistema de indicadores de sostenibilidad y la aplicación de una agenda 21 local, asociadas en el planeamiento urbanístico adaptado a los principios de sostenibilidad.

- La gestión de sostenibilidad turística en el destino no ha desarrollado iniciativas y productos turísticos desde la perspectiva de la sostenibilidad. No existe certificaciones ambientales en el destino, de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), así como de productos y acciones en beneficios de la residentes y turistas.
- Existe un problema de accesibilidad al destino y a los atractivos turísticos, lo que implica la inadecuada puesta del mercado de los productos turísticos, así como la aplicación de un modelo de gestión del DTI, de manera que se facilite su posicionamiento efectivo, competitivo y rentable.
- Existencia de problemas de conectividad/sensorización, en el destino que imposibilitan un adecuado manejo de este tipo de servicios a la red de las empresas turísticas, lugares públicos con afluencia turística y la sensorización como dispositivos que midan y analicen datos en tiempo real a un servidor central.
- Manejo insuficiente de los sistemas de información / inteligencia turística, que propicie la Automatización de la información de Oficinas de Turismo (AOT), la creación de la Plataforma Smart Destination (PSD), de integración de la información y el tratamiento de la visualización de datos (OPEN DATA) y la gestión de datos grandes (BIG DATA).
- Escaso desarrollo de los procesos de innovación, desde la visión de la entidad principal que gestiona el turismo en el destino Cuenca, que impulsen el desarrollo de las TIC's en empresas turísticas, en forma de procesos de colaboración y deriven en proyectos innovadores, que consoliden la plataforma del modelo de gestión del DTI.
- Deficiente material y herramientas de información turística, que propicien la función de los canales de información 24 horas, promoción en formato digital e información turística virtual que consoliden la plataforma del modelo de gestión del DTI.
- Deficiente desarrollo del Marketing Online debido a la no elaboración de una plataforma del modelo de gestión del DTI, que impulse el monitoreo de marca y medios, la publicidad on-line, el marketing viral, para posicionar el destino en forma inteligente.

Conclusiones

La complejidad de las relaciones entre los actores y su rol (seres humanos e instituciones), hace necesaria la existencia de fórmulas de gestión que propicien la resolución de conflictos y el establecimiento de estrategias y objetivos que conduzcan al crecimiento de la actividad del turismo y áreas afines de manera sostenible.

La introducción de las nuevas tecnologías, la participación de numerosos actores en la gestión de la actividad turística, la existencia de intereses diferentes, la falta de presupuesto, entre otros factores, conlleva la búsqueda de una nueva forma de intervención que permita una actuación conjunta y coordinada de todos los actores públicos, privados y sociedad civil, en nuevos modelos de gestión diferente a la tradicional que facilita la participación de todas las partes interesadas en la planificación y gestión de los destinos turísticos para convertirlos en inteligentes.

Los indicadores que se aplican en el diagnóstico basado en la matriz de Boston demuestran una realidad para Cuenca es diferente a los modelos extranjeros.

La matriz de motivación es un aporte importante esta investigación, porque se utilizan criterios funcionales y ejecutables para entender la dinámica de los actores dentro de la propuesta.

El mapa de actores y de capacidades institucionales es un aporte a la investigación, porque se utiliza un análisis de aquellos organismos que impulsan las actividades del sector turismo en sus varias opciones como es hospitalidad, restauración, artesanías, entre otros factores.

Referencias bibliográficas

- Acosta, D (2017). *Smart City, el puntapié para el desarrollo inteligente del turismo en un destino urbano*. Tesis en opción al título de Licenciatura en Turismo. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.p.218.
- Castro, M. (2010). Visualización de datos del inventario de atractivos turísticos de la ciudad de Cuenca y el Valle del Santa Bárbara. Trabajo final de Master. Cuenca, Ecuador. Universidad del Azuay.
- Castro, P. (2016). Definición de un modelo operativo para el destino turístico inteligente, Cuenca, Ecuador. Trabajo final de Licenciatura. Buenos Aires, Argentina. Universidad de Belgrano
- Castro, P. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión para el destino turístico inteligente (DTI) de la ciudad de Cuenca, Ecuador*. Tesis presentada en opción al grado de Doctor en Ciencias Económicas. Facultad de Turismo. Universidad de La Habana. La Habana.p.183
- González Velasco, M. (2010). Gobernanza del turismo: retos y estrategias de las redes de destinos turísticos. CES Felipe II. Universidad Complutense.
- Grima C. A, y Caro, J.L., (2015). *Smart cities y Smart Destinations: una metodología para su evaluación*. TALLER DOCTORAL. VI Congreso Internacional Turismo, Economía y Medioambiente. Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga, España. Disponible en: http://dspace.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10154/Grima_Garcia_TFM.pdf?sequence=1
- Hopken, W., Fuchs, M., Keil, D., & Lexhagen, M. (2011). *The knowledge destination—a customer information-based destination management information system* (pp. 417-429). Springer Vienna, Austria.
- Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas INVATUR (2015). *Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes*. España. Disponible en: <http://www.thinktur.org/media/Manual-de-destinos-tur%C3%ADsticos-inteligentes.pdf>
- SEGITTUR (2016). *Libro Blanco de Smart Destination*. Madrid. Disponible en: <http://www.segittur.es/es/DTI/dti-detalle/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes>.
- Valdés, J.R; Méndez, T.D (2007). *Sistema automatizado para la utilización de la Matriz DAFO*. Centro de Estudio de Gestión de Riesgo. Universidad de La Habana.