



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

Carrera de Licenciatura en Turismo

TRABAJO FINAL

**“Modelo de Destino Turístico Inteligente. Un análisis de su
implementación en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
(2019-2021)”**

Alumna: Asunta Marcela De Simone

E-mail: mdsturismo.ar@gmail.com

Legajo: A0910082255-H2

Junio, 2021

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo determinar cuál es el nivel de implementación de los principios que componen el modelo de destino turístico inteligente en el marco de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el año 2021, identificando tanto sus falencias como así también sus virtudes.

Los cinco principios que componen el modelo de destino turístico inteligente (Accesibilidad, Gobernanza, Innovación, Tecnología, y Sustentabilidad) han sido avalados por la Organización Mundial de Turismo, e implementados por los principales destinos turísticos alrededor del mundo.

Se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos, entre ellos, encuestas a los responsables de agencias de viajes de turismo receptivo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, entrevistas a funcionarios del Ente de turismo de la ciudad, y también se realizó el análisis de la página web del Ente de turismo. Otros métodos utilizados incluyen investigación bibliográfica, asistencia a eventos y conferencias realizadas sobre la temática de Ciudades inteligentes, y la exploración de trabajos académicos y profesionales.

Al finalizar la investigación, se concluyó que si bien la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha puesto en marcha cada uno de los principios del modelo de destino turístico inteligente propuestos por la Organización Mundial de Turismo, estos han sido implementados en diferentes niveles de desarrollo. El principio de mayor implementación en la ciudad ha sido el de tecnología, en segundo lugar el principio de innovación y los menos desarrollados son sustentabilidad, gobernanza y accesibilidad.

Palabras claves: Destino turístico inteligente- Ciudad Autónoma de Buenos Aires- Accesibilidad-Gobernanza-Sustentabilidad-Tecnología-Innovación

Agradecimientos

La vida se encuentra plagada de retos, y emprender la carrera fue uno de ellos. Quiero agradecer especialmente a mis hijas, a Tatiana porque es el motor que me impulsa a avanzar permanentemente, y a Ludmila por estar siempre a mi lado, brindándome el apoyo incondicional para que pueda superar cualquier dificultad. A Walter por su paciencia y entender lo importante que es para mí hacer esta hermosa carrera.

También quiero agradecer a mis profesores, porque muchos de ellos me enseñaron la pasión por el Turismo, y además quiero agradecer a la Decana, Lic. Elisa Beltriti por hacerme sentir parte de la Institución y como dijo el primer día de clases, su puerta iba a estar abierta cuando un alumno lo necesite, y así fue.

Por último, quisiera agradecer a mis compañeros, que estuvieron siempre alrededor mío, desde el comienzo hasta el fin, especialmente a Deby, July y Belu, incondicionales siempre.

**“Modelo de Destino Turístico Inteligente. Un análisis de su
implementación en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
(2019-2021)”**

INDICE

1. TEMA	8
1.1 Introducción.....	8
1.2 Formulación del interrogante general.....	9
1.3 Objetivo general	10
1.3.1 Objetivos específicos	10
2. JUSTIFICACIÓN	11
3. INVESTIGACIÓN.....	12
3. 1 Tipo de Investigación	12
3.2 Enfoque	12
3.3 Fuentes de información:	13
3.4 Alcance	14
3.5 Universo de estudio	14
3.6 Muestra	14
3.7 Variables:.....	15
3.8 Técnica de recolección de datos	15
3.9 Entrevistas:	15
3.9.1 Destinatarios de las entrevistas:.....	17
3.9.2 Funcionarios del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	17
3.10 Encuestas:	18
3.10.1 Destinatarios de las encuestas.....	18
3.10.2 Agencias de Viajes receptivo.....	18
3.11 Página Web de turismo de la Ciudad de Buenos Aires	20

3.11.1 Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires	20
4. HIPÓTESIS	21
5. LIMITANTES	21
6. MARCO REFERENCIAL	22
6.1 La Ciudad Autónoma de Buenos Aires	22
6.2 Turismo	25
6.3 Alojamiento	29
6.4 Gastronomía	31
6.5 Servicios de atención al cliente: oficinas de turismo.....	32
6.6 Algunos de los lugares más visitados por los turistas	33
7. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	35
7.1 Antecedentes de investigación	35
7.2 Antecedentes del destino turístico inteligente	38
7.3 Destino Turístico Inteligente según la Organización Mundial de Turismo	39
7.4 Destino Turístico Inteligente según Segittur	41
7.5 Los 5 ejes principales de un Destino Turístico Inteligente:	42
7.5.1 SUSTENTABILIDAD.....	42
7.5.2 INNOVACIÓN.....	48
7.5.3 TECNOLOGÍA.....	50
7.5.4 ACCESIBILIDAD.....	52
7.5.5 GOBERNANZA.....	56
7.6 Ranking internacional de Destinos Inteligentes	57
8. DESARROLLO DE ASPECTOS METODOLÓGICOS	59

8.1. Análisis de datos de la página web.....	59
8. 2 Funcionarios del Ente de Turismo.....	69
8.2.1 Análisis de datos de las entrevistas.....	69
8.3 Agencias de viajes	81
8.3.1 Análisis de datos de las encuestas.....	81
9. PROPUESTA.....	89
9.1 TARJETA TURÍSTICA “TANGO”	89
10. CONCLUSIONES.....	91
BIBLIOGRAFÍA	94
LINKOGRAFIA	95
ANEXO.....	96

**"EL TURISMO ES UNA INDUSTRIA DE FUTURO QUE NO
TEME A LOS CAMBIOS"**

MICHELLE BACHELET

1. TEMA

Virtudes y falencias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como un Destino Turístico Inteligente

1.1 Introducción

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) es considerada uno de los destinos turísticos más visitados de Latinoamérica. En el año 2019 recibió más de 2,9 millones de turistas extranjeros, cuya estadía promedio fue de diez noches. Cabe destacar que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es el principal destino turístico del país, en gran medida gracias a su frondoso patrimonio histórico y cultural de fama mundial, además del tango y la noche porteña con su variada oferta cultural, gastronómica y de entretenimiento. La ciudad posee también atractivos circuitos temáticos como ser los religiosos, arquitectónicos, históricos, gastronómico, etc. Sin dejar de mencionar las actividades deportivas de gran nivel que se desarrollan en la Ciudad.

A su vez, el turismo como actividad ha crecido hasta convertirse en un sector en constante competencia y evolución. Con los avances tecnológicos, cada vez más entidades buscan aplicar los mismos en pos del turista, ya sea buscando satisfacer las nuevas necesidades del mismo, u ofreciéndole productos o servicios de valor agregado que generen mayor satisfacción, que en consecuencia produzcan un incremento en el gasto del turista y la reincidencia del mismo o su positiva recomendación.

Es por ello que, distintos organismos públicos alrededor del mundo han reconocido la necesidad de facilitar, y aplicar la innovación en materia turística para beneficiar tanto a turistas como a todos los actores del producto turístico.

En busca de mejorar la competitividad del destino, el turismo introduce un nuevo concepto llamado **Destino Turístico Inteligente (DTI)**. La Organización Mundial de Turismo (OMT) en la conferencia realizada en Murcia, España, en el año 2017, expone que los destinos turísticos inteligentes son fundamentales para el desarrollo sostenible y no solo aportan un impulso al sector turístico, sino a las sociedades en

general. El uso de soluciones tecnológicas contribuye de manera efectiva a que las decisiones puedan tomarse sobre una base empírica y ayuda a priorizar las medidas y anticipar futuros escenarios, algo esencial para una gestión responsable del turismo y su impacto.

La sociedad estatal de gestión de la información y las tecnologías turísticas de España, (Segittur) propone que para que un destino sea considerado un destino turístico inteligente debe centrarse en cinco principios o ejes fundamentales los cuales son: sustentabilidad, innovación, tecnología, accesibilidad y gobernanza. Este modelo de destino turístico inteligente fue avalado por la Organización Mundial de Turismo¹.

En el año 2018 el Ente de turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (ENTUR) firmó un convenio con la sociedad española, (Segittur), para incorporar el Sistema de Inteligencia Turística (SIT), la cual es considerada una de las herramientas necesarias para convertirse en un destino turístico inteligente.

Actualmente (2021) la Ciudad Autónoma de Buenos Aires integra la red de destinos turísticos inteligentes. Es por ello que resulta pertinente indagar sobre la implementación de los principios propuestos por el modelo de destino turístico inteligente de Segittur y la OMT así como el estado de desarrollo de los mismos.

De este modo se formulan las siguientes preguntas que dan forma al problema de investigación.

1.2 Formulación del interrogante general

¿Qué nivel de desarrollo poseen los principios propuestos por el modelo de destino turístico inteligente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

¹ Declaración de Nursultán, en el marco de la 8ª Cumbre Mundial de Turismo Urbano de la Organización Mundial del Turismo «Smart cities, smart destinations», celebrada en Kazajstán. (11 de octubre, 2019)

¿De qué modo se ha dado a conocer el modelo de destino turístico inteligente en el sector?

¿Qué niveles de conocimiento existen respecto del modelo de destino turístico inteligente en las agencias de viaje?

¿Cómo se ponen en práctica los principios del modelo de destino turístico inteligente?

¿Qué herramientas se utilizan para ponerlos en práctica?

¿Qué actividades desarrolla la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como destino turístico inteligente?

1.3 Objetivo general

Analizar la implementación de los principios propuestos por el modelo de destino turístico inteligente así como el desarrollo de los mismos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

1.3.1 Objetivos específicos

Analizar de qué manera se ponen en práctica los principios del modelo de destino turístico inteligente.

Identificar las herramientas que posee la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como destino turístico inteligente.

Analizar los programas del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires destinados a las Agencias de Viajes.

Determinar si las Agencias de Viajes consideran que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es un destino Turístico Inteligente.

Descubrir las virtudes y falencias que tiene la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como destino turístico inteligente.

2. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo se justifica en tanto no se han encontrado investigaciones previas sobre la problemática aquí planteada para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Asimismo, la presente investigación busca ofrecer saberes que sean útiles para esta casa de estudios, como material de soporte a cátedras afines, y para el desarrollo de iniciativas que impliquen beneficios sociales, económicos, y ambiental.

Considerando que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encuentra en un proceso de incorporación de tecnología en el área de Turismo, no es suficiente sólo analizar la temática desde la esfera pública. Se necesita además que el sector privado, como ser las agencias de viajes, puedan contar con información sobre las herramientas que posee el Estado, para poder darle uso y de esa manera contar con datos actualizados que permitan anticiparse a la realidad y expectativas de quienes visitan la Ciudad.

Este trabajo tiene la finalidad de dar a conocer cuáles son las virtudes y falencias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como destino turístico inteligente, a fin de que los responsables de los sectores públicos y privados, puedan sacar provecho de dicha información en pos de la innovación turística en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

3. INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

El alcance de la investigación es exploratoria-descriptiva, pues se pretende orientar hacia la descripción o identificación de rasgos o características del trabajo en estudio, en este caso el modelo de destino turístico inteligente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El estudio exploratorio consiste en la investigación de antecedentes y posee el objetivo de examinar el tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, por lo general determinan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variables y establecen el tono de investigaciones posteriores más rigurosas

En los estudios descriptivos, el investigador se limita a medir la presencia, características o distribución de un fenómeno en una población en un momento de corte en el tiempo, tal sería el caso de estudios que describen la presencia de un determinado factor ambiental, una determinada enfermedad, mortalidad en la población, etc., pero siempre referido a un momento concreto y sobre todo, limitándose a describir uno o varios fenómenos sin intención de establecer relaciones causales con otros factores.

3.2 Enfoque

La investigación se presenta de carácter mixto, en donde se utiliza el método cuantitativo y el método cualitativo. Con el método cuantitativo se busca analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado (Sampieri, 2006). En este trabajo se realizarán encuestas a los responsables de las agencias de viajes y turismo que trabajan con viajes receptivos de la Ciudad, para medir cuáles son sus percepciones del desarrollo de los ejes del modelo de destino turístico Inteligente en la Ciudad de Buenos Aires.

El método cualitativo es, según el autor Ezequiel Ander- Egg (Ander-Egg 41) “El camino a seguir mediante una serie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que puede ser material o conceptual”, es decir el método cualitativo produce datos descriptivos, es decir, que se basa en la expresión oral y escrita de las personas, además de la conducta observable. En este caso se elaborarán entrevistas a los responsables del Ente de turismo de la Ciudad de Buenos Aires para conocer cuál es el desarrollo que posee la Ciudad con respecto al modelo de destino turístico inteligente.

3.3 Fuentes de información:

Fuentes primarias: Son aquellas que nos proporcionan datos o nos brindan información de manera directa.

Las fuentes primarias en este trabajo son aportadas por encuestas a los responsables de las agencias de viajes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, esta información es la que nos permite obtener conclusiones con un sustento más concreto y actualizado sobre la problemática. Por otra parte, las entrevistas a funcionarios del Ente de turismo de la ciudad van a brindar una perspectiva más integral y complementaria a la investigación.

Fuentes secundarias: son aquellas elaboradas por terceros. Pueden estar basadas en fuentes primarias, describiendo y analizando las diferentes características de las mismas.

Las fuentes para el análisis de este trabajo provienen en gran medida de documentos escritos, bibliografía especializada, centros de estudios, revistas, investigaciones de carácter público, páginas Web, y en menor medida de un número de trabajos académicos.

Por último, hemos incluido información obtenida por la asistencia a distintos eventos y conferencias realizadas sobre la temática del Turismo Inteligente, como la feria Internacional de Turismo, o las jornadas de Turismo, Innovación y Tecnología

(InnovaturBA), SmartCity, así como publicaciones especializadas en turismo, entre las cuales cabe mencionar Hosteltur, La Agencia de Viajes Argentina ,y Ladevi ediciones.

3.4 Alcance

Esta investigación está geográficamente situada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y en cuanto a delimitación temporal, la misma se establece desde el año 2019 al 2021

3.5 Universo de estudio

Para la realización de la presente investigación, se toman como universo de estudio los siguientes:

- Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (ENTUR)
- Las agencias de viajes receptoras de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Página oficial del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

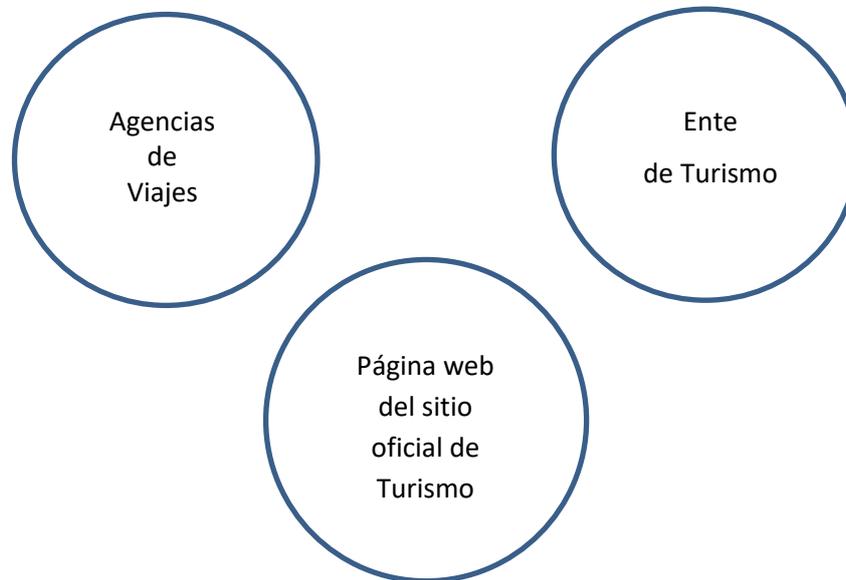
3.6 Muestra

Para la selección y definición de las muestras, se tomaron los siguientes universos de estudios, para la triangulación de datos a fin de analizarlos y poder proporcionar información valiosa:

- 1) Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires:
 - Funcionarios del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- 2) Agencias de Viajes y Turismo de la Ciudad de Buenos Aires
 - Responsables de las agencias de viajes y turismo receptoras de la Ciudad de Buenos Aires

3) Sitio oficial de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

- <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es>



*Figura 1: Se tomaron como muestra: Agencias de viajes-Ente de turismo-Página web
Fuente: Elaboración propia*

3.7 Variables:

Gobernanza-Tecnología-Innovación- Sustentabilidad-Accesibilidad

3.8 Técnica de recolección de datos

En esta investigación las técnicas de recolección de datos que se utilizarán son las entrevistas y las encuestas, por medio de las cuales accederemos a los datos y a la información necesaria para responder a la problemática investigada, además del trabajo de campo.

3.9 Entrevistas:

La entrevista es una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador. (Vargas 2012)

Con respecto a la clasificación de las entrevistas, estas serán del tipo estructuradas, ya que plantean preguntas con anterioridad y tienen una estructura definida que se mantiene al momento de ser realizada, lo que podría limitar la opinión del sujeto estudiado.

Debido a la pandemia de COVID-19, el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha impuesto restricciones para ingresar a los despachos administrativos y además muchos empleados realizan sus tareas desde sus domicilios.

El personal del Ente de Turismo de la Ciudad se encuentra realizando funciones en diferentes áreas con turnos rotativos, en tareas de coordinación para los hoteles destinados a alojar a personas que deban aislarse en la Ciudad.

Por tal motivo, se pudo coordinar para que las entrevistas se realicen vía e-mail.

3.9.1 Destinatarios de las entrevistas:

3.9.2 Funcionarios del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

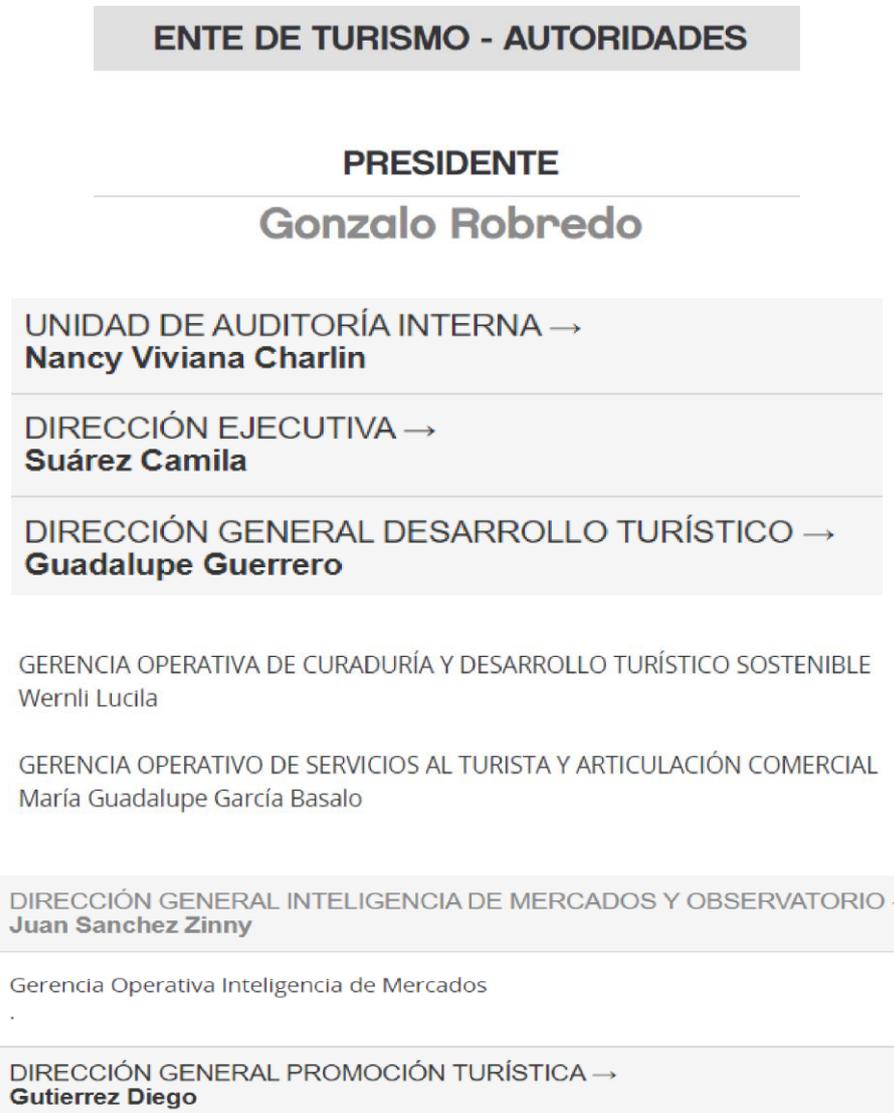


Figura 2: Organigrama del Ente de turismo de la Ciudad de Buenos Aires (Entur)

Fuente: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es>

3.10 Encuestas:

Para la obtención de los datos requeridos a los responsables de las Agencias de Viajes se utilizará la encuesta como instrumento. Según Hernández Sampieri (1997), la encuesta es la más utilizada para la recolección de datos, esta consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

El instrumento será un cuestionario con preguntas cerradas algunas de ellas bajo la escala de Likert, que es un método de medición utilizado por los investigadores con el objetivo de evaluar la opinión y actitudes de las personas.

La Escala de Likert es una escala de calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración. Es ideal para medir reacciones, actitudes y comportamientos de una persona.

La escala de Likert asume que la fuerza e intensidad de la experiencia es lineal, por lo tanto, va desde un totalmente de acuerdo a un totalmente en desacuerdo, asumiendo que las actitudes pueden ser medidas.

Además de otras preguntas con diferentes opciones para señalar las preferencias o consideraciones de los encuestados.

3.10.1 Destinatarios de las encuestas

3.10.2 Agencias de Viajes receptivo

Ley Nacional de Agencias de viajes

La Resolución N° 1027/2005 de la Ley N° 25.997 de la Presidencia de la Nación Secretaría de Turismo destaca la importancia del turismo receptivo considerándola como una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas, resultando la actividad privada una aliada estratégica del Estado. Que ejercen un papel importante las agencias de viajes que operan bajo la modalidad de turismo receptivo con viajeros del exterior, en la construcción de ventajas competitivas para el sector turístico argentino. Que la evolución en las modalidades de gestión de las agencias de viajes ha

tomado la exigencia de un alto grado de competitividad mediante la calidad y la excelencia en el servicio a prestar a los usuarios turistas.

El registro de Agentes de Viajes opera bajo la modalidad de turismo receptivo, creado mediante la Resolución N° 532/01, exigiendo a las mismas la máxima excelencia en la prestación de los servicios a brindar a los turistas usuarios, con la finalidad de fomentar y fortalecer el desarrollo del turismo receptivo. Que la especificidad en la materia exige contar con una estructura en el Departamento de Registro de Agentes de Viajes que atienda la recepción, efectúe el análisis de la documentación y verifique las constancias presentadas, resultando necesario contribuir a su sostenimiento mediante un arancel aplicable a las solicitudes presentadas.

Ley de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

La Ley N° 600 de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con fecha 11 de septiembre de 2002 en su Decreto 1158 considera: Que el Turismo ha sido definido como una actividad socioeconómica de interés público y cultural para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; Que esta legislación permitirá al Organismo de Aplicación el desarrollo y la promoción de productos, actividades y programas turísticos.

En el artículo 9º: dice que sólo podrán incluirse en el Registro aquellas Empresas de Viajes y Turismo quede desarrollen actividades en la “MODALIDAD TURISMO RECEPTIVO”, entendiéndose por dicha modalidad el desarrollo de las actividades referidas en el artículo 1º de la Ley 18.829 – en forma individual, conjunta y / o alternativa – respecto de turistas individuales o en grupo, que tengan su residencia fuera del territorio de la Ciudad de Buenos Aires.

3.11 Página Web de turismo de la Ciudad de Buenos Aires

3.11.1 Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires



Figura 3: Página web del Ente de turismo

Fuente: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es>

4. HIPÓTESIS

Definición: Rut Vieytes en su libro: “Metodología de la investigación en organizaciones de mercado y sociedad”. (Cit 2004; págs. 20,65) define la hipótesis de la siguiente manera: “Son conjeturas, respuestas tentativas que el investigador conjetura como respuestas al problema y funcionan en método como guía que orienta la búsqueda de evidencias”

Según señala Roberto Hernández Sampieri en su libro: “Metodología de la investigación” no son necesarias las hipótesis en todas las investigaciones “Los estudios cualitativos por lo general no formulan hipótesis antes de recolectar datos. Su naturaleza es más bien inductiva, lo cual es cierto, particularmente si su alcance es exploratorio o descriptivo” (Cit 1991; pág. 140)

A partir de estas definiciones, este trabajo por ser de alcance exploratorio-descriptivo y no hay antecedentes en la literatura que dé cuenta del caso estudiado, no partí de ninguna hipótesis. Sin embargo partí de los siguientes supuestos:

Seguramente la Ciudad Autónoma de Buenos no implementó todos los principios propuestos por la OMT para un destino turístico inteligente .

No hay canales comunicacionales eficaces entre el sector público-privado

5. LIMITANTES

La limitación se debe a la imposibilidad de poder entrevistar a los que ocupan cargos de relevancia en el Ente de Turismo de CABA, debido a los protocolos de Covid19 que impidieron los encuentros al momento de tener que realizarlas. Además de que la mayoría del personal del Ente de turismo actualmente cumple funciones en la organización de los hoteles Covid, que la ciudad ha dispuesto para los pacientes que deben aislarse en la Ciudad.

No obstante, tras ponernos en contacto, han accedido a formar parte de esta investigación vía email.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1 La Ciudad Autónoma de Buenos Aires



Figura 4: Mapa de Argentina.

Fuente: <http://mapoteca.educ.ar/>

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires también llamada Capital Federal por ser sede del gobierno federal, es la capital de la República Argentina. Está situada en la región centro-este del país, sobre la orilla occidental del Río de la Plata, en plena llanura pampeana. Los resultados definitivos del censo de 2010 estiman la población de la ciudad en 2.890.151 habitantes, y la de su aglomerado urbano, el Gran Buenos Aires, en 12.801.364 habitantes; siendo la mayor área urbana del país, la segunda de Sudamérica, Hispanoamérica y del hemisferio sur, y una de las 20 mayores ciudades del mundo.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires fue fundada en el año 1580 por Juan de Garay la denominó Ciudad de Trinidad, que fue el nombre oficial de la ciudad hasta el año 1996. En el siglo XIX el puerto de la ciudad de Buenos Aires fue el punto de llegada de la gran corriente inmigratoria promovida por el Estado argentino para poblar la nación. Españoles, italianos, sirio-libanés, polacos y rusos le imprimieron a Buenos Aires el eclecticismo cultural que la distingue. A lo largo del siglo XX, sucesivas migraciones internas (de países latinoamericanos y de Oriente) terminaron de conformar a Buenos Aires como una ciudad cosmopolita en la que conviven personas de diversas culturas y religiones. El Río de la Plata y el Riachuelo son sus límites naturales hacia el este y el sur.

Barrios porteños:

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) es la capital de la República Argentina, y goza de poderes ejecutivo, legislativo y judicial propios. Se encuentra organizada en 15 comunas que se rigen bajo la Ley 1.777 sancionada en 2005. Se trata de unidades descentralizadas de gestión política y administrativa. Las Comunas tienen competencias exclusivas y concurrentes con el Gobierno de la Ciudad. Oficialmente, la ciudad se encuentra dividida en 48 barrios.



Figura 25: Mapa de los barrios de la Ciudad de Buenos Aires

Fuente: <http://mapoteca.educ.ar/>

Clima

El clima en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es templado y húmedo, conocido también como clima pampeano.

La ciudad presenta una temperatura media de 17.9°C, siendo enero el mes más caluroso con una temperatura promedio máxima de 30°C y una mínima de 20.1°C; mientras que el mes más frío es julio con temperaturas promedio de 15.3°C de máxima y 7.4°C de mínima. La temperatura más alta registrada en los últimos cien años fue de 43.3°C en verano y la mínima de -5,4°C en invierno.

Las temperaturas medias varían de acuerdo a la estación del año de 17 a 23°C en verano, 14°C en otoño, 10°C en invierno y 18°C en primavera.

Una característica del clima de Buenos Aires que está presente en muchas conversaciones es su elevada humedad, la cual puede resultar en ocasiones sofocante, la humedad relativa media anual es alta 71,4%.

Las precipitaciones medias anuales son de 1.234 mm, y están repartidas regularmente durante las cuatro estaciones del año, siendo el invierno la menos lluviosa. Las nevadas no son frecuentes en la ciudad, la primera se registró el 22 de junio de 1918 y la última fue el 9 de julio de 2007, la cual ocurrió como consecuencia de un gran viento polar que se extendió por todo el territorio del país.

6.2 Turismo

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires presenta diferentes lugares por donde pueden ingresar los turistas, principalmente aeropuertos, puertos y transporte terrestre.

El acceso de los visitantes mediante transporte aéreo se realiza a través de los aeropuertos: Aeropuerto Metropolitano Jorge Newbery, el Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini (Ezeiza) y el aeropuerto El Palomar.

Cuenta con tres terminales fluviales que permiten el arribo de embarcaciones de transporte de pasajeros internacionales: la Terminal de Buquebus y la Terminal de cruceros Quinquela Martín

En cuanto a la red vial que comunica a la ciudad con diferentes puntos del país está compuesta por rutas nacionales o autopistas con peaje.

La ciudad posee además tres estaciones de autobuses: la Terminal de Ómnibus de Retiro, la Terminal de Ómnibus Dellepiane y la Terminal de Ómnibus de Liniers.

En cuanto a la movilidad dentro de la ciudad cabe destacar los diferentes medios de transportes terrestres como el subte, colectivos, trenes, taxis y bicicletas.

A partir del año 2016 funciona el Bus Turístico, con buses ecológicos, que recorren los principales atractivos de la ciudad.



Figura 6: Aeropuerto Internacional Ezeiza



Figura 7: Aeropuerto Metropolitano Jorge Newbery

Buenos Aires es la gran capital cosmopolita de la República Argentina a la cual ingresaron 2,4 millones de turistas en el año 2018 y 2,7 en el año 2019, el turismo se posiciona como un gran dinamizador económico, representa el 3% de la economía.

Argentina es el país más visitado de toda Sudamérica y a su vez, la Ciudad

Autónoma de Buenos Aires el destino preferido de los extranjeros; la importante cantidad de turistas que arriban a la ciudad es muy significativa, especialmente si se compara con las visitas que recibe el resto de los destinos del país.



Figura 8: Elaboración propia

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas) sobre la base de datos de INDEC. Encuesta de Turismo Internacional (ETI)

Su perfil urbano es marcadamente ecléctico. Se mezclan, a causa de la inmigración, los estilos Art Decó, Art Nouveau, Neogótico y el Francés Borbónico. Por esto último se la conoce en el mundo por el apodo de “París de América”. El rascacielos es otro elemento muy común del panorama urbano porteño. Fue elegida por la Unesco como Ciudad del Diseño en el año 2005 y como Capital Mundial del Libro en el 2011, declarada como capital de la cultura gastronómica de Iberoamericana en el año 2017, y sede de los Juegos Olímpicos de la juventud en el año 2018.

En cuanto a la oferta turística la ciudad de Buenos Aires ofrece todas las alternativas para todas las edades, y se compone de una extensa red de actores y de un sistema turístico complejo. Hay registradas 254 agencias de viajes y turismo, y 930

Guías de Turismo, a lo que se suman los servicios de transporte, la infraestructura de conectividad aéreas, terrestres y marítimas, la oferta gastronómica, de eventos, los monumentos, y sitios históricos y las manifestaciones culturales y deportivas, por mencionar algunas de ellas. (<https://data.buenosaires.gob.ar>)

Hay muestras de arte de todo tipo, como plástica, pintura, fotografía, escultura, arte digital e instalaciones. Conciertos, festivales, teatro, cine, reuniones en cafés, milongas y casas de tango.

El Teatro Colón y pequeños teatros experimentales, librerías antiguas y nuevos centros culturales, más de cien museos, parques, ferias artesanales y modernos centros comerciales.

La noche porteña es uno de los mayores atractivos ya que cuenta con una vida nocturna que difícilmente pueda vivirse en otra ciudad del mundo, bares, pubs, discotecas y fiestas que duran toda la noche los 7 días de la semana.

Los lugares turísticos más importantes de la ciudad de Buenos Aires se encuentran en su casco histórico, sector formado prácticamente por los barrios de Monserrat y San Telmo.



Figura 9: Mapa turístico de la Ciudad de Buenos Aires

<http://mapoteca.educ.ar/>

6.3 Alojamiento

La Ciudad de Buenos Aires cuenta en la actualidad con aproximadamente 73.000 plazas distribuidas en 674 establecimientos hoteleros y para-hoteleros.

Dentro de la tipología hotelera el número de alojamientos se distribuyen en 26 hoteles de 5 estrellas, 85 de 4 estrellas, 72 de 3 estrellas, 73 apart hoteles y 99 hoteles de 1 y 2 estrellas. En cuanto a la tipología parahotelera, los establecimientos se agrupan de la siguiente manera: 85 en albergues y los 152 restantes corresponden a hostales (bed & breakfast) y a hospedajes turísticos.

Tipo	Clase	N° estab.	N° plazas	% ocupación de plazas	Duración estadía promedio
Hotelero	Hotel 5 estrellas	26	11.263	43,05	2,34
	Hotel 4 estrellas	85	17.133	53,92	2,33
	Hotel 3 estrellas	72	10.674	48,18	2,39
	Hotel Boutique	82	3.549	50,41	2,16
	Apart Hotel	73	7.665	46,07	2,79
	Hotel 1 y 2 estrellas	99	8.975	37,71	2,50
Para-hotelero	Albergue turístico (<i>hostel</i>)	85	3.834	39,45	3,06
	Hostal (<i>Bed & Breakfast</i>) y hospedaje turístico	152	10.011	33,67	2,87
		674	73.104	44,87	2,47

Figura 10: Establecimientos, habitaciones y plazas disponibles por categoría hotelera. Ciudad de Buenos Aires. Año 2008-2020

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA). EOH.

Cabe precisar que, en la actualidad, la mayoría de los alojamientos turísticos de CABA se encuentran concentrados en los barrios de Retiro, San Nicolás, Recoleta, Palermo, Monserrat, San Telmo y Puerto Madero.

Los hoteles pertenecientes a cadenas internacionales se sitúan especialmente en los barrios de San Nicolás y Retiro, ubicaciones que coinciden con la mayor parte de los hoteles de categoría 4 y 5 estrellas de propiedad y administración local. Recoleta, aunque en menor proporción, también posee hoteles de las mencionadas categorías.

San Nicolás es el barrio que cuenta con el número más elevado de hoteles de categoría 3 estrellas y de apart hoteles. Palermo destaca por la gran cantidad de hoteles boutique que posee distribuidos en las diferentes zonas del barrio, muchos de los cuales se caracterizan por estar enfocados a las diferentes temáticas: diseño, arte, tango, historia argentina, gay friendly y fútbol, entre otras.

Asimismo, la Avenida de Mayo en el barrio de Monserrat posee un importante número de hoteles sencillos de categoría 1 y 2 estrellas. En cuanto a los albergues turísticos, cabe precisar que es la clase de alojamiento que se distribuye en la mayor cantidad de barrios, entre los cuales se encuentran Almagro, Villa Crespo o Belgrano, hecho que contribuye a desarrollar zonas de la ciudad que han estado tradicionalmente fuera del circuito turístico. No obstante, el mayor número de albergues turísticos están emplazados en los barrios de Monserrat y San Telmo.

De acuerdo a los datos extraídos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (Ministerio de Turismo de la Nación, 2019), se puede observar que, en la tipología hotelera de CABA, la mayor parte de las pernoctaciones se concentran durante los meses de julio, octubre y noviembre, con excepción de la categoría 5 estrellas en la cual la demanda se centra principalmente entre los meses de octubre y enero.

En relación a los establecimientos para-hoteleros, en el caso de los albergues turísticos, la mayor demanda se presenta entre noviembre y enero, mientras que los meses de menor ocupación son mayo y junio.

La situación del turismo en la Ciudad de Buenos Aires hostels (bed & breakfast) y los hospedajes turísticos tienen su mayor demanda en los meses de julio, octubre y noviembre, y su período de menor ocupación ocurre en los meses de verano austral

6.4 Gastronomía

La Ciudad de Buenos Aires presenta una gastronomía muy atractiva debido a la influencia inmigrante y a la impronta criolla. Las principales cocinas del mundo tienen presencia en la oferta gastronómica de la ciudad, sumado a la extensa variedad de espacios que van desde lo tradicional hasta las opciones de diseño 1910.

De acuerdo a los datos ofrecidos por la Asociación de hoteles, restaurantes, confiterías y cafés (AHRCC), en el año 2017 CABA cuenta con alrededor de alrededor de 3.500 locales gastronómicos distribuidos por todos los barrios de la ciudad, aunque presenta una gran concentración en los denominados polos gastronómicos.

El Ente de Turismo de CABA cuenta con un Registro de Restaurantes Turísticos voluntario que en el año 2016 recogía 53 establecimientos inscriptos. En el listado figuran casas de tango, parrillas, locales de minutas, cafés tradicionales, pizzerías, comidas étnicas y cervecerías.

Con respecto a los polos gastronómicos, algunos se especializan en un tipo de cocina especial y otros se caracterizan por ofrecer diferentes opciones en una misma área, por ejemplo, en el barrio de Palermo existen cuatro polos gastronómicos importantes, sobre todo vinculados con la noche porteña: Palermo Hollywood (delimitado por las avenidas Juan B. Justo, Dorrego, Santa Fe y Córdoba), Palermo Soho (delimitado por las avenidas Scalabrini Ortiz, Córdoba, Juan B. Justo y Santa Fe)



Figura 11: Parrilla Don Julio, con el premio al mejor restaurante de América Latina (2020)

6.5 Servicios de atención al cliente: oficinas de turismo

La Ciudad de Buenos Aires cuenta con ocho Centros de Atención al Turista distribuidos en lugares estratégicos. Éstos pertenecen al Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y ofrecen información sobre actividades y atractivos, guías y mapas de la ciudad, además de servir como puntos de referencias para el turismo en la Ciudad de Buenos Aires y de encuentro para las diferentes visitas guiadas gratuitas que realiza el propio organismo. Existen Centros de Atención al Turista de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los barrios de La Boca, Palermo, Puerto Madero, Recoleta, Retiro, y San Nicolás.

Además, el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ofrece circuitos organizados a pie y en bicicletas por los diferentes barrios de la ciudad.

Asimismo, la ciudad posee centros de atención para la prevención en seguridad y asistencia al turista: la Comisaría del Turista y la Defensoría del Turista.



Figura 12: Centro de Atención al turista

Fuente: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/recorrido/atenci%C3%B3n-al-turista>

6.6 Algunos de los lugares más visitados por los turistas

Teatro Colón



Reinaugurado en 2010, es considerado uno de los teatros líricos más importantes del mundo

Casa de Gobierno, Casa Rosada



Sede del Gobierno Nacional, ocupa el predio en donde se erigió en 1580 el Fuerte de Buenos Aires.

El Cabildo



Sede de la administración colonial, ocupa el mismo lugar desde 1580.

Catedral Metropolitana



Frente a Plaza de Mayo, la Catedral Metropolitana es el principal templo de la Iglesia Católica en la Argentina.

Cementerio de la Recoleta



Está en Recoleta, ofrece visitas guiadas y más de 90 de sus bóvedas han sido declaradas Monumento Histórico Nacional.

Caminito



Con sus conventillos típicos de chapa y sus paredes pintadas de colores, Caminito es un auténtico museo a cielo abierto.

Puente de la mujer



Emblema de Puerto Madero, el puente representa la imagen de una pareja que baila tango porteño.

Café Tortoni



Es el Bar Notable más antiguo de la Ciudad y en sus mesas se sentaron íconos nacionales como Gardel, Borges y Cortázar.

7. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

7.1 Antecedentes de investigación

Antes de proceder a detallar el marco teórico, que será el eje para el avance de esta investigación, es preciso destacar que se realizó una búsqueda profunda de los posibles antecedentes a esta investigación, luego de indagar en diferentes fuentes, se puede confirmar que, al momento, no se han encontrado investigaciones que traten las falencias y virtudes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como un destino turístico inteligente.

Sin embargo, en el proceso exploratorio, se pudo acceder a tesis que destacan algunas de las características del desarrollo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como destino turístico inteligente, o en la identificación del modelo de destino inteligente en una ciudad de otro país.

Estos trabajos han servido de orientación para desarrollar todo el proceso de investigación, por lo cual es relevante a continuación destacar algunos detalles de los mismos:

Tesis: Smart City, el puntapié para el desarrollo inteligente del turismo en un destino urbano

Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (2017)

Autora: Danna G. Acosta- Director: Lic. Leandro V. Choi

Universidad Nacional de La Plata - Facultad de Ciencias Económicas - Licenciatura en Turismo

El objetivo de esta investigación se basó en identificar los desafíos que tiene el sistema turístico de la Ciudad de Buenos Aires para convertirse en un Destino Inteligente.

La metodología utilizada fue centrada en la revisión y análisis de la literatura actualizada sobre el tema, la creación de un modelo de Destino Urbano Inteligente y el

diagnóstico de la ciudad respecto a indicadores. Para identificar los desafíos que presenta el sistema turístico de la ciudad para convertirse en un Destino Urbano Inteligente.

Resultado: Se propuso desafíos para que Buenos Aires se convierta en un Destino Urbano Inteligente, en una primera aproximación a recomendaciones de gestión para el Ente de Turismo de la ciudad.

Tesis: Diagnóstico de Quito como destino turístico (2019)

Autora: Lizeth Espinosa- Director: Edison Cupuerán

Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Facultad de Ciencias Humanas-Escuela de hotelería y turismo

El objetivo de esta investigación fue analizar la posibilidad que tiene la ciudad de Quito de ser considerado como Destino Turístico Inteligente

El problema planteado es que Quito es una ciudad compleja que quiere llegar a ser destino turístico inteligente, pero que tiene una gran desventaja frente a otros destinos, comenzando por una demanda insatisfecha y por una oferta turística poco innovadora.

La metodología utilizada tiene un enfoque exploratorio, enfocada en establecer un diagnóstico de la situación actual de la ciudad de Quito, como Destino Turístico Inteligente, se comenzó revisando autores bibliográficos como: libros, documentos académicos en internet, revistas especializadas, documentos oficiales, manuales, metodologías desarrolladas en España y estudio de casos sobre destino turístico inteligente.

El resultado de esta investigación destaca que 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 destino turístico inteligente, 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.

Tesis: La ciudad de buenos aires como destino turístico inteligente: análisis de los sistemas de información online alineado a las expectativas del turista inteligente

Autor: Gabriel Hernán Przybylski - Mentor: Alejandro Prince

Universidad de San Andrés - Maestría en gestión de servicios tecnológicos y de telecomunicaciones- Victoria, Provincia de Buenos Aires, 28 de junio de 2018

El objetivo de este trabajo es identificar oportunidades de mejora en los sistemas de información online disponibles en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para ser un destino turístico inteligente desde el punto de vista de los visitantes.

La tesis consiste en el estudio exploratorio del caso Ciudad Autónoma de Buenos Aires como Destino Turístico Inteligente.

Las tecnologías de información en las telecomunicaciones se destacan como una de las herramientas que más contribuye a desarrollar un destino turístico inteligente, que se ofrece tanto a la oferta como a la demanda.

Una de las conclusiones de este trabajo afirma el uso del Smartphone, y la tecnología de información y la comunicación, no es solo para los jóvenes, sino que las personas de mayor edad también las utilizan para la planificación y sobre todo durante el viaje.

La metodología utilizada fue centrada en la revisión y análisis de la literatura actualizada sobre el tema, la creación de un modelo de Destino Urbano Inteligente y el diagnóstico de la ciudad respecto a indicadores. Para identificar los desafíos que presenta el sistema turístico de la ciudad para convertirse en un Destino Urbano Inteligente.

7.2 Antecedentes del destino turístico inteligente

En la actualidad la globalización ha impulsado la creación de nuevos conceptos en todos los sectores, incluido el turismo, donde los hábitos de consumo han cambiado a través del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), brindando tanto al ciudadano como al visitante una mejor calidad de vida y experiencia en el destino, y provocando que el destino se vuelva competitivo frente a otros.

A partir de los principios de innovación y competitividad nace el término Destino Turístico inteligente (DTI), principalmente en países desarrollados, como España, el cual es pionero sobre el tema, dando a conocer al mundo este nuevo paradigma en el turismo

Los antecedentes de un DTI se basan en el aumento de conectividad y herramientas tecnológicas en las ciudades, que han provocado una generación de conocimiento compartido con el fin de una mejor interacción de empresa- turista (López de Ávila, et.al., 2015; p.p.22).

A partir del año 2012 se comenzó a hablar del turista 3.0, un viajero que está más conectado a la tecnología y sus herramientas, que no depende de una agencia de viajes, tiene más diversidad en la oferta turística, reserva inmediatamente y es amigable con el medio ambiente, es decir todos los trámites los realiza a través de su Smartphone (OMT, 2017).

Frente a esta premisa en el mismo año Microsoft y la Organización Mundial de Turismo (OMT) se convirtieron en socios cuyo objetivo principal fue beneficiar al sector turístico con la tecnología para impulsar hacia un modelo competitivo a futuro.

En el mismo año el gobierno español da a conocer el Plan Nacional e Integral del Turismo 2012-2015, que se basa en características como la innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad para garantizar el presente y el futuro del turismo de España, a partir de estos ejes nacen los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) (Romero,2017).

En el año 2013 se crea la Sociedad Estatal de Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas, S.A (SEGITTUR), el cual, en marzo de 2013, puso en marcha el quinto subcomité denominado “Destinos Inteligentes”.

Posteriormente la OMT constituyó al año 2017 como el “Año Internacional del Turismo Sostenible”, y en febrero del mismo año en la ciudad de Murcia se desarrolló el congreso de Destino Turístico Inteligente (DTI).

A continuación se presenta la revisión de literatura académica y profesional, pero siendo este un concepto novedoso y actual a nivel mundial, y no hay demasiada literatura al respecto, los principales conceptos fueron aportados por la Organización mundial de Turismo (OMT) a través de sus Congresos y publicaciones, y la Sociedad Estatal de Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas, S.A (Segittur), que es una Sociedad Mercantil Estatal de España, que lidera a nivel internacional en la gestión de desarrollo en un destino turístico inteligente, con un modelo que cuenta con el reconocimiento internacional de organismos e instituciones tan relevantes como la Organización Mundial de Turismo, el Banco Interamericano de Desarrollo o la World Travel & Tourism Council, además de otras publicaciones, tesis, revistas profesionales y artículos especializados.

7.3 Destino Turístico Inteligente según la Organización Mundial de Turismo

La definición de Destino turístico inteligente según la Organización Mundial de Turismo (OMT) es aquel que por medio de la tecnología y la innovación resuelve los problemas concretos que tienen los turistas en el destino y enriquecen sus experiencias. Lo cual, además, lo hacen asegurando la accesibilidad a los servicios y de una forma sostenible.

En sintonía con el programa de trabajo 2018-2019 aprobado por la Asamblea General en su vigésima segunda reunión, la OMT destaca su apuesta por hacer el

turismo más inteligente, basado en la innovación y la transformación digital, con las siguientes prioridades:

Conectar y expandir: Es relacionar las herramientas de innovación con los principales agentes, tanto del sector público como privado, grupos académicos, empresarios, con el fin de avanzar en la innovación y el futuro del emprendimiento

Crear un espacio de desarrollo de la innovación en el que las empresas emergentes más disruptivas puedan relacionarse con empresas turísticas tradicionales de mayor alcance, y esto pueda resultar en distintos proyectos de colaboración y capacitación.

Además, la Organización Mundial de Turismo define los cinco ejes fundamentales que componen concepto de Destino Turístico Inteligente los cuales son: **Sustentabilidad, Innovación, Tecnología, Accesibilidad y Gobernanza.**

Una correcta aplicación de estos cinco ejes generaría dos efectos principales: Primero, se crearía una experiencia de mayor calidad para el turista, facilitando la organización logística y creando una experiencia de viaje más placentera. Segundo, facilita el trabajo del agente turístico y afines, creando un modelo de negocios con mayor conocimiento, utilizando herramientas tecnologías con menor impacto medioambiental y cultural, al aplicarlas sosteniblemente.

La OMT destaca que es fundamental el rol de la Gobernanza, con la coordinación de los grupos estatales y privados, a fin de crear soluciones que puedan ser aplicadas transversalmente, con prácticas y herramientas de uso fácil y cómodo a los turistas.

Un destino turístico inteligente garantiza el desarrollo sostenible del territorio, integrando la visita del turista con el entorno local aumentando la calidad de su experiencia y a su vez la calidad de vida de los residentes. Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible es aquél que satisface las necesidades

presentes de las regiones y los turistas, protegiendo y mejorando las oportunidades del futuro.

La OMT está encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos que tengan en su punto de mira el cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuyo alcance es universal.

7.4 Destino Turístico Inteligente según Segittur

España se destaca la presencia de la Sociedad Estatal de Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas, S.A (Segittur) que trabaja en la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas de España, depende del Ministerio de Energía y Turismo, y está anexada a la Secretaría de estado de turismo de ese mismo país, ha cumplido 18 años y a lo largo de su existencia fue y sigue siendo la responsable de impulsar la innovación en uno de los mercados turísticos más desarrollados a nivel mundial como lo es el sector turístico español .

Segittur hace hincapié en la utilización de nuevas tecnologías aplicadas al turismo y en la innovación y creatividad del sector turístico, para mejorar la competitividad del sector en un entorno de permanentes cambios como el actual, sobre todo en responder a las necesidades del turista que evoluciona junto al sistema moderno inmerso en la tecnología.

La estrategia operativa del SEGITTUR en el sector turístico se centró en: innovación (desarrollar herramientas que permitan la innovación en el sector turístico), Globalización (fomentar la apertura de pequeñas y medianas empresas a nuevos mercados), Emprendimiento (brindar herramientas a emprendedores para poder desarrollar sus ideas y estrategias), Promoción y comercialización (capacitación en marketing y redes sociales a proveedores turísticos españoles, además de la actualización de la página web oficial de turismo en España.

Según el libro Blanco de Segittur un Destino Turístico Inteligente debe ser: “Un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, que promueve la accesibilidad universal, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes.”

Segittur destaca los 5 ejes o principios que debe poseer un DTI, en coincidencia con la OMT, y sostiene que estos principios son las herramientas fundamentales en el desarrollo de un Destino Inteligente.

7.5 Los 5 ejes principales de un Destino Turístico Inteligente:

7.5.1 SUSTENTABILIDAD

Un destino turístico inteligente garantiza el desarrollo sostenible del territorio, integrando la visita del turista con el entorno local aumentando la calidad de su experiencia y a su vez la calidad de vida de los residentes. Según la Organización Mundial del Turismo el turismo sostenible es aquél que satisface las necesidades presentes de las regiones y los turistas, protegiendo y mejorando las oportunidades del futuro. (Objetivos de desarrollos sostenibles OMT)

La OMT ha desarrollado este concepto de turismo sustentable en 3 dimensiones fundamentales: **medio ambiente, sociedad-cultura y economía**. Este modelo procura garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y la parte socio cultural, para elaborar un futuro fundamentado en una actividad turística más justa, diversa y respetuosa con el territorio y sus habitantes. Solo así se puede mantener el desarrollo durante largo tiempo y sin agotar los recursos o causar graves daños al medio ambiente. De acuerdo a la OMT, debe existir un equilibrio entre las tres dimensiones para garantizar la sostenibilidad a largo plazo en el desarrollo turístico. <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>

Dimensión medioambiental (gestión energética eficiente y uso de energías limpias)

Según la OMT, una gestión ambiental inteligente requiere de una importante dimensión tecnológica para lograr la eficiencia energética (energía renovables y ahorro de energía), la gestión sostenible de los recursos hídricos, el tratamiento de residuos, reducción de la contaminación (tanto acústica como la polución del aire o la basura en lugares indebidos), sistema de riego inteligentes (automáticos y que funciones según la humedad de la tierra)

Algunos de los elementos a tener en cuenta:

- a) Potenciar al máximo el uso de energía renovable, como la solar, la hidráulica, la biomasa, o la eólica.
- b) Alumbrado público eficiente mediante tecnología led.
- c) Uso de sensores de movimiento para calibrar la intensidad de la luz en espacios públicos
- d) Reciclaje de basura y residuos
- e) Videovigilancia y sonorización para detectar incendio o daños

Dimensión económica (presupuestos, ingresos y trabajo sostenible)

En la dimensión económica, la sustentabilidad puede ser entendida como un conjunto de herramientas que resultan claves para la competitividad empresarial a su vez para generación de nuevos nichos de empleo.

- Generación de incontables oportunidades para el lanzamiento de nuevos productos y servicios turísticos.
- Puesta en valor del comercio y la pequeña industria local (artesanal, agropecuaria, etc.) como elemento fundamental en la diferenciación de los destinos.

- Inversión en centros de investigación del territorio y de universidades en la búsqueda de soluciones más eficientes, competitivas y sostenibles en todos los ámbitos.

Dimensión cultural (apuesta decidida por el turismo consciente)

Aquí, la dimensión cultural puede ser entendida como la creación de estrategias que faciliten la inmersión respetuosa del visitante en las tradiciones y en la historia de cada región.

- Creación y promoción de nuevos espacios para el encuentro de los viajeros con la población local, siguiendo modelos orientados al intercambio de la cultura viva de los pueblos y de enriquecimiento mutuo.
- Puesta en valor del patrimonio cultural y arquitectónico para su preservación y cuidado de cara a las futuras generaciones.

El desarrollo turístico sostenible incide en todos los planos de gestión de los destinos inteligentes. El objetivo es hacer de la sostenibilidad una práctica estandarizada y otorgar a los destinos turísticos una responsabilidad evidente en su compromiso con la protección a largo plazo de los intereses generales de todos los agentes que intervienen en ellos.

No sería posible desarrollar todo el potencial del turismo en nuestros tiempos si no nos comprometemos y avanzamos hacia prácticas sostenibles, respetuosas con el medioambiente y las comunidades locales. Además, debe innovarse en prácticas dirigidas exclusivamente al turismo y a concientizar a los viajeros además de los residentes para que así el turismo pueda desarrollarse sosteniblemente, beneficiando las 3 dimensiones en el entorno local y global transformando cada vez más ciudades y complejos turísticos en destinos inteligentes. Para ello se puede recurrir a: el fomento de la Gobernanza Turística, la participación Ciudadana, y la creación de Espacios de Debate (físicos y virtuales).

La OMT está encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y

accesible para todos, que tenga en su punto de mira el cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuyo alcance es universal.

Para ello, la OMT ha puesto en marcha la plataforma Tourism4SDGs (el turismo en favor de los ODS) con el objetivo de promover un mayor compromiso del sector turístico con el desarrollo sostenible. Esta nueva herramienta en línea, creada por la (OMT) con la colaboración de la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos de Suiza (SECO), se ha diseñado para impulsar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del turismo.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen una ambiciosa agenda mundial en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz mediante la creación de alianzas. Su finalidad es poner fin a la pobreza, combatir las desigualdades y las injusticias y hacer frente al cambio climático en el período comprendido hasta 2030. La relevancia económica del sector turístico, que representa hasta un 10 % del PIB y el empleo mundial, hace que sea esencial aprovechar todo su potencial para progresar en la consecución de los ODS.



Figura 13: Objetivos de desarrollo Sostenible

Fuente: <https://www.unwto.org/es/tourismo-por-los-ods>

Segittur presentó el decálogo para la acción empresarial del sector turístico en clave ODS elaborado por la Red Española del Pacto Mundial.

El Decálogo propone actuaciones vinculadas con los ODS 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16 y 17. Entre las actuaciones que propone a las empresas turísticas se incluyen las siguientes:

1.- Garantizar la igualdad de salarios y oportunidades a las mujeres, reforzar su protección jurídica y promover el liderazgo femenino en el sector. (ODS 5. Igualdad de Género. Meta 5.5)

2.- Consolidar una oferta de empleo de calidad y a largo plazo, y ofrecer oportunidades para jóvenes, personas con discapacidad o colectivos en riesgo de exclusión. (ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico. Meta 8.5)

3.- Apostar por la innovación y la transformación digital para generar una oferta turística más eficiente, inclusiva y sostenible, que dé lugar a un turismo inteligente. (ODS 9. Industria, Innovación e Infraestructura. Meta 9.4)

4.- Preservar los destinos, promover la cultura y los productos locales y promocionar las ciudades y los transportes sostenibles. (ODS 11. Ciudades y Comunidades Sostenibles. Meta 11.4)

5.- Implantar criterios de economía circular en la cadena de valor de las empresas del sector y promocionar pautas de consumo sostenible entre los turistas. (ODS 12. Producción y Consumo Responsables. Meta 12.4)

6.- Impulsar medidas contra el cambio climático y sensibilizar a los grupos de interés de las empresas del sector (ODS 13. Acción por el Clima. Meta 13.3)

7.- Conservar y utilizar de forma responsable el océano, los mares y los recursos marinos. (ODS 14. Vida submarina. Meta 14.5)

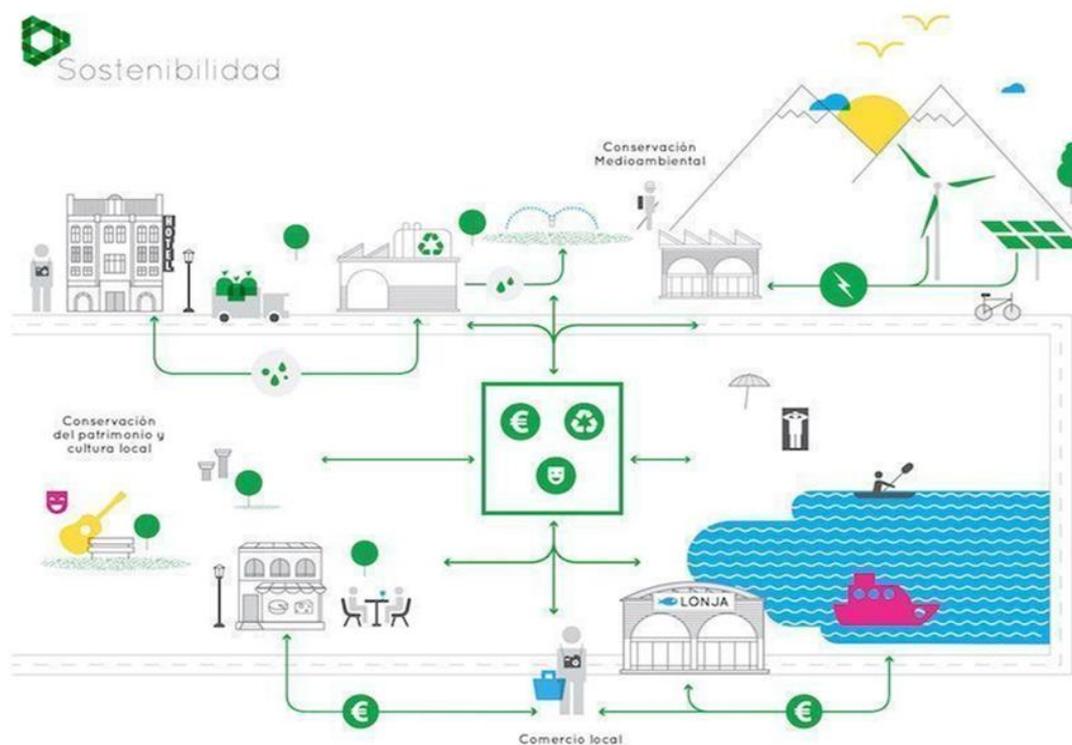
8.- Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres para preservar la biodiversidad de los destinos. (ODS 15. Vida de Ecosistemas Terrestres. Meta 15.1).

9.- Introducir procesos de transparencia en las empresas del sector, que garanticen entornos seguros con los derechos humanos y eviten prácticas corruptas. (ODS 16. Paz, Justicia e Instituciones. Meta 16.5)

10.- Promover el intercambio de conocimientos a través de alianzas estratégicas entre empresas, gobiernos, sociedad civil y universidades, para multiplicar el impacto. (ODS 17. Alianzas para lograr los Objetivos. Meta 17.17)

La siguiente imagen representa el aspecto sostenible de un DTI, que abarca acciones en el plano energético, medioambiental, cultural y económico, la presentación del medio ambiente y sociocultural.

[Imagen 1] Desarrollo infografía eje sostenibilidad.



Fuente: Libro Blanco, Destinos Turísticos Inteligentes.

(https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Tursticos-Inteligentes-ok_es.pdf)

7.5.2 INNOVACIÓN

La innovación es una herramienta fundamental en un destino turístico inteligente, a medida que las personas van incorporando más herramientas tecnológicas en su vida, es necesario incorporar estas también al sector turístico. La innovación tiene una perspectiva transversal ya que puede ser aplicada y estar presente en todos los principios de un DTI.

“Un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida del residente”. (Segittur.es, s.a.)

Los adelantos tecnológicos, convergen también con las oportunidades para el desarrollo sostenible (OMT, 2018a). En una ceremonia oficial centrada en la transformación digital en el Turismo en Budapest (Hungría), el secretario general de la OMT Zurab Pololikashvili declaró que:

“Para la OMT es un orgullo haber colocado al turismo por primera vez en la agenda mundial de la innovación, donde merece estar, acorde con su peso económico e importancia. Esto sólo es posible congregando a los sectores público y privado de forma significativa y dando la oportunidad de difundir ideas, tal y como hemos hecho hoy”

(OMT, 2018c).

En el año 2018 la Organización Mundial de Turismo pone en manifiesto las oportunidades para el desarrollo sostenible que representan para el turismo los avances tecnológicos. La OMT considera que los avances digitales y la innovación forman parte de las respuestas al desafío de compaginar el crecimiento continuo con la mayor sostenibilidad y responsabilidad en el sector turístico.

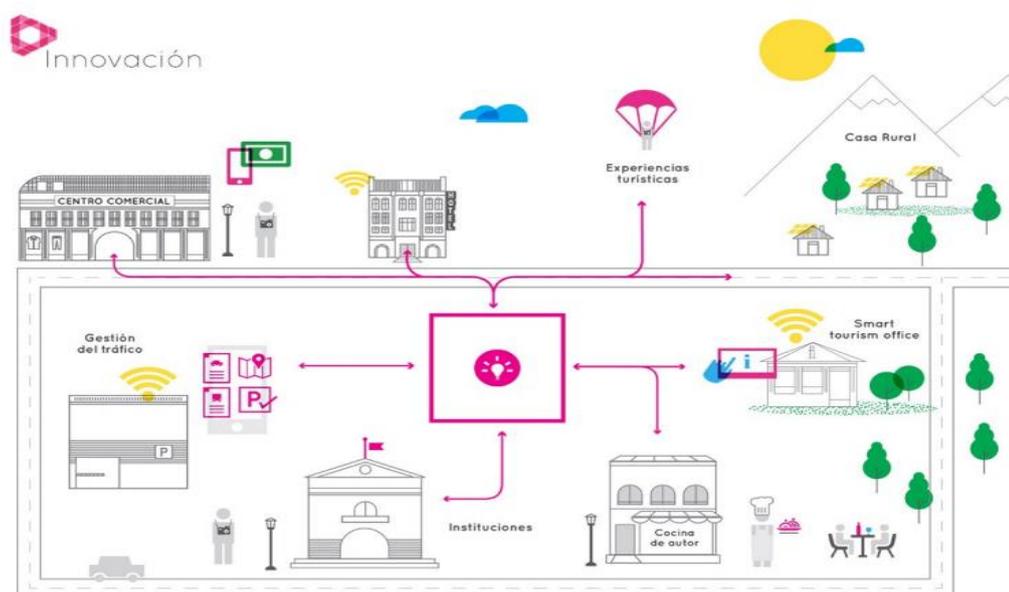
La Innovación al crear una empresa turística mejora la relación con el cliente al

presentarle nuevos productos que les den un beneficio más alto, además permite nuevos argumentos de venta y comercialización hacia los clientes, aumenta el nivel de ventas al presionar sobre el índice de sustitución de productos, mejora la imagen de la empresa en un mercado turístico, presentándola como activa y moderna, se posiciona a la empresa como un rival fuerte para la competencia.

En el turismo, la innovación es muy importante porque el turista siempre quiere algo nuevo, los detalles, la decoración de un hotel o restaurante, por ejemplo, son pequeñas cosas que pueden tener un gran significado para el turista.

La siguiente imagen representa el eje innovador de un DTI, vinculado con el aspecto digital, y que aborda soluciones para la promoción, distribución y comercialización de servicios, el diseño de nuevos productos, y con la organización y distribución del trabajo.

[Imagen 2] Desarrollo infografía eje innovación.



Fuente: Libro Blanco, Destinos Turísticos Inteligentes.

(https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segittur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Tursticos-Inteligentes-ok_es.pdf)

7.5.3 TECNOLOGÍA

La tecnología es fundamental en el modelo de destino turístico inteligente. En la gestión, permite la captación y análisis de la información en tiempo real, facilita la sostenibilidad y mejora la accesibilidad. Como dijimos de la innovación, la tecnología también tiene un carácter muy transversal. De cara a los turistas, es el canal por el que logramos interactuar con ellos, como nunca antes habríamos podido, al tratarse de personas que utilizan diferentes métodos de comunicación, y que desean acceso a información actualizada 24/7 y en cualquier lugar. La tecnología nos permite conocer las preferencias de los visitantes, incluso antes de que lleguen, y ofrecerle productos y servicios más personalizados y experiencias más satisfactorias.

Considerando los enormes volúmenes de datos que generan tanto internet y las redes sociales, además de aquellas que se generan en las rutas (sensores de tráfico) entradas a los museos y centros de visitantes, conexiones al Wifi, ingreso a hoteles, Aeropuertos, etc.) Esta información debería estar disponible a la sociedad (open data) para que esta información genere conocimiento y, de ahí, nuevo emprendimiento, nuevos productos y servicios, más rentabilidad, empleo, etc. En este sentido, es muy recomendable la generación de acuerdos entre empresas, universidades y centros de investigación en todos los procesos de gestión turística del destino. E igualmente importante es el impulso a las microempresas del sector turístico con el fin de mejorar su nivel tecnológico y eliminar la brecha digital. (El libro Blanco SEGITTUR)

Las Tecnologías de la Información en las Comunicaciones y también internet han modificado el modo en que se informa sobre el turismo (Buhalis y Law, 2008) y la manera en que las compañías y comunidades turísticas trabajan en el diseño y la comercialización de sus productos, del mismo modo en que se ha transformado la forma en que los turistas planifican, reservan y viven sus experiencias turísticas (Munar, 2012). No hay duda de que el escenario ofrecido por internet y las TIC ha favorecido la incorporación de diversos recursos y procesos que generan información sobre las preferencias en el consumo del turista, ofreciendo una respuesta a las necesidades relacionadas con la información y, por lo tanto, mejorando la competitividad de las

ofertas turísticas de los destinos (PhocusWright, 2010).

HERRAMIENTA TECNOLÓGICA APORTADA POR SEGITTUR

La herramienta tecnológica que aporta SEGITTUR, es el Sistema de Inteligencia Turística (SIT) incluye un indicador de potencialidad turística y una plataforma de Big Data, el SIT permite integrar datos y fuentes de información de diferente naturaleza, que abarcan desde las reservas aéreas y la conectividad del destino, hasta los precios de hoteles por categorías, movilidad de personas a partir del tráfico de telefonía móvil, información de los flujos turísticos y perfil de los visitantes en función de su gasto, estadía y procedencia, entre otras variables de interés.

El SIT es una plataforma que permite poner al servicio del sector turístico de forma sencilla y práctica grandes volúmenes de datos que provienen de múltiples fuentes de información, lo cual contribuye a potenciar la competitividad de los negocios turístico, facilitando un mejor análisis del entorno, identificando oportunidades y adelantarse a las tendencias, también para las nuevas estrategias de marketing en el desarrollo de productos y experiencias turísticas.

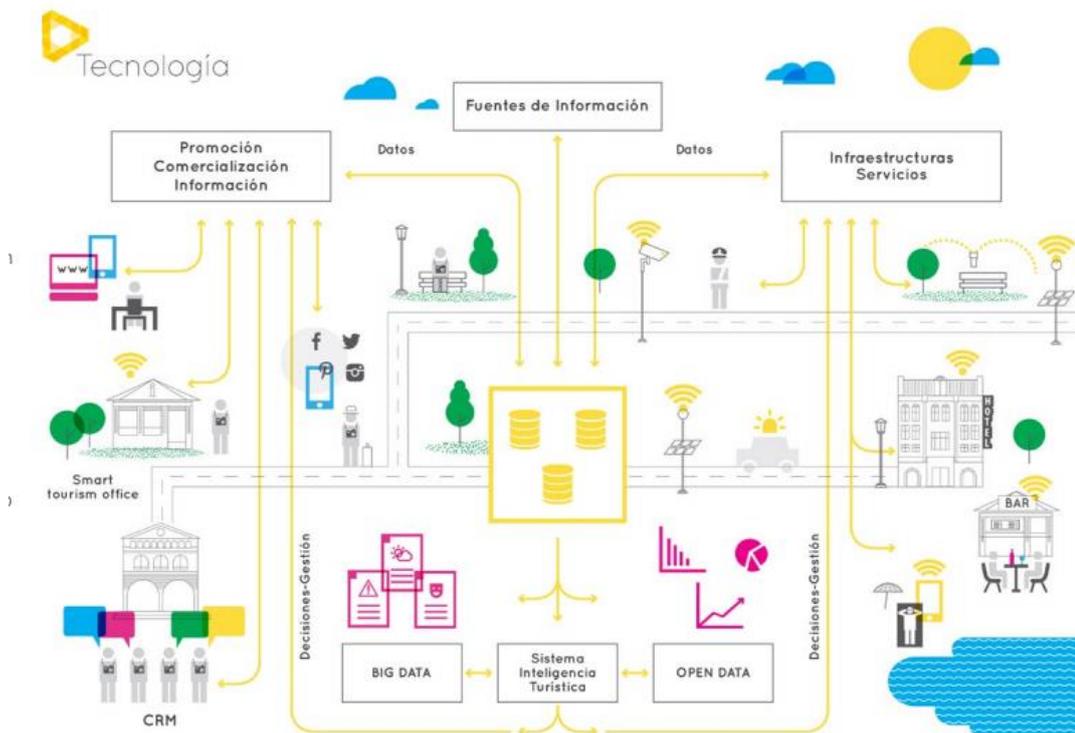
Son muchos los que podrían favorecerse con el acceso a esta plataforma: la gestión pública para implementar acciones y estrategias basadas en el conocimiento de la información obtenida, además de emprendedores, Hoteles, Agencia de viajes, compañías aéreas, prestadores de servicios turísticos, museos, organizadores de Congresos, investigadores, etc.

El SIT integra numerosas fuentes de información a partir de la colaboración con otras organizaciones públicas y privadas, como por ejemplo la Secretaría de Turismo de la Nación, Amadeus, Telefónica de Argentina y Aeropuertos Argentina 2000, entre otras.

La siguiente imagen representa el aspecto tecnológico de un DTI, y como los distintos componentes y actores de un destino turístico interactúan con algunas propuestas de

actuación: Wifi gratuito, aplicaciones móviles, QR, Big Data, sistemas de geolocalización.

[Imagen 3] Desarrollo infografía eje tecnología.



Fuente: Libro Blanco, Destinos Turísticos Inteligentes.

(https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes-ok_es.pdf)

7.5.4 ACCESIBILIDAD

La accesibilidad es el fácil acceso de cualquier persona, incluso aquellas que tengan limitaciones físicas y/o psicológicas, para llegar a un lugar, objeto o servicio. (Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad de las Naciones Unidas)

Abarca todas las dimensiones:

- Arquitectónica: referida a edificios públicos y privados.
- Urbanística: referida al medio urbano o físico;
- Transporte: referida a los medios de transporte públicos,
- Comunicación: referida a la información individual y colectiva
- Electrónica: es la facilidad de acceso a las TIC (tecnología de información y la comunicación) y a contenidos en Internet, para cualquier persona sea con discapacidad, de edad avanzada o por privación circunstancial.

La accesibilidad universal es la condición que deben cumplir todos los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas de manera tal que brinde seguridad, comodidad y que sea de la forma más autónoma y natural posible.

La accesibilidad es un derecho de la persona, toda persona tiene derecho a la autonomía y la movilidad personal, como correspondencia al logro de una vida independiente. A lo largo de los años se fue avanzando en materia de inclusión, la normativa actualmente obliga a que todo bien, producto o entorno sea accesible para todas las personas, los establecimientos que incumplan estas leyes serán sancionados y si es necesario clausurados. (Observatorio de accesibilidad)

El turismo accesible no es solo eliminar barreras físicas, sensoriales o comunicativas, sino también lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad. Es un compromiso global que debe abarcar a todo el proceso turístico y no solo a un sector o a un establecimiento en particular, para que la accesibilidad sea real debe integrar a toda la experiencia que vivirá el

pasajero, así como también debe cumplirse en la ciudad para los habitantes.

En un destino inteligente esto debe cumplirse obligadamente ya que no podríamos hablar de algo inteligente o que pretende avanzar en el conocimiento y contribuir con la sociedad si no se tienen en cuenta a todas las personas que forman parte de ella. Además, el uso de tecnologías en este sector es fundamental ya que cada día se avanza más en dispositivos de luces, sonidos e infraestructura, entre otras cosas, para que todas las personas, sin importar si tienen una discapacidad o no, puedan disfrutar del turismo aumentando la calidad del sector y a su vez haciendo valer al turismo como una actividad integradora de sociedades.

El turismo es un derecho que no todas las personas disfrutan de la misma manera o que no lo practican directamente ya que se sienten discriminados por falta de infraestructura y medidas de seguridad necesaria para todos y esta problemática se trata cada vez más en todos los sectores de la sociedad, en el año 2016 fue el lema central de Organización Mundial del Turismo.

Otro término importante es la accesibilidad digital, que también es un fuerte pilar a tener en cuenta, trata sobre la disponibilidad de información válida y de fácil comprensión tanto para quien busca viajar como para los que integran el sector a la hora de diseñar políticas públicas y privadas que sean accesibles para todas las personas.

Toda la información debe estar disponible para todos sin excepciones, ya sea para quienes puedan leer como a los que no pueden, los que oyen como a los que no, o cualquiera sea su condición, esto se logra a través de plataformas y recursos alternativos a los tradicionales y monótonas.

Para el autor del libro blanco de SEGITTUR, estas serían las consideraciones para tener en cuenta en la Ciudad para que sea accesible:

a) Análisis de las infraestructuras urbanas que tengan mayor impacto en el sector

turístico (Aeropuertos, puertos, estaciones de tren y autobuses, museos y, en general, todos los edificios y Espacios públicos).

b) Impulso de la Administración tanto en sus obras públicas como mediante incentivos a las empresas que fomenten la accesibilidad.

c) Creación de protocolos de valoración y gestión para mantener las condiciones de accesibilidad.

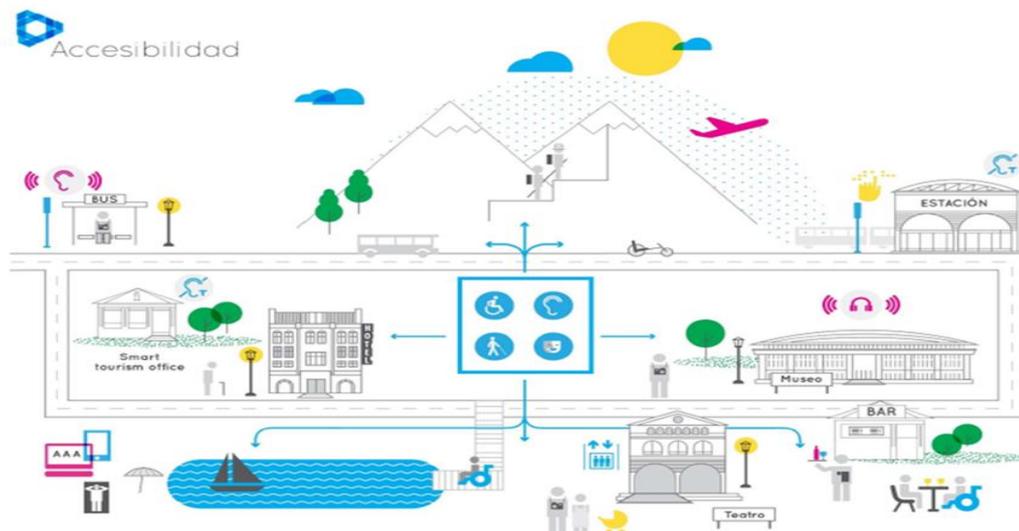
d) Contratación o formación de profesionales especializados en condiciones de accesibilidad.

e) Campañas de sensibilización dirigidas a la población del destino.

f) Servicios de información (paneles, páginas web, etc.) accesibles para personas con visibilidad reducida.

La siguiente imagen representa el aspecto accesible de un DTI, con acciones y políticas sobre la infraestructura del destino con el objetivo de asegurar que todos los visitantes puedan gozar de las mismas experiencias.

[Imagen 4] Desarrollo infografía eje accesibilidad



Fuente: Libro Blanco, Destinos Turísticos Inteligentes.

(https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes-ok_es.pdf)

7.5.5 GOBERNANZA

La gobernanza es una forma de asociación y coordinación del gobierno con organizaciones privadas y sociales, que con la participación y el compromiso, se pueda desarrollar una buena planificación en el destino, generando una gestión integral coordinando entre los actores que se encuentren ligados directa o indirectamente al turismo.

Según definiciones:

“El concepto gobernanza hace referencia a la creación de redes de cooperación y coordinación entre los actores directa e indirectamente implicados en la cadena de valor del turismo, que se caracterizan por tener sus propias reglas y normas. En otras palabras, la gobernanza se traduce en concertación de actores”. (Bustos Cara, 2008)

“entendemos por gobernanza turística todos los procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos de intereses que se producen de forma inevitable en el turismo. Esto hace que sea necesario establecer espacios de relación entre los diferentes actores, mejorar la toma de decisiones colectivas, establecer sistemas de trabajo conjunto entre todos los actores afectados y diseñar nuevos procesos de gestión y desarrollo”. (María Velasco, 2010)

MODELO DE GOBERNANZA PARA LA GESTIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO

Los elementos básicos de la Gobernanza elaborados por el SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo de Chile) son los siguientes:

LA COMUNIDAD LOCAL

Involucrar a las comunidades locales en el proceso de planificación es una de las principales tareas de las autoridades encargadas de conducir el proceso dependiendo estrechamente de la integración de las comunidades residentes para su éxito. Se debe evitar situaciones donde el turismo excluya a la cultura e identidad local.

EL TERRITORIO DEL DESTINO

La configuración espacial del destino es un factor clave para generar una intervención planificada desde el ámbito de la gobernanza. Por una parte, existen límites administrativos insertos en el territorio turístico y condiciones ambientales que definen su potencialidad turística y los tipos de productos turísticos a desarrollar.

El ordenamiento y planificación territorial para la actividad turística constituye un imperativo para los desafíos que enfrentan actualmente las autoridades y sector privado, para crear las ventajas competitivas en los espacios turísticos identificados en el país.

LA DEMANDA TURÍSTICA

El turista consume en el mismo lugar donde se encuentra la materia prima (atractivos), donde se ubican físicamente los prestadores del servicio y finalmente donde se emiten y depositan los residuos o desechos de la actividad. Este hecho, define la magnitud de la interacción, la sensibilización y la dependencia entre actores y territorio, al mismo tiempo que determina los niveles de impactos del turismo sobre el destino.

7.6 Ranking internacional de Destinos Inteligentes

Con la colaboración del Center for Globalization and Strategy y el Departamento de Estrategia del IESE Business School, la escuela de posgrado de la Universidad de Navarra; diseñó una plataforma de investigación para medir el índice internacional de destinos turísticos inteligentes de acuerdo a diferentes indicadores.

La iniciativa conecta una red mundial de expertos en ciudades y empresas privadas especializadas con administraciones locales de todo el mundo. El objetivo es promover cambios a nivel local y desarrollar ideas valiosas y herramientas innovadoras que logren que las ciudades sean más sostenibles e inteligentes.

El índice se basa en un modelo de agregación ponderada de indicadores parciales, las dimensiones son seleccionadas para describir la realidad de las ciudades

en función de la sostenibilidad y la calidad de vida de sus habitantes, tanto en el presente como en el futuro.

Las dimensiones son: capital humano, cohesión social, economía, gobernanza, medioambiente, movilidad y transporte, planificación urbana, proyección internacional y tecnología.

El Índice IESE Cities in Motion, elaborado en 2019 por IESE Business School, señala que la Ciudad de Buenos Aires ocupa el lugar 77 en ranking mundial y 2° lugar de Latinoamérica

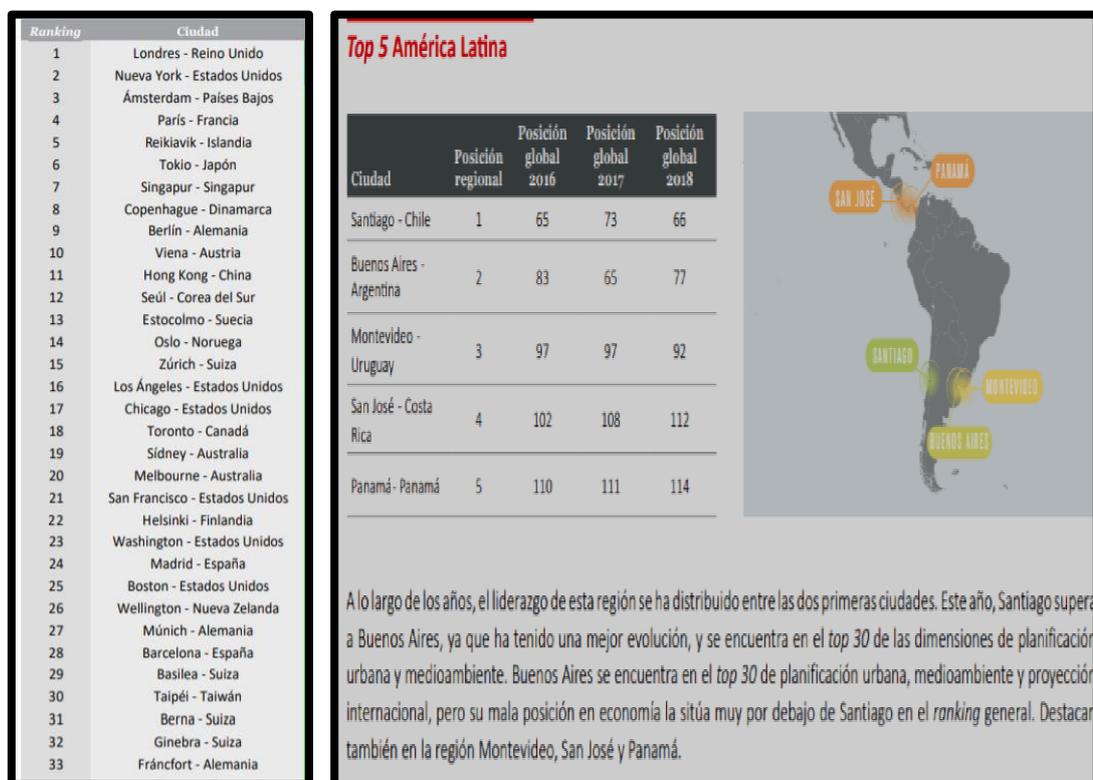


Figura 15: Ranking de Destinos inteligentes

Fuente: IESE Business School - Índice IESE Cities in Motion / ST-509 (2018)

8. DESARROLLO DE ASPECTOS METODOLÓGICOS

Análisis de los 5 principios del modelo de destino turístico que se encuentra en el sitio Web

8.1. Análisis de datos de la página web

En el sitio Web del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se exploró cómo es el desarrollo de los principios del modelo de destino turístico inteligente propuesto por la OMT y Segittur.

El sitio fue creado en el año 2016, y a través del Ministerio de Modernización, desarrolló varias aplicaciones móviles, la principal aplicación del sitio Web de turismo de la ciudad es BA Travel, donde allí contiene información sobre los atractivos turísticos, arte y cultura, gastronomía, visitas guiadas de la ciudad, compras, tango y fileteado, bus turístico, centro de atención al cliente, entre otras, al igual que el sitio web, donde se podrá encontrar todas las actividades culturales, deportes, restaurantes, hoteles, lugares de interés, información sobre horarios de los Bus Turísticos, la ubicación de los Centro de Atención al Turista, la tienda de experiencias turísticas, los recorridos con guías disponibles, etc., además permite valorar los lugares, armar itinerarios y seleccionar favoritos.

Gobernanza

En la ciudad de Buenos Aires se desarrollan actividades como workshop y hackaton propuestos tanto para el sector público como el privado. Además de llevar a cabo el InnovaTur, que es una propuesta que ofrece capacitación, intercambio, trabajo y networking que se propone desde la ciudad de Buenos Aires en el Ente de turismo y se lleva a cabo durante todo el año. Está dirigido a emprendedores y PYMES turísticas de la ciudad de Buenos Aires.

Otra propuesta del Ente de turismo es la noche de innovación que se realiza un cierre cada semestre sobre una reflexión sobre innovación y creatividad. También se llevan a cabo los desayunos InnovaTur, para reflexionar sobre las diferentes experiencias de los emprendedores donde se analiza los beneficios de un nuevo negocio. Y por último, InnovaTur universidades que invita a futuros profesionales de turismo para visualizar la transformación del sector.

También ha realizado el manual de buenas prácticas, que es una guía práctica diseñada como una herramienta para concientizar y capacitar a los actores que trabajan de manera directa o indirecta en el sector turístico.



Figura 16: Invitaciones de actividades del Ente de Turismo

Tecnología

La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, (Segittur, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo firmó un convenio de cooperación con el Ente de turismo para el desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística (SIT). Este sistema ofrece información necesaria a las empresas y los gestores destino para tomar decisiones que permitan aumentar la capacidad productiva, impulsar la competitividad y evaluar el entorno de las acciones de fomento de la actividad turística.

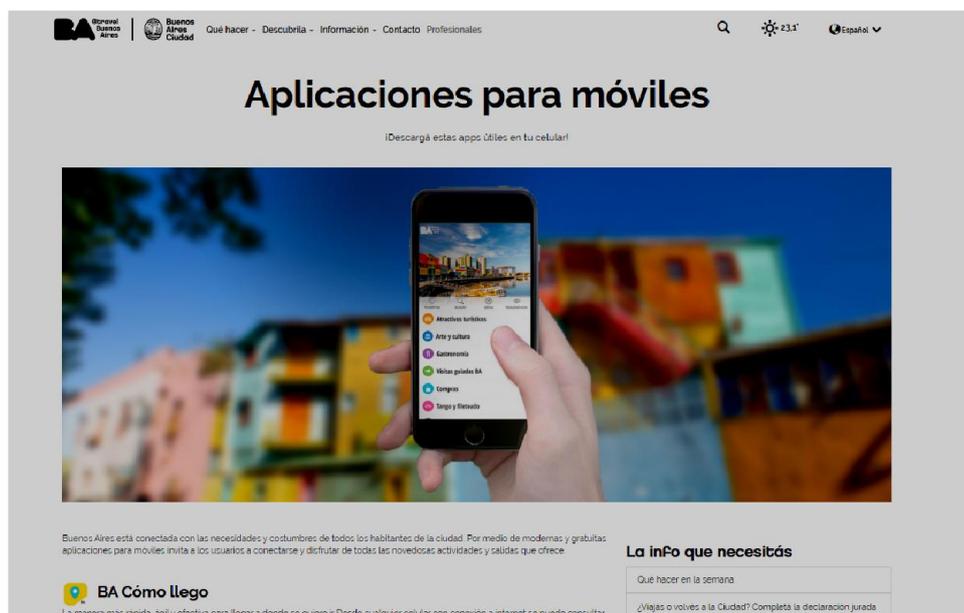


Figura 17: Aplicación móviles del Ente de turismo

Fuente: Página Web del Ente

Se elaboran informes con indicadores del movimiento de los turistas desde el ingreso, por los diferentes aeropuertos o acceso portuario, como así también de sus preferencias para pasear o comer en los diferentes barrios de la ciudad, entre otros datos.

Esta información se encuentra disponible en el área de observatorio turístico cuya página web es: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

Imagen de página Web del observatorio de turismo:

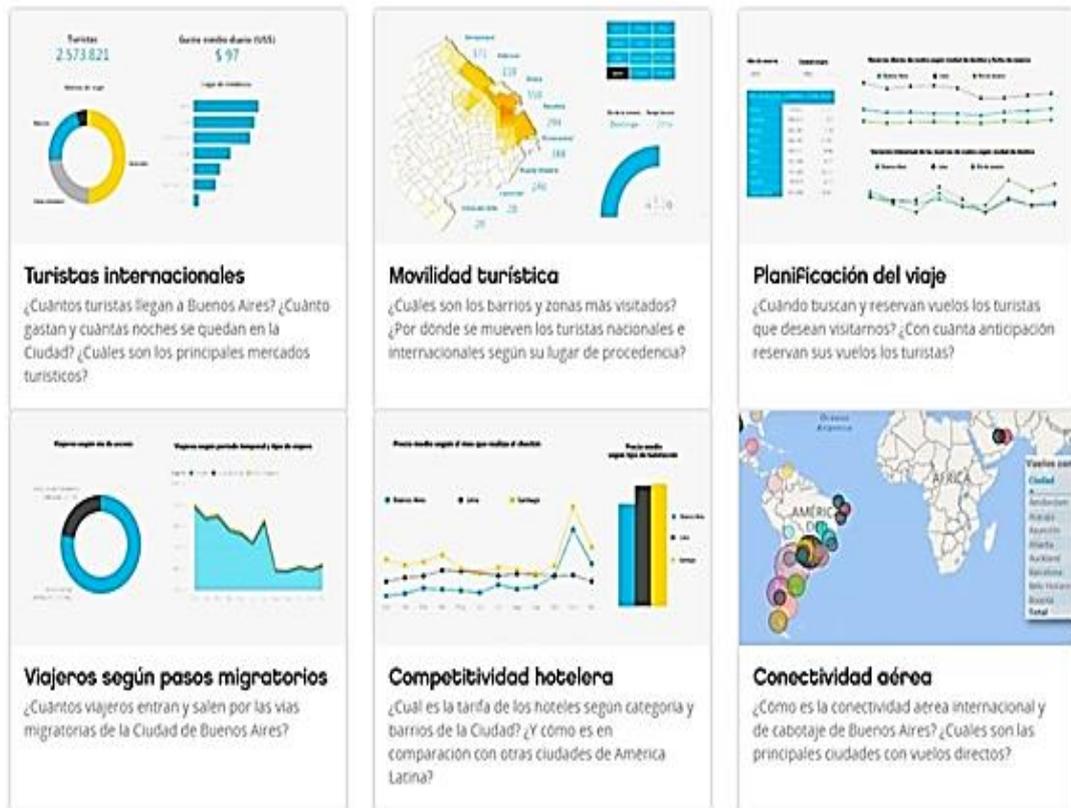


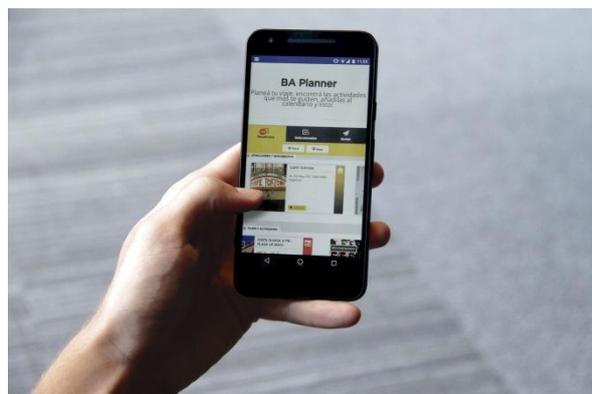
Figura 18: Paneles del observatorio de Turismo

Fuente: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

Las Apps de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

- ✓ **BA WIFI:** descubre los puntos de conexión a la red wifi, pública y gratuita de la Ciudad.
- ✓ **BA CÓMO LLEGO:** informa cómo llegar de un punto a otro en la ciudad de Buenos Aires, usando colectivo, tren, subte, bici, caminando o en auto.

- ✓ **ECO BICI:** brinda información de ciclo-vías y disponibilidad de bicicletas.
- ✓ **BA TAXI:** permite pedir un taxi de manera más rápida, cómoda y segura.
- ✓ **BA PLANNER:** para armar una propia agenda de actividades.
- ✓ **BA TURISMO:** se encuentran todas las actividades, culturales, deporte, restaurantes y hoteles que hay en la ciudad de Buenos Aires.
- ✓ **BA ACCESIBLE:** es una aplicación que tiene varias opciones dependiendo de la discapacidad y permite señalar los lugares que cuentan con apoyo de accesibilidad para quienes lo necesiten. Bares, restaurantes y hoteles etc.



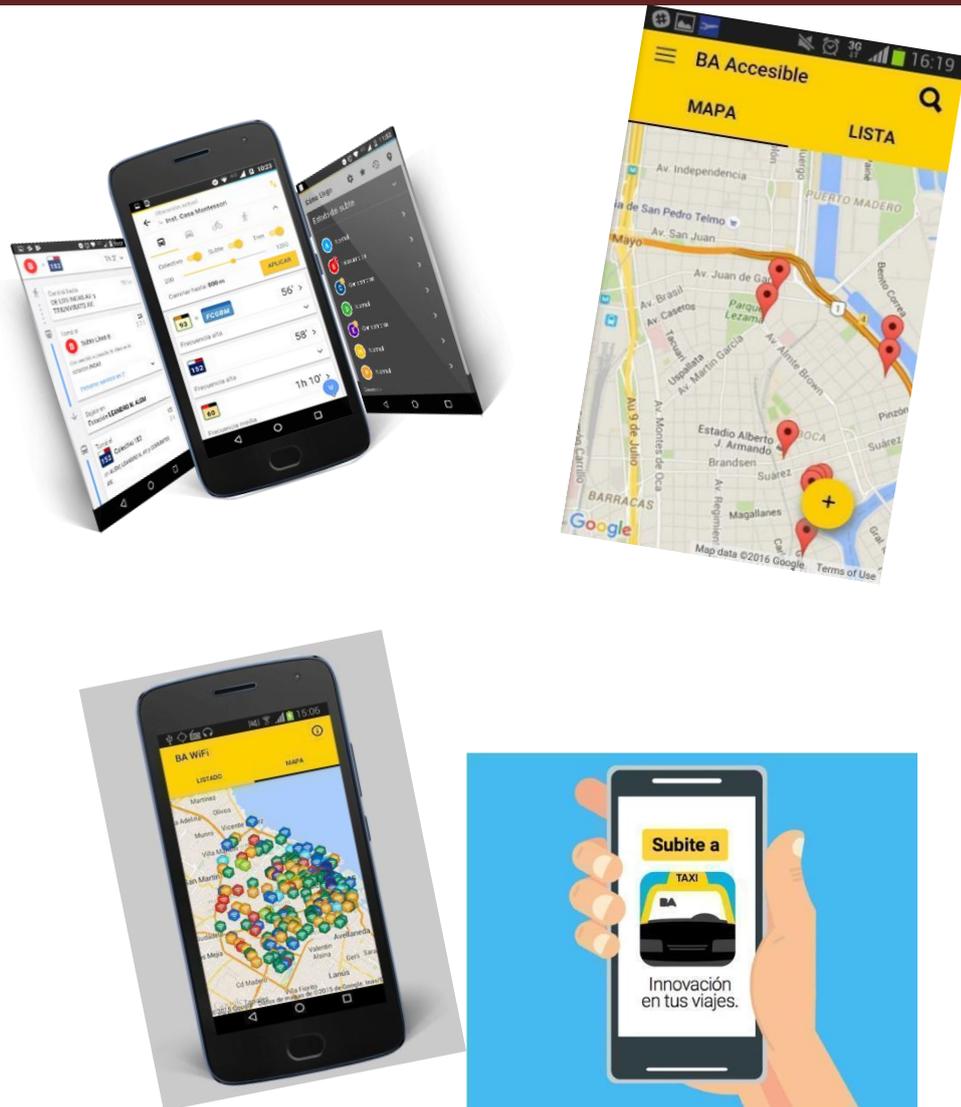


Figura 19: Aplicaciones móviles del Ente de turismo

Accesibilidad

La ciudad de Buenos Aires tiene una Guía de turismo accesible 2018/19: En esta guía incluye los principales atractivos a los que pueden acceder personas con discapacidad en la ciudad de Buenos Aires. Fue realizada en cooperación con COPIRIS (Comisión para la participación e Inclusión de las Personas con Discapacidad). También la ciudad de Buenos Aires desarrolló maquetas hápticas (planos táctiles destinados a personas con discapacidad visual) Esto es en algunos atractivos turísticos.



Figura 20-21: Mapa háptico del planetario de la Ciudad- Guía de turismo accesible

Sustentabilidad

La Ciudad de Buenos Aires cuenta con estaciones saludables que promueven la vida sana y donde se realizan controles básicos. Además, cuenta con arquitectura sustentable destinada a minimizar el impacto ambiental en las horas de construcción. Gastronomía saludable y consumo responsable, mercados de comida orgánica y ferias. Se puede disfrutar de restaurantes con gastronomía saludable.

Viajar de forma sustentable con ecobici, estaciones gratuitas que se encuentran en diferentes puntos de la Ciudad, destinadas tanto para los ciudadanos como para los turistas.



Figura 22-23: Estación saludable- Ferias de la Ciudad

Innovación

InnovaTur BA es uno de los programas líderes en Latinoamérica relacionados con el turismo y la innovación que el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires lleva adelante por quinto año consecutivo (2021). Además, la ciudad cuenta con la propuesta IncuBAte, donde se promueve el crecimiento y consolidación de emprendimientos innovadores.

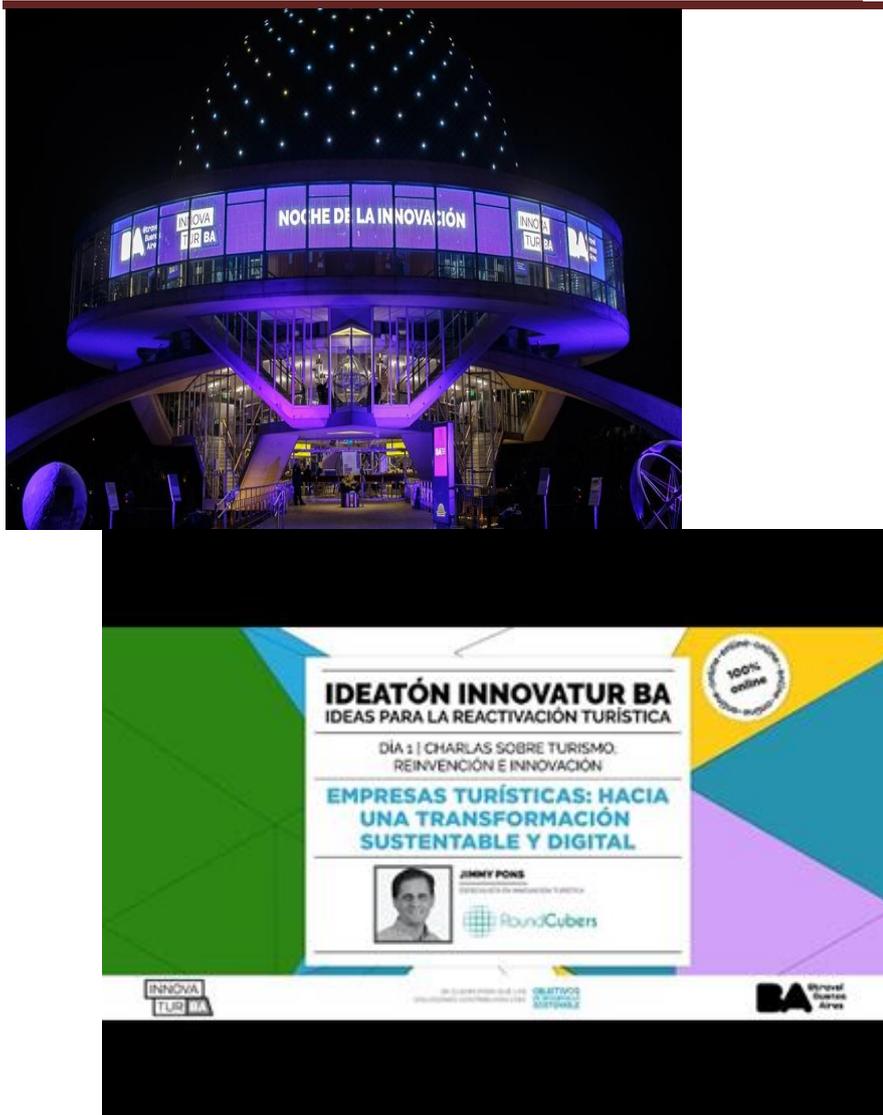


Figura 24-25: Jornadas de Innovatur

Gobernanza	<ul style="list-style-type: none"> ○ Innovación y capacitaciones , tanto en el sector público como en el privado ○ Manual de buenas prácticas ○ Registro de prestadores
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> ○ BA Wifi ○ BA Tours ○ BA Como llego ○ BA Ecobici ○ BA Taxi ○ Big Data ○ BA Planner ○ Buenos Aires Outdoors ○ Turismo BA ○ Web del Observatorio Turístico
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ○ Guía de turismo accesible 2018/19 ○ Mapas hápticos ○ App BA Accesible
Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ○ Estaciones saludables ○ Arquitectura sustentable ○ Gastronomía saludable ○ Consumo responsable ○ Separación de residuos ○ Viajar de forma sustentable (Ecobicis)
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> ○ Innovatur BA ○ Workshops ○ IncuBate ○ Asesoramiento y trabajo en conjunto con el SEGITTUR

Figura 26: los principios en la página Web

Elaboración propia

8.2 Funcionarios del Ente de Turismo

8.2.1 Análisis de datos de las entrevistas

Entrevista 1:

Nombre y Apellido: Lic. Y Mg. Nicolás Ascani

Cargo que ocupa: Dirección de curaduría y desarrollo del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Entrevista 2:

Nombre y Apellido: Bárbara Fraga

Cargo que ocupa: Informante de los Centros de Atención al Turista y actualmente participo en los proyectos de la Subgerencia de Calidad e Innovación del ENTUR.

Entrevista 3:

Nombre y Apellido: Lucila Wernli

Cargo que ocupa: Gerente de Curaduría y desarrollo turístico sostenible

Entrevista 4:

Nombre y Apellido: Guadalupe Guerrero–

Cargo que ocupa Directora General de Desarrollo Turístico del Entur.

Nombre y Apellido: Silvina Miguenz

Cargo que ocupa: Gerente de Competitividad y Regulación Turística. Dirección General de Desarrollo Turístico del Entur.

Nombre y Apellido: Laura Ghezzi

Cargo que ocupa Subgerente Capacitación, Calidad, Innovación y Accesibilidad. Gerencia de Competitividad y Regulación Turística. Dirección General de Desarrollo Turístico del Entur.

Entrevista 5:

Nombre y Apellido: Gonzalo Robredo

Cargo que ocupa: Presidente del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires.

Para el análisis de las entrevistas se extrajo los párrafos principales que responden a los principios del modelo de destino turístico inteligente

Gobernanza

Entrevista 1:

“La ciudad de Buenos Aires, no trabaja específicamente con ninguna agencia en particular, pero si tenemos un vínculo y canales abiertos, donde se genera un Feedback constante”

“Sabemos que somos una ventana y un nexo entre los turistas y los diferentes actores del sector, por eso, cada decisión que se toma para la implementación de algún proyecto, se arma una mesa de diálogo con todos los actores implicados”.

Entrevista 2:

“Recibir información y asesoramiento por parte del Ente de Turismo en lo que atañe a líneas de crédito, facilidades y estímulos destinados a la ampliación, instalación y mejora de los servicios que presta.”

“Participar de los Programas de Capacitación Turística que lleve a cabo o promueva el Ente de Turismo de la Ciudad.”

“Recibir mensualmente el informe del Observatorio Turístico con estudios actualizados relativos al mercado.”

“Formar parte de las campañas de promoción turística de la Ciudad donde participe el Ente de Turismo.”

Entrevista 3:

“Desde el Ente de Turismo, promovemos el diálogo constante y vínculo cercano con el sector turístico.”

“Hemos desarrollado una plataforma autogestionada de capacitación a pedido del sector turístico. La misma brinda diversos cursos sobre la ciudad de Buenos Aires para que los profesionales continúen profesionalizando.”

Entrevista 4:

“Al igual que el resto de los prestadores que forman parte de la cadena de valor del sector, las agencias de viajes de la Ciudad son invitadas a participar de los distintos programas de calidad y de formación que se implementen desde el Entur, así como también de acciones de promoción y posicionamiento de la Ciudad en el mercado nacional e internacional”

Entrevista 5:

“Es importante destacar que con todos los actores del sector tenemos una muy buena relación. Frente al contexto que nos atraviesa, hemos desarrollado programas, proyectos y generando espacios de encuentros con cada uno para conocer sus inquietudes y poder realizar trabajos en conjunto porque ellos son una parte fundamental para posicionar a Buenos Aires como un destino turístico.”

Tecnología

Entrevista 1:

“la Ciudad de Buenos Aires es una ciudad vanguardista, comparándonos siempre con ciudades latinoamericanas”

“Ahora bien, entendemos que la tecnología avanza a pasos agigantados y la transformación de las ciudades en el mundo son constantes. Es por eso, que siempre

estamos mirando al mundo para ver de qué manera poder tomar las mejores ideas e implementarlas, en lo posible, en la ciudad”

Entrevista 2:

“Considero que la tecnología en la Ciudad viene escalando progresivamente y que esos cambios se ven adoptados por las nuevas necesidades y preferencias de las personas”.

“Los perfiles de los turistas van cambiando a medida que lo hace el contexto”

Entrevista 3:

“Cabe destacar que la ciudad ha sido reconocida como la primera ciudad inteligente de Latinoamérica, en cuanto a tecnología ha logrado implementar políticas de ecosistema de gobierno abierto, a partir de la transparencia de datos y participación ciudadana, la red de conexión pública BA Wifi, implementación del Metrobus y una red de bicicletas, seguridad a través de cámaras, la promoción de industrias de hardware, software, e-commerce, robótica, nanotecnología y biotecnología, análisis de inteligencia de mercado para fomentar el turismo, entre otros.”

Entrevista 4:

“La Ciudad cuenta con distintas iniciativas y proyectos donde la tecnología se convierte en un medio clave para el desarrollo de su estrategia de Ciudad Inteligente. Por mencionar algunos ejemplos, la Ciudad dispone de distintos canales digitales de atención al ciudadano como ser las aplicaciones móviles”

“se dispone de una red de sensores para la medición de datos meteorológicos, de tránsito, etc. que facilitan la toma de decisiones, sumado a Buenos Aires Data, plataforma donde se publican los datos abiertos que produce la Ciudad para que los interesados puedan desarrollar aplicaciones y poner en valor los datos de Buenos Aires.”

Entrevista 5:

“La Ciudad siempre trabajó para consolidarse como una ciudad digital y más transparente a través de procesos de digitalización tanto a nivel interno como externo. Hay un área específica que trabaja esta temática que es la Secretaría de Innovación y transformación digital.”

“Desde la Ciudad de Buenos Aires y más específicamente desde el Ente de Turismo, continuamente estamos trabajando para ser un Destino Turístico Inteligente. Generamos distintas herramientas que nos permiten recopilar, procesar y gestionar los datos. Desarrollamos el Sistema de Inteligencia Turística (SIT) que brinda toda la información sobre el turismo y utiliza técnicas de Big Data para mejorar la toma de decisiones tanto en el sector público como en el sector privado.”

“También está a disposición de los turista la app “Travel Buenos Aires” donde se puede acceder a toda la información para vivir una experiencia inolvidable. Cuenta con recomendaciones para no perderse en la Ciudad además de resaltar 400 puntos de interés con la información de cada sitio, la posibilidad de disfrutar de recorridos autoguiados.”

Accesibilidad

Entrevista 1:

“El ENTUR cuenta con varios programas y proyectos que tienen como foco al turismo accesible, para que todos tengan la posibilidad de disfrutar la Ciudad Capital. Además, cuenta con proyectos que ya están en funcionamiento para el turismo inclusivo. Se trabaja en barrios de bajos recursos como en el barrio “Rodrigo Bueno” o en la “Villa 31” en Retiro, generando una economía colaborativa”.

Entrevista 2:

“El Ente de Turismo se encuentra constantemente trabajando en materia de accesibilidad con los prestadores. Tiene Programas de Directrices de Gestión Ambiental y de Accesibilidad

Entrevista 3:

“Desde el Ente de Turismo trabajamos desde el programa de accesibilidad para contribuir a la mejora de la accesibilidad de los servicios y experiencias turísticas, sensibilizar y promover las buenas prácticas de accesibilidad e inclusión y eliminar barreras y el desconocimiento en el sector público y privado al respecto.”

Entrevista 4:

“La ciudad de Buenos Aires es una ciudad que trabaja desarrollando su accesibilidad y promoviendo la inclusión de las personas con discapacidad en diferentes aspectos, de manera inclusiva.”

“Desde el Entur trabajamos en programas y estrategias de calidad turística con una mirada desde la competitividad, vinculada a la accesibilidad e inclusión, alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible”

“En materia de accesibilidad, también desarrollamos alianzas estratégicas con actores clave que nos permitan potenciar los esfuerzos. Ejemplo de ello es el proyecto llevado a cabo en conjunto con Fundación Ninawa Daher, donde se están realizando 2 nuevos planos hápticos para brindar la información turística de la Ciudad en formatos accesibles”

“La Guía de Turismo Accesible 2018/19 incluye los principales atractivos a los que pueden acceder personas con discapacidad en las ciudades de Buenos Aires, La Plata, Bahía Blanca y Mar del Plata. Con el objetivo de promover la integración del turista al entorno y mejorar la experiencia de quienes visitan estas ciudades, destaca los diferentes niveles de accesibilidad de cada atractivo turístico.”

Entrevista 5:

“Desde el Ente de Turismo nos planteamos como desafío sensibilizar, capacitar, promover la cultura de la calidad y la mejora continua, a través de la implementación de los programas de Calidad, con alianzas estratégicas entre los sectores público y privado, además de generar datos propios de Accesibilidad desde el Observatorio.

En ese marco brindamos talleres para estudiantes de carreras afines que permitan eliminar barreras, formar y actualizar en la temática, dando a conocer las nuevas herramientas de calidad, y contemplando criterios de buenas prácticas, del Diseño Universal, y de la comunicación inclusiva, a fin de contribuir a mejorar la experiencia del turista y del ciudadano en el destino alineados a la agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible 2015/30”

“Además desarrollamos un Manual de Buenas Prácticas, una Guía de Turismo Accesible y participamos del programa en Directrices de Accesibilidad donde hay prestadores distinguidos que cumplen con las prácticas correspondientes.”

Sustentabilidad

Entrevista 1:

“Buenos Aires tiene una mirada puesta en transformar la misma en una “ciudad verde” o “ciudad sustentable.”

“los proyectos para la movilidad sustentable, tales como: la creación y el fomento del uso de las bicisendas, el alquiler o renta de bicis en gran parte de la ciudad”

“se generaron principios de acuerdos para la renovación de los colectivos urbanos que circulan en la ciudad, para que, en un mediano plazo, los mismos sean totalmente eléctricos.”

Entrevista 2:

“Se amplió considerablemente la red de ciclovías, más conocida como bicisendas y hay algunos tramos de ciertas líneas de trenes que son eléctricas”

“Actualmente existen maneras de combinar algunas (ej tren y bici) teniendo como beneficio menor impacto ambiental y costo de transporte.

“A la ciudad de Bs. As le queda un gran camino por recorrer, en algunas cosas. En mi opinión por ejemplo la red de Metrobus es excelente, pero causa un gran impacto ambiental en cuanto a contaminación atmosférica, sonora y los costos de mantenimiento del asfalto (pozos, levantamiento por calor etc.).”

Entrevista 3:

“La movilidad en la Ciudad ha cambiado sustancialmente en los últimos años, a partir del Plan de Movilidad Sustentable integrado por programas articulados que fueron desarrollados teniendo en cuenta las mejores experiencias a nivel mundial. La implementación de bicisendas, el metrobus y hacer de Buenos Aires una ciudad más caminable, son sin dudas grandes avances para la ciudad”

Entrevista 4:

“La Ciudad de Buenos Aires viene impulsando hace tiempo un plan para promover la movilidad sustentable que trabaja distintas líneas de acción, a saber:

Prioridad del Transporte Público: Movilidad Saludable: Se busca promover la movilidad saludable en ciclorrodados y peatonal en todo el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

Ordenamiento de Tránsito y Seguridad Vial: Tiene como objetivo principal reducir los accidentes viales y colaborar en el ordenamiento del tránsito.”

“En este sentido, el programa Turismo en Barrios busca promover el desarrollo turístico sostenible en la ciudad a partir de experiencias genuinas e innovadoras que

potencien la descentralización territorial, la movilidad sustentable, el comercio y el trabajo local.”

Entrevista 5:

“La Ciudad de Buenos Aires hace varios años que viene trabajando sobre la movilidad sustentable y está haciendo un buen trabajo. Para ello se diseñó un Plan de Movilidad Sustentable que se encuentra integrado por diferentes programas que se articulan entre sí, basados en experiencias a nivel mundial. Los pilares que rigen el Plan son; la prioridad el transporte público, movilidad saludable, ordenamiento del tránsito, seguridad vial y mejorar la circulación.”

Innovación

Entrevista: 1

“Esta transformación constante que mencionaba antes, hace que no nos podamos relajar a la hora de innovar, llevándonos al límite y a su vez, nos abre una ventana hacia el futuro. No solo las ciudades cambian, sino también, el turista en sí década a década, ya que cada nueva generación, trae su propio estilo, gustos, formas y deseos.”

Entrevista 2:

“El Ente de Turismo desde el año 2016 desarrolla el programa InnovaturBA, en las que se tratan temas de vanguardia que desafían al sector constantemente, en donde se convocan a emprendedores, prestadores turísticos, agentes de gobierno, referentes del sector, universidades entre otros.”

“Desde el año pasado (2020) se incorporó el Hackaton InnovaturBA. que convoca a participantes nacionales e internacionales a trabajar en conjunto para la ideación de soluciones, con el fin de reactivar la actividad turística durante y luego del periodo de pandemia; mitigar los impactos económicos, reforzando la resiliencia del sector turístico; y apoyar a las empresas y destinos a través de soluciones replicables y transferibles.”

Entrevista 3:

“Innovatur BA es el primer programa de innovación turística promovido desde un gobierno local, pionero tanto en Argentina como en Latinoamérica. El mismo viene ejecutándose consecutivamente desde hace cinco años y tiene como fin contribuir a la transformación y posicionamiento de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente y resiliente en el mercado nacional e internacional.”

Entrevista 4:

“Innovar consiste en utilizar y/o generar el conocimiento para crear productos, servicios o procesos, que son nuevos o bien mejorar los existentes. Por tanto, más allá de la tecnología como posible medio para innovar, se requiere también de otros factores tales como la creatividad, la decisión de asumir riesgos y el pensamiento exponencial. De este modo, la innovación se convierte en una aliada para la resiliencia, reducir la incertidumbre y adaptarse al cambio en contextos tan dinámicos y complejos como los actuales”

Entrevista 5:

“La innovación es uno de los pilares fundamentales del turismo. Desde el Ente de Turismo desarrollamos un programa que se denomina “Innovatur BA”. Este es un programa líder en innovación turística de Argentina y Latinoamérica. Buscamos generar espacios de participación para trabajar con la comunidad local, desarrollar nuevas propuestas y soluciones que aporten a la reinversión y reactivación del turismo desde una perspectiva sostenible, innovadora y resiliente, teniendo en cuenta toda la cadena de valor turística además de contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030.”

A continuación se presenta el análisis detallado de las entrevistas realizadas a los funcionarios del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En primer lugar se destaca que todos los entrevistados señalaron que promueven el dialogo permanente con las agencias de viajes. La mayoría de los entrevistados afirmaron que desde el Ente se brindan cursos de capacitación y formación profesional, y que además mantienen una muy buena relación, enviando informes mensuales a las agencia de viajes de los datos obtenidos desde la plataforma del Observatorio Turístico.

Los entrevistados reconocen la rápida evolución que ha tenido la tecnología en el último tiempo, y hacen hincapié en las diferentes herramientas tecnológicas que han desarrollado en el Ente de Turismo, que van desde la red Wifi hasta el Sistema de Inteligencia Turística, sumado a ello las diferentes aplicaciones móviles exclusivas para el turismo.

Con respecto a la accesibilidad, los entrevistados indicaron la puesta en marcha de un Manual de Buenas Practicas, con una Guía de Turismo Accesible, y que participan del programa de Directrices de Accesibilidad, donde distinguen a prestadores que dan cumplimiento a las pautas propuestas.

Los entrevistados poseen una noción muy clara de las políticas en materia de sustentabilidad. Muchos hacen referencia a programas “verdes” dedicados al cuidado del medioambiente, otros hacen hincapié en programas de movilidad, ya sea destacando el popular proyecto “eco bici”, y el desarrollo de ciclovías y el programa de movilidad saludable.

Según los entrevistados hay un fuerte compromiso desde el Ente de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en materia de innovación. Es interesante notar que la mayoría de los entrevistados hizo mención al programa “InnovaturBA”, refieren el programa como el propulsor de importantes logros, que busca generar espacios de participación para trabajar con la comunidad local, desarrollar nuevas propuestas y soluciones que aporten a la reinvención y reactivación del turismo desde una perspectiva sostenible, innovadora y resiliente. Por último, se destacó que InnovatuBA

es el primer programa de innovación turística promovido desde un gobierno local, pionero tanto en Argentina como en Latinoamérica.

8.3 Agencias de viajes

8.3.1 Análisis de datos de las encuestas

Se envió un formulario de Google forms (<https://forms.gle/3VLQJMUEiZDukrjaA>) por email a diferentes agencias de viajes listadas en el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires, y además se publicó en páginas de Facebook en grupos donde los participantes pudieran ser agentes de viajes.

La presente encuesta cuenta con ocho preguntas, en la que se abarca desde las consideraciones de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente, y además los principios que integran el modelo de destino turístico inteligente.

El total de respuestas fueron 40.

Las respuestas fueron recolectadas desde el día 20 de abril del 2021 hasta el día 15 de mayo del mismo año.



Figura 27: Invitación de la encuesta

En la primera pregunta los encuestados procedieron a seleccionar entre las diferentes opciones de la escala de Lickert y de acuerdo a los resultados, la mayoría de los agentes de viajes de turismo están algo de acuerdo en que la Ciudad de Buenos Aires es un

destino turístico inteligente, otro porcentaje menor está muy de acuerdo en que la Ciudad es un destino inteligente y por último respondieron que no están de acuerdo ni en desacuerdo, con la afirmación. Pero no hay respuestas por la negativa a la pregunta propuesta.

Indique: "La ciudad de Buenos Aires es un destino turístico inteligente"

40 respuestas

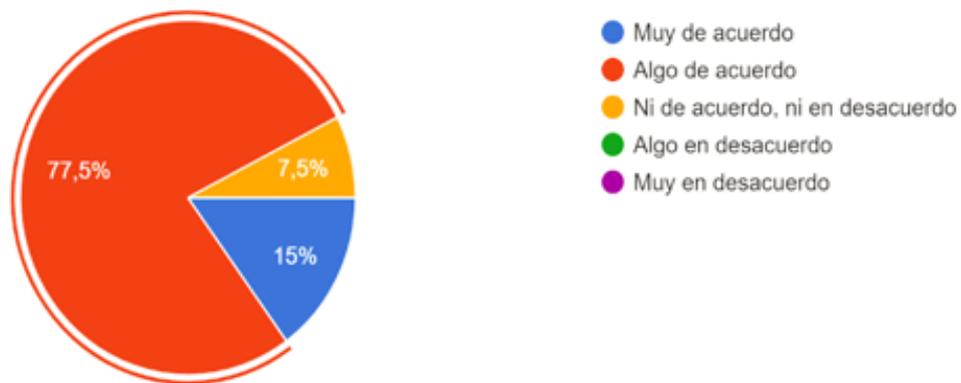


Figura 28: Primera pregunta de la encuesta: Indique "la Ciudad de Buenos Aires es un destino turístico Inteligente"

Accesibilidad

En la segunda pregunta se indaga sobre qué lugares consideraban más accesibles en la ciudad, y la respuesta mayoritaria consideraba que el aeropuerto era el más accesible, siguiendo en el orden los hoteles, y luego los restaurantes.

“Señale cuáles de estos lugares usted considera que es Más accesible en la Ciudad de Buenos Aires”

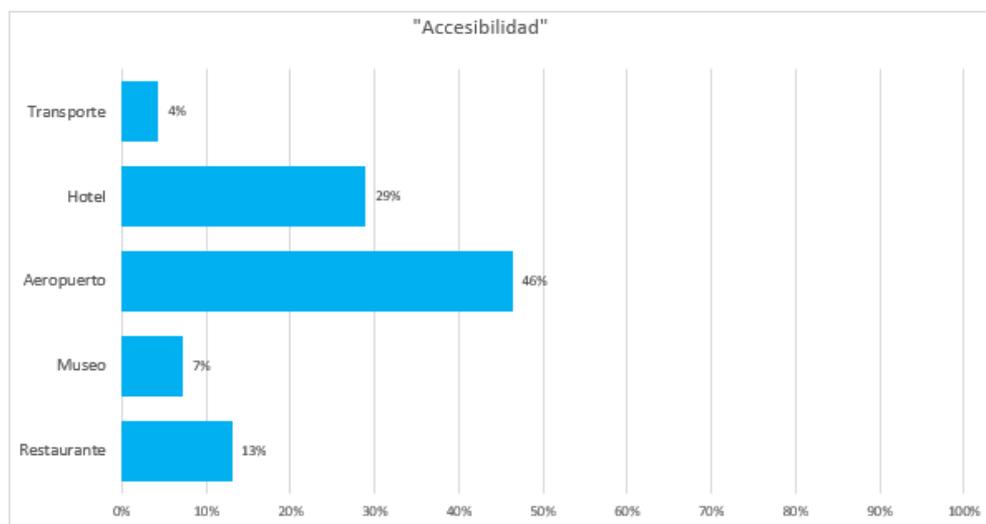


Figura 29: Segunda pregunta de la encuesta “Señale cuáles de estos lugares usted considera que es Más accesible en la Ciudad de Buenos Aires”

La tercera pregunta, si considera que es importante ser un destino turístico inteligente para competir en el mercado actual, un muy alto grado de respuestas considera que si, y unos pocos que es algo importante, no hubo respuestas en las otras preguntas de la escala de Lickert, donde se considera no acordar con la afirmación realizada.

"Es importante ser un destino turístico inteligente para competir en el mercado actual"

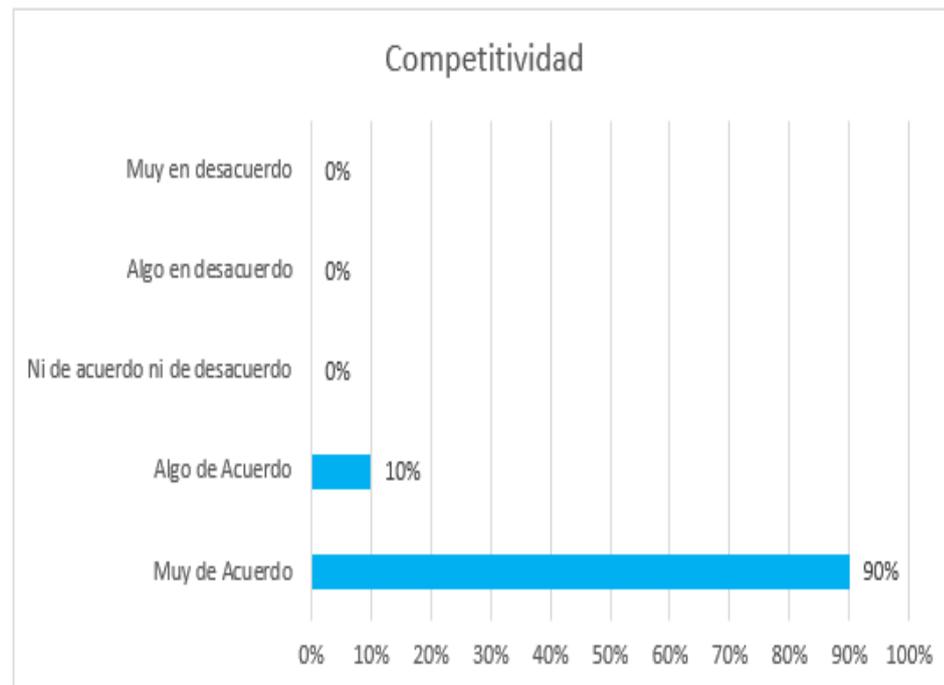


Figura 30: Tercera pregunta de la encuesta. "Es importante ser un destino turístico inteligente para competir en el mercado actual"

Sustentabilidad

La cuarta pregunta se refiere a si consideraba a la Ciudad como un destino turístico sustentable, la mayoría de las respuestas fueron que están algo de acuerdo con la afirmación.

Indique: "La Ciudad de Buenos Aires es un destino turístico sustentable"

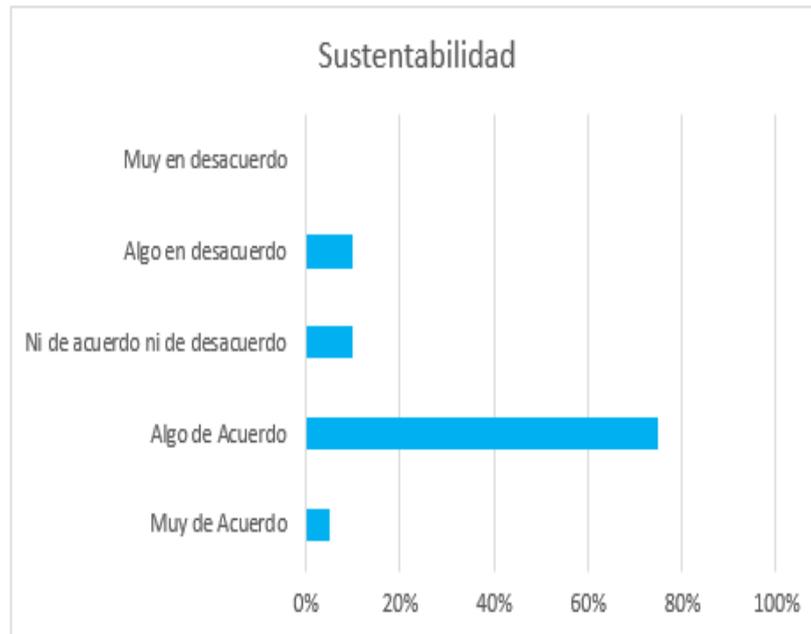


Figura 31: Cuarta pregunta de la encuesta. Indique: "La Ciudad de Buenos Aires es un destino turístico sustentable"

Gobernanza

La quinta pregunta del cuestionario se refería a que propuestas conocen de las actividades del Ente de turismo de la Ciudad, y la mayor cantidad de respuestas fue el Innovatur, y ninguna respuesta afirmativa a la noche de la Innovación.

Indique cuáles opciones usted conoce

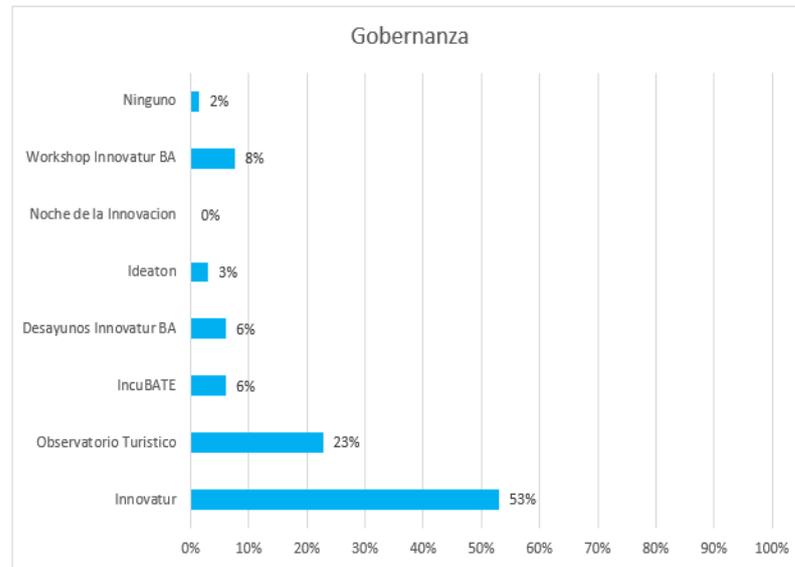


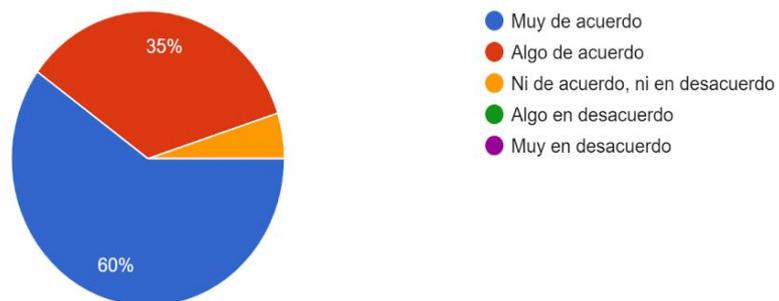
Figura 32: Quinta pregunta de la encuesta. Indique: " Cuáles opciones usted conoce"

Innovación

En la pregunta seis se refería a, si la Ciudad es un destino innovador, y 95% de las

Indique "La ciudad de Buenos Aires es un destino innovador"

40 respuestas



respuestas fueron que estaban muy de acuerdo y algo de acuerdo.

Figura 33: sexta pregunta de la encuesta. Indique “La ciudad de Buenos Aires es un destino innovador”

En la pregunta número siete los agentes de viajes consideraron que la seguridad es lo más importante para el turismo, seguido del transporte.

Cuáles de las siguiente opciones considera importantes para el turismo

40 responses

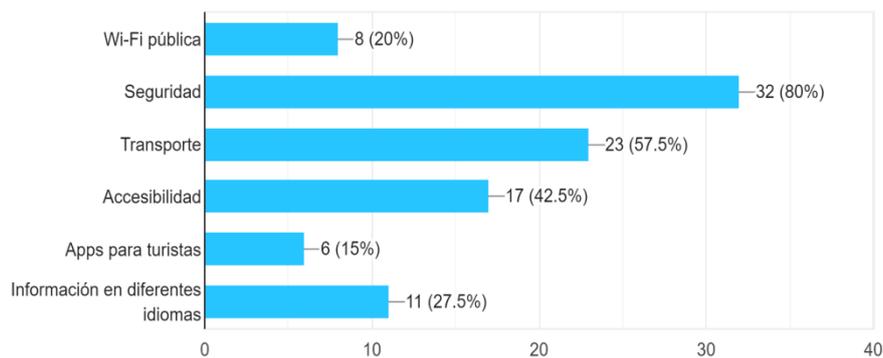


Figura 34: Séptima pregunta de la encuesta. Cuáles de las siguientes opciones considera importante para el turismo

Tecnología

En la octava pregunta los encuestados respondieron que recomiendan a sus clientes BA Ecobici en primer lugar y en segundo lugar BA Cómo Llego

Recomienda alguna de las siguientes aplicaciones a sus clientes?

39 responses

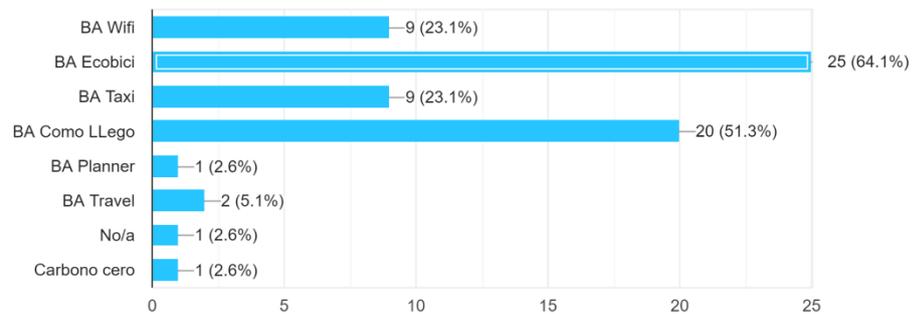


Figura 35: Octava pregunta de la encuesta Recomienda alguna de las siguientes opciones a sus clientes

De estos datos se deduce que las agencias de viajes reconocen que es muy importante ser un destino turístico inteligente para poder competir en el mercado actual, y un alto porcentaje considera que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es un destino turístico inteligente, innovador y sustentable, pero no identifican la mayoría de las actividades incluidas en la encuesta. Los sectores que reconocen más accesibles son aeropuertos y hoteles, y menos accesibles la comunicación y el transporte.

Por otro lado, en los gráficos se observa que, de todas las aplicaciones desarrolladas por el Ente de turismo para el uso tanto del turista como del ciudadano, solo recomiendan algunas, como el uso de la bicicleta (BA Ecobici), taxi (BA Taxi) y (BA Cómo Llego).

Para finalizar el análisis cabe resaltar que tanto la seguridad como el transporte son las áreas que consideran más importantes para el turista en la ciudad.

9. PROPUESTA

9.1 TARJETA TURÍSTICA “TANGO”

En esta investigación se pudo observar que el sistema de transporte público no está adaptado para el turista, desde que arriba a la Ciudad, como así también, en los trayectos dentro de la misma. Es por eso que creo oportuno acercar esta propuesta.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para poder acceder al transporte público los turistas deben adquirir la tarjeta (SUBE) la misma que utilizan los habitantes de la Ciudad, sin ningún tipo de información o mapas que faciliten el uso del mismo y de los diferentes medios de transporte que puede utilizarse, como sus recorridos.

En este sentido se propone la creación de una Tarjeta Turística, en la Ciudad de Buenos Aires de la misma forma que se utiliza en 41 destinos turísticos inteligentes de ciudades de Europa y en las grandes ciudades de los Estados Unidos.

Estas ciudades utilizan este tipo de tarjetas en el desplazamiento del turista en los medios de transporte públicos, y con su aplicación en el Smartphone donde el turista puede obtener muchísima información de las distintas ofertas turísticas de la ciudad, y además los diferentes prestadores de servicios pueden ofrecer sus espectáculos, eventos, hoteles, restaurantes, etc., en tiempo real y con la elección del idioma preferente.

La creación de una Tarjeta Turística en la Ciudad de Buenos Aires con su logo identitario, podría facilitarle al turista el desplazamiento dentro de la ciudad de Buenos Aires, en el Transporte Público, geocalizando los diferentes atractivos en el radio de su desplazamiento, incentivando la propuesta del atractivo, con información útil, para que en todo momento pueda decidir y crear su propia experiencia, y de esta manera no solo facilita el traslado del turista de un lugar a otro, sino que co-crearía con los diferentes actores de la oferta turística para que puedan acercar sus propuestas al turista en el idioma de preferencia y con información de los servicios públicos, de accesibilidad, sustentabilidad y todo aquello de interés para el turista.

En el turismo, todos aquellos que ofrecen servicios están en constante búsqueda

de nuevas maneras de distinguirse y de captar la atención del cliente, esta Tarjeta Turística sería un elemento que se adapta a los nuevos modelos tecnológicos para inducir a la co-creación de productos turísticos, permitiendo un incremento del valor a través de la participación del cliente en el diseño de sus viajes.

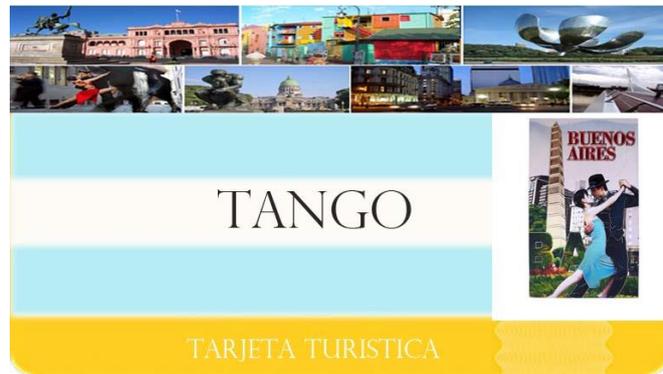


Figura 36: Tarjeta turística Tango
Elaboración propia

10. CONCLUSIONES

El propósito de esta investigación es analizar la implementación de los principios propuestos por el modelo de destino turístico inteligente según la Organización Mundial de Turismo y su desarrollo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Para lo cual luego de la revisión bibliográfica, el análisis de resultados de las encuestas y de las entrevistas, y revisión de la situación actual del Ente de turismo a través de su página web, se llegó a la siguiente conclusión:

En la actualidad, el principio de **gobernanza** resulta fundamental para que exista coordinación y colaboración entre el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las empresas privadas, creando sinergias entre ellos para consensuar y definir el tipo de destino turístico que aspira a ser. Precisamente, la transversalidad del turismo conlleva a que el modelo destino turístico inteligente involucre a muchos otros sectores como, agencias de viajes, transporte, seguridad, telecomunicaciones, gastronomía, actividades deportivas y universidades, entre otros. En este punto, hemos notado que el Ente de Turismo ha creado distintas herramientas enfocadas a crear canales de comunicación y colaboración con el sector privado; entre ellos, el programa InnovaturBA, actividades informativas, workshops, y contenido en la página web de turismo de la ciudad de Buenos Aires a fines de visibilizar las propuestas turísticas del sector público y privado. Sin embargo, se ha evidenciado que hay un gran camino por recorrer en materia comunicacional: la gran mayoría de los encuestados sólo conocían pocas de las actividades brindadas por el Ente de Turismo.

Por otro lado, se destaca el eje de **tecnología** como uno de los más desarrollados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se documentó un gran número de herramientas implementadas, a saber, la implantación de una extensa red WIFI gratuita y sistemas de información (como el novedoso Sistema de Inteligencia Turística), como así también el desarrollo de sofisticadas aplicaciones móviles para facilitar la prestación del servicio al turista.

Con respecto al eje de **sustentabilidad**, se ha evidenciado que el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha centrado sus esfuerzos en esta área en el último tiempo. Ejemplo de esto son el desarrollo de espacios saludables en parques, la implementación del sistema EcoBici y sus respectivas ciclovías. Este énfasis en sustentabilidad ha sido percibido por la mayoría de los agentes de viajes, quienes, en las encuestas, han reconocido a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como sustentable.

En **innovación** el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha desarrollado diferentes actividades destinadas al sector privado con el objetivo de impulsar la innovación (InnovaTur, Noche de la Innovación, Hackatton). Estas actividades resultan esenciales, ya que permiten ofrecer una propuesta actualizada a la demanda del turista. Sin embargo, en este trabajo se evidenció que la gran mayoría de los encuestados solo conocían algunas de estas actividades, por lo que se puede apreciar, es que las propuestas hacia el sector existen, pero solo pocas han sido visibilizadas por este.

En el eje de **accesibilidad**, se pudo confirmar que el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha desarrollado acciones para mejorar la accesibilidad con la elaboración de manuales y herramientas tecnológicas en los espacios urbanos y culturales. Sin embargo, los agentes de viajes encuestados consideran que aún queda mucho por hacer con respecto a la accesibilidad en la comunicación y medios de transporte.

En cuanto a si las Agencias de Viajes consideraban si la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es un Destino turístico inteligente, tanto la mayoría de los encuestados como la totalidad de los entrevistados coincidieron que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires posee las características de un Destino Turístico Inteligente.

Con respecto a las falencias que posee la Ciudad de Autónoma de Buenos Aires como destino turístico inteligente no se evidenció proyectos para la concreción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por la OMT, considerando que el

turismo es la actividad productiva con mayor efecto multiplicador económico, y es necesario que este sea aprovechado para generar riqueza, tanto a nivel económico, como obviamente a nivel social y ambiental, ya que son los pilares para poder lograr el éxito y generar y distribuir los ingresos de forma eficaz.

Por otro lado, el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires debería llevar adelante esfuerzos coordinados entre los actores del sector turístico como ser las Agencias de viajes, Guías de Turismo, Gastronomía, Transporte, etc., como así también la participación ciudadana para llevar adelante un plan director que establezca objetivos claros para el desarrollo de los principios del modelo de destino turístico propuesto por la OMT y si es necesario adaptarlos a la situación de la ciudad.

En conclusión, se identificó que existen diferentes niveles de desarrollo en la implementación de los principios de Destino Turístico Inteligente. Si bien se destaca que todos los principios se encuentran presentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en algunos de ellos hay falencias y en otros virtudes. Por consiguiente, para conocer con exactitud el grado de desarrollo de cada principio, sería pertinente la creación de indicadores que se ajusten a la realidad de la Ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, D.G (2017, abril 27). Smart City, el puntapié para el desarrollo Inteligente del Turismo. [Tesis de Grado]. Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires.
- ANDER-EGG, E. (1995), Técnicas de investigación social, Buenos Aires: Editorial Lumen.
- Espinosa L. (2019, enero 09). Diagnóstico de Quito como destino turístico [Tesis de Grado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.
- Hernández Sampieri, R, Fernández Collado, C, Baptista L. (1997), Metodología de la Investigación, Mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- Komninos, N. (2002), Intelligent Cities. Innovation, Knowledge Systems and Digital Spaces, London: Editorial Routledge
- López de Ávila, A., Lancis, E., García, S., Alcantud, A., García, B., & Muñoz, N. (2015), Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. Madrid.
- Przybylski G. (2018, junio 28). La Ciudad de Buenos Aires como Destino Turístico Inteligente: Análisis de los Sistemas de información Online alineado a las expectativas del Turista Inteligente. [Maestría en gestión de servicios tecnológicos y de telecomunicaciones]. Universidad de San Andrés, Victoria, Buenos Aires,
- Sampieri R. (1991), Metodología de la Investigación, México, Editorial: Mc Graw Hill.
- Vieytes, R. (2004), Metodología de la Investigación en Organizaciones, Buenos Aires Editorial De las Ciencias.

LINKOGRAFIA

- <http://blog.segittur.es/gobernanza-destino-turistico-inteligente-juntos-mas-inteligentes/>
- <https://data.buenosaires.gob.ar/dataset/agencias-viajes>
- [https://entornoturistico.com/innovacion-sector-turistico.](https://entornoturistico.com/innovacion-sector-turistico)
- <https://fit.org.ar/>
- [https:// hosteltur.com/tag/destino-turístico-inteligente](https://hosteltur.com/tag/destino-turistico-inteligente)
- <https://ladevi.travel/publicaciones.php?countryid=13&ref=ok>
- <https://mabelcajal.com/2018/06/estadisticas-turismo-viajes-plan-de-marketing.html/>
- <https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/Observatorio>
- <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/registro-de-gu%C3%ADas-de-turismo>
- <http://www.segittur.es/es/DTI/dti-detalle/Libro-Blanco-Destinos-Turisticos-Inteligentes>
- Decálogo de ODS (2020)
- <https://www.segittur.es/ods-y-sostenibilidad/proyectos-sostenibilidad/decalogo-para-la-accion-empresarial-del-sector-turistico-en-clave-ods/>
- <https://www.iese.edu/es/claustro-investigacion/cities-in-motion/>
- <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>
- Romero Dexeus (2017) Innovación en el Sector Turístico. Ponencia en el 1st UNWTO World Conference on Smart Destinations. Murcia, España 15 de Febrero 2017. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=4ZUTD8ZtSg0>
- United Nations World Tourism Organization (2015) "El turismo y los objetivos de desarrollo sostenible". Disponible en <https://www.e-nwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>

ANEXO

Presentación de mail para entrevista

Me dirijo a Ud., en la oportunidad de solicitar su colaboración, dado el cargo que ocupa en el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y su conocimiento sobre la temática de turismo, ya que estoy realizando el trabajo de investigación de mi tesis, para la Licenciatura en Turismo, de la Universidad Abierta Interamericana (UAI) y su aporte sería de mucha importancia. Le ruego responder algunas preguntas, y desde ya le agradezco su amabilidad.

Saludo Atte.

Preguntas de la entrevista

¿Cómo describiría la situación actual de Buenos Aires como un destino turístico inteligente? ¿Qué la diferencia, tanto positiva como negativamente, de otras ciudades inteligentes alrededor del mundo?

¿Qué dificultades encuentra para el desarrollo del modelo de destino inteligente?

¿Cómo considera que se desarrollan los proyectos de movilidad sustentable en la ciudad?

¿Cómo describiría la relación que tienen con las agencias de viajes, y si tienen programas y/o actividades que desarrollan en conjunto?

Está claro que la tecnología es indispensable para el desarrollo de una Ciudad Inteligente. Como se encuentra la ciudad en este aspecto

¿Cómo considera que se desarrolla la innovación en el turismo?

Con respecto al Turismo accesible, ¿en qué etapa de su desarrollo considera que se encuentra la Ciudad?

Para finalizar, ¿qué iniciativas o proyectos propondría usted para el mejor desarrollo de Buenos Aires como destino turístico inteligente?

Nombre y Apellido:

Cargo que desempeña:

Desde ya, muchas gracias es muy valiosa su colaboración.

Saluda a usted Marcela De Simone

Entrevistas a funcionarios del Ente de Turismo

Entrevista 1

Nombre y Apellido: Lic. y Mg Nicolás Ascani

Cargo que ocupa: Curaduría y Desarrollo (ENTUR)

Pregunta: ¿Cómo describiría la situación actual de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente?

Respuesta: La Ciudad Autónoma de Buenos Aires es una de las ciudades pioneras en la implementación de instrumentos de medición y desarrollo como destino turístico. Hace ya más de una década, la ciudad creó una dirección, dentro del ENTUR (Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires), llamada “Dirección General Inteligencia de Mercado y Observatorio, transformándose ésta, en un área fundamental para la investigación y análisis de datos, permitiendo así, que otras direcciones tengan la capacidad la tomar decisiones reales, concretas y con la mínima de especulaciones o suposiciones.

Ahora, la ciudad cuenta con estadísticas y datos reales sobre, por ejemplo: número de turistas tanto nacionales como internacionales, gustos, movimientos dentro de la ciudad, horarios, nacionalidades, necesidades, tendencias, entre otras cosas. El observatorio trabaja con análisis de BIG DATA, métricas, encuestas, focus group y otras técnicas de investigación. Esta dirección complementada a otras áreas y direcciones, encargadas de la Planificación Estratégica, Desarrollo, Promoción y más, generan una sinergia,

dinamismo y compromiso entre las mismas, para hacer de Buenos Aires una ciudad moderna, inteligente y en transformación constante.

Pregunta: ¿Qué dificultades encuentra para el desarrollo del modelo de destino inteligente?

Respuesta: Buenos Aires ha sido invitada, varias veces, a exposiciones sobre turismo, sostenibilidad y ciudades inteligentes, destacándose con otras ciudades latinoamericanas por el desarrollo e implementación de nuevos y vanguardistas sistemas. De hecho, la ciudad organiza, todos los años, un evento llamado “Smart City”, donde expone todos los proyectos desarrollados y a desarrolla en un corto, mediano y largo plazo.

Dependiendo del proyecto, puede ser que algunas de las dificultades que puedan llegar a surgir, demorando el mismo, serían de índole presupuestaria o lineamientos.

Pregunta: ¿Cómo considera que se desarrollan los proyectos de movilidad sustentable en la ciudad?

Respuesta: La ciudad ha avanzado mucho con este punto en particular y ha mostrado un compromiso para con el mismo, de hecho ya se ven implementados algunos de los proyectos para la movilidad sustentable, tales como: la creación y el fomento del uso de las bicisendas, el alquiler o renta de bicis en gran parte de la ciudad, las restricciones por horarios para el acceso al micro y macro centro en vehículos particulares o el traslado de la terminal de ómnibus de larga distancia del centro de la ciudad.

También, se generaron principios de acuerdos para la renovación de los colectivos urbanos que circulan en la ciudad, para que en un mediano plazo, los mismos sean totalmente eléctricos. Si bien hemos visto ya algunos de estos colectivos urbanos circulando por la ciudad, la situación económica y la fluctuación cambiaria, ha frenado las inversiones de las empresas.

Pregunta: ¿Cómo describiría la relación que tienen con las agencias de viajes, y si tienen programas y/o actividades que desarrollan en conjunto?

Respuesta: La ciudad de Buenos Aires, no trabaja específicamente con ninguna agencia en particular, pero si tenemos un vínculo y canales abiertos, donde se genera un Feedback constante. El ENTUR cuenta con una plataforma online, donde contiene por un lado, todas las actividades, recorridos, visitas, guías, mapas interactivos, entre otras que brindamos y a su vez, fomentamos a todos los sectores involucrados al turismo, desde las agencias, sector gastronómico, hotelería, comerciantes, eventos, etc. Sabemos que somos una ventana y un nexo entre los turistas y los diferentes actores del sector, por eso, cada decisión que se toma para la implementación de algún proyecto, se arma una mesa de diálogo con todos los actores implicados.

Pregunta: Está claro que la tecnología es indispensable para el desarrollo de una Ciudad Inteligente. Cómo se encuentra la ciudad en este aspecto.

Respuesta: Como hice mención antes, la Ciudad de Buenos Aires es una ciudad vanguardista, comparándonos siempre con ciudades latinoamericanas. Ahora bien, entendemos que la tecnología avanza a pasos agigantados y la transformación de las ciudades en el mundo son constantes. Es por eso, que siempre estamos mirando al mundo para ver de qué manera poder tomar las mejores ideas e implementarlas, en lo posible, en la ciudad.

Pregunta: ¿Cómo considera que se desarrolla la innovación en el turismo?

Respuesta: Ésta transformación constante que mencionaba antes, hace que no nos podamos relajar a la hora de innovar, llevándonos al límite y a su vez, nos abre una ventana hacia el futuro. No solo las ciudades cambian, sino también, el turista en sí década a década, ya que cada nueva generación, trae su propio estilo, gustos, formas y deseos.

De todas maneras, si bien la innovación está asociada a las nuevas tendencias, no se debe perder de vista las necesidades de los propios residentes. Debemos tener en claro y como eje fundamental que tipo de ciudad deseamos tener y dejar a las futuras generaciones. En este caso, Buenos Aires tiene una mirada puesta en transformar la misma en una “ciudad verde” o “ciudad sustentable”.

Pregunta: Con respecto al Turismo accesible, ¿en qué etapa de su desarrollo considera que se encuentra la Ciudad?

Respuesta: El ENTUR cuenta con varios programas y proyectos que tienen como foco al turismo accesible, para que todos tengan la posibilidad de disfrutar la Ciudad Capital. Además, cuenta con proyectos que ya están en funcionamiento para el turismo inclusivo. Se trabaja en barrios de bajos recursos como en el barrio “Rodrigo Bueno” o en la “Villa 31” en Retiro, generando una economía colaborativa.

Pregunta: Para finalizar, ¿qué iniciativas o proyectos propondría usted para el mejor desarrollo de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico inteligente?

Respuesta: Bueno en este caso, me alegra mencionar que, tanto mi mirada como la de otros colegas de distintas áreas y direcciones coinciden y están puestas en la transformación de la ciudad como un destino totalmente sustentable, sostenible, tecnológico y en transformación constante.

Ya hay proyectos en marcha, como la sanción de la ley de “techos verdes” o la mejora constante en señalética, ampliación de la oferta con nuevos circuitos turísticos, mejora de la luminiscencia de la ciudad, nuevas peatonales, entre otras.

Entrevista 2

Nombre y Apellido: Bárbara Fraga

Cargo que ocupa: Informante de los Centros de Atención al Turista y actualmente participo en los proyectos de la Subgerencia de Calidad e Innovación del ENTUR.

Pregunta: ¿Cómo describiría la situación actual de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente?

Respuesta: Creo que tiene una base sólida como Destino Turístico Inteligente La ciudad de Buenos Aires cuenta con una infraestructura como Destino Turístico Inteligente que facilita la interacción e **integración del visitante** con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes.

Actualmente se está haciendo un fuerte hincapié en los principales pilares que son para la recuperación del sector debido a la crisis sanitaria COVID19

- Accesibilidad
- Sostenibilidad
- Infraestructura

La Ciudad se encuentra en un “receso” turístico debido a las restricciones de movilidad a nivel nacional e internacional y también por ser una actividad social por lo que afecta exponencialmente al sector.

El organismo que se encarga de las métricas es el Observatorio que desarrolla un Sistema Turístico Inteligente y brinda datos de forma pública. ·

Pregunta: ¿Qué dificultades encuentra para el desarrollo del modelo de destino inteligente?

El desarrollo de un modelo de destino turístico inteligente se basa principalmente en la **integración y comunicación de todos los actores.**

- Agencias de Viajes
- Alojamientos
- Atractivos
- Eventos
- Paseos/ Excursiones/Visitas Guiadas
- Gastronomía
- Transporte

Sin la sinergia de todos los actores se ve afectado por completo el ecosistema turístico. Como se vio reflejado en la Pandemia, cada actor depende completamente del otro. Como por ejemplo el Bar Notable del guía de turismo que le lleva turistas y viceversa, solo por mencionar 2 rubros que se vieron afectados críticamente por la pandemia (Rubro gastronómico y guías de turismo) Las principales dificultades sacando el contexto actual en que vivimos (BINA) son la acentuación de los problemas socio-culturales y económicos que enfrenta la Ciudad de Buenos Aires y la Argentina.

Las desigualdades de acceso a la educación, salud y el aumento de la pobreza continúan sin techo alguno y a cada gobierno independientemente de su bandera se le hace cada vez más difícil ajustar esa brecha.

Pregunta: ¿Cómo considera que se desarrollan los proyectos de movilidad sustentable en la ciudad?

Respuesta: Se amplió considerablemente la red de ciclovías, más conocida como bicisendas y hay algunos tramos de ciertas líneas de trenes que son eléctricas lo que permitiría disminuir el uso de transporte a base de combustibles fósiles y sus emisiones de CO₂. Actualmente estamos en contacto con la agencia de protección ambiental (APRA) formando parte de su capacitación del Programa de Ecosellos. a la que encuentro una propuesta muy interesante en materia de Sostenibilidad.

Pre pandemia existían servicios privados en los que se rentaban monopatinés eléctricos como Movo y Grin actualmente ambas sin funcionamiento

El servicio de Ecobici fue tercerizado a la empresa Banco Itaú y para los residentes tiene 30 minutos de uso gratuito, desde este suceso los usuarios han encontrado mejoras en el servicio.

La movilidad sustentable se da primordialmente en mi opinión, en la conciencia de las personas sobre los transportes que eligen utilizar al momento de viajar (teniendo en cuenta las distancias y el acceso por supuesto). y la infraestructura que ofrece la ciudad.

Actualmente existen maneras de combinar algunas (ej tren y bici) teniendo como beneficio menor impacto ambiental y costo de transporte. Acompañando esta iniciativa es que se desarrolla Huella Ecológica.

A la ciudad de Bs. As le queda un gran camino por recorrer, en algunas cosas. **En mi opinión** por ejemplo la red de Metrobus es excelente, pero causa un gran impacto ambiental en cuanto a contaminación atmosférica, sonora y los costos de mantenimiento del asfalto (pozos, levantamiento por calor etc). . Podrían en su lugar instalarse una Red de Metrovías, eléctrico y disminuir los impactos ambientales, requiere un menor costo de mantenimiento pero requiere una gran inversión en infraestructura. De todas maneras creo que es un poco más complejo que eso, la pregunta es de donde sacamos esa energía y cómo es que la generamos.

Pregunta: ¿Cómo describiría la relación que tienen con las agencias de viajes, y si tienen programas y/o actividades que desarrollan en conjunto?

Respuesta: El Ente de Turismo de la Ciudad cuenta con un Registro de Prestadores Turísticos, en donde se inscriben aquellos prestadores que prestan o intermedian servicios turísticos en la Ciudad de Buenos Aires:

- Agencias de Viajes
- Guías de Turismo
- Transporte
- Rent-a- car
- Alquileres turísticos o temporarios
- Alojamiento
- Org de eventos
- Establecimientos gastronómicos

A los prestadores turísticos registrados cuentan con una serie de beneficios por participar al régimen de prestadores que son los siguientes:

Obtener del Ente de Turismo, cuando proceda, su intervención y respaldo en las gestiones que realice ante otros organismos públicos.

Recibir información y asesoramiento por parte del Ente de Turismo en lo que atañe a líneas de crédito, facilidades y estímulos destinados a la ampliación, instalación y mejora de los servicios que presta.

Participar de los Programas de Capacitación Turística que lleve a cabo o promueva el Ente de Turismo de la Ciudad.

Recibir mensualmente el informe del Observatorio Turístico con estudios actualizados relativos al mercado.

Formar parte de las campañas de promoción turística de la Ciudad donde participe el Ente de Turismo.

La Ley 2443 establece la obligatoriedad de todos los prestadores turísticos de la ciudad de Buenos Aires a exhibir el cartel contra la explotación sexual comercial de menores. Descargalo acá: [modelo de cartel exigido por la Ley 2443](#).

Fuente: Registro de Prestadores

En Diciembre del 2020 se hizo una convocatoria a todo el sector turístico para transferir la distinción del sello **Safe Travels de la WTTC** en conjunto con el INPROTUR a todos los prestadores mencionados con el objetivo de fomentar la acción para el recupero de la actividad y la confianza de los viajeros. Esto permite a los futuros viajeros identificar como **Destino Seguro** a todos aquellos que adaptaron sus protocolos a los estándares globales de salud e higiene.

Los prestadores que obtuvieron la distinción fueron incluidos en un Catalogo de **Prestadores Distinguidos** para visualizar su compromiso.

Se fomenta la relación de comunicación y participación con los prestadores ya que algunas de sus acciones son incluidas como casos de éxitos en presentaciones o material promocional, por lo que mantenemos un contacto fluido. Actualmente estamos

trabajando en crear una Mesa de Ayuda para brindar mejor atención a los reclamos y pedidos de los mismos.

Pregunta: Está claro que la tecnología es indispensable para el desarrollo de una Ciudad Inteligente. Cómo se encuentra la ciudad en este aspecto.

Considero que la tecnología en la Ciudad viene escalando progresivamente y que esos cambios se ven adoptados por las nuevas necesidades y preferencias de las personas. Los perfiles de los turistas van cambiando a medida que lo hace el contexto. Este es el caso de los **nómades digitales**, segmento que ha crecido exponencialmente y es una oportunidad gigante para que el turismo se adapte y combine estas dos actividades. **VIAJAR - TRABAJAR**. Muy buscada por los jóvenes y aquellos que a raíz de la pandemia pueden adoptar el teletrabajo.

Recientemente se lanzó el programa NomadesBa Digitales, que posiciona a la Ciudad de Buenos Aires como un destino para trabajar de forma remota y ofrece un Kit de Bienvenida para estudiantes, programas de estudio y descuentos. Esto supone un gran avance y una oportunidad para aquellos prestadores que puedan apuntar al nómada digital y mejorar el estado tecnológico de sus instalaciones o servicios.

Pregunta: ¿Cómo considera que se desarrolla la innovación en el turismo?

Respuesta: El Ente de Turismo desde el año 2016 desarrolla el programa InnovaturBA, en las que se tratan temas de vanguardia que desafían al sector constantemente, en donde se convocan a emprendedores, prestadores turísticos, agentes de gobierno, referentes del sector, universidades entre otros.

Desde el año pasado (2020) se incorporó el Hackaton InnovaturBA. que convoca a participantes nacionales e internacionales a trabajar en conjunto para la ideación de soluciones, con el fin de reactivar la actividad turística durante y luego del periodo de pandemia; mitigar los impactos económicos, reforzando la resiliencia del sector turístico; y apoyar a las empresas y destinos a través de soluciones replicables y transferibles.

La finalidad de estos eventos es promover la creación de ideas o mejorar los servicios/productos existentes que brinda la ciudad de Buenos Aires para hacer única la experiencia de los visitantes y la calidad de vida de los residentes. Siempre es bueno recordar que la innovación no se basa en aspectos tecnológicos únicamente, sino en mejorar procesos, modos de trabajo y/o cultura organizacional. Lo que me parece muy importante para detectar como Ente público las necesidades no solo de los turistas sino del sector y conversar hacia su mejora.

Pregunta: Con respecto al Turismo accesible, ¿en qué etapa de su desarrollo considera que se encuentra la Ciudad?

Respuesta: El Ente de Turismo se encuentra constantemente trabajando en materia de accesibilidad con los prestadores. Tiene Programas de Directrices de Gestión Ambiental y de Accesibilidad (de forma articulada con el Ministerio de Turismo y Deportes de Nación).

Desarrollan capacitaciones internas a los prestadores y poseen un Catálogo de Prestadores en directrices de accesibilidad. Actualmente está en desarrollo un proyecto con Talk In que me parece muy interesante.

Talk In es una plataforma accesible desde el celular o notebook, que permite el trabajo de múltiples Intérpretes de diferentes idiomas en simultáneo y facilita la moderación de audio conferencias, eventos lo que permite la integración de personas sordas a través del lenguaje de señas.

Por otro lado se trabaja en el Programa Ba Convive una gira de capacitaciones federales sobre un sello en la Ciudad de Buenos Aires, dado el nivel de avance y desarrollo de la oferta de la Ciudad orientada al segmento LGBTQ+.

Pregunta: Para finalizar, ¿qué iniciativas o proyectos propondría usted para el mejor desarrollo de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico inteligente?

Respuesta: A falta de ayuda económica, propondría capacitaciones más continuas y abiertas al sector: relacionadas a tendencias o comportamientos del turista con el fin de

guiar a todos los actores hacia su recuperación ya que a veces solo llegan a algunos y no todos los prestadores.

El Cambio Climático es una urgencia planetaria y el turismo debe ser utilizado como herramienta para mitigar las acciones humanas al medio ambiente. Me motiva la creación de un Pasaporte Verde para los turistas, lo cual me parece excelente. Les dejo la página de Turismo Esquel los cuales creo que fueron los pioneros de esta idea o por lo menos los únicos que encontré en Argentina en base al PNUMA. Creo que sería interesante instalarlo acá y que tiene un gran potencial para unir actividades.
[//www.iniciativaimagine.com/pasaporte-verde-imagine.html](http://www.iniciativaimagine.com/pasaporte-verde-imagine.html)

Entrevista 3

Nombre y Apellido: Lucila Wernli

Cargo que ocupa: Gerente de Curaduría y desarrollo turístico sostenible

Pregunta: ¿Cómo describiría la situación actual de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente?

Respuesta: Buenos Aires ha sido elegida, por el prestigioso Índice Cities in Motion, como la ciudad más inteligente de Latinoamérica, destacándose en los ejes de proyección internacional, planificación urbana, movilidad y transporte, y gobernanza.

En materia turística hemos desarrollado una gran cantidad de proyectos y programas que contribuyen a que la Ciudad de Buenos Aires sea cada vez más inteligente. Apenas algunos de ellos son:

- **Sistema de inteligencia turística**

Se trata de una herramienta que brinda toda la información sobre el turismo y utiliza técnicas de Big Data para mejorar la toma de decisiones tanto en el sector público como en el sector privado.

- **Innovatur BA**

Innovatur BA es el primer programa de innovación turística promovido desde un gobierno local, pionero tanto en Argentina como en Latinoamérica. El mismo viene ejecutándose consecutivamente desde hace cinco años y tiene como fin contribuir a la transformación y posicionamiento de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente y resiliente en el mercado nacional e internacional.

- **BA Sostenible**

Este programa engloba una gran cantidad de proyectos entre los que se encuentra:

- Directrices de gestión ambiental.
- Programa Turismo en Barrios. (circuitos a pie y en bicicleta)
- Desarrollo de la Eco - ruta
- Turismo Comunitario Urbano

- **BA Diversa e inclusiva**

Este programa promueve la inclusión, diversidad y la perspectiva de género en las organizaciones turísticas de la Ciudad.

Pregunta: ¿Cómo considera que se desarrollan los proyectos de movilidad sustentable en la ciudad?

Respuesta: La movilidad en la Ciudad ha cambiado sustancialmente en los últimos años, a partir del Plan de Movilidad Sustentable integrado por programas articulados que fueron desarrollados teniendo en cuenta las mejores experiencias a nivel mundial. La implementación de bicisendas, el metrobus y hacer de Buenos Aires una ciudad más caminable, son sin dudas grandes avances para la ciudad.

Pregunta: ¿Cómo describiría la relación que tienen con las agencias de viajes, y si tienen programas y/o actividades que desarrollan en conjunto?

Respuesta: Desde el Ente de Turismo, promovemos el diálogo constante y vínculo cercano con el sector turístico.

Actualmente, a raíz del contexto, hemos impulsado una serie de proyectos y acciones para contribuir a la reactivación y aumentar la resiliencia del sector turístico.

1. Qué hacer en la Ciudad:

Desarrollamos un landing específica en nuestra web con el objetivo de visibilizar la oferta público y privada, adaptada al contexto y activa, para que puedan tener mayor visibilidad de sus productos y de esta manera aumentar las ventas. Actualmente contamos con más de 250 actividades visibilizadas las cuales se actualizan cada mes.

Así mismo, todos los meses realizamos nuevas incorporaciones de prestadores y agencias de viajes en la landing.

2. Capacitaciones:

I. Plataforma de capacitación.

Hemos desarrollado una plataforma autogestionada de capacitación a pedido del sector turístico. La misma brinda diversos cursos sobre la ciudad de Buenos Aires para que los profesionales continúen profesionalizando.

II. Capacitaciones virtuales.

Hemos brindado capacitaciones de forma online para agencias y asociaciones dando a conocer la oferta turística en barrios (emergentes y turísticos), con el objetivo de que las agencias de viajes puedan adaptar sus paquetes con propuestas adaptadas al contexto.

III. Webinars

Apuesta a potenciar y definir estrategias colaborativas que permitan continuar impulsando la cadena de comercialización turística. En los encuentros se profundiza acerca de los requisitos sanitarios para venir a la Ciudad, la reconversión del espacio público, como también sobre la gastronomía y donde se emplaza. También se intercambian herramientas con cámaras y asociaciones turísticas locales. A su vez, se presenta las actividades que el Ente de Turismo lleva adelante, como Turismo en Barrios y las diferentes actividades que se pueden realizar de acuerdo al perfil del pasajero.

III. Innovatur

Innovatur BA ha logrado llegar a más de 1500 actores de la cadena de valor turística a través de diferentes acciones, ofreciendo espacios de transmisión de conocimientos e instancias de inspiración, participación, reflexión y creación de redes de trabajo y aprendizaje continuo.

· **Pregunta:** Está claro que la tecnología es indispensable para el desarrollo de una Ciudad Inteligente. Cómo se encuentra la ciudad en este aspecto.

Respuesta: Cabe destacar que la ciudad ha sido reconocida como la primera ciudad inteligente de Latinoamérica, en cuanto a tecnología ha logrado implementar políticas de ecosistema de gobierno abierto, a partir de la transparencia de datos y participación ciudadana, la red de conexión pública BA Wifi, implementación del Metrobus y una red de bicicletas, seguridad a través de cámaras, la promoción de industrias de hardware, software, e-commerce, robótica, nanotecnología y biotecnología, análisis de inteligencia de mercado para fomentar el turismo, entre otros.

· **Pregunta:** ¿Cómo considera que se desarrolla la innovación en el turismo? Con respecto al Turismo accesible, ¿en qué etapa de su desarrollo considera que se encuentra la Ciudad?

Como se ha comentado anteriormente desde el Ente de Turismo trabajamos desde el programas de accesibilidad para contribuir a la mejora de la accesibilidad de los servicios y experiencias turísticas, sensibilizar y promover las buenas prácticas de accesibilidad e inclusión y eliminar barreras y el desconocimiento en el sector público y privado al respecto.

Pregunta: Para finalizar, ¿qué iniciativas o proyectos propondría usted para el mejor desarrollo de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico inteligente?

Respuesta: Son varios los proyectos que deseamos implementar para mejorar el desarrollo de la ciudad y constantemente surgen nuevos. Pero principalmente el diseño e implementación de indicadores de turismo sostenible de la Ciudad.

Entrevista 4

Entrevistadas:

Guadalupe Guerrero - Directora General de Desarrollo Turístico del Entur.

Silvina Miguenz - Gerente de Competitividad y Regulación Turística. Dirección General de Desarrollo Turístico del Entur.

Laura Ghezzi - Subgerente Capacitación, Calidad, Innovación y Accesibilidad. Gerencia de Competitividad y Regulación Turística. Dirección General de Desarrollo Turístico del Entur.

Pregunta: ¿Cómo describiría la situación actual de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente?

Respuesta: Desde 2016, el Ente de Turismo de la Ciudad ha comenzado su camino para convertirse en un Destino Turístico Inteligente (DTI) inspirado en un modelo de trabajo que es el fruto de la inteligencia colectiva y que se encuentra en constante construcción y co-creación. El modelo de destino inteligente que promueve la Ciudad está inspirado en el modelo propuesto por la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas de España (Segittur), pero con adaptaciones y/o adecuaciones a la realidad regional y de la Ciudad en particular.

En este sentido, el modelo de DTI de la Ciudad se centra en las personas, dado que el objetivo último es mejorar la calidad de vida de los vecinos y la experiencia de los turistas que nos visitan, preservando la identidad de la Ciudad como activo diferencial. Desde ya, es un modelo que promueve un cambio cultural basado en la innovación y en la adaptabilidad a los cambios; así como procesos de gobernanza donde la colaboración en los diferentes niveles de gobierno y entre los sectores es elemental. Por tanto, trabajar en estos aspectos es lo que permite a la Ciudad lograr una verdadera transformación digital, que no consiste únicamente en innovar y desarrollar soluciones tecnológicas, sino también en promover la sostenibilidad y la inclusión.

Desde el Ente de Turismo promovemos programas, proyectos y acciones que contribuyan a potenciar las dimensiones clave que debería abordar cualquier destino turístico inteligente, a saber: la sostenibilidad, la innovación, la accesibilidad, la tecnología y la gobernanza.

Entre los proyectos y líneas de acción que se están trabajando desde el Ente de Turismo de la Ciudad en pos de promover un DTI, se destacan:

Implementación de Directrices de Accesibilidad para prestadores turísticos.

Más información aquí.

Implementación de las Directrices de Gestión Ambiental para prestadores turísticos.
Más información aquí.

Programación y desarrollo del Programa Innovatur BA, primer programa latinoamericano de innovación en turismo. Más información aquí.

Herramientas tecnológicas dirigidas a la promoción y visibilidad de prestadores turísticos como el Qué hacer BA, que reúne ofertas de experiencias que los prestadores tienen para ofrecer en la Ciudad. Más información aquí.

Diseño de circuitos y experiencias para disfrutar al aire libre, caminando o pedaleando por la Ciudad, y potenciando de este modo la movilidad sostenible y experiencias seguras en el contexto de pandemia. Más información aquí.

Fortalecimiento de la oferta de turismo naturaleza en la Ciudad y el posicionamiento de las áreas protegidas como espacios ricos en biodiversidad para su conservación y puesta en valor para el uso turístico sostenible. En este sentido, se destaca todo el trabajo realizado en la Reserva Ecológica Costanera Sur. Más información aquí.

Sistema de inteligencia turística de la Ciudad - Observatorio turístico que utiliza tecnología Big Data para el análisis de datos. Más información aquí.

Diseño y difusión de publicaciones y contenidos de sensibilización en materia de turismo sostenible. Estamos próximos a lanzar el e-Book de Sostenibilidad que recopila prácticas de prestadores turísticos al servicio de los ODS; así como un Decálogo para ser un Turista Responsable en la Ciudad.

Finalmente, vale destacar que no se podría estar trabajando en una estrategia de DTI si la Ciudad no estuviese desarrollando acciones para ser primero una Ciudad Inteligente. Por tanto, todas las acciones que desde el Gobierno de la Ciudad se están implementando en pos de promover un modelo de Ciudad Inteligente, son sin duda aspectos claves para el fortalecimiento de la estrategia de DTI.

Pregunta: ¿Qué dificultades encuentra para el desarrollo del modelo de destino inteligente?

Respuesta: En lugar de hablar de dificultades, resulta más pertinente hablar de desafíos dado que la Ciudad viene implementando este modelo de DTI adaptado a la realidad territorial.

Los principales desafíos a afrontar suelen estar vinculados a la resistencia al cambio. Para poder innovar hacia modelos de gestión y desarrollo de destinos turísticos inteligentes, se debe contar con un cambio cultural a favor de la innovación, la transformación digital, la sostenibilidad y la accesibilidad. Muchas veces este cambio cultural no es simple de lograr en todos los actores públicos y privados que componen la cadena de valor del sector turístico. Por tanto, promover proyectos y acciones de sensibilización y formación en materia de innovación, resiliencia, adaptación al cambio, es fundamental para potenciar ese cambio cultural tan necesario para consolidar cualquier estrategia de destino turístico inteligente.

Otro desafío interesante a sortear está vinculado a cómo promover un desarrollo turístico articulado a nivel AMBA. Si bien los límites territoriales y jurisdiccionales existen, un visitante puede no entender de esos límites dado que se dan desplazamientos interjurisdiccionales e incluso experiencias turísticas que involucren más de una jurisdicción. Por tanto, promover estrategias y acciones interjurisdiccionales en pos de la inteligencia turística, puede ser un interesante desafío a afrontar.

Finalmente una dificultad, más que un desafío, son los sueldos poco competitivos del Estado RRHH con perfil tecnológico, lo que dificulta la capacidad de retención de estos profesionales para el desarrollo de soluciones digitales y tecnológicas.

Pregunta: ¿Cómo considera que se desarrollan los proyectos de movilidad sustentable en la ciudad?

Respuesta: La Ciudad de Buenos Aires viene impulsando hace tiempo un plan para promover la movilidad sustentable que trabaja distintas líneas de acción, a saber:

Prioridad del Transporte Público: Se busca incentivar el uso del transporte público.

Movilidad Saludable: Se busca promover la movilidad saludable en ciclorrodados y peatonal en todo el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

Ordenamiento de Tránsito y Seguridad Vial: Tiene como objetivo principal reducir los accidentes viales y colaborar en el ordenamiento del tránsito.

Movilidad inteligente: El Sistema Inteligente de Tránsito abarca nuevos instrumentos para el ordenamiento del tránsito y herramientas que facilitan la circulación dentro de la Ciudad de Buenos Aires.

Estas estrategias tienen sin duda un impacto en el sector turístico dado que las ecobici por ejemplo pueden ser utilizadas por los turistas, a fin de recorrer la ciudad de una manera más amigable con el ambiente.

En línea con la estrategia de movilidad sustentable, desde el Ente de Turismo, como se mencionó anteriormente, promovemos el diseño de circuitos y experiencias para disfrutar al aire libre, caminando o pedaleando por la Ciudad, y potenciando de este modo la movilidad sostenible y experiencias seguras en el contexto de pandemia.

En este sentido, el programa Turismo en Barrios busca promover el desarrollo turístico sostenible en la ciudad a partir de experiencias genuinas e innovadoras que potencien la descentralización territorial, la movilidad sustentable, el comercio y el trabajo local. A su vez se busca alentar el turismo en la Ciudad a través de recorridos al aire libre, fortalecer el uso del espacio público e incentivar el consumo del comercio barrial. Esto se da a través de recorridos que pueden realizarse caminando o en bicicleta. Desde que se lanzó el programa en 2020 se realizaron 11 circuitos caminables (casco histórico (x3), circuito verde (Recoleta y

Palermo), Chacarita, Colegiales, Villa Crespo, Belgrano (x2), Barracas y Puerto Madero (+Rodrigo Bueno) y 2 en bicicleta (1 Caballito - Villa Crespo - Palermo - Colegiales) (2 Saavedra - Villa Urquiza - Coghlan).

Más información aquí.

Pregunta: ¿Cómo describiría la relación que tienen con las agencias de viajes, y si tienen programas y/o actividades que desarrollan en conjunto?

Respuesta: Al igual que el resto de los prestadores que forman parte de la cadena de valor del sector, las agencias de viajes de la Ciudad son invitadas a participar de los distintos programas de calidad y de formación que se implementen desde el Entur, así como también de acciones de promoción y posicionamiento de la Ciudad en el mercado nacional e internacional. A modo de ejemplo, actualmente se están llevando a cabo un Ciclo de Webinars “Destino Ciudad de Buenos Aires”, dirigido a operadores y agentes de viajes de todo el país, con el fin de promocionar a la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico preparado, confiable y seguro para la actividad en este contexto de pandemia.

Está claro que la tecnología es indispensable para el desarrollo de una Ciudad Inteligente. Cómo se encuentra la ciudad en este aspecto.

La Ciudad cuenta con distintas iniciativas y proyectos donde la tecnología se convierte en un medio clave para el desarrollo de su estrategia de Ciudad Inteligente. Por mencionar algunos ejemplos, la Ciudad dispone de distintos canales digitales de atención al ciudadano como ser las aplicaciones móviles y el desarrollo de inteligencia artificial para soluciones conversacionales como ser el chatbot “Boti”. Asimismo, se dispone de una red de sensores para la medición de datos meteorológicos, de tránsito, etc. que facilitan la toma de decisiones, sumado a Buenos Aires Data, plataforma donde se publican los datos abiertos que produce la Ciudad para que los interesados puedan desarrollar aplicaciones y poner en valor los datos de Buenos Aires.

Pregunta: ¿Cómo considera que se desarrolla la innovación en el turismo?

Respuesta: Es usual confundir el concepto de innovación como un sinónimo de digitalización o de aplicación de las llamadas nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs). Lo expuesto es erróneo dado que las tecnologías no son un fin en sí mismo de la innovación, sino más bien son los catalizadores y drivers para lograrlo.

Innovar consiste en utilizar y/o generar el conocimiento para crear productos, servicios o procesos, que son nuevos o bien mejorar los existentes. Por tanto, más allá de la tecnología como posible medio para innovar, se requiere también de otros factores tales como la creatividad, la decisión de asumir riesgos y el pensamiento exponencial. De este modo, la innovación se convierte en una aliada para la resiliencia, reducir la incertidumbre y adaptarse al cambio en contextos tan dinámicos y complejos como los actuales.

Por otra parte, la innovación turística va de la mano con la competitividad. Los destinos turísticos innovadores incrementan su diferenciación y eficiencia, en la medida que satisfacen mejor las necesidades de la demanda y se adaptan con más garantías a la evolución del mercado turístico. Por tanto, la innovación en la cadena de valor del turismo representa un factor clave para impulsar la competitividad de cualquier destino turístico en el mundo.

Pregunta: Con respecto al Turismo accesible, ¿en qué etapa de su desarrollo considera que se encuentra la Ciudad?

Respuesta: La ciudad de Buenos Aires es una ciudad que trabaja desarrollando su accesibilidad y promoviendo la inclusión de las personas con discapacidad en diferentes aspectos, de manera inclusiva.

Desde el Entur trabajamos en programas y estrategias de calidad turística con una mirada desde la competitividad, vinculada a la accesibilidad e inclusión, alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Las Directrices de Accesibilidad es un programa del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación que forma parte del Sistema Argentino de Calidad Turística, que guían el accionar de un amplio abanico de prestadores que brindan diversos servicios turísticos, para la adaptación de los espacios y demás intervenciones a fin de reducir barreras arquitectónicas, comunicacionales y actitudinales, procurando la plena inclusión y la calidad de servicio en la actividad turística.

Del programa pueden participar todas las organizaciones que desarrollan actividades en la prestación de alojamiento turístico, así como otros proveedores de servicios turísticos que pertenezcan a la administración pública o privada, entre ellos espacios recreativos o deportivos, espacios gastronómicos, espacios culturales y naturales; entre otros.

Contamos con un catálogo de organizaciones turísticas distinguidas en distintos programas, entre ellos el de accesibilidad, que puede consultarse aquí.

En materia de accesibilidad, también desarrollamos alianzas estratégicas con actores clave que nos permitan potenciar los esfuerzos. Ejemplo de ello es el proyecto llevado a cabo en conjunto con Fundación Ninawa Daher , donde se están realizando 2 nuevos planos hápticos para brindar la información turística de la Ciudad en formatos accesibles, ubicados en los diferentes barrios turísticos de la ciudad (Pto Madero y para el Centro de Bienvenida del Museo de La Ciudad e incluye 2 restauraciones de planos preexistentes (Bosques de Palermo y Recoleta). Contamos con maquetas hápticas en el Planetario Galileo Galilei y en el Centro de Atención al Turista de Recoleta. También la del Museo de la Casa Rosada, realizada en 3D. Se trata de planos táctiles cuyos destinatarios principales son las personas con discapacidad visual. Su función principal es orientar rápidamente a los usuarios mediante técnicas de representación gráfica en tres dimensiones. El relieve de determinadas superficies, el sistema Braille y el estudio de los colores, los contrastes y las texturas son claves para la concreción de estos planos. De esta manera, el usuario con discapacidad visual puede imaginar el espectro espacial por donde deberá moverse.

En el mes de Marzo junto a la Fundación Ninawa Daher y ASAC (Asociación Ayuda al Ciego) se realizó una capacitación e inducción para brindar herramientas de buenas prácticas para la utilización del nuevo plano háptico de Puerto Madero, destinada al personal de todas las áreas de atención al usuario de Colección Amalita (ex Colección de Arte Amalia Lacroze de Fortabat).

Se destacan asimismo las acciones desarrolladas desde el año 2016 junto a la organización CILSA en materia de capacitación y formación en accesibilidad e inclusión para los prestadores turísticos del sector público y privado como de formación continua para el personal de ENTUR. y también nos brindan los docentes y las herramientas de apoyo para la realización de los diferentes talleres vivenciales de empatía y sensibilización de los programas de Calidad del SACT (Sistema Arg de Calidad Turística) que se realizan en las organizaciones adheridas.

Trabajamos articulando acciones junto a otras áreas del GCBA, cómo COPIDIS, implementando en conjunto el programa Directrices de Accesibilidad y la Guía de Turismo Accesible .

La Guía de Turismo Accesible 2018/19 incluye los principales atractivos a los que pueden acceder personas con discapacidad en las ciudades de Buenos Aires, La Plata, Bahía Blanca y Mar del Plata. Con el objetivo de promover la integración del turista al entorno y mejorar la experiencia de quienes visitan estas ciudades, destaca los diferentes niveles de accesibilidad de cada atractivo turístico. Fue realizada por el Ente de Turismo de la Ciudad Buenos Aires, la Comisión para la Plena Participación e Inclusión de las Personas con discapacidad del Gobierno de la ciudad (Copidis) y la Provincia de Buenos Aires. Podés acceder a esta guía en Lengua de Señas (LSA) y en formato de audiodescripción. Más información aquí.

Finalmente, contamos con un Manual de Buenas Prácticas de ENTUR. Esta pequeña guía práctica está diseñada como una herramienta para concientizar y capacitar a los actores que trabajan de manera directa o indirecta en la actividad turística. Su fin es promover la inclusión de las personas con discapacidad, para que puedan disfrutar con autonomía de cualquier experiencia turística. Más información aquí

Podrás acceder a toda la información de accesibilidad del Ente de Turismo aquí

Pregunta: Para finalizar, ¿qué iniciativas o proyectos propondría usted para el mejor desarrollo de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico inteligente.

Respuesta: La respuesta a esta pregunta está muy vinculada a la pregunta 2 dado que afrontando esos desafíos estaríamos potenciando el desarrollo de la Ciudad como DTI. Adicionalmente sería bueno optimizar la comunicación de todas las características que reúne la Ciudad para ser un DTI, con un detalle de los factores que hacen a la sustentabilidad y accesibilidad del destino, así como a todas las herramientas tecnológicas que existen a disposición para mejorar la experiencia de un visitante en la Ciudad.

Entrevista 5

Nombre y Apellido: Gonzalo Robredo

Cargo que ocupa: Presidente del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires

¿Cómo describiría la situación actual de la Ciudad de Buenos Aires como un destino turístico inteligente?

Desde la Ciudad de Buenos Aires y más específicamente desde el Ente de Turismo, continuamente estamos trabajando para ser un Destino Turístico Inteligente.

Generamos distintas herramientas que nos permiten recopilar, procesar y gestionar los datos. Desarrollamos el Sistema de Inteligencia Turística (SIT) que brinda toda la información sobre el turismo y utiliza técnicas de Big Data para mejorar la toma de decisiones tanto en el sector público como en el sector privado. Hoy contamos con 11 tableros donde se pueden consultar sobre la recepción del turismo internacional, la movilidad turística, el consumo turístico con tarjeta crédito y débito, el turismo nacional, la valoración online de 840 atractivos turísticos en la Ciudad, la valoración online de la gastronomía porteña, información sobre los viajeros por pasos migratorios, frecuencia aérea, la oferta hotelera y tarifas online, la ocupación hotelera y la planificación del viaje.

También está a disposición de los turistas la app “Travel Buenos Aires” donde se puede acceder a toda la información para vivir una experiencia inolvidable. Cuenta con recomendaciones para no perderse en la Ciudad además de resaltar 400 puntos de interés con la información de cada sitio, la posibilidad de disfrutar de recorridos autoguiados.

¿Qué dificultades encuentra para el desarrollo del modelo de destino inteligente?

Para desarrollar modelos de destinos inteligentes es indispensable la colaboración entre el sector público y privado. Este fenómeno de datos a gran escala permite conocer las tendencias de consumo y realizar estudios de inteligencia de mercado para hacer más efectivas las inversiones del rubro.

Para perfeccionarlo y disminuir las dificultades es indispensable que trabajemos en equipo con el sector público y privado.

El Ente Turismo de Buenos Aires es pionero en el uso de big data. Somos una ciudad bastante innovadora, la única de América Latina y una de las pocas a nivel mundial que está aplicando estas técnicas

¿Cómo considera que se desarrollan los proyectos de movilidad sustentable en la ciudad?

La Ciudad de Buenos Aires hace varios años que viene trabajando sobre la movilidad sustentable y está haciendo un buen trabajo. Para ello se diseñó un Plan de Movilidad Sustentable que se encuentra integrado por diferentes programas que se articulan entre sí, basados en experiencias a nivel mundial. Los pilares que rigen el Plan son; la prioridad el transporte público, movilidad saludable, ordenamiento del tránsito, seguridad vial y mejorar la circulación.

Un ejemplo de esto es la creación del metrobús que permitió mejorar el ordenamiento del tráfico, bajar el tiempo de los viajes y mayor comodidad para los pasajeros. También cabe destacar la gran cantidad de ciclovías que se fueron sumando, superando los 250 kilómetros de bicisendas y llegando a 400 estaciones de Ecobicis en toda la ciudad.

También promovemos una movilidad inteligente ofreciendo herramientas que facilitan la circulación dentro de Buenos Aires como BA cómo llego, BA Taxi, BA EcoBici, BA Subte y en muchas paradas de colectivo ya cuentan con un sistema predictivo para el arribo de la unidad.

¿Cómo describiría la relación que tienen con las agencias de viajes, y si tienen programas y/o actividades que desarrollan en conjunto?

Es importante destacar que con todos los actores del sector tenemos una muy buena relación. Frente al contexto que nos atraviesa, hemos desarrollado programas, proyectos y generador espacios de encuentros con cada uno para conocer sus inquietudes y poder realizar trabajos en conjunto porque ellos son una parte fundamental para posicionar a Buenos Aires como un destino turístico.

Con las agencias de viajes hoy estamos llevando adelante un programa de Webinars “Destino Ciudad de Buenos Aires” donde ya llevamos capacitadas más de 200 tours operadores y agentes de viajes de diferentes partes del país. El objetivo del mismo es capacitar a profesionales del sector turístico de toda la Argentina para promocionar a la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico preparado, confiable y seguro para la actividad en este contexto de pandemia.

Durante los encuentros se comparte información acerca de los requisitos sanitarios y se presentan las actividades que estamos llevando a cabo desde el Ente de Turismo, como los diferentes circuitos al aire libre que se encuentran en el programa “Turismo en Barrios”, recorridos en bicicleta, y la oferta cultural porteña enfocada en el arte urbano, la gastronomía y la oferta cultural.

Está claro que la tecnología es indispensable para el desarrollo de una Ciudad Inteligente. Cómo se encuentra la ciudad en este aspecto.

La Ciudad siempre trabajó para consolidarse como una ciudad digital y más transparente a través de procesos de digitalización tanto a nivel interno como externo.

Hay un área específica que trabaja esta temática que es la Secretaría de Innovación y transformación digital.

Desde allí se trabajan diferentes proyectos que se orientan en soluciones integrales para mejorar la calidad de vida de los vecinos y visitantes de la Ciudad. Un gran ejemplo es Boti que recientemente fue reconocido por Facebook y por el líder global de la empresa WhatsApp, Will Cathcart.

¿Cómo considera que se desarrolla la innovación en el turismo?

La innovación es uno de los pilares fundamentales del turismo. Desde el Ente de Turismo desarrollamos un programa que se denomina “Innovatur BA”. Este es un programa líder en innovación turística de Argentina y Latinoamérica. Buscamos generar espacios de participación para trabajar con la comunidad local, desarrollar nuevas propuestas y soluciones que aporten a la reinversión y reactivación del turismo desde una perspectiva sostenible, innovadora y resiliente, teniendo en cuenta toda la cadena de valor turística además de contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030.

El año pasado se realizó la quinta edición que fue muy especial ya que fue 100% online lo que nos permitió compartir experiencias con personas en todo el país y del mundo. Además, la jornada anual que reúne a emprendedores y referentes del sector público y privado del turismo nacional e internacional finalizó con el “Hackatón InnovaturBA: Ideas hoy para el turismo de mañana”. Las ideas ganadoras recibieron asesoramiento personalizado, la posibilidad de acceder a talleres y mentoría desde el Ente de Turismo y la Dirección General de Emprendedores del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, y la idea ganadora tenía la posibilidad de participar de Hackea Tu Destino, evento especializado en Destinos Inteligentes del Ayuntamiento de Torrevieja, España.

Con respecto al Turismo accesible, ¿en qué etapa de su desarrollo considera que se encuentra la Ciudad?

En la Ciudad de Buenos Aires hay un 10% de la población con alguna discapacidad temporaria o permanente, un 12% a nivel nacional y un 15% a nivel mundial, por tal motivo consideramos el trabajo sobre un nuevo turista, que nos demanda eliminar barreras, mejorar la accesibilidad, servicios más sustentables y entornos productivos e inclusivos. A través de diferentes acciones buscamos generar inclusión, oportunidades de negocios, la fidelización del cliente, el aumento de turistas, mayor seguridad, la mejora continua y que repercuta en una mejora en la calidad de vida para toda la comunidad.

Desde el Ente de Turismo nos planteamos como desafío sensibilizar, capacitar, promover la cultura de la calidad y la mejora continua, a través de la implementación de los programas de Calidad, con alianzas estratégicas entre los sectores público y privado, además de generar datos propios de Accesibilidad desde el Observatorio.

En ese marco brindamos talleres para estudiantes de carreras afines que permitan eliminar barreras, formar y actualizar en la temática, dando a conocer las nuevas herramientas de calidad, y contemplando criterios de buenas prácticas, del Diseño Universal, y de la comunicación inclusiva, a fin de contribuir a mejorar la experiencia del turista y del ciudadano en el destino alineados a la agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible 2015/30.

Además desarrollamos un Manual de Buenas Prácticas, una Guía de Turismo Accesible y participamos del programa en Directrices de Accesibilidad donde hay prestadores distinguidos que cumplen con las prácticas correspondientes. Por otro lado, se está trabajando junto a la Fundación Ninawa Daher en la colocación de planos hápticos. Hoy ya tenemos 3 planos localizados en el Planetario Galileo Galilei que representa la zona de los Bosques de Palermo, en el Centro de Atención al Turista de Recoleta representando dicha zona, y en el Museo de Casa Rosada que representa a la zona del Casco Histórico. Y se está trabajando en el de Puerto Madero y un quinto que estará en el Museo de la Ciudad cuando termine la obra de renovación.

Para finalizar, ¿qué iniciativas o proyectos propondría usted para el mejor desarrollo de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico inteligente?

Desde la Dirección General de Inteligencia de Mercado y Observatorio del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires nos encontramos trabajando en lo que será el turismo de post pandemia. Allí creemos que el Análisis Económico, BIG DATA (inteligencia turística) y Análisis Cualitativo serán eslabones fundamentales. Por eso, consideramos que las nuevas iniciativas que surjan será fruto de un trabajo en conjunto entre el sector público y privado. Las actividades en conjunto nos servirán para transferir conocimientos, preparar mecanismos, metodologías y herramientas necesarias para ir obteniendo datos que se conviertan en inteligencia, lo que nos ayudará a determinar, concretar y diseñar las estrategias en marketing, comunicación y promoción para lograr alcanzar los objetivos planteados a corto y mediano plazo.