



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

**TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Incidencia de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación  
Implementadas en el Ministerio de Turismo de la ciudad de Quito en el  
período 2013 – 2014.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN.**

**AUTORA:** Correa Salgado, María José.

**DIRECTOR:** Andino Sosa, Patricio Edgar, Mg.

**CENTRO UNIVERSITARIO SAN RAFAEL**

**2015**



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

2015

## **APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Magíster.

Patricio Edgar Andino Sosa

**DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado: Incidencia de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación Implementadas en el Ministerio de Turismo de la ciudad de Quito en el período 2013 – 2014, realizado por Correa Salgado María José, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Quito, octubre de 2015

f) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Correa Salgado María José declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Incidencia de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación Implementadas en el Ministerio de Turismo de la ciudad de Quito en el período 2013 – 2014, de la Titulación Magíster en Gestión Empresarial, siendo Andino Sosa Patricio Edgar, Mg. director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f) .....

María José Correa Salgado

Cédula: 1714264692

## **DEDICATORIA**

A mi familia por su apoyo incondicional y constante en toda mi vida, por ser el motor de cada día, por insistir en lo que me he propuesto realizar; y este logro es para ustedes.

María José Correa S.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica Particular de Loja, maestros y Director por ser el soporte y fuente de conocimiento intelectual y humano para el desarrollo del presente trabajo.

María José Correa S.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA .....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	iii
DEDICATORÍA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE CUADROS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN .....	01
ABSTRACT .....	02
INTRODUCCIÓN .....	03
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	05
1.1. Planteamiento del problema .....	06
1.2. Justificación .....	06
1.3. Objetivos .....	06
1.4. Alcance .....	07
1.5. Metodología .....	07
1.6. Hipótesis .....	09
1.7. Presentación de resultados .....	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	11
2.1. Antecedente .....	12
2.2. Recursos Turísticos .....	14
2.3. Participación ciudadana .....	15
2.4. Gestión política .....	17
2.5. Tecnología de información y comunicación .....	18
2.6. Elementos digitales .....	20
2.7. Desarrollo social y económico .....	21
2.8. Área turismo .....	23
2.9. Herramientas tecnológicas de la información y comunicación empleadas en turismo .....	25
2.10. Área comunicación .....	28

2.11. Ministerio de Turismo .....	29
CAPÍTULO III. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA .....	31
3.1. América Latina frente a la sociedad de la Información y Comunicación .....	32
3.2. Políticas tecnológicas en América Latina .....	37
3.3. Elementos Digitales frente al Desarrollo Social y Económico en la Región .....	38
3.4. Dimensiones y teorías del Sistema de Información .....	41
CAPÍTULO IV. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR .....	44
4.1. Políticas tecnológicas en Ecuador .....	45
4.2. Procesos, estrategias y propósitos del gobierno .....	51
4.3. Descripción de las iniciativas implementadas por el gobierno .....	52
CAPÍTULO V. INCIDENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN IMPLEMENTADAS EN EL MINISTERIO DE TURISMO DE LA CIUDAD DE QUITO .....	55
5.1. Área turismo .....	56
5.2. Promoción de lugares insignias del país a través del internet .....	58
CONCLUSIONES .....	72
RECOMENDACIONES .....	74
BIBLIOGRAFÍA .....	75



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Evolución Telecomunicaciones Ecuador .....	49
Cuadro 2: Cifras Claves .....	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipo de turistas .....	25
Figura 2: Posición del turismo en la economía .....	61
Figura 3: Llegadas de extranjeros al Ecuador .....	63
Figura 4: Balanza Turística .....	64
Figura 5: Balanza Turística (trimestral) .....	64
Figura 6: Cinco pilares de gestión turística .....	65
Figura 7: Visitantes a la página web durante el año 2013 .....	67
Figura 8: Visitantes a la página web durante el año 2013 .....	67
Figura 9: Visitantes a la página web durante el año 2014 .....	68
Figura 10: Cobertura Campaña <i>All you need is Ecuador</i> .....	69

## **RESUMEN**

Las herramientas tecnológicas de la información y comunicación (TIC), han evolucionado de manera vertiginosa a nivel mundial, convirtiéndose en instrumentos valiosos para la difusión de información, siendo el turismo un sector que las utiliza para poner a disposición a cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier parte del mundo destinos o servicios turísticos que permiten el desarrollo social, cultural y económico de un lugar y por ende de una sociedad. El presente trabajo busca reconocer la apuesta gubernamental por los elementos digitales como extensiones de las prácticas políticas presenciales no solo a nivel regional sino incluso en el Ecuador, revisando, analizando y determinando la incidencia de las herramientas tecnológicas de la información y comunicación implementadas en la actividad turística del país a través de las acciones y estrategias del Ministerio de Turismo; donde la participación del gobierno y la sociedad juegan roles importantes para el desarrollo social y económico para posicionar como marca país el destino turístico Ecuador.

**PALABRAS CLAVES:** TIC, Ministerio de Turismo, Políticas tecnológicas.

## **ABSTRACT**

The technological tools of the information and communication (TIC), have evolved in a dizzy way worldwide, turning into valuable instruments for the diffusion of information, being the tourism a sector that it uses to put to disposition any person, at any time and in any part of the world destinations or tourist services that allow the social, cultural and economic development of a place inside a society. The present work seeks to recognize the governmental bet as the digital elements as extensions of the political practices attend them not only to regional but enclosed level in the Ecuador, checking, analyzing and determining the incident of the technological tools of the information and communication implemented in the tourist activity of the country across the actions and strategies of the Ministry of Tourism; where the participation of the government and the society play important roles for the social and economic development to position as brand country the tourist destination Ecuador.

**KEY WORDS:** TIC, Ministry of Tourism, Technology policies.

## INTRODUCCIÓN

El turismo tiene varios marcos referenciales, es difícil encontrar una sola definición de turismo que integre todos los aspectos multidisciplinarios del mismo. Existen varios puntos de vista y muchos de ellos le han dado mayor énfasis al elemento económico pero también a la utilización de medios que se puede manejar en incrementarlo, en esta investigación se hablará entonces de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que ha revolucionado y ha ido acompañada e impulsada, sin precedente en la historia de las tecnologías, en los costos de manejar, guardar y transmitir información.

La función del turismo es importar dinero a través del gasto del turista foráneo al utilizar los diferentes servicios sectoriales, en especial los servicios de alojamiento, alimentación y compras. (Fuster, 1976, p.187)

Hoy en día la actividad humana está estrechamente relacionada con las invenciones constantes de la tecnología de la información y la comunicación (TIC), las cuales se han incorporado rápidamente en la vida diaria del ser humano, permitiéndole desarrollarse en aspectos sociales, culturales y económicos

Sus efectos se manifiestan de manera muy especial en las actividades relacionadas con el marketing, la promoción, difusión en el mundo del turismo. Entendido a este como la suma total de operaciones, especialmente económicas, que se relacionan directamente con la entrada, estadía y movimiento de visitantes foráneos dentro y fuera de cierto país, región o ciudad. (Fernández, 1981, p.44)

Como se puede evidenciar en esta conceptualización el punto focal es el hecho económico, pues toma en cuenta la dinámica del visitante foráneo y los intercambios económicos que realiza su viaje turístico.

El turismo es una exportación invisible de paisajes naturales y cultura, que al no poderse trasladar del lugar donde se encuentran, tienen que ser exportados mediante el artificio de empaquetar ese producto y colocarlo en el mercado a fin de captar turistas con poder de comprar e interesados en demandar los servicios de viajes, así las divisas que gastan los turistas es el pago de contrapartida por los servicios y el "producto turístico" que ofrece la comunidad anfitriona, de este modo, el turismo es parte del comercio internacional de bienes y servicios, la pregunta es ¿cómo lograr este proceso? ¿a través de qué? ¿sería indispensable la utilización de nuevas tecnologías en este propósito? Esta interrogantes se

han planteado de manera aleatoria, una vez que se analizado las conceptualizaciones de lo que es “turismo” y que serán resueltas en el desarrollo de la presente investigación.

Con el presente trabajo se pretende conocer, analizar e identificar la influencia de las tecnologías de la información y comunicación que el gobierno, en especial el Ministerio de Turismo, ha implementado para el fortalecimiento de su relación con la sociedad en esa área. Para ello dentro del primer capítulo se realiza el planteamiento del problema, justificación, objetivos, alcance y resultados de la investigación.

En el segundo capítulo se presenta el marco teórico: antecedentes, metodología, y algunas definiciones relacionadas con la investigación. Para el tercer capítulo se hace referencia a las tecnologías de la información y comunicación en América Latina, políticas, elementos digitales, dimensiones y teorías del sistema de información de la Región.

Dentro de los capítulos cuarto y quinto, se enfoca a nivel país, Ecuador, revisando sus políticas, procesos, estrategias, propósitos, iniciativas e incidencias tecnológicas de la información y comunicación en nuestra sociedad. Y finalmente se cierra con conclusiones y recomendaciones de la investigación en el capítulo sexto.

## **CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

El estudio que se pretende realizar, tiene como finalidad conocer, analizar e identificar la influencia o efecto de las tecnologías de la información y comunicación que el gobierno, en especial el Ministerio de Turismo, ha implementado para el fortalecimiento de su relación con la sociedad en esa área, teniendo en cuenta que ha resultado ser un campo difícil para instituir estrategias de cambio con el fin de implementar el modelo de gestión organizacional utilizando nuevas tecnologías, pues precisamente el gobierno apuesta a los mundos virtuales como extensiones de las prácticas políticas presenciales, partiendo desde el propio Estado y sus instituciones; y éste tiene claro que la incorporación de tecnologías de información y comunicación se ha convertido en la posibilidad de ampliar o fortalecer la interacción informática y comunicativa con la sociedad no solo local sino además a nivel mundial, a través de la participación ciudadana en su gestión gubernamental.

### **1.2. Justificación**

El objetivo fundamental de esta investigación es analizar la incidencia del uso de las tecnologías de la información y comunicación en el fortalecimiento de la relación gobierno-sociedad en el área del turismo; en la cual se pretende demostrar las consecuencias sociales a través de la participación ciudadana, la gestión política y el uso de la tecnología de información y comunicación dentro de la misión y visión del Ministerio de Turismo.

El interés fundamental de conocer como lo percibe o acoge la sociedad y las consecuencias de las acciones del gobierno en la sociedad no solo local sino incluso a nivel mundial; a través de este estudio descubriremos como la sociedad participa, como es el uso de las tecnologías de la información y comunicación; y, si estas benefician o no para interactuar gobierno-sociedad, finalmente si esto contribuye al desarrollo de las estructuras sociales de una nación.

### **1.3. Objetivos**

#### **Objetivo General.**

- Establecer la influencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación utilizadas por el Ministerio de Turismo para el fortalecimiento de la actividad turística y su relación con el desarrollo social y económico del país.



### **Objetivos Específicos.**

- Especificar las tecnologías de información y comunicación implementadas por el Ministerio de Turismo en la actividad turística del país.
- Determinar las consecuencias sociales y económicas con la implementación de la estrategia de información y comunicación del gobierno.
- Entender la importancia del uso y manejo de elementos digitales por parte del Ministerio de Turismo y los actores de la actividad turística.

#### **1.4. Alcance**

El alcance de esta investigación será descubrir los efectos que se generan en la sociedad el uso de herramientas de tecnologías de información y comunicación, e identificar las consecuencias positivas o negativas dentro de la actividad turística,

El alcance y la viabilidad se establece al revisar, analizar y determinar los procesos de participación del gobierno, la relación del gobierno - sociedad y la relación con el turismo del país, conjugado con las nuevas tecnologías, donde el objetivo del gobierno siempre ha sido el compartir y difundir información, en este caso vender la marca país a través de la difusión de los atractivos turísticos del Ecuador. Lo que se pretende es describir cuales son las herramientas tecnológicas implementadas, y, el rol que tiene la sociedad en las tecnologías de información y comunicación.

#### **1.5. Metodología**

Para el desarrollo del presente trabajo se iniciará con una investigación bibliográfica, que implica recopilación de información relacionada con las tecnologías de información y comunicación tanto en América Latina y el Ecuador, con técnica de lectura científica de consultas que se basan en fuentes como textos, reportajes, revistas, informes, así también como fuentes informáticas como el internet. Además utilizaremos la investigación descriptiva, en la cual utilizaremos la teoría recopilada anteriormente con la investigación bibliográfica, para posterior analizar y describir las iniciativas tecnológicas de la información y comunicación implementadas por el gobierno, los procesos, estrategias, propósitos y consecuencias en ámbitos del turismo y comunicación; áreas que la sociedad utiliza y en general ha sido participe en el desarrollo tecnológico.

El método deductivo - inductivo, permitirá sustentar la investigación, conocer e identificar la influencia de las tecnologías de la información y comunicación implementadas por el gobierno en la sociedad ecuatoriana.

### **Tipos de Investigación.**

Los tipos de investigación a emplearse para el desarrollo de este trabajo investigativo son:

Investigación documental.- Está se realizará apoyándome en documentos bibliográficos y de artículos relacionados a mi tema. (Galarza, 1994, p. 54-58)

Para el presente documento se revisará documentos disponibles en la biblioteca de la página web del Ministerio de Turismo.

Investigación exploratoria.- Su propósito será destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Será útil para el desarrollo de este tipo de investigación porque al contar con sus resultados se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación. (Galarza, 1994, p. 54-58).

El investigador recopilará información que le permitirá dejar en el presente documento evidenciado la influencia o efecto de las tecnologías de la información y comunicación empleadas por el Ministerio de Turismo.

Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y el o los indicadores seleccionados para tal efecto se mide cada uno de ellos independientemente, para así describir lo que se investiga, una investigación que nos dijera cuánta satisfacción de la demanda turística existe, motivación intrínseca para viajar, identificación con los objetivos, políticas y filosofía gubernamental, integración del sector turístico, etc.

Es necesario hacer notar que los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver. Aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y se manifiesta el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas.

La investigación descriptiva, en comparación con la naturaleza poco estructurada de los estudios exploratorios, requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder (Centty, 2006, p.54)

A través de la metodología descriptiva, el investigador se concentrará en qué y cómo va a medir con la mayor precisión las variables, pues este conoce del tema.

### **Técnicas de Investigación.**

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación; la técnica pretende ordenar las etapas de la investigación, aporta instrumentos para manejar la información, llevar un control de los datos y orientar la obtención de conocimientos (Altisen, 2009, p.280)

**La observación:** Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. (Mínguez, N., s.f., Un Marco Conceptual para la Comunicación Corporativa, Madrid: NM Comunicaciones, Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>)

Para la presente investigación se utilizará la observación directa y participativa; pues se revisará todos los aspectos relacionados con el impacto de las herramientas tecnológicas (comportamiento, características) dentro del sector turístico en del país.

### **1.6. Hipótesis del Trabajo.**

La influencia de las nuevas tecnologías en el campo turístico del país implementadas por el Ministerio de Turismo abrieron nuevas fronteras captando más atención de visitantes nacionales e internacionales.

Con la presente investigación, el investigador expondrá las acciones y estrategias promocionales a través de herramientas tecnológicas (en especial medios digitales) que ha implementado el Ministerio de Turismo, además de la revisión de estadísticas que muestran el desarrollo social y económico de la actividad turística en el país.

### **1.7. Presentación de resultados**

La investigación no realizará juicios de valor sobre la gestión del gobierno, es decir, no se pretenderá establecer si es lo correcto o no como gestiona o procede el Ministerio de Turismo en relación al manejo de las herramientas tecnológicas de la información y Comunicación, lo que se procurará es contribuir a la aceptación del uso de las herramientas tecnológicas como medios del desarrollo social y económico del país.

Con esta investigación se pretenderá examinar la propuesta gubernamental por los elementos digitales como extensiones de las prácticas políticas presenciales no solo a nivel regional sino incluso la del presente gobierno y sus instituciones, pues se mostrará la importancia que conlleva la implementación de herramientas tecnológicas como factores claves en el desarrollo social y económico, en especial en el sector turístico; y para ello en el presente trabajo se expondrá como el Ministerio de Turismo a través de sus acciones y estrategias aliadas con herramientas tecnológicas han logrado difundir al Ecuador no solo localmente sino además a nivel internacional como un destino turístico, evidenciando a través de estadísticas.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Antecedentes.**

Actualmente la tecnología se ha convertido en parte cotidiana de la gente, ha evolucionado a lo social, donde se conecta y se centra en las personas; herramientas tecnológicas de información y comunicación como realidad de la era digital, evolución de las comunicaciones que permite estar interconectados; recogen, distribuyen y comparten información en un contexto social dentro de la sociedad.

El Foro Económico Mundial (World Economic Forum) cada año presenta un Informe Global sobre Tecnología de la Información, en cual se mide el estado de la infraestructura de las Tecnologías de la Información y Comunicación, el costo del acceso y presencia de las destrezas y habilidades necesarias para asegurar un uso óptimo. Además, la incorporación y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación entre gobiernos, empresas e individuos, entorno de emprendizaje (proceso de creación de una empresa) e innovación, y el marco político. (El Comercio.com, 03 de marzo de 2014)

El Foro Económico Mundial, ha mantenido la premisa que la tecnología es la solución innovadora para la adelanto de una nación, no solo en temas sociales, sino además económicos y ambientales; la sociedad es ahora quien decide el éxito o no de una tecnología, pues ésta se convierte en la herramienta para resolver sus problemas o inclusive para mejorar su calidad de vida.

Según la Secretaria Nacional de Telecomunicaciones –SENATEL-, para la década del siglo XXI, se observa un desarrollo en las redes de fibra óptica, acceso a Internet y telefonía fija y móvil en el Ecuador. Todos estos avances realizados por el gobierno en orientación a su gestión, como en sectores del turismo y comunicación. El gobierno ha priorizado el nivel de telecomunicaciones a nivel nacional, con la suscripción de convenios e inversiones a través de su Ministerio de Telecomunicaciones; e incluso a través de otras Carteras de Estado impulsa la ciencia y la tecnología para lograr crecimiento y bienestar en la sociedad. Para el 2007 el actual gobierno ha planteado como política gubernamental y dentro de sus prioridades la implementación de Tecnologías de la Información y Comunicación.

En un Informe del Foro Económico Mundial, según estadísticas para el Ecuador se registraba un significativo avance en relación a la tecnología pasando del puesto 116 al 108 del ranking general; y para el 2013, el Foro Económico Mundial afirma que el Ecuador ocupa el puesto 96. Algunos aspectos como la crisis financiera ocurrida

entre 1998 y 1999, y la dolarización, obligo al Ecuador frenar su inversión en Tecnologías de información y comunicación; sin embargo para el siglo XXI se muestra un esfuerzo gubernamental por ingresar a la era informática. (El Comercio.com. 24 de octubre de 2014)

Para la presente investigación abordaremos definiciones de participación ciudadana, de gestión política, tecnología de información y comunicación, elementos digitales, desarrollo social y económico. Revisaremos la postura de América Lantina frente a la sociedad de la Información y Comunicación, identificaremos las políticas tecnológicas en América Latina, los elementos digitales frente al desarrollo social y económico en la Región, las dimensiones y teorías del sistema de información.

(...) referencia la tesis de la teoría de los seis grados de separación, y las redes "sociales, en la que se señala de que sólo seis enlaces conectan a todos los habitantes del planeta es confirmada por las redes sociales en Internet que crean el 'mundo pequeño' propuesto. E incluso describiremos como las tecnologías de información y comunicación, como las redes sociales conjugan una serie de herramientas que permiten a la gente conectar y compartir información al instante, de una forma ágil y rápida, efecto red; y donde los medios de comunicación tienen estrecha relación pues a través de estos pueden conocer y replicar información, es decir interacción. (Ocejo, L., 03 de julio de 2013, Los 6 grados de separación y las Redes Sociales, Canadá: Suite101, Recuperado el 03 de marzo de 2014 de <http://suite101.net/article/los-6-grados-de-separacion-y-las-redes-sociales-a11465>)

Examinaremos las políticas tecnológicas en Ecuador, los procesos, estrategias y propósitos del gobierno, las iniciativas implementadas por el gobierno; en virtud que el gobierno es partidario de la revolución tecnológica en el país y busca establecer una relación más directa con la sociedad, donde su incursión sucede por la necesidad desde el punto de vista comunicacional; un momento preciso que incentivó a los políticos ecuatorianos a vincularse con las redes sociales, fue la elección de asambleístas, cuando candidatos usaron blogs y Facebook para interactuar con la sociedad. Y finalmente revisaremos la incidencia de las iniciativas tecnológicas de la información y comunicación implementadas en el área del turismo.

El gobierno y la sociedad ecuatoriana son conscientes de los beneficios de la red, y por ello la necesidad e importancia de saber qué tipo de información se desea transmitir; el propósito de esta investigación no es juzgar la gestión del gobierno, pero si se pretende concientizar

que el uso de las herramientas tecnológicas debe ser de manera responsable, tanto de lo que se habla, escribe y actúa. Las tecnologías de información y comunicación en el Ecuador, se han convertido en emisora de mensajes, información, acciones que para el gobierno son fuente de desarrollo social y económico.

El gobierno a través de recursos estratégicos como los sistemas de información, debe tomar decisiones que permitan crear relaciones o lazos estrechos con la ciudadanía, donde puedan diferenciarlos, y para ello tiene que buscar la conexión entre la tecnología y los recursos que posee para crear ventajas competitivas sostenibles. Debe considerar aspectos como:

- Apertura a la reinención, a la innovación continua.
- Contar con la tecnología para la óptima prestación de servicios.
- Las tecnologías de información y comunicación utilizadas debe responder en el menor tiempo posible el requerimiento de la ciudadanía.
- La infraestructura de las tecnologías de información y comunicación deben ser eficientes y modernas, logrando crear un ambiente cómodo; e incluso conseguir un excelente servicio a la sociedad.

## **2.2. Recursos Turísticos.**

El recurso no se define por su propia existencia sino por su capacidad para satisfacer necesidades humanas. (Scrib.com, 28 de octubre de 2014)

Antes de definir el concepto de recurso turístico es muy importante hacer énfasis que el turismo no existiría sin recursos y aún más si uno de estos recursos constituye el uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información, el interés por parte de los visitantes hacia estos, es decir los elementos digitales se han convertido en la actualidad en la materia prima para la difusión de atractivos turísticos, y para el caso del Ecuador la venta de la marca país.

La actividad turística únicamente tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven a cierto número de personas a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él, estas atracciones se denominan recursos o atractivos turísticos. (Rojas, s.f., Recursos Turísticos: Inventario, Clasificación, Jerarquización, Evaluación, España: Scribd, Recuperado el 03 de marzo de 2014 de



<http://www.rojasdelgado.com/flexible/descargas/3%20RECURSOS%20TURISTICOS,%20%20INVENTARIO.pdf>)

El Ministerio de Turismo es el ente rector de la actividad turística en el Ecuador, y su objetivo principal es la identificación y evaluación de los servicios y productos turísticos, para lo cual ha generado estrategias y políticas que garanticen el desarrollo de la actividad satisfaciendo las necesidades de la demanda, los recursos naturales y humanos son los que conforman el servicio y producto turístico, mismo que debe ser planificado, organizado y optimizado socialmente y económicamente para lograr ventaja competitiva.

### **2.3. Participación ciudadana**

El término participación ciudadana es el conjunto de acciones o iniciativas que pretenden impulsar el desarrollo local y la democracia participativa a través de la integración de la comunidad al ejercicio de la política. Está basada en varios mecanismos para que la población tenga acceso a las decisiones del gobierno de manera independiente sin necesidad de formar parte de la administración pública o de un partido político. (Participación ciudadana, s.f., En Wikipedia. Recuperado el 25 de octubre de 2014 de [http://es.wikipedia.org/wiki/Participaci%C3%B3n\\_ciudadana](http://es.wikipedia.org/wiki/Participaci%C3%B3n_ciudadana))

Las Organizaciones No Gubernamentales –ONGs- se han convertido en otra forma de participación ciudadana, que persiguen una visión y misión común por temas sociales sin intervenir en las funciones del gobierno, pues a través de la discusión o disputa de temas de gran impacto, evalúan y apoyan causas que influirán en gran medida en la sociedad. El llegar a un acuerdo, que no es más que la aceptación de una acción ha permitido que las decisiones que se tomen sean en virtud de los consensos logrados.

Según el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, La participación ciudadana es principalmente un derecho de las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, de participar (ser parte de, incidir) de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. (Portal web del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, 2014)

Dentro de una sociedad, la toma de decisiones, es la demostración en conjunto de la gestión pública, el rol de la autoridad y por supuesto el rol del ciudadano, éste último como eje fundamental dentro del derecho constitucional.

Sin embargo se deberá considerar que la participación ciudadana no exime de responsabilidades a quien tiene el rol de autoridad en la sociedad; pues el objetivo elemental de una democracia es que tanto sus ciudadanos como las autoridades lleguen a un consenso, en el que ambas partes se involucren; el ciudadano forme parte de los planes de gestión política, y la autoridad respete los acuerdos pactados.

Para la sociedad ecuatoriana, no es un tema alejado a su realidad el tema de la participación ciudadana; de hecho, en los noventa se evidenció con las movilizaciones indígenas, que salían a las calles a reclamar, que éste grupo buscaba ser escuchado y se convirtió en una gran fuerza de movilización.

La experiencia de los procesos de concertación, tomando en cuenta a los líderes de las comunidades, organizaciones, ciudadanos, en las últimas elecciones a tomado una gran fuerza en la que se ha permitido conocer, sociabilizar a la mayoría de la ciudadanía sobre los últimos proyectos del Estado, como por ejemplo la constitución que fue aprobada en septiembre del 2008 donde se menciona que:

El proceso de planificación del Estado ecuatoriano deba ser participativo, que en toda la gestión pública se pueda ejercer el control social y que toda entidad pública, o que maneje fondos públicos, deba rendir cuentas de sus actos periódicamente e interactuando con la ciudadanía. Para cumplir con estas exigencias constitucionales, el Estado deberá propiciar, promover, definir y posibilitar las condiciones para que esa participación se haga efectiva. (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.gob.ec, 24 de octubre de 2014)

Como indica el artículo 04 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, “La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria. (Ley Orgánica de Participación Ciudadana, 2011, p. 4)

Durante los últimos años se viene potenciando la de un proceso de participación pública, de un proceso de identificación e incorporación de las preocupaciones, necesidades y valores de los distintos agentes en la toma de decisiones. Una

correcta participación pública consiste en un proceso de comunicación bidireccional que proporciona un mecanismo para intercambiar información y fomentar la interacción de los agentes con el equipo gestor del proyecto. (Participación ciudadana, s.f., En Wikipedia. Recuperado el 25 de octubre de 2014 de [http://es.wikipedia.org/wiki/Participaci%C3%B3n\\_ciudadana](http://es.wikipedia.org/wiki/Participaci%C3%B3n_ciudadana))

## **2.4. Gestión política**

La máxima autoridad de una sociedad en la tarea de conseguir sus objetivos, emprende la búsqueda de colaboradores que formen parte y se comprometan con su estrategia; y para ello la gestión política es de gran relevancia.

La gestión política es la parte de la gestión estratégica orientada al entorno político, para obtener del mismo reconocimiento, apoyo, legitimidad y mandatos políticos consistentes. (...) La gestión política de la Administración Pública debe analizar y comprender los factores motrices del ámbito político representativo: las expectativas y aspiraciones de los ciudadanos y de sus representantes, los acuerdos políticos y los emergentes mandatos de actuación, teniendo en cuenta que para ella el ámbito político representativo y ejecutivo es el que expresa los propósitos que la población valora, es la fuente de los recursos de dinero y de poder, y es el lugar donde en última instancia se rinde cuentas de la actuación de cada funcionario. (Arnoletto, 2010, p. 60)

La toma de decisiones implica una gran responsabilidad pues involucra a toda una sociedad, donde se pugnan ideales; y para ello no es suficiente únicamente la experiencia, expectativa y conocimientos de una persona; y es allí donde la gestión pública juega un papel fundamental para despejar cualquier incertidumbre o riesgo.

Por ese motivo, la gestión pública tiene como objetivo determinar procesos de cambios institucionales que respondan a las necesidades políticas, económicas y sociales, donde el gobierno debe adelantar en el marco de la modernización y la globalización.

Bajo ese contexto, el gobierno y la sociedad ecuatoriana son conscientes de los beneficios de la red, y por ello la necesidad e importancia de saber qué tipo de información se desea transmitir; el propósito de esta investigación no es juzgar la gestión del gobierno, pero si se pretende concientizar que el uso de las herramientas tecnológicas debe ser de manera responsable, tanto de lo que se habla, escribe y actúa. Las tecnologías de información y

comunicación en el Ecuador, se han convertido en emisoras de mensajes, información y acciones que para el gobierno son fuente de desarrollo social y económico.

El gobierno a través de recursos estratégicos como los sistemas de información, debe tomar decisiones que permitan crear relaciones o lazos estrechos con la ciudadanía, donde puedan diferenciarlos, y para ello tiene que buscar la conexión entre la tecnología y los recursos que posee para crear ventajas competitivas sostenibles. Debe considerar aspectos como:

- Apertura a la reinención, a la innovación continua.
- Contar con la tecnología para la óptima prestación de servicios.
- Las tecnologías de información y comunicación utilizadas debe responder en el menor tiempo posible el requerimiento de la ciudadanía.
- La infraestructura de las tecnologías de información y comunicación deben ser eficientes y modernas, logrando crear un ambiente cómodo; e incluso conseguir un excelente servicio a la sociedad.

En síntesis, se trata de construir un clima de tolerancia, apoyo y asistencia operativa para un directivo, para una política o para una estrategia, en el ámbito de aquellos actores cuya cooperación es necesaria para lograr los objetivos de los que el directivo deberá luego rendir cuentas. (Arnoletto, 2010, p.68)

## **2.5. Tecnología de información y comunicación**

El impacto que la tecnología de información y comunicación ha tenido a nivel mundial ha sido considerable, el desarrollo de la web a través del tiempo, se puede evidenciar en todas las actividades y niveles de la vida del ser humano; y por qué no decirlo ha transformado la vida del ser humano a en todos los lugares del mundo.

Las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) es un término que contempla toda forma de tecnología usada para crear, almacenar, intercambiar y procesar información en sus varias formas, tales como datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y otras formas, incluyendo aquéllas aún no concebidas. En particular, las TIC están íntimamente relacionadas con computadoras, software y telecomunicaciones. Su objetivo principal es la mejora y el soporte a los procesos de operación y negocios para incrementar la

competitividad y productividad de las personas y organizaciones en el tratamiento de cualquier tipo de información. (Tello Leal, 2007, p.3)

Al presente definir a TIC, conlleva más allá de una definición, pues todo a nuestro alrededor está inmerso en ello, y es innegable el impacto que las denominadas TIC han tenido en la vida del ser humano, en todos sus niveles: en lo laboral, en lo cultural, en su educación y por su puesto en su esparcimiento. Todo lo expuesto significa que la persona incrementa sus habilidades y destrezas ante el uso de hardware, software, servicios y redes de información y comunicación que le permiten mejorar su calidad de vida.

Últimamente el internet se ha convertido el tema de mayor atención, pues se ha convertido en una plataforma tecnológica para el intercambio de información. Como lo señala Cabrera (2004), el internet, más específicamente, consiste en una tecno-estructura cultural comunicativa, que permite la resignificación de las experiencias, del conocimiento y de las prácticas de interacción humana.

Simbólicamente, Internet ha sido construida como un fenómeno de dos caras. Para algunos, constituye una herramienta al servicio de la homogeneización y hegemonía cultural que facilita la reproducción de las inequidades existentes. Para otros, representa la promesa del bienestar en distintos ámbitos del desarrollo, como la educación, la superación de la pobreza, el mejoramiento de la gestión pública a través del e-gobierno, la promoción del capital social, la creación de ciudadanía, la protección de los derechos humanos y el fortalecimiento de la democracia. (Tello Leal, 2007, p. 2)

Las generaciones pasadas no se imaginaron la transformación que tendría el desarrollo de tecnologías, esa capacidad de intercambiar información; pero todo ello debe ser entendido como un proceso que a través del tiempo busca transferir información a públicos a los que se desea llegar.

Diferentes países de la región han procurado hacer realidad la promesa de desarrollo y bienestar asociada a la difusión de las nuevas TIC, mediante la implementación de iniciativas nacionales tendientes a lograr la universalización del acceso a la Internet. (Villatoro y Silva, 2005, p. 10)

Hablar hoy en día de una brecha digital sería poco certero, pues los gobiernos ven en la implementación de tecnologías de la información y comunicación una gran oportunidad para

transformar sus estructuras sociales, ofrecer oportunidades socioeconómicas a sus ciudadanos e inclusive prepararlos para la modernización y globalización, que por cierto es a pasos agigantados, hoy nuestra sociedad es muy competitiva; y es evidente que muchos países han mejorado sus sistemas económicos, sociales y políticos con el uso de las TIC.

Como lo señala el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2014): la importancia del desarrollo y utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones radica en su aporte a la transformación de la matriz productiva del país a través de la transferencia y difusión de nuevas tecnologías, la generación de empleos calificados y la exportación de servicios. Ésta impacta de forma transversal y tiene efectos positivos sobre los demás sectores de la economía, induce aumentos de productividad empresarial y contribuye a diversificar la oferta exportadora, constituyéndose en el motor más importante del crecimiento económico del siglo XXI, contribuyendo con la reducción de la pobreza y las brechas sociales.

## **2.6. Elementos digitales**

Actualmente la tecnología se ha convertido en parte cotidiana del ser humano, ha evolucionado a lo social, donde se conecta y se centra en las personas; herramientas tecnológicas de información y comunicación como realidad de la era digital, evolución de las comunicaciones que permite estar interconectados; recogen, distribuyen y comparten información en un contexto social dentro de la sociedad.

El Foro Económico Mundial (World Economic Forum) cada año presenta un Informe Global sobre Tecnología de la Información, en cual se mide el estado de la infraestructura de las Tecnologías de la Información y Comunicación, el costo del acceso y presencia de las destrezas y habilidades necesarias para asegurar un uso óptimo. Además, la incorporación y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación entre gobiernos, empresas e individuos, entorno de emprendizaje (proceso de creación de una empresa) e innovación, y el marco político. (El Comercio.com, 03 de marzo de 2014)

El uso de elementos digitales se define como red informática mundial que tiene como principal objetivo intercambiar información y donde el factor y desarrollo tecnológico son determinantes, e inclusive todo responde a intereses políticos, sociales, culturales o económicos. El ser humano los utiliza como medios comunicativos y por ello el

reconocimiento de la transnacionalización<sup>1</sup> de las comunicaciones masivas, sobre todo de las electrónicas.

El ser humano, convive diariamente con la transformación de su realidad, constantemente intercambia significaciones culturales, sociales, económicas y políticas; todos los días se tiene que actualizar con los inventos por citar ejemplos: la conexión a una red, uso de un navegador para buscar recursos en la Web, uso de sistemas de correo o de comunicación con otros, uso de una hoja de cálculo, uso de un manejador de bases de datos, uso de cámaras digitales de fotografía y video, uso de algunos servicios de la Web que pueden ser utilizados en su diario vivir.

La mayoría de los latinoamericanos se ha educado sin acceso a una cantidad siquiera apreciable de fuentes de información y conocimiento: libros, revistas, diarios, enciclopedias, etc. En la nueva realidad, el acceso a la Web con su inmensa cantidad de recursos valiosos y, al mismo tiempo, de material inútil y basura, exige el desarrollo de una primera Competencia de Manejo de Información (CMI); que capacita al joven para definir el problema de información que enfrente, escoger, ejecutar y refinar su estrategia de búsqueda, juzgar la validez de las fuentes de la información obtenida y procesar esa información. (Piedrahita, 28 de febrero de 2009, El porqué de las TIC en educación, Colombia: EDUTEKA, Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.eduteka.org/PorQueTIC.php>)

Ante la gran cantidad de medios digitales disponibles, se requiere la destreza de comprensión de los mensajes y sus propósitos, pues estos tienen varias interpretaciones que influyen en las creencias o comportamiento y es allí donde se debe aprender a recibirlo y emitirlo.

## **2.7. Desarrollo social y económico**

La globalización hoy en día, considera las políticas sociales y económicas como indicadores de desarrollo; éste se convierte en un objetivo del gobierno, pues requiere mejorar las condiciones de vida de la sociedad de una forma sustentable y equilibrada.

---

<sup>1</sup> Transnacionales son las relaciones, estructuras y fenómenos que se definen en sus sujetos, categorías y causas sin relación con las identidades propias del estado nacional y cuyo ámbito cruza las fronteras establecidas por el principio de nacionalidad o imaginadas por el nacionalismo. Lo transnacional ocurre por encima e independientemente de las fronteras nacionales y no entre ellas o entre sujetos definidos en su seno.

Los gobiernos se enfocan en desarrollar estrategias que le permitan un crecimiento social y económico, donde incrementen sus ventajas comparativas para un crecimiento en conjunto no por sectores; en el que con modelos y esquemas amplíen sus posibilidades de crecimiento de acuerdo a sus necesidades e intereses.

El accionar de la sociedad y de organizaciones no gubernamentales involucra las líneas de acción gubernamental, permitiendo al gobierno el fortalecimiento de su gestión; y por ende el apoyo a las acciones e impulso a la capacidad de gestión política que emprende, con la certeza de dar permanencia a cada una de las acciones promovidas para la sustentabilidad del desarrollo social y económico.

Respecto del tema "Desarrollo humano sustentable y el proceso de democratización", Azril Bacal, (1998) señala algunas contribuciones a partir de la experiencia sueca. Es importante el análisis que efectúa del desarrollo económico modernizante, que este modelo refleja resultados globales mínimos, lo cual lo lleva a la búsqueda de lo que hoy establece como una visión del desarrollo humano sustentable, basado en apoyar experiencias y reflexiones del tercer mundo, ya que en Suecia entre el 80% al 90% de los trabajadores industriales son sindicalizados y tiene fuerte incidencia en este enfoque. (s.p)

Este enfoque es importante, dada la situación actual de nuestro país, debido a la transformación que se está dando en el país en todos sus órdenes, profundizar en el análisis de este modelo, permitirá orientar las acciones al lograr la sustentabilidad del desarrollo que se busca.

El maestro Rene Valdiviezo Sandoval, (2013) en su exposición "Desarrollo sustentable y sociedad: nuestras prioridades", muestra los grandes desequilibrios del país, a consecuencia de una inadecuada planeación e implementación del modelo económico, que pone descubierta la sustentabilidad, debido al agotamiento y deterioro de los medios naturales en la obtención de los insumos.

Bajo la premisa señalada anteriormente, se considera que el mayor problema para conseguir el desarrollo es el deterioro ambiental, temas como abuso de la capacidad de carga, contaminación, insalubridad, entre otros agudizan la pobreza y por ende estancan el desarrollo social y económico de una sociedad.



Por otro lado, es preciso destacar que para el desarrollo hay que profundizar en las acciones que se conciben en virtud de conservar los recursos que proporcionan los insumos necesarios para el desarrollo que se busca; pues al desatender algún sector desencadena problemas o el deterioro de la cadena para conseguir el crecimiento social y económico.

El cambio tecnológico, se ha convertido para muchos países en un aliado para la transformación social y económica, en el cual implica llegar a consensos de cooperación tanto nacional como internacional logrando fomentar las metas planteadas para impulsar el crecimiento. El diálogo entre naciones, continentes e instituciones internacionales deberá constituir un aspecto esencial en el análisis y evaluación de la sustentabilidad del desarrollo social y económico.

El autor Carrillo Huerta (1996), precisa que:

Es importante señalar la forma en que considera a la gestión social como el principal instrumento para lograr el desarrollo social sustentable, que finalmente pretende buscar la unidad dentro de esa diversidad para la adecuada promoción y sostenimiento de esquemas que logren asegurar los mínimos de calidad de vida a la población. (p. 82)

## **2.8. Área turismo**

La Organización Mundial de Turismo-OMT (2014), señala que: el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

El Turismo en la actualidad se ha convertido en una fuente esencial de oportunidades de desarrollo, empleo y actividad económica; a nivel mundial esta actividad influye en el desarrollo económico de una nación. Área que provee de riqueza al mundo entero.

El último número del Barómetro OMT del Turismo Mundial, en 2014 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.138 millones, lo que supone un incremento del 4,7 % con respecto al año anterior. La previsión de la OMT para 2015 es que el turismo internacional aumente entre un 3 % y un 4 %, y siga contribuyendo

a la recuperación económica mundial. (Organización Mundial de Turismo.org, 27 de febrero de 2015)

El sector turismo a nivel mundial está evolucionando continuamente, bajo la influencia de la globalización y la innovación de nuevos destinos, convirtiendo a este sector en una pieza clave en el progreso socioeconómico. Hoy en día el turismo es una fuente de ingreso en países de desarrollo, del que pueden beneficiarse si lo realizan de forma sostenible, así lo considera la OMT y trabaja constantemente para que así lo sea.

El ser humano, gasta su tiempo comunicándose libremente a través de elementos digitales con personas dentro de su zona geográfica y fuera de ella, siendo este la muestra clara de que estos elementos permiten el contacto entre los seres humanos; y en virtud de ello las empresas turísticas aprovechan para “vender” sus servicios asociándolos como tiempo/mercancía. Hoy día, la inclinación al viaje turístico y recreativo se asocia a la búsqueda incesante de lugares diferentes que permitan al hombre "romper con la rutina". El ser humano desea cada vez más conocer nuevas culturas y tomar contacto con la naturaleza.

Por ello, el sector del turismo trabaja en mensajes publicitarios que motiven al ser humano a realizar un viaje, donde las herramientas tecnológicas se convierten en su mejor aliado a la hora de incidir en sus futuros clientes a realizar un viaje o a requerir de sus servicios; los mensajes publicitarios responden a la necesidad de motivar al espectador a vivir esa experiencia asociándolo a un concepto de accesibilidad para todos. Cabe señalar que dentro del sector turístico, una de las disciplinas que se relacionan es la psicología, pues esta permite estudiar el comportamiento del turista como sujeto que se desplaza temporalmente de un lugar a otro.

El estudio de las motivaciones, para realizar un viaje turístico, es un elemento básico para entender el comportamiento del turista. Los viajes producen satisfacciones subjetivas, pues es una opción para reducir las tensiones de la vida urbana. La clave de los estudios de mercado radica, justamente, en averiguar la manera en que el turista satisface esas necesidades subjetivas. Realizar un viaje de placer, es una conducta que puede ser estudiada, para luego utilizar los resultados en la organización de campañas de promoción y publicidad turística. Las principales motivaciones del viaje turístico son:

- a) Motivaciones físicas (viaje de salud); b) Motivaciones culturales (viaje de aventura y de curiosidad intelectual); c) Motivaciones interpersonales (viajes para visitar a

familiares y amigos); d) Motivaciones de prestigio (viaje que proporciona estatus social, reputación y aprecio). (Gray, 1970, p.25)

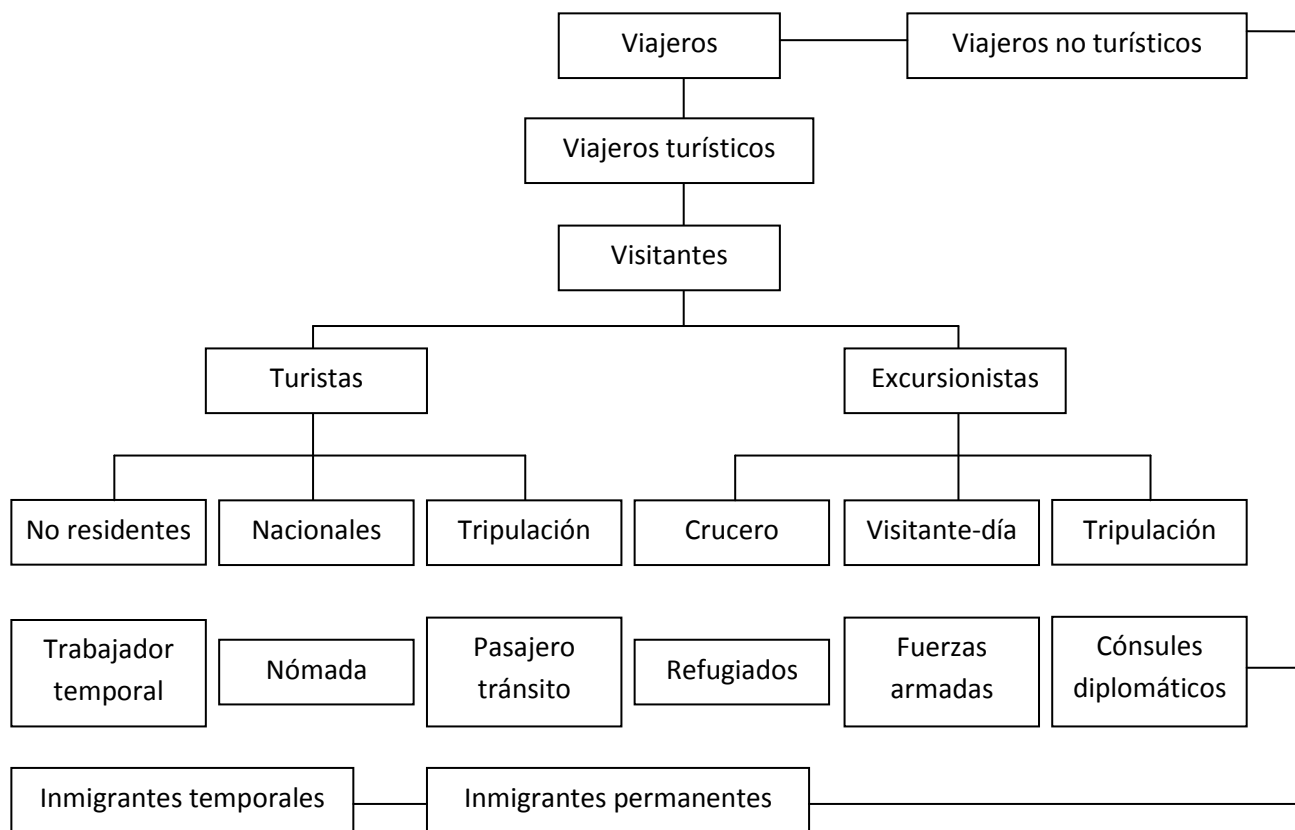


Figura 1: Tipo de Turistas

Fuente: Gray, 1970

El comprender que es lo que quiere el ser humano, su necesidad, es el objetivo primordial de las empresas dedicadas al turismo, lo que permite que se desarrollen estrategias y acciones para enviar el mensaje adecuado a cada uno de ellos, donde la tecnología colabora replicando este mensaje, información que permite reforzar con las imágenes, videos, entrevistas, etc. el lugar a promocionarse.

## 2.9. Herramientas tecnológicas de la información y comunicación empleadas en turismo

La Organización Internacional del Trabajo en el informe: *Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector* (2001, p.18) reconoce la fuerte adopción de tecnologías de la información en el sector y dentro de todos sus ámbitos de trabajo. En este mismo informe (p. 91) se asume la necesidad de evolución de

los perfiles profesionales actuales, sobre todo, en el ámbito de las nuevas tecnologías, la capacidad de adaptación a la cultura del cliente y las competencias de gestión.

Dentro de las principales herramientas tecnológicas de la información y comunicación que se emplean dentro del turismo son:

- **Portal turístico:** Un sistema de Internet que concentra y organiza recursos informativos relativos a esta actividad; eventualmente ofrece la posibilidad de reservar y/o comprar productos y servicios. Presentan generalmente más información que la de los sitios de Internet de compañías particulares. Son una aplicación del concepto negocio a consumidor. (Martínez, 04 de abril de 2014, Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero, Colombia: Revista Turismo & Tecnología, Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>)
- **Wireless Application System:** Corresponde al conjunto de dispositivos inalámbricos y aplicaciones para el despliegue de contenidos. Están orientados a darle independencia al consumidor sin necesidad de recurrir a las herramientas tradicionales de su oficina u hogar. Entre sus aplicaciones encontramos la posibilidad que ofrece a un turista para realizar reservaciones o cambios en su itinerario de vuelos, o bien tener acceso a información del destino al que se dirige. (Martínez, 04 de abril de 2014, Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero, Colombia: Revista Turismo & Tecnología, Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>)
- **Computadoras de Bolsillo y Telefonía Celular:** Los equipos de cómputo continúan disminuyendo de tamaño y transfiriendo sus capacidades a otros aparatos existentes, tal es el caso de las computadoras de bolsillo y los teléfonos celulares. Estas herramientas continúan desarrollando aplicaciones y mejoras a su sistema operativo con el fin de permitir el acceso móvil de estos aparatos a redes de comunicación como Internet que puedan proveer información instantánea. (Martínez, 04 de abril de 2014, Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero, Colombia: Revista Turismo & Tecnología, Recuperado el 24 de octubre de 2014 de [http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-](http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de)

tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero)

- **Web TV:** Consiste en un dispositivo que se conecta a un televisor convencional y en la mayoría de los casos cuenta con un teclado inalámbrico. Se conecta al teléfono o a alguna otra salida a red de comunicaciones, permitiendo el acceso a Internet por medio de la televisión. Una aplicación recurrente de esta tecnología se presenta en la hotelería, ya que forma parte de los servicios que se ofrecen en las habitaciones y le permiten al viajero tener acceso a Internet sin necesidad de una computadora, ni tener que desplazarse al centro de negocios o a algún kiosco. (Martínez, 04 de abril de 2014, Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero, Colombia: Revista Turismo & Tecnología, Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>)
- **Televisión Interactiva (iDTV):** Es la suma de Internet y las transmisiones de televisión. Este sistema al igual que Web TV consta de un aparato que se conecta al televisor y a una salida a Internet, ya sea por teléfono u otro medio de conexión, pero a diferencia de WebTV éste no está diseñado para navegar por la red, sino para presentar contenido interactivo directamente en los programas de televisión. La idea básica es presentar programas sobre destinos turísticos de forma convencional con la diferencia que el usuario podrá navegar por los destinos o actividades que más le interesen. De esta forma el programa se personalizará de acuerdo con los intereses del usuario, además de posibilitar la compra directa de paquetes y reservaciones; es presentar programas sobre destinos turísticos de forma convencional con la diferencia que el usuario podrá navegar por los destinos o actividades que más le interesen. De esta forma el programa se personalizará de acuerdo con los intereses del usuario, además de posibilitar la compra directa de paquetes y reservaciones. (Martínez, 04 de abril de 2014, Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero, Colombia: Revista Turismo & Tecnología, Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>)

Así se comprende la importancia de las tecnologías dentro de la actividad turística, pues a la par de su dinámica ambas se relacionan en virtud de los impactos que provoca en la sociedad y lo que implica una ventaja sostenible en la empresa.

## 2.10. Área comunicación

En cuanto al área de la comunicación en el campo del turismo es un acto social mediante el cual se efectúa un intercambio de información o se imparte ésta. El turista comparte, y participa, con otras personas su experiencia recreativa. El proceso físico de esa comunicación se realiza mediante la trasmisión de mensajes o señales que el turista capta en forma selectiva. Las reacciones del turista, al enfrentarse a un nuevo ambiente comunitario y a nuevos paisajes, se traducen en un comportamiento de búsqueda de conocimientos influido por la estética y cultura del sitio. Por otra parte, la actitud contemplativa y curiosa del turista es diferente de la del residente, que habitualmente se enfrenta con su entorno.

La información que recibe el sujeto como un reflejo de energía con contenidos verdaderamente útiles, que le son vehiculados por la comunicación y enlazados por la producción de significados, se transforma en condición necesaria pero nunca suficiente para el que el proceso comunicativo pueda ocurrir; por ende ella será un componente muy significativo en el proceso empresa-cliente, pero no la razón superior de interacción, la cual será la comunicación o producción (en ambos sentidos) de significados compartidos (en palabras de Aguadero: <<lo inteligente es aprender a comunicarse, la información y los medios harán el resto>>). (Garrido, F., 2004, p.38)

La comunicación es una acción del ser humano que lo relaciona con el entorno en el que se desenvuelve, e inevitablemente está ligado a la globalización, no solo de las telecomunicaciones, sino inclusive en los aspectos sociales-culturales y las estrategias políticas.

Hay que tomar en cuenta que dentro del proceso de comunicación existen tres elementos que son el emisor, el mensaje y el receptor; y a lo largo de un viaje turístico, la persona puede recibir millones de imágenes o elementos comunicacionales, que de forma creativa le llegan con un significado, que muchas veces puede ser el mismo deseado por el emisor del mensaje, y bajo este contexto hay que considerar que el mensaje recibido puede impactar de forma favorable o desfavorable.

El mensaje recibido por el receptor puede ser interpretado de distinta forma por cada uno que lo recibe, pues a su manera este selecciona, combina, transforma, manipula el mensaje que recibe y forma su propia percepción y su propio significado; por ello la lucha incansable

del sector por influir e impactar de forma favorable no solo a sus clientes, sino además a los posibles clientes.

Comunicación -que sin ser tal la referencia teórica mayor, en la práctica de su instrumentación, recae en la noción de recepción pasiva- y que a menudo es implementada en el marco de procesos destinados a lograr objetivos predeterminados e inalterables. (Artieda, 2008, p.42)

Como la tecnología ha evolucionado, es innegable que la comunicación lo ha hecho de la misma magnitud tales son los ejemplos como: comercio electrónico, tele trabajo, comunidades virtuales, web TV, el *e-commerce*, el *e-business*, el *e-banking* y otros, que constituyen para de la cultura, economía y política de una nación.

La comunicación se ha convertido en una herramienta que contribuye a lograr objetivos y resultados sostenibles de proyectos de desarrollo. La acción de informar, transmitir o transferir información es el ingrediente principal de la comunicación, que está ligado a forma de vida de un grupo de personas; que de forma estratégica persigue influenciar en el comportamiento y habito del ser humano.

## **2.11. Ministerio de Turismo**

Conforme la Reforma al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, publicado en el Registro Oficial No. 85 con Acuerdo No. 20130200 del 20 de diciembre del 2013, éste establece que esta Cartera de Estado estará estructurada por las diferentes Subsecretarías, Coordinadores Generales, Coordinadores Zonales y Direcciones a las que se les ha conferido misiones, atribuciones y responsabilidades de acuerdo a los objetivos y metas institucionales.

El Ministerio de Turismo del Ecuador, es una Cartera de Estado que tiene bajo su competencia la rectoría de toda la actividad turística el país; y como lo señala en la página web de esta Entidad del Estado (<https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio/>) su misión es: Ejercer la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar a Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible.

Lo que busca este Ministerio es garantizar que el turismo sea una fuente económica para el país, convirtiendo a esa actividad en el primer ingreso no petrolero, actividad que aporte en el mejoramiento de la calidad de vida de los/as ecuatorianos/as mediante el desarrollo social y económico.

Bajo los pilares de trabajo: Seguridad, Destinos y Productos, Calidad, Conectividad; y, Promoción, el Ministerio utiliza las herramientas tecnológicas de información y comunicación como medios de desarrollo de la actividad, pues se han convertido hoy en día no solo en el Ecuador, sino además a nivel mundial en el medio para difundir y compartir información

Las herramientas tecnológicas de información y comunicación, para el Ministerio de Turismo se han convertido en una estrategia estética del servicio, donde el objetivo es incidir en una persona para que rompa su esquema de vida y quiera viajar. Este mensaje debe articular todos los servicios para que la persona que compre tenga una vivencia excepcional, estas imágenes deben permitirle concebir una imagen o idea agradable de lo que observa o escucha, pues una persona compra una imagen para posterior vivenciar lo que compró.

Para el Ministerio de Turismo, la tarea no es nada fácil, muchos coincidirán que vender un bien es más fácil que un servicio, pues el bien es algo tangible mientras que el servicio no; por ello a la hora de concebir una idea o un mensaje para ser difundido hay que tomar en cuenta varios factores como el tiempo, espacio, anfitriones, cultura, religión, entre otros; en virtud de lograr un gran impacto en la persona que recibe el mensaje.

El conjunto de ideas o percepción que se logre en una persona se convertirá en el mapa visual de los lugares que pretenda visitar, este idealizará el entorno y enlazará todo los mensajes recibidos para convertir su experiencia en algo inolvidable, que en ocasiones puede ser reforzado o simplemente desvanecer la idea con referencias de otra persona o conocidos que ya visitaron ese/esos lugar/es.



**CAPÍTULO III. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN AMÉRICA  
LATINA**

### **3.1. América Latina frente a la sociedad de la Información y Comunicación**

La comunicación deberá estudiarse como un fenómeno comunicacional pues en el implica la transmisión de mensajes, información, y por ende el estudio de los canales y medios que se utiliza para enviar el mensaje a los usuarios, comprendiendo que cada uno de ellos interpretará el mensaje a su manera. El objetivo de la comunicación se basa en establecer contactos y la influencia que esa información ejerce en otras personas.

Definir un concepto complejo como “información y comunicación” no es una tarea fácil, ya que la amplitud del mismo, ha dado lugar a conceptualizaciones muy diferentes. Tal vez, esta diversidad evidencia la dificultad de desligar la comunicación del propio hecho de existir y relacionarnos con los demás, por medio de diversos códigos, en función de la especie. Códigos y pautas comunicativas que adquirimos, sin menospreciar el importante papel que juega la herencia y el substrato biológico, en las situaciones de intercambio social en las que vivimos. La comunicación es tal vez una de las funciones psicológicas más evidente del ser humano. Éste comunica ideas, intenciones, deseos, afectos, actitudes, instrucciones, incluso antes de desarrollar un instrumento privilegiado de la comunicación humana, el lenguaje. (Martínez Torres, 2012, p.5)

Para abarcar el estudio de “comunicación e información”, la mayoría de definiciones no resultan operativas, por ello los que deseen definir las hacen referencia a la realidad que les envuelve. Sin embargo, las definiciones no pueden ser relegadas y por ende no se puede dejar de incluir los elementos que intervienen: emisor, receptor, código, canal, mensaje y contexto. Por ello, la comunicación e información implica un contraste insalvable entre la globalización y el constante cambio en todas las nuevas formas de vida de la sociedad.

El mercado mundial se debate entre dos lógicas: la de la globalización y la de desmasificación generalizada. Esto conduce a la búsqueda de "segmentos transnacionales", es decir, de grandes agrupaciones de individuos que comparten, más allá de las fronteras nacionales, las mismas condiciones de vida, los mismo sistemas de valores, de prioridades, de gustos, de normas: o sea: “mentalidades socio culturales de " análogas. Globalización e Idealización son dos aspectos del fenómeno, hasta el punto de que, desde comienzos de los años ochentas, la dinámica de la globalización ha provocado otro movimiento antagonista: la revancha de los turismos particulares. La tensión entre la pluralidad de las turismos, por un lado, y las fuerzas centrífugas del universalismo mercantil, por otro, han puesto de

manifiesto la complejidad de las reacciones contra la afirmación de un mercado planetario. (Mattelart, 2005, p.115)

Se puede evidenciar que para enlazar a las sociedades del mundo con servicios o productos no basta únicamente con las redes, el efectuar la transnacionalización no es tarea fácil, pues surgen cuestionamientos de las concepciones individuales y grupales, que influirán en las relaciones sociales y a las cuales se hace frente de acuerdo a las reacciones.

Se han suscitado variadas formas de resistencia, vuelcos, reapropiaciones y nostalgias por los propios modos de ser y por las identidades que no pueden ser transferidas ni negadas. Se vuelve a las tradiciones, a los valores propios, a los nacionalismos y al amor por los territorios. (Mattelart, 2005, p.49)

A través de los tiempos hemos evidenciado como la clase dominante ha explotado a la clase obrera, sometiéndola a sus ideales en virtud de conseguir sus intereses y su bienestar económico. A diferencia de Marx, un socialista Durkheim hace énfasis en los consensos, la visión de una sociedad como un todo, una fuerza social de cooperación, denominado como un desorden moral en el que prevalece a cooperación colectiva. Hablaba de una división laboral, pero con sentido de solidaridad en las actividades, en la igualdad de condiciones, y con la distribución justa de los bienes sociales.

En todas las últimas décadas ha sido impresionante el desarrollo teórico y metodológico de la comunicación. Se puede afirmar que hay un estatus teórico en torno a este importante campo de la actividad humana y social. El desarrollo de los medios de comunicación, las teorías acerca del sentido de los mensajes, las prácticas comunicacionales, la globalización de la comunicación han contribuido para que se hayan sistematizado proposiciones, puntos de vista, conceptos y categorías que explican y dan sustentos a la comunicación como fenómeno social en América Latina. (Parra Albarracín, 2000, p.131)

El citado autor habla de una globalización de la comunicación, pues hoy en día a la sociedad se le bombardea con información a través de sonidos, imágenes, sentimientos y personajes que buscan que el oyente o vidente de ese mensaje capte una publicidad, aspiración o necesidad del emisor de ese mensaje.

Se habla de una sociedad de masas donde la tecnología forma parte activa de la cotidianidad del ser humano, influenciado en las técnicas y métodos para comunicar y

difundir un mensaje; cobrando una dimensión mundial al anular toda clase de barreras y llegar a cada lugar experimentando el desarrollo social.

En todo caso, puede afirmarse que el hervidero de Ideas característico de la sociedad tecnológica adquiere sin duda alguna mayores proporciones por la vía de las técnicas modernas de la comunicación, que fuerzan cada día al oyente a escuchar debates, en los que incluso se ve inducido a tomar parte activa. De otro lado, las comunicaciones de masas borran las fronteras entre regiones y entre países, y suprimen también las del pensamiento. Con el uso de los satélites, la comunicación cobra más que nunca una dimensión planetaria. La interdependencia entre las culturas regionales y nacionales, en y por la “cultura de masas”, se convierte en un hecho tan importante y vital como la interdependencia de las economías nacionales. (Rocher, 1986, p. 307- 308)

Para Francovich, en su estudio: “El Estructuralismo”, ha sintetizado los planteamientos de Marshall McLuhan sobre las fases o estados que ha tenido la comunicación, a lo largo de los tiempos. (Francovich, G., 1983, p. 91)

McLuhan Marshall<sup>2</sup>, (1980) sostiene que han sucedido etapas perfectamente definidas de acuerdo con los medios de información o comunicación, la primera caracterizada por la comunicación oral, donde los hombres sobresalían por sus emociones, sus discursos, poesías recitadas, no existía la preocupación del tiempo ni del espacio; todos compartían los mismos problemas y asumían las mismas responsabilidades.

La siguiente etapa tuvo relación con el alfabeto, el hombre se individualiza, con la civilización la palabra oral es sustituida por la escritura fonética. La escritura toma relevancia, ahora el hombre lee, canaliza su pensamiento a la secuencia que da lectura, capta gráficos, signos, ideas que se reducen a una lectura. Lectura que lo hace solitario, ya no es importante hacer en conjunto. El hombre se desliga de emoción para centrarse en un pensamiento racional, aislado, se informa por sí mismo, ya no comparte con otros. Con la aparición de la imprenta, los libros se convierten en la herramienta para la enseñanza, unificando formatos o lenguas para dar paso al nacionalismo moderno, el cual se refleja en el crecimiento de los centros urbanos.

---

<sup>2</sup> Herbert Marshall McLuhan; Edmonton, 1911 - Toronto, 1980, Filósofo, profesor y teórico canadiense que influyó en la cultura contemporánea por sus estudios sobre la naturaleza y efectos de los medios de comunicación en los procesos sociales, el arte y la literatura.

Finalmente McLuhan refiere la etapa de la electrónica, la radio, el teléfono, la televisión, etc., productos de la actualidad, donde el hombre ha creado un nuevo ambiente. Las palabras envuelven de nuevo al hombre, ahora la información circula rápido, envuelve, actúa de manera vertiginosa, a veces sin que el hombre se dé cuenta de ello. Gracias a los nuevos medios de información, los hombres se comunican instantáneamente entre sí, como en los tiempos primitivos.

La evolución de la comunicación tiene su propia historia, sin dejar de lado que el hombre ha sido su principal protagonista en ese desarrollo, como lo señala Antonio Méndez (1996):

Comunicación es el proceso vital mediante el cual un organismo establece una relación funcional consigo mismo y con el medio que lo rodea. Refleja su propia integración de estructuras y funciones, de acuerdo con las influencias que recibe del exterior, en un permanente intercambio de informaciones y conductas. (p.36)

Es indiscutible que en América Latina se ha presenciado cambios a grandes magnitudes, no solo a nivel local, incluso se puede aseverar sobre un crecimiento regional; y donde la aplicación de las TIC depende de la capacidad, eficiencia y eficacia en su uso y la oferta de bienes y servicios complementarios. Como lo señala el documento: *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe: Desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo* (2008) de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), no en todos los países de la región el desarrollo tecnológico ha sido al mismo nivel ni en la misma capacidad; por lo tanto se describe que de desarrollo dependerá de la magnitud de la dinámica de crecimiento de cada sociedad, de los esfuerzos de cada gobierno por la incorporación de las TIC no como un sector adicional sino como parte integral del desarrollo social y económico que busca cada país.

La importancia que tiene Internet para la constitución de redes sociales no se debe desestimar. Se debe hacer de ella una red de aprendizaje y de gestión social del conocimiento (Genatios y Lafuente, 2007, p.181)

Ante lo expuesto, es evidente que cada país está obligado a desarrollar estrategias gubernamentales que permitan acceder a todas las formas y modalidades de comunicación e información; donde la participación de la ciudadanía cumpla un factor determinante en la inserción a tecnología para enfrentar a largo plazo las innovaciones.

La apropiación social de las Tecnologías de la Información y la Comunicación no es un concepto nuevo, a pesar de que en los últimos años se le asocia al concepto de inclusión digital, sobre todo a partir de las tres Cumbres de la Sociedad de la Información, celebradas en Quito (2002), en Ginebra (2003) y Túnez (2005), que comenzaron a plantear el problema de las brechas digitales y los abismos comunicacionales entre zonas del mundo. (Pineda, 2005, p.91)

En América Latina la participación ciudadana se ha convertido en un eje dentro de la estrategia política de cada nación, donde su principal herramienta ha sido la implementación de tecnologías de la información y comunicación, el uso de medios digitales se convierten en centro de las acciones que el gobierno emprende y es allí donde cada gobierno toma como desafío la inclusión de su sociedad a la era digital.

(...) no se deben desestimar las acciones modestas y las iniciativas emprendidas para ir poco a poco incorporando a los más rezagados a la información y al conocimiento. Habría que destacar por ejemplo, las experiencias de los infocentros, telecentros o cabinas públicas populares que han proliferado a lo largo de la región en los últimos años para facilitar el acceso y uso tanto de Internet como de otros avances de las telecomunicaciones; la creación de centros de informática educativa que permiten el acceso a las poblaciones indígenas y rurales que no tienen servicios básicos de telecomunicaciones; el desarrollo progresivo de Portales educativos en la red para facilitar el intercambio de estudiantes, educadores, investigadores y familiares más allá de las fronteras del aula y de la educación formal, y el lanzamiento de satélites para uso educativos, médicos y de orientación a aquellas comunidades apartadas y excluidas de las oportunidades de desarrollo social, educativo y cultural. (Pineda, s.f., Desafíos actuales de la sociedad del conocimiento para la inclusión digital en América Latina, España: Universidad de Los Andes/Universidad Complutense de Madrid, Recuperado el 24 de diciembre de 2014 de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/48/56>)

Concluyendo, debemos resaltar que en América Latina la tecnología ha contribuido con el crecimiento de actividades sociales y económicas de la región; citando un ejemplo, la telefonía móvil, que se ha convertido en la vía más rápida y masiva que permite a toda la población mantenerse conectado con quien quiera, a cualquier hora y en cualquier punto geográfico del planeta; u otro ejemplo en la región es el acceso a internet, donde el gobierno brinda así oportunidades a sus ciudadanos para desarrollar sus capacidades y destrezas que se convierten en desarrollo social.

### **3.2. Políticas tecnológicas en América Latina**

América Latina en el transcurso de los años ha emprendido esfuerzos dirigidos a atender las necesidades económicas de cada nación; antes de los años ochenta algunas naciones de la región estaba sometidas al autoritarismo, rigidez social y desigualdad que respondían a la búsqueda de la estabilidad macroeconómica con los recursos que se contaban; posteriormente las políticas de ciencia y tecnología se convirtieron en una política gubernamental, donde nacen las bases para el fortalecimiento de modelos científicos y desarrollo tecnológico que aceleren el crecimiento de cada nación; para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, el crecimiento económico tiene dependencia directa del desarrollo social influenciado en un enfoque democrático. América Latina vio la necesidad de enfocar sus esfuerzos en la transferencia de conocimientos en su entorno social convirtiendo este en un modelo creativo para el dinamismo de su economía, en donde la tecnología juega un papel fundamental.

Un propósito fundamental de cualquier país en el rubro económico depende no de la ambigua noción de competitividad, sino de su productividad, y ésta a la vez depende de su capacidad científica y tecnológica. (Morales, 1998, p.11)

El desarrollo de la tecnología y la ciencia se han convertido en el desafío de América Latina para mejorar las condiciones de vida y garantizar el desarrollo social y económico de sus naciones; establecer políticas gubernamentales que a través de los tiempos permitan fortalecer todos los sectores de una nación es un prioridad para la región.

El Foro Económico Mundial, ha mantenido la premisa que la tecnología es la solución innovadora para la adelanto de una nación, no solo en temas sociales, sino además económicos y ambientales; la sociedad es ahora quien decide el éxito o no de una tecnología, pues ésta se convierte en la herramienta para resolver sus problemas o inclusive para mejorar su calidad de vida.

Más allá de la relevancia de la accesibilidad a la tecnología, los gobiernos de América Latina comprenden y asimilan los cambios constantes que provoca en cada sociedad la revolución de las TIC, pues implica todo los recursos de hardware y software disponibles en el mercado; y por ello se atiende las demandas de acuerdo a su realidad social. Además considera que las TIC se han constituido en entornos de interacción en donde se comparte: conocimientos, imágenes, información, vídeos, ideas, etc.; y que hoy en día, a nivel mundial

son utilizadas como estrategias de mercado brindando excelentes resultados en todos los sectores, especialmente en los sociales y económicos.

Es por ello que la preocupación por fomentar la inversión privada en I+D figura en la agenda de la política científica de muchos países de la región latinoamericana, siendo hasta ahora Brasil la nación que ha logrado dar algunos pasos de mayor alcance en tal sentido, pues ha definido estrategias claras en cuanto a innovación, transferencia y desarrollo de nuevas tecnologías, capacitación de recursos humanos, intercambio científico y tecnológico, así como mantenimiento, recuperación y creación de infraestructura de investigación en ciencia, tecnología e innovación. Los efectos de dichas estrategias han tenido impactos significativos en producción de petróleo, gas natural y energía eléctrica, infraestructura vial, telecomunicaciones, recursos hídricos, aeronáutica, entre otros (Emiliozzi, Lemarchand y Gordon, 2009, p.108).

Ahora en la sociedad en que vivimos la comunicación global se manifiesta en el uso de las tecnologías de información y comunicación, como es el caso de las redes sociales, pues hoy en día estas influyen en la forma que vivimos, en la que se hacen negocios y también en la forma en la que se entra en contacto con la ciudadanía. Este se ha convertido en una herramienta determinante en la comunicación política globalizada, muchos autores coinciden que el internet permite espacios públicos contemporáneos donde la sociedad puede participar y publicar información.

En resumen, es claro que la ciencia, la innovación y la tecnología juegan un papel importante en el crecimiento y desarrollo de una nación, por tanto los gobiernos replantean sus políticas para evidenciar la relación con sus sociedades para mejorar su calidad de vida.

### **3.3. Elementos Digitales frente al Desarrollo Social y Económico en la Región**

La incorporación de tecnologías de la información y comunicación en una nación es un tema sensible, pues este instrumento brinda apoyo a los gobiernos a la consolidación de sus objetivos sociales, económicos y políticos; transmisión de información conlleva un elemento de comunicación y esto es posible gracias a elementos digitales que cubren las necesidades y expectativas sociales colectivas.

En general, en la estrategia digital de los países se asigna gran importancia a las TIC como medio de integración social y mejoramiento de la calidad de vida



de la población, mientras que es bastante menor la referencia a la posibilidad de incrementar el desarrollo económico a través de esas tecnologías. Por lo tanto, las estrategias abarcan temas específicos, como el aumento del acceso y la mejora de la infraestructura, el gobierno electrónico, la formación de capital humano y la generación de contenidos y aplicaciones, mientras que los temas vinculados al sector productivo, como los negocios electrónicos y el desarrollo de la oferta a través de las industrias de software y hardware, tienen una presencia menor. (CEPAL<sup>3</sup>, 2000, p. 47)

La tecnología ha revolucionado la vida del ser humano, incide en su comportamiento, costumbres y conducta, en fin en su forma de vida; el ser humano evoluciona constantemente en virtud de los avances o desarrollo de los elementos digitales que salen al mercado. Elementos digitales que responden a una innovación de acuerdo a la realidad social en la que se desea ingresar. América Latina ha implementado metodologías y procedimientos que permiten que la matriz productiva traiga a cada región beneficios en todos los sectores.

Barbero Martín, (2003) expresa que la identidad del sujeto que habita el mundo occidental – ya sea en Occidente o en los países a los que Occidente ha ido imponiendo su huella a través de la tecnología -, es la de un individuo que sufre una constante inestabilidad sobre su identidad y una fragmentación de la subjetividad cada día mayor. (p. 21)

De acuerdo a James Lull (1997), “la comunicación no implica únicamente los grandes medios masivos, sino que alcanza las interrelaciones entre los seres humanos que determina la estructura social de una social”, es así que Lull presenta reglas donde “(...) dirigen el pensamiento y la acción sociales estableciendo de un modo complejo qué es normal, aceptable o preferido y, además, especifican cómo deben llevarse a cabo la interacción social.” (p. 66-67)

En la actualidad, es indiscutible que los elementos digitales tienen una gran importancia, dada su gran cobertura, atractivo y un acceso cada vez más fácil; y sobre ello se podría abundar hasta el cansancio; a continuación citaremos algunos medios utilizados en la región:

---

<sup>3</sup> Comisión Económica para América Latina y el Caribe: Tercera Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe: Las TIC para el crecimiento y la igualdad: renovando las estrategias de la sociedad de la información.

- Portales gubernamentales: Citando algunos:
  - México: <http://www.presidencia.gob.mx/>,
  - Argentina: [www.argentina.gob.ar/](http://www.argentina.gob.ar/),
  - Bolivia: [www.bolivia.gob.bo/](http://www.bolivia.gob.bo/),
  - Brasil: <http://www.brasil.gov.br/>,
  - Venezuela: <http://gobiernoenlinea.gob.ve/home/homeG.dot>,
  - Costa Rica: <http://presidencia.go.cr/>
  - Ecuador: <http://www.presidencia.gob.ec/>
  
- Periódicos digitales: Citando algunos:
  - Reforma (México),
  - Clarin (Argentina),
  - El Mercurio (Chile),
  - El Nacional (Venezuela),
  - El Tiempo y El Espectador (Colombia),
  - El Comercio (Ecuador)
  
- Televisión digital
  - Por cable
  - Por satélite
  
- Redes sociales
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - YouTube
  - Myspace
  - Flickr
  - Badoo
  - LinkedIn
  - Wordpress
  - Hi5
  
- Telefonía móvil
  - Movistar
  - Claro

- Tigo
  - Verizon
  - At&t
  - T Mobile
  - Virgin Mobile
  - Telcel
  - Cubacel
- Portales comerciales
- Despegar.com
  - Mercado Libre
  - OXL
  - Ebay
  - Amazon.com
  - Travelocity
  - Expedia

Sin embargo, lo que no siempre se suele considerar frecuentemente es que estos mismos elementos digitales no son todopoderosos, y que sólo logran tener éxito cuando en verdad pueden sintonizar y codificar lo que se encuentra envuelto en las condiciones económicas, sociales, políticas, e ideológicas de una sociedad; por lo tanto, deberán conseguir atravesar las mediaciones para conseguir su objetivo.

Los avances regionales, como se ha manifestado es la consecuencia del traspaso de información de todos los sectores socio-económicos y políticos donde la toma de decisiones se origina en virtud la estructura y realidad social.

### **3.4. Dimensiones y teorías del Sistema de Información**

Una sociedad de la información aparece junto con la masificación de la tecnología, en donde se relativiza las nociones del tiempo y el espacio en la comunicación y la divulgación de la información.

El Sistema de Información que se propone es la solución a la necesidad de basar el desarrollo nacional y el desarrollo de sus componentes regionales, en una plataforma sólida y científica. En ese sentido, el Sistema es el resultado de un prolijo examen de la estructura nacional y regional, que le dieron su naturaleza y carácter, y se

identifica además con la estrategia que los gobernantes nacionales quieren establecer en su política de desarrollo. (Organización de los Estados Americanos.org, 24 de octubre de 2014)

Las decisiones deberán responder a propósitos que se relacionen con el desarrollo de una sociedad, donde la autoridad deberá analizar y comprender su estructura socio – económica como un factor determinante para sus políticas de desarrollo.

Otra consideración, es que dentro de la región se venía esquematizando el uso de información de forma estadística, donde las presentaciones se limitaban a datos o información recopilada a través de medios como encuestas, entrevistas, censos, etc., que con el paso del tiempo se convertían en información con limitaciones tanto espacial como en tiempo. Ahora la transformación se concibe con la obtención de información al instante, es preciso señalar que no es que el anterior esquema esta fuera de juego, pero hoy en día con la implementación de tecnologías han brindado soporte para obtener información, transformando la metodología del sistema de la información.

Es eminente el enlace entre la historia y la manifestación social; esa importancia de la emisión, intercambio y consumo de los mensajes (imágenes, videos, textos, sonidos, etc.) que responde a los intereses de las personas y que penetran con gran impacto en la sociedad, los mismos que han sido transmitido por medios o canales de alcance masivo, para hoy en día convertirse y definirse como la cultura de una sociedad.

Los estados de actividades colectiva que originan las representaciones fundamentalmente que sustentan sistemas de clasificación social, como el totemismo, son –presume Durkheim- totalmente inexplicables. La conciencia colectiva es una realidad en última instancia irreductible e inexplicable. (Marafioti, 2005, p. 44)

Todo lo dicho, nos lleva a reconocer explícitamente la importancia de la producción, intercambio y consumo de significaciones, en general, y mensajes especializados; la variedad de sustancias hoy utilizadas (imágenes reales y virtuales, cromática, acústica, etc.); y los medios de producción, registro, sistematización, difusión y percepción que cada vez se adecúan mejor y más ampliamente a los intereses y necesidades de los usuarios de una sociedad transnacionalizada; dada las relaciones de producción desarrolladas por los centros de poder que dominan la humanidad actualmente.

Como lo señala Germán Parra Albarracín en su libro: Bases Epistemológicas de la Educación: Definiciones y perspectivas de su desarrollo: El reconocimiento de la transnacionalización<sup>4</sup> de las comunicaciones masivas, sobre todo de las electrónicas, debe asociarse, más bien, a la captación, manipulación, transmisión y consumo de la información, en donde los factores y desarrollo tecnológicos son determinantes; pero, al mismo tiempo, responden a intereses de diferente orden (políticos, ideológicos, económicos, etc.); ello, sin embargo, con ser tan importante, no hay que confundirlo con el hecho comunicativo propiamente dicho; es decir, con esta propiedad existente del ser humano mediante la cual se encuentra en competencia de aprehender la realidad, organizarla, e interrelacionarse simbólicamente con sus semejantes, antes o después de cualesquier técnica, medios o mensajes especializados; ya que es algo que ha caracterizado y ha facilitado la sociabilidad de nuestra especie, desde la homonización misma; en otros términos, no hay forma de que el ser humano deje de comunicarse y de significar.

El fenómeno comunicacional tiene estrecha relación con los contextos sociales y culturales de la sociedad, pues cuando una persona o grupo de personas desean comunicarse, satisfacer una necesidad o simplemente compartir algún mensaje o información, éste o éstos establecen contacto con otra persona u otras personas transmitiendo mensajes que lo realizan de cara a cara o a través del uso de herramientas o medios de comunicación masivos, particularmente el internet; de allí la importancia y los criterios varios acerca de la información o mensaje se publica o se comparte a través de estos medios.

Bajo este contexto, las herramientas tecnológicas son producto de los avances de la sociedad, a través del tiempo y espacio; y el impedir el acceso a ellos no es más que una muestra de una barrera al crecimiento de las capacidades de la sociedad. Las herramientas tecnológicas hay que considerarlas como las grandes oportunidades para la sociedad que permiten el crecimiento y desarrollo de una nación, donde el espacio donde se implementan cobra más atención que la dimensión del tiempo, todo esto como un modelo de eficiencia y factibilidad.

---

<sup>4</sup> Transnacionales son las relaciones, estructuras y fenómenos que se definen en sus sujetos, categorías y causas sin relación con las identidades propias del estado nacional y cuyo ámbito cruza las fronteras establecidas por el principio de nacionalidad o imaginadas por el nacionalismo. Lo transnacional ocurre por encima e independientemente de las fronteras nacionales y no entre ellas o entre sujetos definidos en su seno.

**CAPÍTULO IV. HERRAMIENTAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR**

#### 4.1. Políticas tecnologías en Ecuador

Las telecomunicaciones en el Ecuador tienen indicios a partir de 1871, a través de un convenio del país para iniciar con el servicio de telegrafía. A continuación un recuento a través de la historia del país en relación al sector de las telecomunicaciones:

Con la promulgación de la Ley Especial de Telecomunicaciones que definió la creación de la Empresa Estatal de Telecomunicaciones (EMETEL) en sustitución del Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL), con la finalidad de que esta actividad sea desarrollada con criterios de gestión empresarial y beneficio social. Por otro lado, esta Ley crea la Superintendencia de Telecomunicaciones como organismo rector del sector.

Posteriormente en 1995, se dicta la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones, la cual establece la posibilidad de que los servicios públicos de telecomunicaciones puedan ser brindados por parte del sector privado, (...) en el cual se establecía que el Estado debía proveer directamente estos servicios. Para llevar a cabo el proceso de modernización del sector, esta Ley Reformatoria contemplaba la transformación de EMETEL (...) la escisión de la misma en dos empresas con zonas de jurisdicción diferentes. Estas dos empresas se las denominaría posteriormente ANDINATEL S.A. y PACIFICTEL S.A. (...) Adicionalmente, la Ley Reformatoria establece la creación del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) como organismo regulador del sector y la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones como organismo ejecutor. La Superintendencia de Telecomunicaciones pasaría a cumplir el papel de organismo de control. (CONAM<sup>5</sup>, 2002, p.13)

La escisión o ruptura de EMETEL se dio en noviembre de 1997, presentando inconvenientes con el objetivo de privatizarlas, continuando así con la estructura de capital estatal; sin embargo el objetivo de privatizar las dos empresas ANDINATEL S.A. y PACIFICTEL S.A. fue persistente y tuvo éxito hasta junio de 1999, que contó con la no-objeción del Banco Mundial.

La necesidad de alcanzar con la mayor brevedad posible la liberalización del mercado de las telecomunicaciones y facilitar el mencionado proceso de

---

<sup>5</sup> Consejo Nacional de Modernización

transformación de las empresas, llevó a generar nuevos cambios en el marco jurídico.

En este sentido, con fecha 13 de marzo del 2000 se expide la Ley de Transformación Económica del Ecuador, la cual señala que todos los servicios de telecomunicaciones se brindarán en régimen de libre competencia, evitando los monopolios, prácticas restrictivas o de abuso de posición dominante, y la competencia desleal, garantizando la seguridad nacional y promoviendo la eficiencia, universalidad, accesibilidad, continuidad y la calidad del servicio. Esta Ley señala adicionalmente que, en lo referente a la transformación de la composición accionaria de las empresas de telecomunicaciones que actualmente poseen capital estatal (ANDINATEL S.A. y PACIFICTEL S.A.), se podría dar un proceso de venta de acciones o un proceso de derecho preferente para la suscripción de las mismas. (CONAM<sup>6</sup>, 2002, p.13)

Sin embargo, para el CONAM todas estas disposiciones en la Ley resultaron insuficientes para alcanzar los objetivos planteados en ella, es así que se planteó la elaboración de las reglas de juego para los aspectos técnico-procesales del sector y que den agilidad a los trámites involucrados, lo que significaba una reestructura en el ente regulador. Es así que para noviembre del 2000, se encontraba listo el nuevo proyecto de Ley de Telecomunicaciones, en el cual se había discutido con todos los actores en telecomunicaciones del país la redefinición de la estructura del órgano de control.

El proyecto de Ley de Telecomunicaciones no contó con el apoyo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, siendo imposible la presentación de este proyecto al Congreso Nacional, pues el rector de la Superintendencia había presentado su propio proyecto, dando de baja al proyecto que se había venido trabajando y contado con la participación de todos los actores del sector de telecomunicaciones del país y el CONAM.

(...) se define la nueva estrategia que se seguirá en el Sector de las Telecomunicaciones (...) que se instrumentará en las siguientes acciones:

- Regulación que permita una apertura controlada del Sector Telecomunicaciones.
- Licitación de Bandas de Frecuencias (WLL, LMDS y PCS) para permitir la introducción de nuevos servicios en el país.

---

<sup>6</sup> Consejo Nacional de Modernización



- Selección de Operadores Internacionales que se encarguen de la administración profesional de las empresas estatales Andinatel y Pacifictel. (CONAM<sup>7</sup>, 2002, p.13-15)

En el 2007 el actual gobierno planteó como política gubernamental y dentro de sus prioridades la implementación de Tecnologías de la Información y Comunicación, “La Estrategia Ecuador Digital 2.0”, para lo cual estableció un nuevo Estado a través de la renovada Constitución en el 2008, enfocándose en el bienestar de la ciudadanía instituyendo un modelo económico, político y social de desarrollo.

En el 2009 crea el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información con el objetivo de brindar acceso igualitario de los servicios del sector de telecomunicaciones para asegurar el desarrollo de la población ecuatoriana. Ese mismo año se fusiona el Consejo Nacional de Radio y Televisión -CONARTEL- al Consejo Nacional de Telecomunicaciones-CONATEL.

Plan Nacional de Desarrollo 2009 – 2013 establece una estrategia nacional de largo plazo, que busca la diversificación de la matriz productiva. Por otro lado, el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017 plasma la estrategia para la reducción de la pobreza, para soportar y viabilizar estos dos grandes intereses nacionales, el Estado debe mejorar su gestión y la calidad en la prestación de sus servicios, para lo cual el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) se convierte en un factor clave. (Secretaría Nacional de la Administración Pública: Plan Nacional de Gobierno Electrónico 2014 2017, 2014, p.7)

Lo anterior precisa la gestión estratégica de las TIC. En ese sentido, El Plan de Gobierno Electrónico se constituye en el instrumento rector de todos los esfuerzos de automatización del Estado y en marco de referencia, inspiración y proyección para los distintos actores involucrados. (Secretaría Nacional de la Administración Pública: Plan Nacional de Gobierno Electrónico 2014 2017, 2014, p.7)

Según la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones –SENATEL-, para la década del siglo XXI, se observa un desarrollo en las redes de fibra óptica, acceso a Internet y telefonía fija y móvil en el Ecuador. Todos estos avances realizados por el gobierno en orientación a su gestión, como en sectores del turismo y comunicación. El gobierno ha priorizado el nivel de

---

<sup>7</sup> Consejo Nacional de Modernización

telecomunicaciones a nivel nacional, con la suscripción de convenios e inversiones a través de su Ministerio de Telecomunicaciones; e incluso a través de otras Carteras de Estado impulsa la ciencia y la tecnología para lograr crecimiento y bienestar en la sociedad.

En un Informe del Foro Económico Mundial, según estadísticas para el Ecuador se registraba un significativo avance en relación a la tecnología pasando del puesto 116 al 108 del ranking general; y para el 2013, el Foro Económico Mundial afirma que el Ecuador ocupa el puesto 96. Algunos aspectos como la crisis financiera ocurrida entre 1998 y 1999, y la dolarización, obligo al Ecuador frenar su inversión en Tecnologías de información y comunicación; sin embargo para el siglo XXI se muestra un esfuerzo gubernamental por ingresar a la era informática. (El Comercio.com, el 24 de diciembre de 2014)

Para el desarrollo económico, social y político del Ecuador existen dos factores que lo definen, el primero como posible mercado para los países industrializados, y el segundo en calidad de país productor y suministrador de materias primas, ambos le han significado su ingreso al mercado mundial y por ende a la economía internacional. Ante lo cual el análisis del desarrollo del Ecuador debe ser tanto de los factores externos como internos del país, no pueden aislarse el uno del otro, pues conforman una mancuerna en la situación actual del desarrollo del Ecuador.

Acosta señala: "(...) para poder comprender la actual situación del país, es necesario realizar un análisis de la estructura económica y social ecuatoriana y de su vinculación con la economía internacional durante las últimas décadas." (Acosta, 1982, p.42)

Al respecto, varios estudiosos de la realidad ecuatoriana y latinoamericana, coinciden en afirmar que el desarrollo de la sociedad ecuatoriana -al igual que otros países denominados en vías de desarrollo- ha sido caracterizado por la evolución de las relaciones económicas y comerciales del país con el mercado mundial y por tanto, identificado como relación de dependencia. (Ley de Modernización del Estado, 1993, s.p.)

En el siguiente cuadro se muestra la evolución de las leyes y reglamentos de telecomunicaciones en el Ecuador:

Cuadro 1: Evolución Telecomunicaciones Ecuador

FECHA		HECHO/ACONTECIMIENTO
AÑO	MES	
1972	Octubre	Ley Básica de Telecomunicaciones.
1975	Abril	Ley de Radiodifusión y Televisión.
1992	Agosto	Ley Especial de Telecomunicaciones.
1995	Mayo	Reforma a la Ley de Radiodifusión y Televisión.
	Agosto	Reforma a la Ley Especial de Telecomunicaciones.
	Noviembre	Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones y a la Ley Reformatoria.
1996	Mayo	Transformación de EMETEL en EMETEL S.A.
	Octubre	Reformas al Reglamento General.
1997	Agosto	Ley modificatoria a la ley Reformatoria a la LET.
	Septiembre	Escisión de EMETEL S.A en ANDINATEL y PACIFICTEL.
	Noviembre	Fracaso de la venta del 35% del EMETEL.
	Diciembre	Régimen de Exclusividad Temporal Regulada para ANDINATEL, PACIFICTEL.
1998	Abril	Fracaso de la venta del 35% del EMETEL.
1999	Marzo	Proyecto de Ley de Telecomunicaciones (Retirado por el ejecutivo).
	Junio	Ley Reformatoria para la Modernización del Estado (Retirado por el ejecutivo).
2000	Marzo	Reforma de la Ley especial de Telecomunicaciones, mediante la Ley de transformación económica, introduciendo el régimen de libre competencia.
	Septiembre	Reglamento para otorgar concesiones de los servicios de telecomunicaciones que se brindan en régimen de libre competencia.
	Noviembre	Se invita a seis empresas para contratar una banca.
	Diciembre	Decreto 1001, prohíbe inversión en ANDINATEL y PACIFICTEL.

2001	Enero	Decisión de dar por terminado la exclusividad regulada, Contratos de concesión sean renegociados.
	Abril	Terminada la exclusividad, Contratos de concesión entre SENATEL y ANDINATEL y PACIFICTEL.
	Mayo	Conatel elabora Proyecto de ley especial de Telecomunicaciones.
	Julio	Diferimiento del proceso de subasta de bandas para telefonía móvil e inalámbrica.
	Agosto	Comisión Nacional de Conectividad.
	Septiembre	Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada y Reglamento del segmento espacial.
	Octubre	Reglamento de servicios portadores.
	Noviembre	Proceso público competitivo de adjudicación de frecuencias y títulos habilitantes y Reglamento de tasas por los servicios de Control e inspección.
	Diciembre	Zona geográfica FM Azuay – Cañar, Zona geográfica FM Imbabura, Reglamento de denuncias contra actos contrarios a la libre competencia, Reglamento para otorgar concesiones de los servicios de telecomunicaciones, Reglamento de interconexión, Reforma al Reglamento de interconexión, y Norma que regula el registro público de Telecomunicaciones.
2009	Mayo	Declaración de la inconstitucionalidad de los artículos e) y f) del Art. 5-B y Art. 5-D de la ley de Radiodifusión y Televisión por parte de la Corte Constitucional. La demanda la presentó el Presidente de la República.
	Agosto	Creación del Ministerio de Telecomunicaciones y de Sociedad de la Información, Aclarase la constitución del Directorio del CONATEL.
	Octubre	Interpretación de la Corte Constitucional a cerca de que si se debe considerar al espectro radioeléctrico como recurso no renovable del Estado.

Fuente: Telecomunicaciones en la República del Ecuador, s.f., En Wikipedia, Recuperado el 17 de febrero de 2015 de [http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaciones\\_en\\_la\\_Rep%C3%BAblica\\_del\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaciones_en_la_Rep%C3%BAblica_del_Ecuador)

## 4.2. Procesos, estrategias y propósitos del gobierno

La política pública, es sin duda de gran relevancia en la toma de decisiones de una autoridad para una sociedad, involucrando su voluntad y decisión política, visualizándose las relaciones con la ciudadanía o el impacto que ejerce sobre ella, pues desencadena en la situación económica, social y política de la sociedad.

(...) Va más allá de la declaración o modificación o sucesión de un régimen político, porque considera la dimensión democrática de la participación y relación con y entre diversos actores (Estado - Sociedad Civil), la calidad de vida cotidiana y futura de los individuos, sus respectivos contextos y su inserción internacional, porque su influencia es determinante para llamadas sociedades en vías de desarrollo como la nuestra y porque son definitorias en todos los campos de acción. (Artieda, 2008, p.7)

El uso de las herramientas tecnológicas en el Ecuador busca ampliar las oportunidades del ciudadano ecuatoriano, en la que el gobierno enfatiza fortalecer mediante la educación las capacidades de su sociedad, desencadenando en el desarrollo humano e inevitablemente convivir con la globalización, que no es más que la respuesta a la satisfacción de las necesidades que tiene la sociedad ecuatoriana.

Mc Luhan al respecto, la llamada “aldea global” efectivamente parece ser una realidad. Pues el hecho es que hoy por hoy, “no existe lugar distante del globo terráqueo al cual no sea posible acceder mediante las computadoras e Internet. No obstante, esto es en el campo de las potencialidades creadas por el sector de las telecomunicaciones. Pero la realidad demuestra un enorme desbalance tecnológico entre los países, y no sólo referidos a las nuevas TIC.” (PNUD<sup>8</sup>, 2001, p. 9)

El Ecuador a través de la Secretaría Nacional de la Administración Pública –SNAP-, quien: (...) actúa emitiendo normativa técnica, realizando seguimiento y controlando diversas actividades colaborativas con las distintas entidades, tanto públicas como privadas a nivel nacional e internacional. (Secretaría Nacional de la Administración Pública: Plan Nacional de Gobierno Electrónico 2014 2017, 2014, p.22); emprende estrategias que permitan el desarrollo del país, resumiéndolo en cuatro pilares: Marco Regulatorio, Servicios y Procesos, Tecnologías de la Información y Comunicaciones y Personas.

---

<sup>8</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo es el organismo de la ONU

Como se ha descrito anteriormente el gobierno actual ha trabajado y desarrollado políticas gubernamentales que marcan significativamente un cambio en el país, incidiendo en los procesos de transformación económicos, sociales y políticos en los que nos desenvolvemos como ciudadanos; es preciso señalar que muchos comparten el criterio que existe un desbalance tecnológico asociándolo al aspecto de inclusión social, sin embargo, el gobierno actual en su anhelo de desarrollo ha implementado estrategias que permiten afrontar el cambiante mundo de hoy –globalización; así podemos citar como política pública el acceso al internet se ha convertido en el marco de la modernización en el sector de telecomunicaciones dentro del país.

El internet en el Ecuador se ha convertido en la evidencia clara de que el gobierno tiene dentro de sus políticas el incremento al acceso a la información a través del campo de nuevas tecnologías de la información y comunicación, introduciendo la llamada nueva sociedad red.<sup>9</sup>

El gobierno lo ha manifestado y lo que busca es que la sociedad tenga acceso a todos los servicios que tengan relación con las telecomunicaciones de forma justa y equitativa, que forme parte de su desarrollo social y económico, busca una sociedad incluyente y participativa dentro de los sectores estratégicos de la economía del país.

#### **4.3. Descripción de las iniciativas implementadas por el gobierno**

Dentro del Plan Nacional de Gobierno Electrónico 2014 2017, bajo el pilar de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, se establece elementos habilitantes que a continuación se replica de la página 23 del documento citado:

- Plataforma de Pasarela de Pagos: Facilita el pago por un bien o servicio a través de un canal electrónico, los ciudadanos y las empresas podrán acceder a esta solución y escoger desde que fuente de dinero quieren realizar la transacción.
- Plataforma de Interoperabilidad: Medio por el cual se realiza el intercambio de datos e información entre instituciones públicas, mediante el uso de estándares, normas y otras soluciones tecnológicas.
- Plataforma de autenticación: Permite contar con servicios tecnológicos para contar con una identidad digital única y segura.

---

<sup>9</sup> Con la expresión “la Red” en el Informe de Desarrollo Humano, se hace referencia principalmente a internet como la malla mundial de interconexión informativa.

- Red de Alta Velocidad: Son tecnologías que permiten transmitir grandes volúmenes de datos a altas velocidades, con una excelente calidad de servicio, además de recibir información en cualquier momento y desde cualquier punto donde se encuentre el usuario.
- Centro de Servicios Compartidos: Es un ambiente controlado en el cual están alojados los recursos necesarios para el procesamiento de información de una organización.
- Anillo Interministerial: Interfaz de datos Gubernamental, distribuida por fibra óptica para la transmisión de información ministerial en una red interconectada de Ministerios, Secretarías y otras instituciones en línea, que permite definir niveles de acceso, seguridad, ancho de banda e interoperabilidad.
- Anillo Institucional: Interfaz de datos Institucional, distribuida por fibra óptica para la transmisión de información en una red interconectada institucional y sus entidades adscritas, que permite definir niveles de acceso, seguridad, ancho de banda e interoperabilidad.

Hasta el año 2012, en el Ecuador, por principio, las bajas tasas de penetración de la telefonía y los altos costos de acceso a Internet, constituyeron el problema central y elemento revelador en materia de brecha digital -aún para la población urbana del país- cuya situación era significativamente mejor en materia de infraestructura de conectividad comparada con la situación de las comunidades rurales. Pues en ambos casos, no sólo que no se garantizaba el acceso a Internet a causa del elevado costo, baja capacidad y/o carencia de infraestructura respectivamente, sino que dado el progreso tecnológico y globalización de la sociedad actual, se tornarían en nuevos factores de exclusión y postergación social.

A partir de entonces se ha venido confirmando la importancia que tiene el conocimiento, su generación, transmisión y distribución. La introducción y difusión de las nuevas tecnologías en los procesos productivos y en general en toda la sociedad, así como los cambios organizacionales e institucionales globales, son determinantes. De tal forma que ahora se habla del desarrollo de una nueva sociedad, sustentada en una economía versátil y ágil, que además de ser caracterizada como global, también se le han adjudicado los conceptos de “nueva economía”, “economía informacional”, “economía basada en el conocimiento”, “economía del aprendizaje” y otros como “sociedad de la información y nueva economía”. (Sánchez, 2001, p. 6)

Actualmente, el gobierno ha planteado el Programa de Acceso Universal a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), agrupando en cuatro proyectos interrelacionados: Infocentros, Internet para Todos, Ecuador Digital y Plan Nacional de Banda Ancha; que ha constituido en desarrollo en el ámbito de las TIC para la sociedad ecuatoriana; pues como lo señala el Ministerio de Telecomunicaciones, la implementación de estos proyectos promueven el desarrollo económico, social, cultural, solidario e inclusivo. Se ha implementado la Estrategia Ecuador Digital 2.0. como parte esencial en el cambio de la Matriz Productiva. Además señala que:

La propuesta es introducir al ciudadano en el conocimiento de las TIC con el fin de reducir la brecha y analfabetismo digital, motivándole a emplear la tecnología para su aprovechamiento, mejorando así su calidad de vida e impulsando el desarrollo productivo de su comunidad, propiciando el acceso a productos y servicios en línea, tanto locales como internacionales. (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.gob.ec; 24 de octubre de 2014)

A continuación enlistamos algunas de las iniciativas del gobierno en relación a las telecomunicaciones que han sido implementadas en la sociedad:

- Servicio de Telefonía Fija:  
CNT – Corporación Nacional de Telecomunicaciones
- Servicio de Telefonía Móvil:  
CNT – Corporación Nacional de Telecomunicaciones
- Servicio de Televisión Analógica y Digital:  
CNT – Corporación Nacional de Telecomunicaciones
- Banda Ancha  
CNT – Corporación Nacional de Telecomunicaciones
- Infocentros



**CAPÍTULO V. INCIDENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN IMPLEMENTADAS EN EL MINISTERIO DE TURISMO DE LA CIUDAD  
DE QUITO**

## 5.1. Área turismo

En el boletín de prensa del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, de enero de 2014, en la página 19 señala que:

El turismo actualmente es una industria extremadamente híbrida e incorpora distintas características de la Sociedad de la Información. A pesar de que el producto básico de esta industria es el servicio físico, los cuales son producidos y consumidos en el mundo físico, estos son generados y alcanzados a través de servicios de información basados en las TIC. La integración entre los servicios físicos y servicios de información es uno de los principales retos de la industria turística. En consecuencia el desarrollo del turismo resultar ser en gran parte un producto de la información. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.gob.ec, 24 de octubre de 2014).

Como lo señala el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información en su portal web, la Sociedad de la Información actual ha convertido al turismo en una industria intensiva en información, conforme las TIC tienen un impacto potencial sobre los negocios turísticos. El impacto de las tecnologías de la información y comunicaciones en la industria del turismo no puede ser subestimado debido a que son herramientas fundamentales para poder responder a las demandas de la sociedad actual basada en el intercambio de información.

Además dentro del mismo documento menciona que los principales usos de las TIC en la industria del turismo se la puede observar con la integración de herramientas y sistemas automatizados para hoteles, restaurantes y aerolíneas comerciales. Las TIC han facilitado las transacciones entre negocios en la industria mediante la creación de redes con los socios comerciales, la distribución de productos y servicios, además de proveer información a los consumidores. Por otro lado, los consumidores también utilizan aplicaciones en línea para interactuar con la industria turística.

La Organización Internacional del Trabajo en el informe: *Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector* (2001, p.18) reconoce la fuerte adopción de tecnologías de la información en el sector y dentro de todos sus ámbitos de trabajo. En este mismo informe (p. 91) se asume la necesidad de evolución de los perfiles profesionales actuales, sobre todo, en el ámbito de las nuevas tecnologías, la capacidad de adaptación a la cultura del cliente y las competencias de gestión.

Ante lo cual es evidente que las nuevas tecnologías de información y comunicación permiten al ser humano diversificar su tiempo y espacio en actividades relacionadas a su entorno social, cultural y económico, donde su principal objetivo es satisfacer necesidades, y uno de los principales medios utilizados ha sido el internet; considerándose como ventajas de internet en la promoción turística:

#### **Mensaje y producto más adaptados.**

- Internet permite dirigir los mensajes de un emisor a un solo receptor o a muchos, personalizándolo. El emisor, por su parte, adquiere información del receptor que visita su sitio-web.
- La Red puede proporcionar información valiosa sobre la demanda y la competencia. Resultado: un particular estudio de mercados.
- Se puede adaptar, tanto el esfuerzo de comercialización, como el propio producto/servicio a los intereses particulares de consumidores diversos.

(Montiel, M, 2002, p. 540-542)

#### **Participación activa del cliente (Interactividad).**

- Es una característica básica de Internet: al navegar, se recopila la información que se desea y en el orden que se prefiere.
- La mensajería, por su parte, posibilita una comunicación directa y una solicitud/respuesta de la información complementaria que no se haya podido conseguir.
- Así el cliente, el turista, es un participante activo y dispone de mayor control sobre la información e incluso sobre el proceso de compra.

(Montiel, M, 2002, p. 540-542)

#### **Información flexible y dinámica.**

- Las páginas de un sitio web, pueden considerarse un folleto o un anuncio electrónico, pero mucho más versátil. Si la información que muestran está basada en un sistema de información, la actualización de éste produce la modificación inmediata de los contenidos de las páginas.
- Además, la automatización de los procesos permite ampliar o modificar el sistema de información sin demasiado esfuerzo.
- Esto permite mantener permanentemente informada a la demanda y da frescura a la oferta.

(Montiel, M, 2002, p. 540-542)

### **Acceso global en tiempo y espacio.**

- La mayor ventaja que tiene Internet frente a otros medios de comunicación es la exposición permanente y la capacidad de alcanzar de manera global los mercados.
- Con un sitio eficaz, una empresa permanece en el negocio 24 horas al día 365 días al año: cualquier internauta puede acceder a la información en cualquier momento.

(Montiel, M, 2002, p. 540-542)

### **Mejora del servicio.**

- Internet permite mejorar el servicio en todas las etapas de interacción con el cliente: preventa, venta y postventa.
- El cliente accede a un amplio número de opciones de servicios y productos. Puede reservar, e incluso pagar, de forma rápida. Dispone de información complementaria general o particularizada. Permite mantener un contacto posterior fluido, por iniciativa de la empresa o solicitado por el cliente.
- Como resultado de esta interacción las posibilidades de fidelización aumentan.

(Montiel, M, 2002, p. 540-542)

## **5.2. Promoción de lugares insignias del país a través del internet**

La importancia del sector turismo dentro de la economía del país, es citada en el boletín de prensa del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, de enero de 2014, que señala lo siguiente:

El turismo es una de las industrias con mayor crecimiento a nivel mundial. Principalmente es una industria de servicios por lo que no produce bienes pero ofrece servicios a distintos tipos de personas. El turismo es una combinación de varias industrias y comercios interrelacionados como la industria alimentaria, la industria del transporte, etc. Es un negocio complejo debido a que involucra múltiples actividades socio económicas como atracción de personas a un destino, transportación, hospedaje, alimentación y entretenimiento, etc. Este proceso significa una mejora de infraestructura significativa y contribuye con el desarrollo de la región. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2014, p. 19)

El turismo es una industria combinada, pues brinda servicios que no son tangibles pero que a través de la incorporación de las herramientas tecnológicas se convierten en servicios físicos, convirtiéndolo en algo palpable para el turista; la actividad turística tiene ese gran desafío de combinar las tecnologías de la información y comunicación para la divulgación de los servicios turísticos, pues el desarrollo del turismo se vuelve un producto de la información y comunicación.

La Sociedad de la Información actual ha convertido al turismo en una industria intensiva en información, conforme las TIC tienen un impacto potencial sobre los negocios turísticos. El impacto de las tecnologías de la información y comunicaciones en la industria del turismo no puede ser subestimado debido a que son herramientas fundamentales para poder responder a las demandas de la sociedad actual basada en el intercambio de información. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2014, p. 19 -20)

Los principales usos de las TIC en la industria del turismo se la puede observar con la integración de herramientas y sistemas automatizados para hoteles, restaurantes y aerolíneas comerciales. Las TIC han facilitado las transacciones entre negocios en la industria mediante la creación de redes con los socios comerciales, la distribución de productos y servicios, además de proveer información a los consumidores. Por otro lado, los consumidores también utilizan aplicaciones en línea para interactuar con la industria turística. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2014, p. 19 -20)

El uso de sistemas automatizados en el sector turístico principalmente se los implementa para: comunicación con potenciales clientes, permitir interactividad con consumidores, mejorar la administración de inventario, maximizar las ganancias, reducir costos de operación y mejorar su rendimiento. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2014, p. 19 -20)

Dentro del mismo boletín de prensa se hace referencia a las herramientas de la información y comunicación que han sido implementadas por los negocios turísticos para mejorar sus capacidades y ventajas competitivas dentro del sector.

El turismo está sufriendo una auténtica revolución debido a la incorporación de las TIC, y sobre todo el uso de internet, provocando la transformación del propio sector. En el futuro próximo todo parece indicar que las tendencias actuales sobre la

comercialización y promoción en línea, ofrecimiento de información, utilización de sistemas automatizados serán las fuerzas que sigan cambiando el turismo. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2014, p. 19 - 20)

Es preciso manifestar que en la actividad turística el mensaje que se envía es unipersonal y que en ocasiones se puede contradecir con la comunicación que es de carácter masivo. En el turismo el mensaje que se remite tiene un mercado clave al cual va dirigido y para el cual se ha trabajado con lemas, audio, imágenes, música, entre otros que ayudaran a recrear una percepción en cada individuo; tanto el que envía como el que recibe el mensaje tienen una percepción o una programación visual de este.

Las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación aplicadas al turismo han evolucionado constantemente dentro de los últimos años, estableciendo un reto importante para todos los sectores que intervienen dentro de la actividad turística; sin embargo también se deberá considerar los peligros de los elementos digitales a utilizarse al momento de comprar servicios turísticos, pues como en todo lo referente a herramientas tecnológicas habrá elementos maliciosos que afecten no solo económicamente al usuario que las utiliza.

La capacidad de interconexión principalmente en los últimos tiempos ha sido a través de la red, la cual ha permitido el desarrollo económico y social de una nación, pues el adoptarse y adecuarse a esta nueva herramienta implica asumir el impacto en todos los sectores productivos de una nación; así como en su momento hubo grandes invenciones como la imprenta, ahora las tecnologías de la información y comunicación se convierten en revolución que modifica las bases de la economía en todos los sectores, incluido el turismo.

Es así que el internet, se ha convertido hoy en día para el país en un medio de información y comunicación fundamental, donde el gobierno ha comprendido el poder que tiene el uso del mismo; claro ejemplo es el Ministerio de Turismo que a través de las herramientas tecnológicas como las redes sociales difunden no solo atractivos, servicios u otros productos turísticos, sino que además incentiva a través de ellos a divulgar al país como una marca, e inclusive que se sume el apoyo para las candidaturas de premios turísticos a nivel internacional donde el Ecuador participa, tales como: *World Travel Awards*, *International Chocolate Awards*, *Gourmand Awards*, *Travvy Awards*, Campeonato Mundial del Hornado, entre otras.

## Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación implementadas en el Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo del Ecuador es el organismo rector de la actividad turística en el país,- tercera fuente de ingresos no petroleros para el país-, de acuerdo a la Ley de Turismo en el Art. 15; siendo su misión liderar la actividad turística en Ecuador, garantizando que se constituya en una fuente prioritaria y permanente de ingreso del país, posicionándolo entre los más importantes destinos, de esta manera, aportar a la mejora de la calidad de vida de los ecuatorianos mediante el desarrollo social y económico.

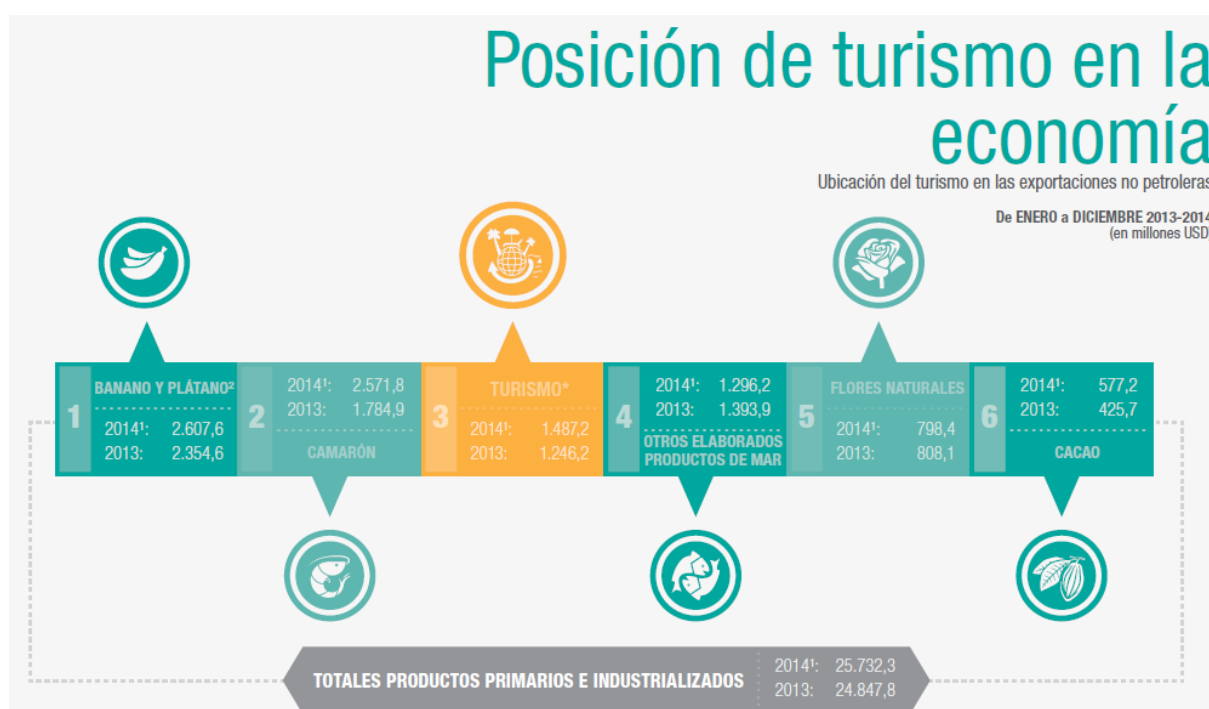


Figura 2: Posición del turismo en la economía

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

El Ministerio de Turismo comprende ese poder y las grandes posibilidades que brinda el uso de redes sociales; y, a pesar de ocasionales conmociones, originadas por eventos económicos excepcionales, las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido – desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.035 millones en 2012.

Según las previsiones a largo plazo de la Organización Mundial de Turismo –OMT-, incluidas en Tourism Towards 2030 (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales crecerán un 3,3 % anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030.

Hoy en día las tecnologías de información y comunicación se han convertido en aliadas de la actividad turística, siendo de gran ayuda para su desarrollo:

- El internet se ha convertido en la vía más rápida y fácil para la divulgación de los servicios turísticos.
- Las TIC's permiten la promoción, publicidad, comercialización y contratación de los servicios turísticos.
- A través de estas tecnologías se puede ofrecer servicios turísticos a cada tipo de mercado seleccionado, diferenciando el tipo de cliente al que se quiere llegar y de qué forma.
- Permite estar en contacto con todos los actores de la actividad turística, mantener relaciones con ellos.
- Conocer y ofrecer servicios turísticos de acuerdo a sus consumidores dentro del mercado en el que se desenvuelve.
- Incentiva al sector turístico a mejorar sus capacidades, en materia de infraestructura, comunicaciones que le brinden la promoción y comercialización de sus servicios accesible desde cualquier lugar y en cualquier momento.
- Las TIC's se vuelven indispensables cuando una persona decide viajar, pues a través de estos medios se buscarán información de lugares, servicios, establecimientos, actividades, entre otras del lugar que se desee visitar y se conocerá de las opciones disponibles.
- La industria turística ha invertido en TIC's pues buscan implementar, innovar y actualizar continuamente sus ventajas competitivas.
- Hoy en día el turista ya no improvisa, en su mayoría planea y compra sus vacaciones; la tecnología le permite al turista obtener información de vuelos, hoteles, restaurantes, parques, museos, transporte, etc., desde cualquier lugar sin tener que salir para realizar pagos pues en la gran mayoría también tienen métodos de pago que se realizan en línea.

Como se describe en el portal web del Ministerio de Turismo, la participación del Ecuador en ferias y eventos a nivel nacional e internacional se ha convertido en una vitrina útil para la promoción turística, claros ejemplos durante el 2014, es la participación del país en las principales ferias del mundo: *Fitur* (España), *ITB* (Alemania), *World Travel Market* (Londres), *The International Ecotourism Society*, *TIES* y *World Travel Market Latinoamérica* (Brasil), *Travel Mart Latin America* y *FIT* (Argentina), *Adventure Travel World Summit* (Irlanda),



VIRTUOSO y USTOA (EE.UU), Expomayorista (México), ITB ASIA (Singapur), *Pure Experiences* (Marruecos) y ANATO (Colombia); e incluso logrando varios reconocimientos de gran prestigio a escala internacional, entre los que se destacan: Ecuador mejor Destino Verde del Mundo 2014; Quito Destino premios WTA 2014 Líder de Sudamérica; *FinchBay Eco Hotel* galardonado como Mejor Hotel Verde del Mundo.

El Ministerio de Turismo a través de estadísticas muestra el crecimiento del sector turístico entre los años 2013 y 2014, donde su estrategia ha incluido el uso de las herramientas tecnológicas de la información y comunicación siendo de gran aporte para el desarrollo de la actividad.

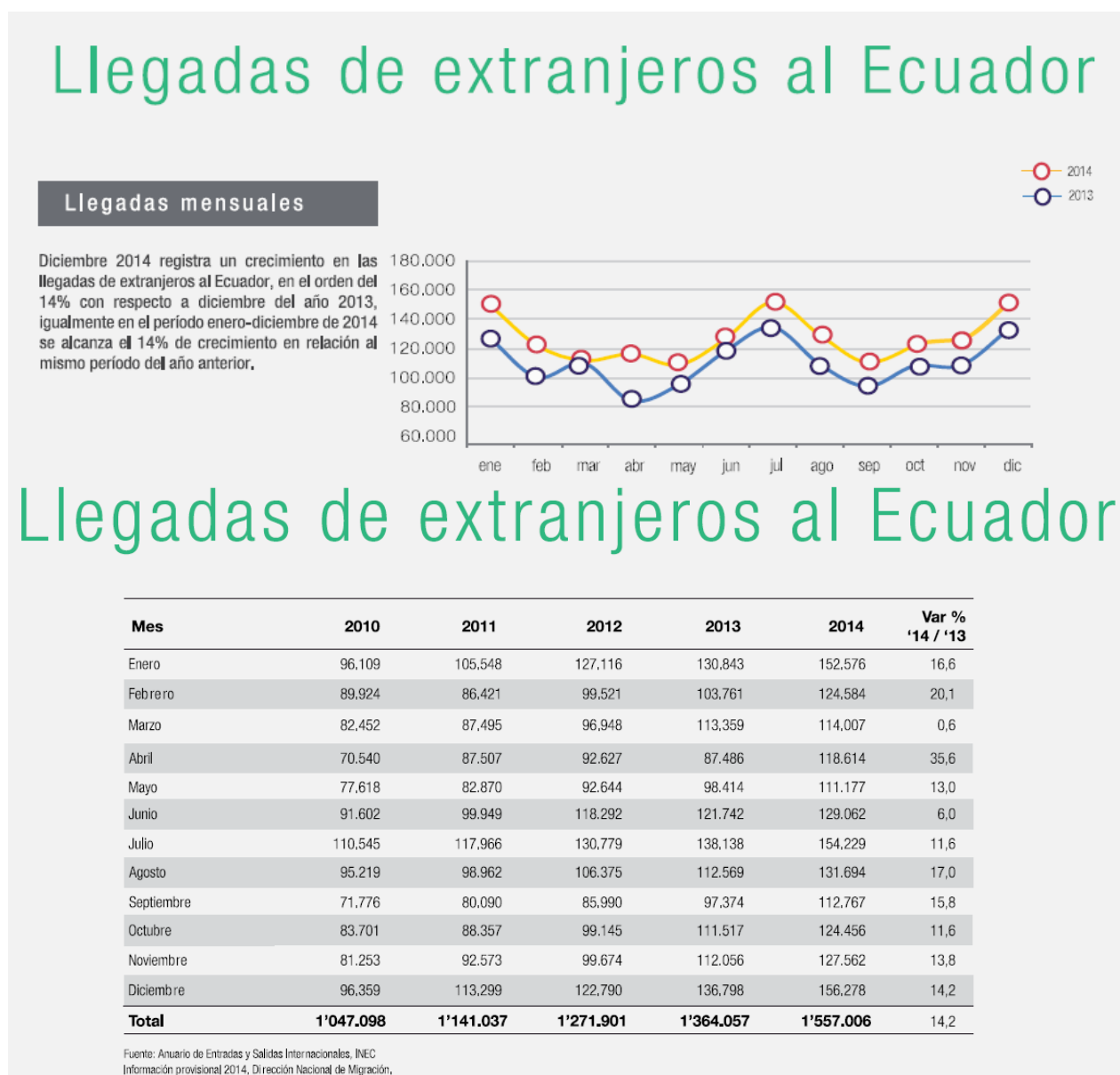


Figura 3: Llegadas de extranjeros al Ecuador

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

# Balanza turística (anual)

AÑO	INGRESOS	% Var.	EGRESOS	% Var.
2014	1.487,2	18,9	1.018,2	3,2
2013	1.251,2	20,5	987,1	4,6
2012	1.038,8	22,3	943,6	3,0
2011	849,7	8,0	916,5	6,2
2010	786,6	-	863,4	-

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Figura 4: Balanza Turística

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

# Balanza turística (trimestral)

AÑO 2014	INGRESOS (A) millones USD			EGRESOS (B) millones USD			SALDO C=(A-B)	VARIACIÓN % 2014/2013	
	VIAJES	TRANSPORTE	TOTAL	VIAJES	TRANSPORTE	TOTAL		INGRESOS	EGRESOS
I Trimestre	362,9	1,2	364,1	155,3	91,1	246,4	117,6	22,7	3,1
II Trimestre	345,8	1,2	346,9	159,5	100,1	259,5	87,4	21,8	3,2
III Trimestre	374,3	1,3	375,6	158,0	100,5	258,4	117,0	17,8	3,2
IV Trimestre	399,2	1,4	400,6	159,6	94,2	253,8	146,8	14,3	3,1
<b>Total</b>	<b>1.482,1</b>	<b>5,1</b>	<b>1.487,2</b>	<b>632,4</b>	<b>385,9</b>	<b>1.018,2</b>	<b>469,0</b>	<b>18,9</b>	<b>3,2</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
\*Datos provisionales.

AÑO 2013	INGRESOS (A) millones USD			EGRESOS (B) millones USD			SALDO C=(A-B)
	VIAJES	TRANSPORTE	TOTAL	VIAJES	TRANSPORTE	TOTAL	
I Trimestre	295,4	1,4	296,8	152,6	86,3	239,0	57,8
II Trimestre	283,6	1,3	284,9	156,7	94,8	251,5	33,4
III Trimestre	317,7	1,2	318,9	155,2	95,2	250,5	68,4
IV Trimestre	349,4	1,2	350,6	156,8	89,3	246,1	104,5
<b>Total</b>	<b>1.246,2</b>	<b>5,1</b>	<b>1.251,2</b>	<b>621,4</b>	<b>365,7</b>	<b>987,1</b>	<b>264,1</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Las divisas por concepto de Turismo, tanto ingresos como egresos se registran en dos partidas (viajes y transporte internacional de pasajeros) cuyos rubros el Banco Central del Ecuador lo publica en la cuenta de servicios de la Balanza de Pagos.

Figura 5: Balanza Turística (trimestral)

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

A continuación, en el cuadro se evidencia el crecimiento de la actividad turística registrado entre el año 2013 y 2015:

Cuadro 2: Cifras Claves

<b>CIFRAS CLAVES</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Llegada de Turistas Internacionales a Ecuador	1.364.057,00	1.557.006,00
Divisas por concepto de turismo	1.251,3 millones USD	1.086,5 millones USD
Superávit en la balanza turística	264,3 millones USD	469,0 millones USD

Fuente: Ministerio de Turismo, 2015

Este Ministerio busca incrementar el desarrollo de esta actividad, y como uno de los procesos agregadores de valor que permite cumplir con la misión institucional se encuentra la gestión de la Subsecretaría de Promoción Turística cuya misión es a su vez “Dirigir y coordinar las acciones estratégicas de promoción de destinos, servicios e inversión turística y posicionamiento de la marca turística a través de la producción de material publicitario, la participación en eventos, así como la difusión de la gestión institucional; con el fin de consolidar en el contexto nacional e internacional al país como una potencia turística”; y para ello ha desarrollado cinco pilares estratégicos que permitan obtener el objetivo de gestión turística, el cual busca promocionar los atractivos del país no solo a nivel nacional sino además introduciendo en mercados internacionales, pues al final de todo se convierte en una comercialización de servicios y atractivos del Ecuador al mundo.



Figura 6: Cinco pilares de gestión turística

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

El Ministerio de Turismo, a través del nuevo proyecto: “ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA”, tiene el fin de fortalecer el sector turismo como fuente sostenible de ingresos, en el marco de la política nacional de cambio de la matriz productiva y la erradicación de la pobreza, a través del posicionamiento nacional e internacional de los destinos turísticos en términos de diversificación de productos y mercados turísticos.

El propósito del proyecto es ejecutar una promoción y un mercadeo estratégico del Ecuador como destino turístico, a través de:

- Una ampliada promoción turística del Ecuador;
- El fortalecimiento y posicionamiento de los mercados y productos turísticos existentes y futuros;
- La generación de una oferta turística competitiva y sostenible,
- La implementación de un sistema de información de inteligencia de mercados turísticos.

En virtud de ello la Subsecretaría de Promoción a través de la Dirección de Medios Digitales busca desarrollar estrategias para la consecución de los objetivos de comunicación del Ministerio y de promoción del destino Ecuador a través de medios y aplicaciones digitales. El Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, establecido el 20 de diciembre de 2013, menciona en el punto 2.2.1.2 como la Misión de la Dirección de Medios Digitales, desarrollar estrategias para la consecución de los objetivos de comunicación del Ministerio y de promoción del destino Ecuador a través de medios y aplicaciones digitales. De igual forma indica que dentro de sus atribuciones puntuales se encuentran: Coordinar las acciones en medios y aplicaciones digitales con las áreas respectivas en los temas de promoción del destino Ecuador y comunicación institucional; Coordinar campañas internacionales en medios y aplicaciones digitales; Posicionar los activos digitales del Ministerio.

En este sentido el Ministerio de Turismo, coordina estrategias y acciones para lograr contacto con clientes potenciales e intermediarios en los mercados emisores, así como las relaciones con prensa y los medios masivos; donde el uso de TIC se convierte en una herramienta esencial en el desarrollo de todas estas actividades.

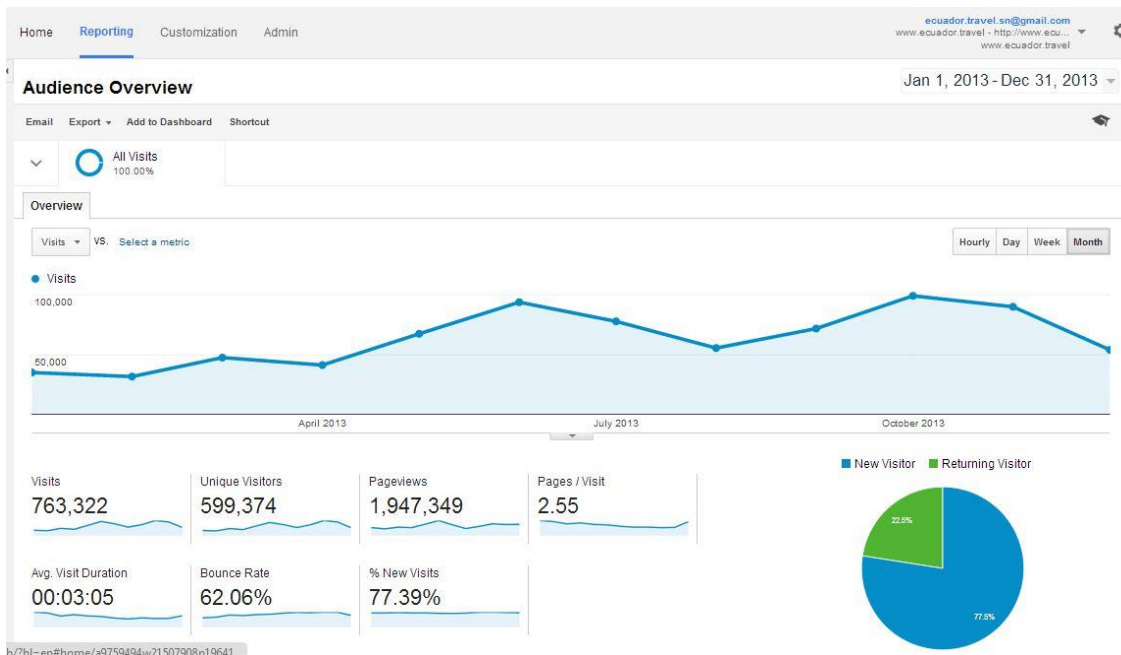


Figura 7: Visitantes a la página web durante el año 2013

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

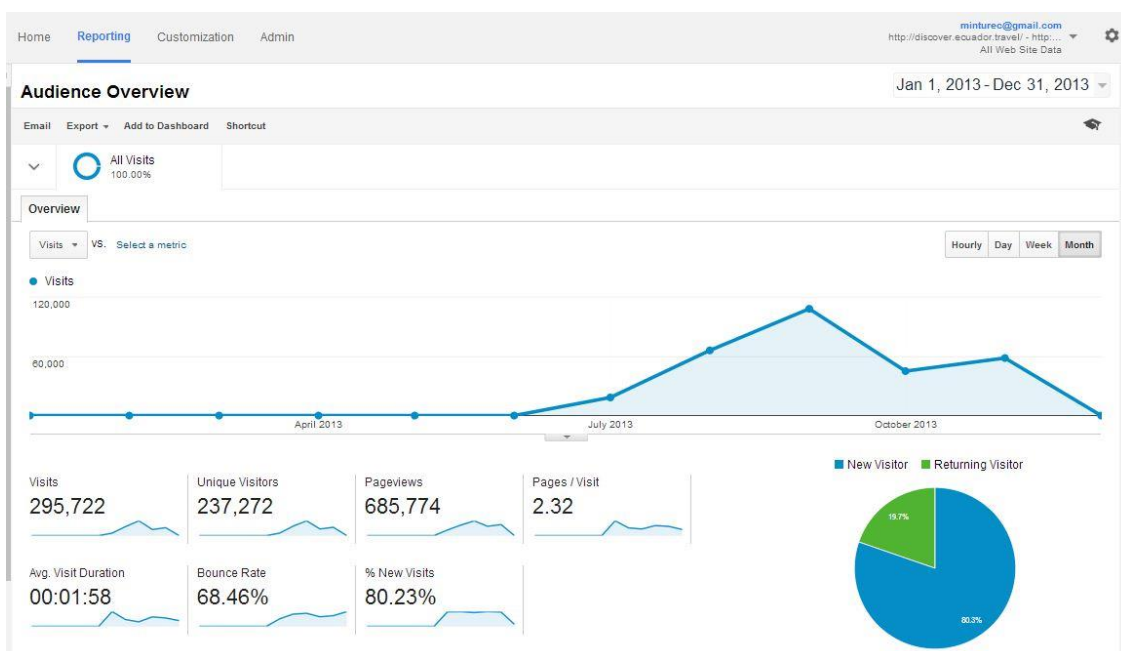


Figura 8: Visitantes a la página web durante el año 2013

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

En las dos Figuras anteriores se puede evidenciar la estadística analítica de la web [www.ecuador.travel](http://www.ecuador.travel) en el 2013, cuenta que se actualizó desde el mes de Junio del 2013 (Figura 7); posterior se lanzó el portal web “EcuadorTravel” (Figura 8), ambas analíticas tienen como resultado 1’059.044 visitantes a nuestro portal.

Para el 2014, el Ministerio de Turismo lanzó la campaña mundial para promocionar los destinos y/o productos turísticos de Ecuador a la que se le denominó “All You Need Is Ecuador” y esta a su vez estuvo acompañada de una estrategia de expectativa durante los meses de febrero y marzo de 2014.

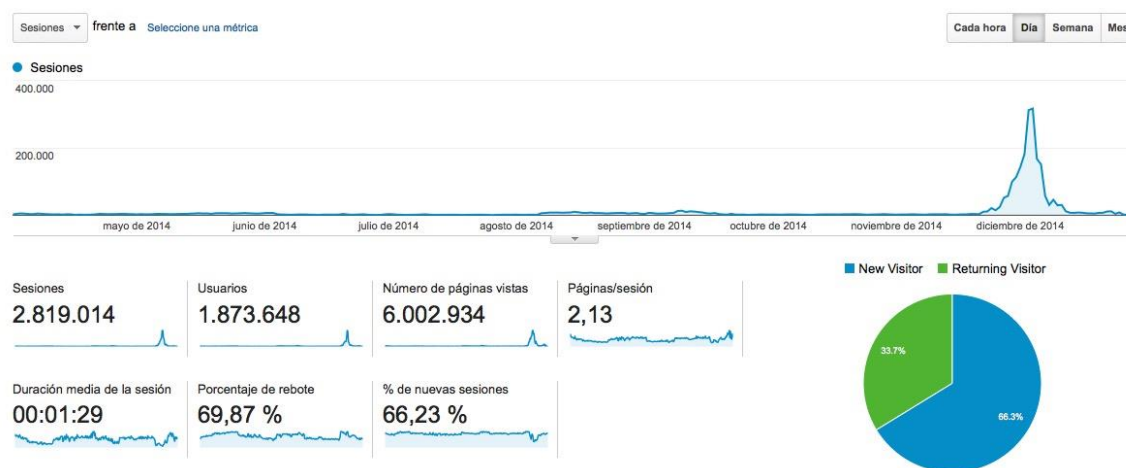


Figura 9: Visitantes a la página web durante el año 2014

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

Para la presente investigación se tomará como referencia la campaña All You Need Is Ecuador (Todo lo que necesitas es Ecuador), la misma que se lanzó en 2014 en el mes de abril acompañada de una estrategia de expectativa durante los meses febrero y marzo del mismo año. Campaña que se convierte en un hecho histórico dentro del país en relación al turismo ecuatoriano, la cual tiene por objetivo enfatizar los destinos turístico que tiene el país, desarrollada con la presencia de la marca país a través de letras gigantes (6 metros de altura) en 19 ciudades del mundo y del país, cada una contaba con una dirección web, código QR o de respuesta rápida, y una etiqueta o hashtag, elementos que permitían al público en general a interactuar con cada letra. La página oficial de la campaña es <http://ecuador.travel/>.

La campaña All You Need is Ecuador (Todo lo que necesitas es Ecuador) se convirtió en una oportunidad para promocionar la variada oferta turística de las 4 regiones: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, que se activó simultáneamente en 19 ciudades del mundo, con miras a posicionar al país como destino turístico de clase mundial. Así, la primera etapa de la campaña “All You Need Is Ecuador” arrancó el 1 de abril de 2014 alcanzando una impresionante resonancia a escala mundial, impactando a 68,700,00 de personas en televisión; 176,122,135 en Internet;

30,644,862 en revistas; 66,490,224 en vía pública; y, 4,599.408, en otros. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 05 de enero de 2014)



Figura 10: Cobertura Campaña *All you need is Ecuador*

Fuente: Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica; 2014

La campaña al ritmo de una canción clásica de la banda inglesa *The Beatles*, "*All you need is love*", busca consolidar el concepto de que en Ecuador todo está cerca, como en ningún otro lugar del mundo. Como lo precisa el Ministerio de Turismo, en su portal web, se invita a los viajeros del mundo a visitar Ecuador para descubrir nuevos lugares, sentirse libres, entrar en sincronía con la naturaleza, escapar de la rutina, compartir el tiempo con otros, volver a creer, a detener sus acelerados ritmos de vida y dar tiempo a cosas importantes, más allá del trabajo. La campaña en su segunda fase a partir de noviembre del 2014 se difundió en medios digitales y en televisión. Logrando a finales de diciembre de 2014 la meta de 1'500.000 de visitantes en el Ecuador, marcando historia dentro del país.

En el caso de Norteamérica, la campaña será pautaada en canales como *CNN Airports*, *TNT*, *Discovery* y *Travel & Living Channel* en Estados Unidos; mientras en Canadá la cadena televisiva que difundirá la campaña será *Discovery*. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 27 de diciembre de 2014)

En Latinoamérica también se promocionará el Destino Ecuador con esta ambiciosa campaña. Chile, México, Colombia, Perú, Argentina y Brasil son los países que serán impactados con *All You Need Is Ecuador (AYNIE)* a través de los medios televisivos: SONY, AXN, Canal FOX, National Geographic, Fox Sports, FX, Fox Life, Cinecanal, Film Zone, CNN Español, CNN Internacional, Warner, TNT, ESPN, Space, Home & Health, Travel & Living Channel, entre otras. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 27 de diciembre de 2014)

Los spots reflejarán productos de aventura y los destinos con riqueza patrimonial. La segunda fase del AYNIE también se difundirá a través de medios digitales, en este campo también se incluirá el mercado europeo: Reino Unido, Francia, Alemania, Holanda y España, países que son mercados priorizados para la promoción del Destino Ecuador. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 27 de diciembre de 2014)

Facebook, Twitter, YouTube, Google, Despegar.com, TripAdvisor y Expedia son algunos de los medios digitales en los que se ha pautaado para fortalecer el impacto de esta reconocida campaña que ha marcado un hito desde su lanzamiento a escala mundial, el pasado 1 de abril de 2014. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 27 de diciembre de 2014)

Además esta campaña estuvo apoyada por páginas especializadas de turismo y medios impresos como las revistas a bordo de las aerolíneas Lufthansa, KLM, Iberia, Air France, LAN, Avianca y Aeroméxico; y, en vallas y pantallas en vías de los Estados Unidos, Canadá, Alemania, Inglaterra, Italia, Francia, Holanda.

Otra noticia anunciada por el Ministerio de Turismo en enero de 2015, fue que la campaña '*All You Need Is Ecuador*' estaría presente en la final del torneo de fútbol americano, el 1 de febrero de este año, evento deportivo de gran relevancia en los Estados Unidos, que mantiene millones de espectadores cada año frente a sus televisores para vivir esa fiesta deportiva, anunció confirmado por el periódico *Los Angeles Times*, que compartió la noticia con su audiencia. Convirtiendo al Ecuador en el primer país en promocionarse en ese



evento con un anuncio de 30 segundos para incentivar el turismo al país en los Estados Unidos.

LA times describe a Ecuador como uno de los países más pequeños de Suramérica, pero muy conocido por la enorme diversidad de su vida silvestre, la cual incluye especies únicas de las Islas Galápagos. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 25 de enero de 2015)

El artículo también hace referencia a All You Need Is Ecuador, la exitosa campaña que Ecuador lanzó al mundo en 2014 y que generó un incremento del 14% de entradas de visitantes extranjeros a nuestro país. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 25 de enero de 2015)

EE.UU. es el segundo mercado que mayor número de visitantes envía a Ecuador; el año pasado dejó ingresos por USD 545 millones para el sector turístico nacional. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 25 de enero de 2015)

El Mintur estima que, gracias a estas y otras acciones, el incremento de visitantes de EEUU será de alrededor del 5%, lo que generará más de USD 600 millones para el país. Esto es USD 60 millones adicionales en comparación a 2014. De igual forma, se prevé la generación de alrededor de 1800 puestos de empleo. Vale recalcar que un incremento para 2015 de apenas el 1% de este mercado cubriría la inversión del Super Bowl. (Ministerio de Turismo.gob.ec; 25 de enero de 2015)

A partir del 26 de enero al 04 de febrero de 2015 el Ministerio de Turismo promocionó la campaña antes, durante y después del evento del *Super Bowl*, a través de redes como *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* y la red publicitaria de *Google*, inclusive personalizó el hashtag oficial *#SB49*, *#AllYouNeedIs* y *#AllYouNeedIsEcuador*. El propósito es lograr que los potenciales turistas visiten la página oficial de la campaña, en la cual encontrarán información referente al país, promociones y otros. Inclusive se concreto una estrategia con una mayorista de turismo de los EEUU para entregar premios durante y después del partido.

Todo lo expuesto evidencia la magnitud e importancia de las herramientas tecnológicas de información y comunicación emprendidas por el Ministerio de Turismo y que significan transformaciones en las estructuras económicas, sociales y culturales de nuestro país.

## CONCLUSIONES

- Las herramientas tecnológicas han llegado para transformar sociedades, se han convertido en canales de comercialización y distribución de información; brindan soporte en las actividades en las cuales se las utiliza provocando su desarrollo; cada día se reinventa y es preciso estar atentos a los cambios pues su innovación implica desarrollo en todos los aspectos.
- El Gobierno a través de su Plan Nacional de Gobierno electrónico apuesta por planes y proyectos institucionales, de gobernanza y tecnológicos, que permiten el eficiente de los recursos tecnológicos para acercar el Gobierno al ciudadano, mejorar la calidad de servicios, fomentar la participación y colaboración ciudadana.
- El uso de las herramientas tecnológías en el Ecuador especialmente el internet, se han convertido en factor fundamental para el desarrollo social, económico, cultural y político del país.
- El Gobierno ecuatoriano implementó cambios de políticas, y el sector turístico fue uno de ellos; pasando de un modelo tradicional donde la promoción de los recursos turísticos no tenía esquema de valor agregado y esta desordenado, a un modelo de desarrollo consciente generando alto valor agregado, considerando la inclusión económica y social a través del conocimiento y del talento humano.
- El Ministerio de Turismo, con la incorporación de herramientas tecnológicas en el sector de turismo, ha provocado transformaciones en el sector como: interacción tanto con actores de la actividad turística como los futuros turistas, manejar un catastro, reducir costos, promoción, difusión y comercialización de destinos turísticos.
- El Ministerio de Turismo ha desarrollado estrategias de promoción, esencialmente a través de redes sociales que permiten que cualquier turista en cualquier parte del mundo acceda a información de destinos turísticos dentro del país, reduciendo barreras en su búsqueda; en donde la tecnología ha sido su mayor aliado.
- El uso de medios digitales oficiales del Ministerio de Turismo, son de vital importancia, no solo por el bajo costo sino también por el número de personas alcanzadas o audiencia que se ha logrado hasta el momento; y ha permitido posicionar al Ecuador y sus productos turísticos como destino preferente a nivel internacional.
- Las estadísticas del Ministerio de Turismo, demuestran que para finales del 2014, el Ecuador superó su millón y medio de turistas que llegaron, lo que implica un crecimiento no solo en el sector turístico, sus actividades complementarias como el

alojamiento y alimentación, sino además apunta a un crecimiento social y económico del país.

- La Balanza Turística de los años 2013 y 2014; de 264, 3 millones de dólares a 469 millones de dólares respectivamente, evidencia el crecimiento económico dentro de la actividad turística permitiendo un desarrollo económico y social en el país.
- La campaña “All You Need Is Ecuador” de 2014 generó un alto impacto en la esfera internacional, siendo mencionada en diferentes medios y cadenas multinacionales de renombre, así también las acciones realizadas en esta campaña obtuvieron críticas positivas de todo el mundo.
- La relación entre el turismo y las TIC es inevitable, y en la actualidad se potencializa cada día, por su puesto hay mayor relevancia a lo relacionado con la actividad turística, relacionándolo como un conjunto integral de servicios en donde la tecnología brinda el soporte para el desarrollo económico y social de este sector.

## RECOMENDACIONES

- Las TIC no pueden considerarse como la solución y el incremento de la actividad turística, de esta no depende cambios mágicos en los actuales y futuros turistas; es verdad que el turismo es un servicio intangible y por ello hay que trabajar con los actores que se involucran en la actividad para que cuando llegue el momento el turista sea el primero en replicar buenos comentarios del servicio que recibió del lugar al que visito.
- Las herramientas tecnológicas se convierten en un aliado estratégico a la hora de presentar u ofertar los servicios turísticos, es claro que en el mercado hablamos de competencia, sin embargo cada una debe fortalecer sus ventajas en la calidad de su oferta para evitar improvisaciones que a larga perjudica la reputación del ofertante, y mucho más si está representando a un país.
- Es vital que se reconozca la importancia de la veracidad y actualización de los contenidos de los elementos digitales utilizados para la difusión turística del país, lo que provocará confianza y familiaridad.
- El apoyo a los actores de la actividad turística es primordial para el incremento de la oferta e inclusive el cambio para obtener la calidad en el servicio brindado, todo esto en virtud de responder a las necesidades actuales de los turistas.

## BIBLIOGRAFÍA

ALBORNOZ, C. y ALBORNOZ M.B., (2010) La esfera pública en la blogosfera política ecuatoriana, Quito, Ecuador: FLACSO, Sede Ecuador.

ALTISEN, C., (2009), Metodología de la Investigación Científica, Buenos Aires, Argentina: Abdred.

ARTIEDA, R., (2008), Modernización: Telecomunicaciones y Políticas sobre Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC), Quito, Ecuador: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador.

BASILIO, G. (1998), Nuevos modelos de gestión empresarial, Madrid, España: JPM Graphic, S.L., Martín Izquierdo y 7-28028 Madrid.

CASTELLS, M., (1998), La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura, Madrid, España: Alianza Editorial.

CENTTY, D., (2006), Manual Metodológico para el Investigador Científico, Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa Facultad de Economía.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL, (2008), *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe: Desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo*, Santiago, Chile: División de Desarrollo Productivo y Empresarial - Programa Sociedad de la Información – CEPAL.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL, (2008), *Las TIC para el crecimiento y la igualdad: renovando las estrategias de la sociedad de la información - Tercera Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe*, Lima, Perú: CEPAL-NNUU.

COSTA, J., (2010), Identidad corporativa y cultura organizacional, *Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía*, Barcelona, España: Costa Punto Com.

Departamento de Comercio de los Estados Unidos, (2004), Comunicaciones y evaluación de la ética empresarial International, *En Ética comercial: Manual sobre la Administración de una*

*empresa comercial responsable* (147-181), Washington, Estados Unidos: Trade Administration.

FUENMAYOR, A. (2004), *El derecho de acceso de los Ciudadanos a la Información Pública*, San José, Costa Rica: UNESCO.

GALARZA, L., (1994), *Metodología de la Investigación*, Quito, Ecuador: Latinoamericana.

GARCES, H., (2000), *Investigación Científica*, Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

GARRIDO, F., (2004), *Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI: Comunicación Estratégica*, Barcelona, España: Gestión 2000

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2013), *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC´S) 2013*, Quito, Ecuador: INEC

Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación, (2011), *Lecturas sobre el Estado y las políticas públicas: Retomando el debate de ayer para fortalecer el actual*, Buenos Aires: Argentina: Proyecto de Modernización del Estado.

LAUDON, K., LAUDON, J, (2012), *Sistemas de Información Gerencial*, México, México: Pearson Turismo.

LULL, J., (1997), *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, Buenos Aires, Argentina: Amomirtu editores.

LUSSIER, R., ACHUA, D, (2010), *Liderazgo: Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades - Liderazgo estratégico y administración del cambio*, México, México: CengageLearning, Inc.

MARAFIOTI, R., (2005), *Sentidos de la comunicación, Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*, Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

MARTINEZ, M., (2012), *Psicología de la Comunicación 2012*, Barcelona, España: Universidad de Barcelona.

Ministerio de Ciencia y Tecnología (s.f.), *La Sociedad de la Información en el siglo XXI: un requisito para el desarrollo*, Madrid, España: ENRED Consultores S.L. y Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, (2014), *Tecnologías de la Información y Comunicaciones para el desarrollo*, Quito, Ecuador: MINTEL-Subsecretaría de Fomento de la Sociedad de la Información y Gobierno en Línea.

Ministerio de Turismo, (2014), *Principales Indicadores de Turismo: Diciembre 2014 Boletín 12*, Quito, Ecuador: MINTUR.

MONTIEL, M., (2002), *Promoción Turística en Internet: las TICs como Herramientas de Divulgación e Información*, Málaga, España, IV Congreso "Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones" TuriTec 2002.

MORALEDA, A. (2004), La innovación, clave para la competitividad empresarial, *Universia Business Review-Actualidad Económica*, I Trimestre(1), 128-136.

PARRA, G., (2000), *Bases Epistemológicas de la Educomunicación Definiciones y perspectivas de su desarrollo*, Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

Secretaría Nacional de la Administración Pública, (2014), *Plan de Gobierno Electrónico 2014-2017*, Quito, Ecuador: SNAP - Subsecretaría de Gobierno Electrónico.

Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, (2007), *Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2007-2012*, Quito, Ecuador: SENATEL.

Ecuador aplica estrategia para reducir la brecha tecnológica, 16 de noviembre de 2011, Ecuador: El Telégrafo, Recuperado el 17 de febrero de 2015 de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/ecuador-aplica-estrategia-para-reducir-la-brecha-tecnologica.html>

Ecuador avanza en el uso de tecnologías de la información, 18 de mayo de 2011, Ecuador: El Telégrafo, Recuperado el 03 de marzo de 2014 de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/ecuador-avanza-en-el-uso-de-tecnologias-de-la-informacion.html>

Ecuador escala 19 puestos en índice de desarrollo de Gobierno Electrónico de Naciones Unidas, 02 de julio de 2014, Ecuador: Secretaría Nacional de la Administración Pública, Recuperado el 18 de julio de 2014 de <http://www.administracionpublica.gob.ec/ecuador-escala-19-puestos-en-indice-de-desarrollo-de-gobierno-electronico-de-naciones-unidas/>

GARCÍA, M., (2011), Políticas de innovación científica y tecnológica en América Latina, *Revista Electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México*, No. 7. ENEROABRIL, Recuperado de: <http://ciid.politicas.unam.mx/encrucijadaCEAP>

OCEJO, L., 03 de julio de 2013, Los 6 grados de separación y las Redes Sociales, Canadá: Suite101, Recuperado el 03 de marzo de 2014 de <http://suite101.net/article/los-6-grados-de-separacion-y-las-redes-sociales-a11465>

PC/JJ/RV, 07 de noviembre del 2013, Ecuador mejora el acceso a nuevas tecnologías de la información, Ecuador: Andes, Recuperado el 27 de febrero de 2015 de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-mejora-acceso-nuevas-tecnologias-informacion.html>

ROJAS, s.f., Recursos Turísticos: Inventario, Clasificación, Jerarquización, Evaluación, España: Scribd, Recuperado el 03 de marzo de 2014 de <http://www.rojasdelgado.com/flexible/descargas/3%20RECURSOS%20TURISTICOS,%20%20INVENTARIO.pdf>

VALLEJO, J., 19 de diciembre de 2013, Ecuador: El Ciudadano, Recuperado el 03 de marzo de 2014 de <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-esta-cerca-de-la-innovacion-tecnologica-y-administrativa-en-servicios-ciudadanos-video>