



Congreso nacional
**Dialoguemos
sobre
innovación
para los
territorios
y las comunidades**

InteliTur: Innovación tecnológica para destinos turísticos inteligentes

Leonardo Cardinale Villalobos



UCR TEC UNA

UNED

UTN
Universidad
Técnica Nacional

neXo
UNIVERSIDAD DEL CENTRO AMERICANO
Consejo Nacional de Rectores

Antecedentes

- Turismo con baja innovación tecnológica y rezago en el pilar de desarrollo (TIC)

(ranking de competitividad turística del World Economic Forum).

Destino Turístico Inteligente (DTI)



Objetivo

Innovar tecnológicamente el sector turístico



8.2

9.1, 9.5



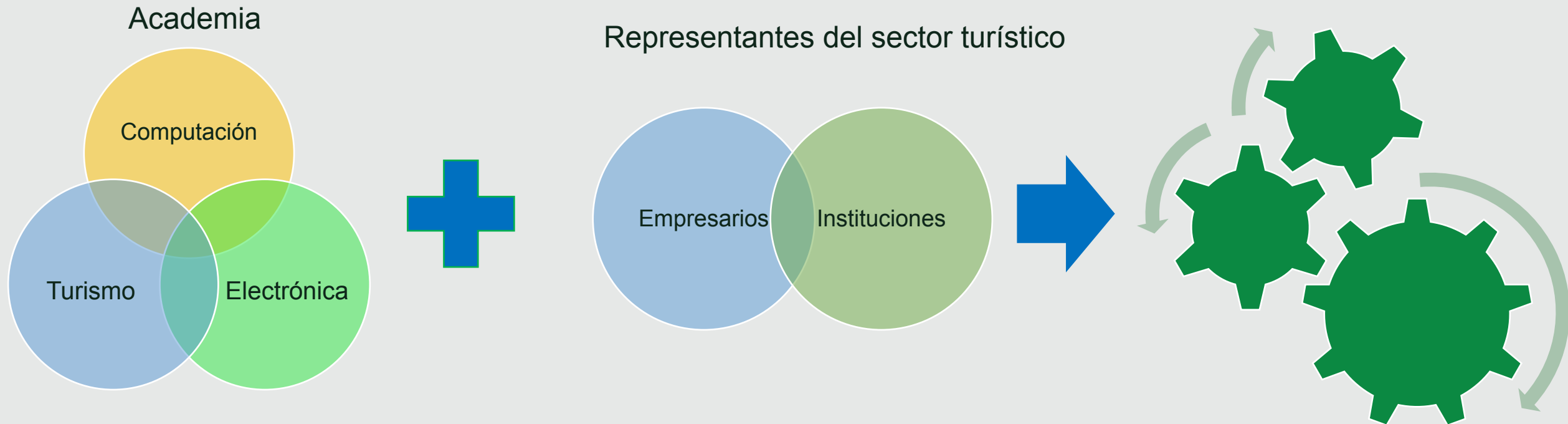
Mediante el modelo de DTI



Plataforma tecnológica e IoT

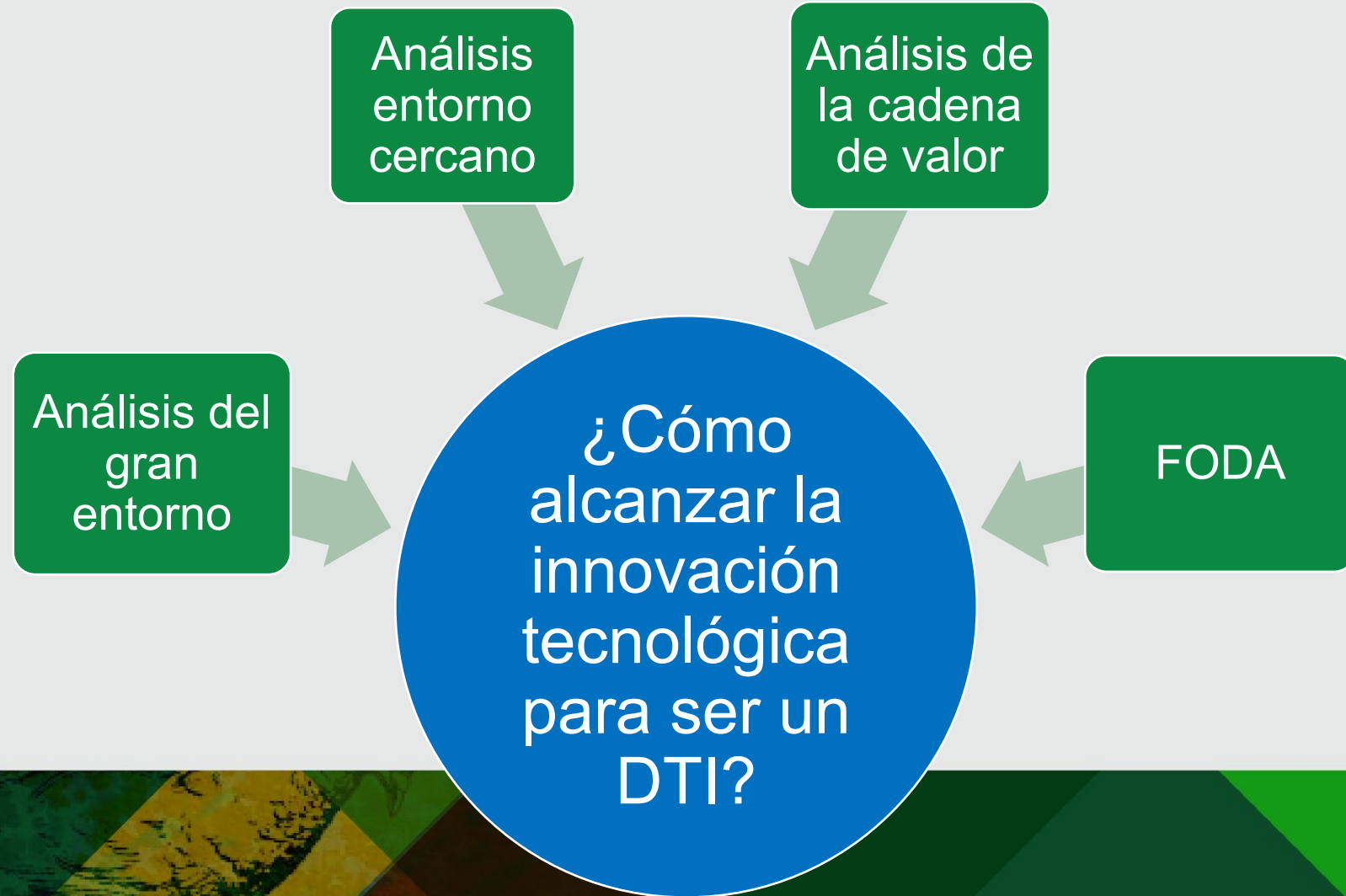


¿Cómo lo hicimos?



¿Cómo lo hicimos?

Paso 2



Resultados

MARCA

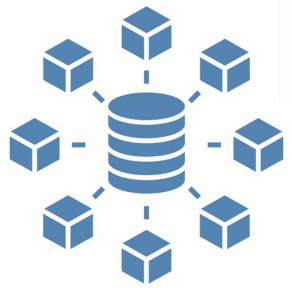


Se requiere el desarrollo de una marca

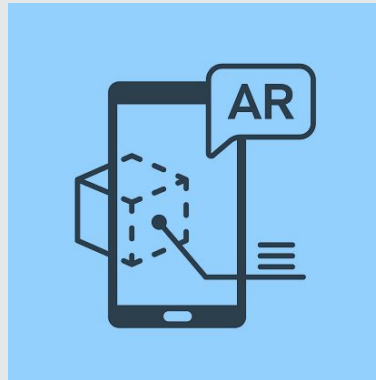
Destino no se vende como La Fortuna. Trabajan individualmente

¿Cómo lo hicimos?

Paso 3 • Selección de tecnologías para implementar en el DTI



BIG DATA



Redes sociales



Digital certificate



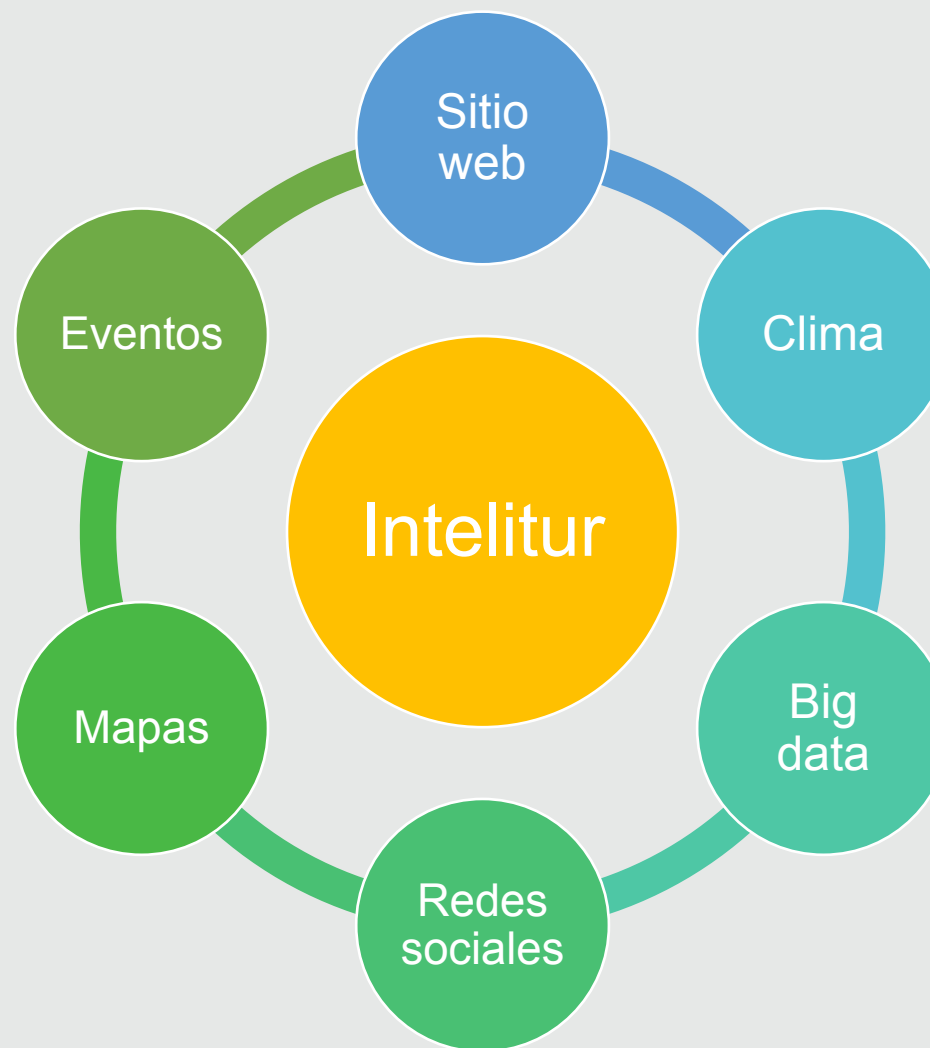
Sensores remotos

Resultados

- Plataforma tecnológica



Presentación 





Conclusión

Los empresarios tienen intención de utilizar una Plataforma de este tipo

Se requiere Tecnología y cooperación para convertirse en un DTI.

**Muchas gracias
por su atención**

•Grupo de investigadores

Nombre y apellidos	Carrera	Correo
MSc. Leonardo Víquez Acuña (Coordinador)	Ingeniería en Computación	lviquez@tec.ac.cr
MAE. Marlen Treviño Villalobos	Ingeniería en Computación	mtrevino@tec.ac.cr
MAP. Lady Fernández Mora	Gestión Turismo Rural Sostenible	lfernandez@itcr.ac.cr
MSc. Leonardo Cardinale Villalobos	Ingeniería en Electrónica	lcardinale@itcr.ac.cr
MAP. Rogelio González Quirós	Ingeniería en Computación	rojo@tec.ac.cr

Referencias

- Instituto Costarricense de Turismo, «Divisas por concepto de turismo,» s.f..
- El Economista, «Turismo aporta 8.2% del PIB de forma directa e indirecta en Costa Rica,» El Economista, 15 noviembre 2018.
- Instituto Costarricense de Turismo, «Anuario Estadístico de Turismo 2019,» 2019.
- R. Crotti y T. Misrahi, «The travel & tourism competitiveness index 2015: T&T as a resilient contribution to national development,» The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, 2015.



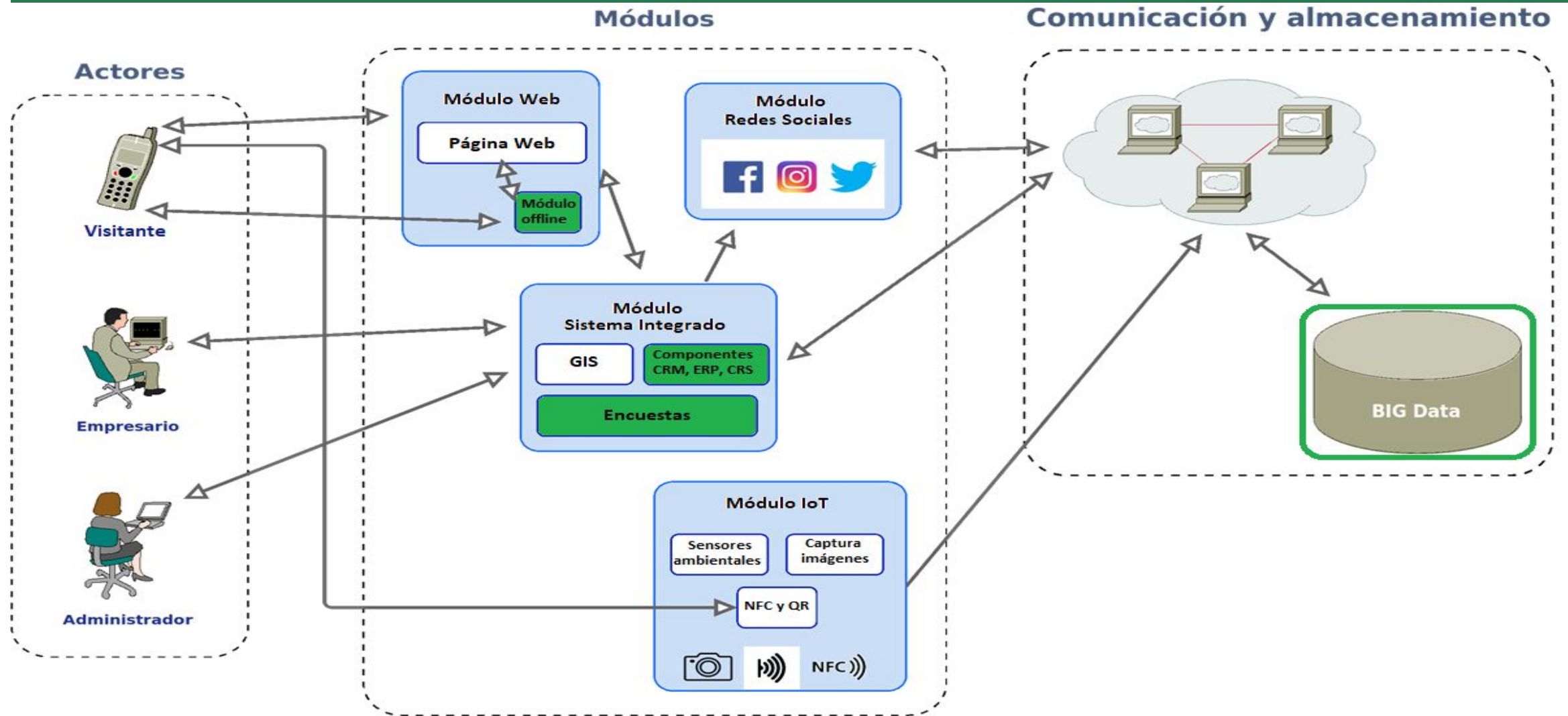
Anexos

Resultados

- Base de datos de agremiados
- Priorización de los factores para la innovación tecnológica para la ACTC

	Tecnologías											TOTALES
	Big Data	Redes Sociales	IoT	Análisis de Sentimientos	Realidad Aumentada /virtual	NFC	Internet Inalámbrico	Impresión y modelado 3D	Códigos QR	Certificados Digitales	Sensores Remotos	
	5,0	4,4	1,7	1,9	2,3	2,6	3,3	0,6	3,5	3,1	1,4	
Fortalezas												
1. El incremento de los recursos, el talento humano y la experiencia han permitido potenciar y vender el destino a nivel mundial	3	1	2	3	1	1	3	1	1	3	3	20,3
2. Se tiene ADIFORT para la reinversión de los recursos en obra pública, seguridad, salud, educación, entre otros para apoyo al turismo	3	2	2	1	2	1	3	1	3	3	2	23,2
Oportunidades												
1. Priorizar las necesidades de mercadeo por medio de la marca destino "La Fortuna"	3	2	2	2	1	2	3	1	3	0	2	20,8
2. Crear un catálogo de proveedores y de productos (local), así como que los clientes evalúen los servicios, los empresarios puedan evaluar a los proveedores. (digitalización de los proveedores, colaboradores de la zona)	3	2	0	2	0	1	1	0	2	3	0	16,6
Debilidades												
1. Zona turística con limitada conexión a internet gratuita	0	2	0	1	0	1	3	0	1	0	0	8,9
2. Prevalce el individualismo empresarial para la estrategia de comunicación y mercadeo, en lugar de una estrategia país	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	27,1
Amenazas												
1. Pérdida de competitividad, porque no nos vendemos como La Fortuna, sino individualmente. Somos el destino más caro de América Latina	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	27,8
2. Estancamiento en zona de confort de la oferta turística debido a la experiencia acumulada	2	3	3	2	1	1	1	1	1	0	3	16,2

Arquitectura de la plataforma



Resultados

