

BASES DE CONCURSO

RETO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA – ECUADOR 2025

1. ANTECEDENTES

El turismo es un sector que ha evolucionado vertiginosamente en los últimos años gracias a los avances tecnológicos. La introducción masiva de nuevas plataformas y soluciones digitales no solo ha provocado un cambio radical en la manera de viajar y contratar los viajes, sino también en la propia configuración de la oferta turística con productos y/o servicios que cada vez han de ser más versátiles y personalizados para ofrecer experiencias únicas a los turistas. La digitalización, hoy por hoy, es una tendencia clave que ha revolucionado la forma en que los turistas planifican, experimentan y recuerdan sus viajes, pero además induce a que las mismas empresas a desarrollar estrategias que impulsen la adopción y transformación digital de la mayor cantidad de los procesos internos y puntos de contacto con el cliente para garantizar que toda la experiencia del turista esté sincronizada y automatizada (Ostelea, 2024).

La aceleración del proceso de transformación digital ha demostrado que el desarrollo de la tecnología es la condición básica para que las empresas sigan siendo competitivas. Así, para garantizar la supervivencia de los negocios, muchas organizaciones se han visto obligadas a migrar a “lo digital”; la digitalización en las empresas es ya una necesidad real, una tendencia acelerada por la globalización de los mercados y la competitividad de los destinos a nivel mundial.

En el sector turístico, comparar precios de hoteles y vuelos, analizar la puntuación de los restaurantes más famosos de la zona, buscar información sobre las costumbres de los habitantes del lugar que vamos a visitar o ubicar en un mapa la situación de un restaurante; o gestionar reservas y la venta de plazas, mejorar la promoción y presentación del servicio aportando características tangibles a un producto intangible, o facilitar la gestión directa del plan de viaje del potencial turista son sólo algunas de las ventajas competitivas que otorga tener un negocio turístico “en línea”.

De hecho, las redes sociales, aplicaciones de geolocalización, buscadores de información, webs de comparativas de precios o agencias de viajes online han dado paso a un nuevo escenario turístico donde las empresas grandes pueden conectarse con empleados, proveedores y socios de todo el mundo, y a las empresas pequeñas les facilita encontrar clientes por todo el mundo.

Las empresas que sean ágiles en la integración de herramientas digitales en su estrategia de sostenibilidad obtendrán no solo una ventaja competitiva, sino también la licencia social necesaria para operar, mientras que aquellas que dependen de operaciones fuera de línea que son demasiado lentas para adaptarse, correrán el riesgo de perder la confianza del consumidor y quedar obsoletas.

En este escenario, es imprescindible que todos los agentes implicados en la cadena de valor del turismo conozcan a fondo las posibilidades que ofrecen las nuevas herramientas y canales del entorno online y las TIC, desde los propietarios de un pequeño hotel rural hasta los directivos de cualquier cadena hotelera, con el fin de posicionarse en un mercado globalizado y competitivo.

Esto porque además de los servicios que incorpora la digitalización, las empresas turísticas pueden conseguir ventajas significativas en la gestión que desarrollan y, en última instancia, mejorar la calidad del servicio que prestan al cliente.

2. PROBLEMÁTICA

El uso de las tecnologías ha pasado de ser una opción a ser una necesidad, permitiendo a las MIPYME, cualquiera sea su giro de negocio o tamaño, asegurar un crecimiento sostenible, fortalecer la competitividad y la inserción en las cadenas de valor (Deloitte, 2020).

A pesar de ello, en el reporte “Chequeo Digital Ecuador” (2023) indica que, en el periodo de análisis, las empresas que realizaron el autodiagnóstico en la herramienta Chequeo Digital exhibieron niveles bajos de madurez digital, predominando el nivel Inicial con un porcentaje cercano a la mitad de la muestra. Solo el 6% de todas las empresas registradas alcanzaron el nivel más alto de madurez digital, clasificado como Experto.

Al examinar el nivel de madurez se puede observar una relación entre la predominancia de ciertos niveles y el tamaño de la empresa. Más del 50% de las microempresas durante el periodo 2022-2023, se encuentran en el nivel Inicial, lo que sugiere que estas empresas están en una etapa temprana de su proceso de transformación digital y tienen un camino por recorrer en términos de implementación de procesos y técnicas para alcanzar la madurez digital. (ESPOL – BID - MINTEL, 2023)

En el 2023, el Ministerio de Turismo, realizó la “Contratación de los servicios especializados para el análisis, asesoría técnica y seguimiento de estrategias de mejora competitiva en destinos y/o productos turísticos dirigido a los actores del sector turístico” en el cual se identificó que el ámbito de transformación digital es uno de los rubros menor puntuados en la gestión empresarial de los negocios turísticos.

Este estudio permitió identificar que el ámbito de competitividad con menor calificación es el de transformación digital, con un puntaje de 5,7 sobre 10 puntos confirmando que ámbitos como la adopción de tecnología, cultura organizacional, experiencia del cliente, eficiencia operativa y la innovación son incipientes en los negocios turísticos. Estas falencias han provocado la imposibilidad de: una modernización y crecimiento, el mejoramiento de la eficiencia de todos los factores productivos, la generación de redes dentro de la cadena de valor del turismo, y de internacionalizarse para sumarse a un mercado cada vez más globalizado y altamente digitalizado.

El estudio “Digitalización y el Desarrollo sostenible de la MIPYME en Ecuador” indica que, en el caso de las MIPYME ecuatorianas, se presentan las barreras a la digitalización, de las cuales se identificó con mayor importancia la insuficiente conexión de banda ancha, los altos costos de inversión y la falta de recursos financieros. Le siguen en importancia: la cultura empresarial, la exigencia de requisitos de seguridad, la falta de personal calificado y desconocimiento de proveedores tecnológicos. Una menor importancia se da al rechazo a la digitalización por parte de los trabajadores. (Universidad del Azuay, 2024).

Ahora bien, es comprensible que no todas las empresas presenten el mismo nivel de madurez digital. Pese a que la media indica que el nivel es básico, no todas las empresas son iguales e incluso varían, sobre todo, en función de su tamaño -cuanto más grande es la empresa, más digitalizada está- y en función del subsector en el que operan. En general, las actividades turísticas, alquiler de vehículos y agencias de viajes superan la media de digitalización del sector turístico; mientras otras como el transporte de viajeros, alojamientos y restaurantes tienen todavía un amplio margen de mejora.

Es claro que no todos los actores del sector turístico saldrán ganando de este proceso de adopción y transformación digital. Los sectores tradicionales con menos capacidad de digitalizarse podrían perder presencia en el mercado, dejando espacio para aquellas empresas que sí desarrollen sus canales digitales. Los principales ganadores de la digitalización serán: (i) las empresas turísticas de menor tamaño, con más potencial de mejora y de eficiencia que las grandes empresas; (ii) las empresas que ofrezcan servicios diferenciados, en un contexto en el que la venta on-line provee abundantes opciones para el comprador, y (iii) los turistas, que tendrán acceso a más cantidad de servicios, más personalizados y a precios más competitivos.

Por todo lo expuesto, la digitalización y las nuevas tecnologías (como la realidad virtual, la robotización, la tecnología 'contactless' o los asistentes virtuales) se erigen como dos potentes aliados para acelerar la competitividad del sector turístico en 'pro' de la sostenibilidad. La clave está en adoptar tecnologías digitales de manera responsable y estratégica, buscando soluciones que beneficien tanto a los empresarios y emprendedores, y por su puesto los turistas, pero también a los escenarios donde se despliegan las actividades turísticas. Y esto porque, sin sostenibilidad, no hay turismo de futuro.

3. OBJETIVO

Estimular el proceso de desarrollo de soluciones tecnológicas que impulsen la automatización de procesos, la optimización de la gestión de datos, la personalización de servicios, la comercialización global de productos y servicios y la creación de experiencias más inmersivas y personalizadas.

4. ALCANCE

La presente convocatoria es un llamado a todas las entidades de formación superior públicas y privadas, debidamente reconocidas por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), a nivel nacional, para que a través de proyectos tecnológicos innovadores e integrales aporten en la mejora de la competitividad de las empresas turísticas de las localidades, en el área de influencia de cada entidad proponente.

El Reto apoyará los proyectos que están aprovechando las tecnologías digitales para mejorar el turismo e impulsar el crecimiento económico. Se alienta a las IES participantes a abordar la transformación digital, la creación de marcas y el marketing; los destinos inteligentes y las tecnologías innovadoras; las soluciones digitales adaptables, y la eficiencia en las operaciones de las empresas turísticas.

A través de estas amplias categorías, la iniciativa pretende fomentar la innovación que aumente el atractivo de los destinos, optimice la gestión de recursos y cree experiencias turísticas inteligentes e impactantes. Se priorizarán propuestas con un enfoque territorial, que promuevan el uso y aprovechamiento de herramientas y/o soluciones digitales para mejorar la experiencia del viajero, optimizar procesos de las empresas o escalar su impacto en el mercado.

El reto de innovación tecnológica en turismo, será desarrollado bajo la modalidad de campamento de 2 noches 1 día denominado InnovaCamp. Este espacio impulsará la incubación y la aceleración empresarial alrededor de los proyectos, fomentando la creatividad y el desarrollo de las soluciones tecnológicas presentados por los proponentes universitarios para el sector turístico en su área de influencia. En el mismo, se espera fortalecer la innovación en viajes, explorando nuevas formas de mejorar la experiencia del usuario, optimizar procesos operativos y generar modelos de negocio disruptivos que redunden en la competitividad del destino.

5. PERFIL DEL PROPONENTE

La convocatoria está abierta a propuestas conformadas por al menos 6 personas, con visión emprendedora, compromiso de participación y potencial de crecimiento en el ecosistema TravelTech.

La Institución de Educación Superior (IES) legalmente reconocida por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), pública o privada, que tenga el interés de participar en la convocatoria deberá conformar un equipo compuesto al menos por los siguientes integrantes (siendo permitido un mayor número o diversidad de integrantes dependiente de la propuesta presentada):

- 1 Coordinador (Docente de la carrera de TIC o turismo preferentemente)
- 1 Mentor (Docente)
- Al menos 4 estudiantes de los últimos años de las carreras de ciencias de la computación o informática, turismo, administración hotelera, economía, marketing u otras carreras afines.

6. ENTREGABLES

El reto implica la aplicación de al menos cinco fases: la investigación de la problemática, el diseño de la propuesta de intervención, la planificación e implementación de la propuesta de tecnología y/o soluciones digitales. Estas deberán apuntar a la mejora de la competitividad de los destinos en ámbitos de la eficiencia, la personalización y la experiencia del usuario en todas las etapas del viaje, desde la planificación hasta la gestión post-viaje.

Se espera los siguientes entregables por parte de los proponentes:

- a. Carta de Compromiso de participación.
- b. Resumen ejecutivo con la problemática identificada y breve descripción de la solución digital o tecnología a ser desarrollada en el territorio propuesto.
- c. Planificación Presupuestaria.

LOS ENTREGABLES QUE DEBERÁN ESTAR CARGADOS EN UN SOLO LINK DE ACCESO PÚBLICO, DEBERÁN SER ENVIADOS PARA SU NOTIFICACIÓN Y REGISTRO DE RECEPCIÓN A LA SIGUIENTE DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO: andres.montalvo@turismo.gob.ec

SE ANALIZARÁN SOLO LAS PROPUESTAS QUE LLEGUEN EN EL PLAZO ESTABLECIDO Y CUENTEN CON TODOS LOS ITEMS COMPLETOS SOLICITADOS EN LA CONVOCATORIA.

IMPORTANTE: Para el día del evento, las universidades seleccionadas preferentemente (no obligatorio) podrán presentar el **producto mínimo viable** de su solución digital o producto tecnológico. Esto responde a una versión básica o prototipo que será validado, desarrollado y puesto a prueba en el campamento previo a recibir su viabilidad para su desarrollo completo e implementación en el destino, comunidad, conglomerado o territorio propuesto.

7. SOLUCIONES ESPERADAS

Se considerará todas las soluciones digitales y tecnologías que impulsan la competitividad de las empresas turísticas, integrando la planificación y reserva hasta la gestión y experiencia del viaje del turista. Estas soluciones digitales, deberán ofrecer a las empresas turísticas herramientas para optimizar operaciones, personalizar experiencias y conectar con los viajeros de manera más efectiva y eficiente.

Entre otras múltiples y pertinentes derivadas del pensamiento innovador de los proponentes, se considerará una amplia gama de soluciones tecnológicas que impacten en la cadena de valor turística del territorio a ser intervenido, incluyendo:

- **Aplicaciones móviles**
Facilitan la reserva de vuelos, hoteles y actividades, ofrecen guías turísticas personalizadas y permiten pagos móviles.
- **Internet de las cosas (IoT)**
Permite la creación de “ciudades inteligentes” y “hoteles inteligentes”, con sistemas que automatizan servicios y mejoran la experiencia del usuario.
- **Inteligencia artificial (IA)**
Chatbots para atención al cliente, asistentes virtuales personalizados, análisis de datos para ofrecer experiencias a medida y optimización de procesos.
- **Realidad Aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV)**
Permiten explorar destinos antes de visitarlos, ofrecen experiencias inmersivas en museos y sitios históricos, y enriquecen la visita con información contextual.
- **Big Data y Business Intelligence**
Permiten analizar grandes volúmenes de datos para entender el comportamiento de los turistas, personalizar ofertas y mejorar la toma de decisiones en la gestión turística.
- **Geolocalización y Beacons**
Permiten ofrecer información relevante y personalizada a los turistas según su ubicación, mejorando la orientación y la experiencia en el destino.

- **Automatización**
Optimización de procesos en hoteles, aerolíneas y otros servicios turísticos, mejorando la eficiencia y reduciendo costos.
- **Cloud computing**
Permite el acceso a servicios y datos desde cualquier lugar, facilitando la gestión de la información y la colaboración entre diferentes actores del sector.
- **Pagos móviles y NFC**
Facilitan las transacciones durante el viaje, agilizando los pagos en hoteles, restaurantes y comercios.
- **Plataformas colaborativas**
Airbnb, Couchsurfing, entre otras, conectan a viajeros con alojamientos y experiencias locales, fomentando un turismo más auténtico y personalizado.
- **Códigos QR**
Permiten acceder a información adicional sobre lugares turísticos, menús de restaurantes y otros servicios

8. CRITERIOS DE SELECCIÓN

Estos son los criterios generales que se utilizarán para la evaluación:

- Un enfoque innovador con potencial de resolver el reto y su objetivo.
- Factibilidad tecnológica y sustento técnico de la propuesta presentada.
- Viabilidad económica con un presupuesto factible y detallado de la solución.
- Potencial de escalabilidad y / o replicabilidad.
- Tener un enfoque de sostenibilidad.
- Impacto territorial.

9. POTENCIALES BENEFICIARIOS

Serán considerados beneficiarios a todas la personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades contempladas en al artículo 5 de la Ley de Turismo publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre de 2002 y la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, publicada el 25 de marzo de 2024.

Las actividades turísticas que se definen en estos cuerpos normativos incluyen:

- a) Alojamiento;
- b) Alimentos, bebidas y entretenimiento;
- c) Agenciamiento turístico;
- d) Transporte turístico;
- e) Organizadores de eventos, congresos y convenciones, reuniones, incentivos, conferencias, ferias y exhibiciones;
- f) Centros de convenciones, salas de recepciones y salas de banquetes:

- g) Guianza turística;
- h) Centros de turismo comunitario;
- i) Parques temáticos y atracciones estables; y,
- j) Balnearios, termas y centros de recreación turística.

Estas actividades reconocidas en la legislación ecuatoriana forman parte de la denominada cadena de valor del turismo en el país lo que expresa el amplio espectro de alcance de beneficiarios del presente reto tecnológico.

10. CRONOGRAMA

Inscripción	4 de agosto de 2025	Invitación
	11 de agosto de 2025	Sesión informativa
	30 de septiembre de 2025	Cierre de inscripciones de equipos
Selección y anuncio de equipos participantes	1 de octubre de 2025	Evaluación de postulaciones
	8 de octubre de 2025	Anuncio de equipos seleccionados
Ejecución del Reto	21 al 23 de noviembre de 2025	Laboratorios y talleres para facilitar la participación, llevaremos a cabo laboratorios y talleres virtuales.
	23 de noviembre de 2025	Entrega de las propuestas finales
Cierre	23 de noviembre de 2025	Evaluación de propuestas (evaluación técnica y propuesta pitch)
	23 de noviembre de 2025	Anuncio de resultados y premiación

Notas: Los organizadores se reservan el derecho de modificar el cronograma, e informar a los participantes oportunamente.

11. CO- FINANCIAMIENTO

La convocatoria financiará a los 3 proyectos más innovadores con montos destinados exclusivamente a la implementación integral del proyecto propuesto:

Primer Lugar	\$ 25.000 (veinte y cinco mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica).
Segundo Lugar	\$ 15.000 (quince mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica).
Tercer Lugar	\$ 10.000 (diez mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica).

12. PROPIEDAD INTELECTUAL

Los equipos proponentes son quienes tienen el derecho de toda la propiedad y demás derechos exclusivos, comprendidos, sin carácter exhaustivo, las patentes, los derechos de autor y las marcas comerciales, con respecto a los productos, los procedimientos, las invenciones, las recetas, los conocimientos prácticos o los documentos y otros materiales generados por el equipo en el marco del reto.

13. RESTRICCIONES

Se evaluarán sólo las propuestas que contengan todos los entregables enunciados en estas bases.

En el caso de que ninguno de los proponentes inscritos cumpla con los requisitos establecidos en estas bases o que el proyecto no cumpla con las especificaciones técnicas solicitadas, los organizadores se reservan el derecho de declarar desierto el reto.

En caso de detectarse falsedad en los documentos presentados o incumplimiento de requisitos en cualquiera de las fases del reto, los organizadores eliminarán la participación del proponente.

Solo podrán participar proyectos presentados por o a través de Instituciones de Educación Superior (IES).