



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA: TURISMO – EN LÍNEA**

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

***“DISEÑO DE UN ASISTENTE VIRTUAL ORIENTADO AL TURISMO
RELIGIOSO EN IBARRA, IMBABURA”***

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

**Línea de investigación: Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo
socio económico**

AUTOR:

Sophie Maleny Cando Castro

DIRECTOR(A):

Dennis Victoria Ortiz Cumbal

Ibarra, Ecuador 2026



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004059117		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Cando Castro Sophie Maleny		
DIRECCIÓN:	Av Heleodoro Ayala y Juan Genaro Jaramillo 2-80.		
EMAIL:	Smcandoc@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0999088104

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	<i>Diseño de un asistente virtual orientado al turismo religioso en Ibarra, Imbabura</i>
AUTOR:	Cando Castro Sophie Maleny
FECHA: DD/MM/AAAA	27/02/2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> GRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Turismo.
ASESOR /DIRECTOR:	Ortiz Cumbal Dennis Victoria

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de febrero de 2026

EL AUTOR:

Nombre: Sophie Maleny Cando Castro

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 27 de febrero de 2026

Msc. Dennis Victoria Ortiz Cumbal

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f)

Msc. Dennis Victoria Ortiz Cumbal

NOMBRE DEL DIRECTOR

C.C.:17216886713

APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificado del trabajo de Integración Curricular “DISEÑO DE UN ASISTENTE VIRTUAL ORIENTADO AL TURISMO RELIGIOSO EN IBARRA, IMBABURA” elaborado

por Sophie Maleny Cando Castro, previo a la obtención del título del título de Licenciada en Turismo, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

(f):.....

Msc. Dennis Victoria Ortiz

Cumbal C.C: 1721686713

(f):.....

Msc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo

C.C: 0401393855

DEDICATORIA

Este documento representa mucho más que un trabajo de investigación; es una dedicatoria profunda y sincera a todas las personas que formaron parte fundamental de mi camino durante estos años. En primer lugar, agradezco a Dios, mi fortaleza constante, quien me ha enseñado a valorar cada oportunidad y a mantener la fe en los momentos difíciles. Sin su guía, nada de esto habría sido posible.

Agradezco a mi madre Sofia, quien me brindó la oportunidad que ella no tuvo. Su dedicación diaria para darme todo lo necesario, son la base de mis logros. Ella ha sido mi ejemplo de perseverancia para lograr mis sueños. A mi padre Memo, le doy gracias también por sus sabios consejos ya que su apoyo constante y su confianza en mí me han enseñado a superar los obstáculos y a crecer como persona.

También quiero reconocer a mi hermana Emily, quien me acompañó en la difícil decisión de elegir mi carrera, la cual ha resultado ser una de las mejores experiencias de mi vida. Gracias, por recordarme que todo esfuerzo tiene su recompensa. Hoy, con todo mi corazón, espero que tú también puedas alcanzar cada uno de tus sueños, porque te los mereces y porque sé que tienes la capacidad de llegar tan lejos como quieras.

Dedico este trabajo con todo mi cariño a esas personas que ya no están físicamente en mi vida, pero que estoy seguro se sentirían orgullosas de lo que he logrado. Especialmente a mi tío William, quien siempre creyó en mí y me animaba con su sonrisa. A mi gatita Luna, que fue mi leal compañera durante esas largas noches de estudio y que hoy ya no está a mi lado, te llevo en mi corazón.

Por último, pero no menos importante, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Steve, quien ha sido mi apoyo incondicional a lo largo de este viaje académico y personal. Desde el primer día que nos conocimos, su constante apoyo, paciencia y comprensión han sido un faro de luz en los momentos más difíciles, cuando la duda o el cansancio me invadían. Steve no solo estuvo presente

para motivarme, sino que también me ayudó de manera práctica en cada obstáculo, ofreciéndome su tiempo y compañía. Su confianza en mí me impulsó a seguir adelante, incluso cuando parecía imposible. Gracias a su presencia constante, pude enfrentar los retos con mayor optimismo y hoy puedo decir con orgullo que este logro también es fruto de su compromiso y amor. Steve, gracias por ser ese pilar fundamental, por nunca rendirte, y por ayudarme a ser una mejor persona cada día; este triunfo es tan tuyo como mío.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento más profundo a todas las personas e instituciones que han contribuido valiosamente en el desarrollo de esta investigación. Su respaldo fue decisivo para que diera el paso siguiente acertado en mis estudios universitarios: obtener un grado superior. Sin su ayuda, este proceso no habría sido posible.

En especial, doy las gracias a mis queridos y respetables docentes MSc. Dennis Ortiz, Abg. Victoria Ruiz, MSc. Deysi Encarnación, MSc. Israel Espinosa, MSc. Johanna Flores quienes con su formación y trayectoria me brindaron orientación precisa en cada etapa a lo largo de mi malla curricular. Su arduo trabajo no solo guio la elaboración de este tema de investigación, sino que enriqueció mi crecimiento personal y profesional de manera significativa.

Así mismo, agradezco especialmente al Departamento de Turismo y Promoción del GAD Municipal de Ibarra, cuya apertura y disposición para compartir conocimiento ha permitido un aprendizaje suficientemente profundo como enriquecedor. Su compañía, en este viaje, fue importante para fortalecer habilidades básicas relacionadas a mi área de estudio y orientación de vida.

Además, también agradezco al Departamento de Cultura de GAD Municipal de Ibarra por proporcionarme experiencias únicas que complementaron mi formación. Lo aprendido y experimentado en este proceso siempre será un referente invaluable en mi crecimiento profesional, por eso les debo un agradecimiento sincero y profundo, pues de sus enseñanzas nace la idea de implementar un asistente virtual para elevar el turismo en la maravillosa ciudad blanca.

Para finalizar, me gustaría señalar que tengo buenas impresiones de las giras académicas organizadas, que me ayudaron a comprender mejor el turismo y apreciar la cultura local. Estas experiencias prácticas me ayudaron a comprender más claramente la información recibida e involucraron en la industria del turismo local, alimentando mi dedicación al desarrollo del turismo.

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo religioso en Ibarra representa una oportunidad poco explotada, a pesar de la riqueza patrimonial y espiritual que posee su centro histórico. Sin embargo, la falta de herramientas tecnológicas de orientación y la escasa promoción digital han limitado el desarrollo pleno de este segmento. Ante esta situación, la presente investigación tuvo como objetivo diseñar un asistente virtual denominado Roboturim, orientado al turismo religioso en Ibarra, con el propósito de mejorar la experiencia del visitante y facilitar el acceso a información patrimonial relevante.

La investigación se llevó a cabo con un enfoque mixto, aplicando un diseño no experimental y de corte transversal. Se realizaron encuestas estructuradas a 300 personas, tanto turistas como residentes, y se llevaron a cabo entrevistas con cinco funcionarios del GAD de Ibarra que están relacionados con el área de turismo. Los resultados mostraron una gran aceptación del uso de la tecnología en visitas religiosas, especialmente entre los jóvenes y adultos de 26 a 45 años. Por otra parte, se percibió una solicitud elevada por que se implementen rutas guiadas, mapas interactivos y acceso inmediato a información sobre iglesias, festividades y figuras devocionales.

El prototipo de asistente virtual en ese caso llamado "Roboturim" se muestra como una tecnología educativa que puede ser usada desde el celular, ofreciendo funciones de chat interactivo guiado, una navegación por voz y ciertas recomendaciones personalizadas para recorridos religiosos. Por consiguiente, se sugiere implementar dentro del programa señalética digital con códigos QR en los principales sitios religiosos del centro histórico que contengan contenido relevante. De este modo se intentará fortalecer la identidad religiosa local, dinamizar el turismo espiritual y posicionar a Ibarra como un destino devocional inteligente y accesible.

Por otro lado, la propuesta incluye una plataforma que se adapta a diferentes tipos de usuarios, incluyendo personas mayores o con discapacidad, a través de rutas accesibles y una interfaz amigable. Así, no solo se impulsa su implementación, sino que también sirve para apoyar el desarrollo de un

turismo sostenible e innovador dentro de la ciudad que conecte el legado religioso con las nuevas herramientas tecnológicas.

Tras lo expuesto se espera que la implementación de Roboturim no solo atienda las necesidades informativas de los visitantes, sino que también fortalezca la participación de la comunidad y los actores locales en la gestión del turismo religioso, promoviendo un desarrollo cultural más activo y colaborativo.

Palabras clave: Turismo religioso, asistente virtual, patrimonio, innovación digital, Ibarra.

ABSTRACT

Religious tourism in Ibarra presents an underdeveloped opportunity, despite the city's rich spiritual and cultural heritage. The lack of digital tools and limited promotional strategies have hindered the growth of this tourism segment. In response, this study aimed to design a virtual assistant named Roboturim, focused on enhancing the religious tourism experience in Ibarra and facilitating access to relevant heritage information.

The research was conducted using a mixed approach, applying a non-experimental, cross-sectional design. Structured surveys were conducted with 300 people, both tourists and residents, and interviews were conducted with five officials from the Ibarra GAD who are involved in the area of tourism. The results showed widespread acceptance of the use of technology in religious visits, especially among young people and adults aged 26 to 45. On the other hand, there was a high demand for guided tours, interactive maps, and immediate access to information about churches, festivities, and devotional figures.

The prototype virtual assistant in this case, called "Roboturim," is presented as an educational technology that can be used from a cell phone, offering guided interactive chat functions, voice navigation, and personalized recommendations for religious tours. Therefore, it is suggested that digital signage with QR codes containing relevant content be implemented within the program at the main religious sites in the historic center. In this way, an attempt will be made to strengthen local religious identity, boost spiritual tourism, and position Ibarra as a smart and accessible devotional destination.

On the other hand, the proposal includes a platform that adapts to different types of users, including older adults and people with disabilities, through accessible routes and a user-friendly interface. Thus, it not only promotes its implementation but also supports the development of sustainable and innovative tourism within the city that connects religious heritage with new

technological tools.

Based on the above, it is expected that the implementation of Roboturim will not only meet the informational needs of visitors but also strengthen the participation of the community and local actors in the management of religious tourism, promoting more active and collaborative cultural development.

Keywords: Religious tourism, virtual assistant, heritage, digital innovation, Ibarra.

LISTA DE SIGLAS

ODS: Objetivos de desarrollo sostenible

PESTEL: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

ONWTO: Organización Mundial del Turismo

GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado.

SPSS: Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	21
Problema de Investigación	21
Formulación del Problema de Investigación	22
Justificación	23
Objetivos	24
Objetivo General	25
Objetivos Específicos	25
CAPÍTULO I.....	26
MARCO TEÓRICO	26
1.1. Antecedentes de Investigaciones Previas	26
1.2. Fundamentación Teórica	29
1.2.2.1. Turismo	29
1.2.2.2. Tipos de turismo	30
1.2.2.3. Turismo en Ecuador	31
1.2.2.4. Turismo Cultural	31
1.2.3. Turismo Religioso	32
1.2.3.1. Tipologías de turismo religioso	33
1.2.3.2. Patrimonio religioso y cultural de Ibarra.....	34
1.2.3.4. Transformación digital y turismo.....	34
1.2.3.5. Asistentes virtuales.....	35

1.2.4. Casos de aplicación de la IA en el turismo	36
1.2.4.1. Tecnologías Aplicadas al Turismo Religioso.....	37
1.2.4.2. Relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	38
1.2.4.3. Relación con el Desarrollo Local Sostenible	38
CAPÍTULO II	39
MATERIALES Y MÉTODOS	39
2.1 Tipo de Investigación según los siguientes criterios	39
a) Enfoque o paradigma	39
b) Aspiración, objetivo o finalidad:.....	40
c) Alcance o nivel de profundidad:	40
d) Diseño de investigación:	40
e) El tiempo:	41
f) El lugar:.....	41
CAPÍTULO III.....	52
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	52
3.1.1. Generalidades del público encuestado	53
¿Ha utilizado alguna vez un asistente virtual (como un chatbot o guía virtual)?.....	56
¿Para qué finalidad lo usó?.....	57

3.1.2. Comportamiento sobre uso de tecnologías del público encuestado.....	58
¿Qué tipo de información le gustaría recibir de un asistente virtual turístico?	59
¿Con qué frecuencia utiliza herramientas tecnológicas para planificar visitas turísticas?	60
3.1.3. Motivaciones y sugerencias para optimizar la experiencia del turismo religioso	62
3.1.4. Interpretación general de las encuestas	63
3.2. Cruce de variables e interpretación.	64
3.2.1. Relación entre la edad y el interés en el uso de un asistente virtual turístico.....	64
3.2.2. Relación entre la práctica religiosa y el uso de herramientas tecnológicas.....	66
3.3. Determinación de segmentos etarios según el medio preferido de interacción.....	67
3.3. Cuestionario de Preguntas	70
3.4. Tabulación de las Entrevistas	72
3.4.2. Discusión de Resultados	80
3.5. Propuestas de Mejora para el Fortalecimiento del Turismo Religioso en Ibarra mediante Soluciones Tecnológicas	84
3.5.2. Roboturim: Asistente Virtual para la Experiencia Religiosa Integral.....	85
3.5.3. Señalización Inteligente y Estaciones Digitales Interactivas en Circuitos Religiosos.....	86
3.5.4. Recorridos Religiosos Dinámicos con Roboturim	88
CAPÍTULO V	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
4.1. Conclusiones	90
4.2. Recomendaciones.....	91

Glosario	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXOS.....	101
Evidencias de Ejecución de Encuestas	101
Árbol de Problemas.....	104
Matriz Metodológica	105
Instrumentos de investigación empleados en la investigación	106
Guía de Entrevista.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Materiales, equipos y software a emplear en la investigación	Página 40
Tabla 2. Variables dependientes del cuestionario de encuesta	Página 46
Tabla 3. Variables independientes del cuestionario de encuesta	Página 47
Tabla 4. Relación entre variables dependientes e independientes	Página 48
Tabla 5. Edad del encuestado	Página 51
Tabla 6. Género del encuestado	Página 51
Tabla 7. Vive en la ciudad de Ibarra o viene de visita	Página 52
Tabla 8. Percepción sobre la promoción del turismo religioso en Ibarra	Página 53
Tabla 9. Conocimiento de sitios religiosos en Ibarra	Página 54
Tabla 10. Uso previo de asistentes virtuales	Página 54
Tabla 11. Finalidad de uso de asistentes virtuales	Página 55
Tabla 12. Interés en asistente virtual para turismo religioso	Página 56
Tabla 13. Tipo de información deseada	Página 57
Tabla 14. Medio preferido de interacción	Página 58
Tabla 15. Uso de tecnología para planificación turística	Página 58
Tabla 16. Percepción del impacto del asistente virtual	Página 59
Tabla 17. Sugerencias de mejora	Página 60
Tabla 18. Cruce entre edad e interés en un asistente virtual turístico	Página 62
Tabla 19. Cruce entre lugar de residencia y conocimiento de sitios religiosos	Página 63
Tabla 20. Cruce entre frecuencia de visitas religiosas y uso de herramientas	Página 64
Tabla 21. Cruce entre edad y medio preferido para interactuar con asistente virtual	Página 65
Tabla 22. Cruce entre género y opinión sobre la promoción del turismo religioso	Página 66

Tabla 23. Cruce entre frecuencia de visitas religiosas y valoración del impacto	Página 67
Tabla 24. Cuestionario de preguntas de la entrevista	Página 68
Tabla 25. Información general de los actores clave	Página 69
Tabla 26. Principales hallazgos para el diseño del asistente virtual turístico...	Página 70
Tabla 27. Matriz metodológica	Página 102

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación del centro histórico de Ibarra	Página 41
Figura 2. Fórmula para calcular el tamaño de la muestra infinita	Página 45
Figura 3. Cálculo del tamaño de la muestra al sustituir valores	Página 46
Figura 4. Portada de ingreso a la página de Roboturim	Página 84
Figura 5. Chat del asistente	Página 85
Figura 6. Chat por voz del robot	Página 85
Figura 7. Ruta creada	Página 86
Figura 8. Árbol de problemas	Página 102

INTRODUCCIÓN

Problema de Investigación

Problemática a Investigar

El problema identificado es el desconocimiento de herramientas interactivas para los sitios religiosos por parte de los visitantes en la ciudad de Ibarra, lo que dificulta la generación de experiencias turísticas personalizadas. Esta situación fue causada principalmente por la limitada oferta digital y en la ausencia de información actualizada sobre las motivaciones, expectativas y patrones de consumo de los turistas interesados en el turismo religioso, lo que dificultando la toma de decisiones y el diseño de estrategias adecuadas para mejorar la oferta turística en torno religioso de la ciudad de Ibarra.

La ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, ha experimentado el turismo religioso como hito que genera una oportunidad importante de fortalecimiento de la identidad cultural y desarrollo local. A pesar de la cantidad de expresiones religiosas, procesiones, templos históricos y fiestas patronales, no se cuenta con herramientas tecnológicas que permitan el acceso a esta información por los turistas y la ciudadanía en general. Por ende, esta brecha limita la percepción de la oferta turística religiosa, de manera que la misma carece de visibilidad a nivel local y no desempeña su verdadero potencial en la economía. Así mismo, cabe resaltar que gran parte de los lugares mencionados no se dan a conocer o se aprecian en su justa medida por parte de los turistas por el desabastecimiento de las estrategias novedosas de propaganda e información.

La digitalización y la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son fundamentales para impulsar la innovación en la industria turística. En otras palabras, la creación de un asistente virtual se añade como una solución eficaz para proporcionar información pertinente, personalizada y en tiempo real sobre los principales atractivos religiosos de la ciudad, por consiguiente, este tipo de herramienta puede ser integrada en páginas web, redes sociales o aplicaciones móviles, lo que simplifica la organización de visitas, la interacción con contenido multimedia y la promoción de eventos religiosos significativos.

En el contexto actual, muchos visitantes no cuentan con recursos tecnológicos adecuados que les orienten durante sus recorridos por sitios de interés religioso. Esta situación no solo afecta la experiencia del turista, sino que también impide que las comunidades locales aprovechen completamente el valor turístico de sus tradiciones. De manera que, es necesario plantear

soluciones innovadoras que respondan a las nuevas demandas del turismo moderno, especialmente en un contexto post pandemia que ha acelerado el uso de herramientas digitales.

En este sentido, surge la necesidad de responder a la siguiente interrogante:

Formulación del Problema de Investigación

¿De qué manera el diseño de un asistente virtual puede contribuir a la promoción del turismo religioso en la ciudad de Ibarra, Imbabura, mejorando el acceso a la información sobre sitios y manifestaciones religiosas y fortaleciendo esta tipología turística en el contexto local?

Abordar esta problemática permitirá no solo mejorar la gestión de la información turística, sino también fomentar la conservación del patrimonio religioso y el desarrollo sostenible de la ciudad

Justificación

El diseño de un asistente virtual orientado al turismo religioso en Ibarra, Imbabura, se presenta como un tema de investigación de gran relevancia tanto a nivel local como regional, debido a la necesidad de aprovechar el potencial turístico de la ciudad en el ámbito del turismo religioso para promover el desarrollo económico, cultural y social. Este objeto de estudio se relaciona estrechamente con el objetivo de fomentar el crecimiento inclusivo y el empleo a través de actividades sostenibles, considerando al turismo como un sector clave para alcanzar estos fines.

La presente investigación se enfoca en la pertinencia de proporcionar información en tiempo real y actualizada sobre rutas de peregrinación, iglesias y festividades religiosas para atender los gustos de los visitantes, Ibarra, a la que se la conoce por la interminable cantidad de herencia religiosa, recibe a un enorme número de turistas nacionales e internacionales cada año. No obstante, en el área del turismo, la industria de la hospitalidad en la ciudad de Ibarra enfrenta obstáculos debido a la carencia de una infraestructura tecnológica adecuada que podría mejorar significativamente la experiencia del viajero religioso. En conclusión, la introducción de un asistente virtual representa una transformación en la manera en que los turistas interactúan con la ciudad, ya que puede ofrecer información accesible, precisa y personalizada al instante.

La importancia de este tema también se mostró en el efecto que podría tener dentro de la ciudad ya que existiría la creación de empleo y se buscara brindar apoyo a los negocios locales, al mejorar la atención al visitante, su gestión de recursos turísticos y un uso de tecnologías digitales. De este modo a nivel nacional, se vio la posibilidad de que Ibarra se convirtiera en un modelo de innovación en turismo religioso sostenible, alineado con las políticas públicas que buscan un desarrollo económico inclusivo y responsable.

Se documentó que la aplicación de asistentes virtuales en el turismo transformó la manera en

que los visitantes accedan a la información y planifiquen sus recorridos. Tomando en cuenta que en ciudades con mayor flujo turístico, añadir estas herramientas facilitaron la interacción entre los turistas y se do explorar de diferente manera el patrimonio cultural, mejorando la experiencia y promoviendo el desarrollo turístico sostenible.

Los usuarios que se beneficiaran Indudablemente son los turistas que visitan Ibarra en una búsqueda de experiencias religiosas. Es decir, podrán acceder a una herramienta tecnológica que les brindará información minuciosa y detallada acerca de los horarios de actividades religiosas, el transporte, los servicios disponibles y los sitios de interés. Esto no solo hará más fácil su planificación, sino que también los motivará a permanecer en la ciudad por un periodo de tiempo más largo. A la par, hay beneficiarios indirectos, entre los que se encuentran las autoridades de turismo, la comunidad local, las entidades religiosas, los guías de turismo y los empresarios menores en sectores afines. Todos ellos se beneficiarán de la mejora de las empresas locales y del incremento en el número de visitantes.

Además, el objetivo es captar la atención de la comunidad científica y tecnológica al integrar la inteligencia artificial y la automatización en el sector turístico. Esto abre un abanico de nuevas oportunidades para investigar el turismo digital y su relación con el patrimonio cultural y religioso.

La factibilidad del caso se fundamentó en la infraestructura tecnológica elemental que ya se encuentra en Ibarra, el acceso a internet y la creciente utilización de dispositivos móviles. Asimismo, se detectaron varias restricciones relevantes, como el tiempo disponible para crear y poner a prueba el asistente virtual, la exigencia de tener una infraestructura tecnológica más sofisticada en algunas zonas remotas de la ciudad y los desafíos de combinar el asistente con los distintos agentes del sector turístico local. En contraste, se estimó que las restricciones halladas tenían la posibilidad de ser superadas a través de una correcta planificación y el trabajo conjunto de los actores principales.

Objetivos

Objetivo

General

Crear un asistente virtual enfocado al turismo religioso en Ibarra, mediante la identificación de necesidades y expectativas del público objetivo, con el fin de mejorar la experiencia de los visitantes y potenciar el turismo religioso en la región.

Objetivos Específicos

1. Realizar una revisión bibliográfica sobre la implementación de tecnologías digitales en el sector turístico, con énfasis en el turismo religioso, para la identificación de buenas prácticas y casos exitosos aplicables al contexto de Ibarra.
2. Desarrollar un levantamiento de información sobre las preferencias y necesidades de los turistas interesados en el turismo religioso en Ibarra para la comprensión del perfil de los usuarios.
3. Elaborar un asistente virtual "Roboturim" adaptado al turismo religioso de Ibarra para el mejoramiento de la interacción del visitante con el patrimonio religioso, histórico y cultural de la ciudad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de Investigaciones Previas

El turismo religioso es una modalidad que combina la espiritualidad con el interés cultural que ha ganado relevancia en Ecuador, especialmente en regiones como Imbabura. La ciudad de Ibarra, con su riqueza patrimonial y arquitectónica religiosa, presenta un escenario propicio para el desarrollo de iniciativas que integren tecnología y turismo.

En el contexto religioso, Carrera Játiva (2023), en su tesis Turismo religioso como alternativa de desarrollo al potencial turístico de los cantones Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Antonio Ante en la provincia Imbabura, desarrolló una ruta de turismo religioso como alternativa de desarrollo al potencial turístico de los cantones mencionados, contemplando las principales iglesias de cada cantón. La autora destaca que “se establecieron factores claves que contribuyeron con el diseño e implementación de una aplicación móvil que ofrece el servicio de promoción, difusión y autoguianza local de los recursos patrimoniales seleccionados en el área de estudio, mediante el uso de internet” (p. 1). Por medio de este análisis se pudo resaltar la importancia de las aplicaciones móviles en la promoción del turismo religioso en la región.

Profundizando en el tema, Chulde Basantes (2021), en su propuesta teórica Ruta turística religiosa en la parroquia de Guápulo, cantón Quito, provincia de Pichincha, diseñó una ruta turística religiosa como estrategia para fomentar el desarrollo turístico local en un contexto religioso. La autora señala que “la implementación de una ruta turística religiosa permitirá fortalecer el sentido de identidad cultural, así como incentivar el turismo interno y externo mediante recorridos planificados por los principales atractivos de carácter religioso presentes en la parroquia” (p. 3). Esta propuesta refleja que las rutas religiosas pueden integrarse como

herramienta clave para dinamizar el turismo sostenible en contextos urbanos patrimoniales.

En el ámbito ecuatoriano, Rodríguez Torres y Ramírez Tituana (2024), en su obra *Tensiones entre espiritualidad y turismo*, examinaron las tensiones que surgen cuando los espacios religiosos tradicionales son incorporados dentro de actividades turísticas. A través de una investigación cualitativa con entrevistas a actores religiosos, comunitarios y gestores culturales, los autores detallan:

La necesidad de implementar políticas de manejo cultural y turístico dentro de los espacios religiosos garantiza una gestión sostenible y respetuosa del patrimonio, también es importante considerar que el uso turístico dentro de estos espacios en varias ciudades del país ha generado conflictos sobre el respeto al carácter sagrado del espacio, especialmente cuando las actividades turísticas se perciben como invasivas o descontextualizadas respecto al sentido espiritual del lugar (p. 1).

Esta línea de investigación destaca uno de los grandes desafíos del turismo religioso en la actualidad: la valorización del patrimonio, el respeto a la fe y la creciente demanda turística a la que actualmente se está viendo sometido Ecuador.

Dentro del entorno de la aplicación de tecnologías digitales al turismo religioso, Boulila et al. (2021), en su estudio titulado *GuideMe: Una aplicación móvil basada en el Sistema de Posicionamiento Global y Reconocimiento de Objetos Hacia una Guía Turística Inteligente*, desarrolló una aplicación móvil que ayuda a los usuarios a encontrar las oraciones adecuadas para un lugar sagrado determinado de manera fácil e intuitiva. Los autores señalan que:

Al implementar pruebas dentro de un sistema virtual es factible realizar pruebas de utilidad de este modo se desarrollaron tres opciones diferentes para lograr este objetivo: 1) búsqueda manual, 2) ubicación GPS para identificar los lugares sagrados y, por lo tanto,

sus oraciones correspondientes, y 3) método basado en aprendizaje profundo para determinar el lugar sagrado mediante el análisis de una imagen tomada por el visitante dentro de su experiencia” (p. 1).

Asimismo, es importante resaltar que se llegó a determinar que el ilustre Museo del Monasterio de las Concepcionas, ubicado en Cuenca, ha incorporado una interfaz de navegación 360° y un Chat Bot guiado por inteligencia artificial después de estudiar el caso de investigación de Chocho Rivas (2024). Según el autor, "el sistema de navegación 360° posibilita que los visitantes recorran las salas y exhibiciones del museo en un entorno virtual, a la vez el Chat Bot que puede brindar respuestas y sugerencias personalizadas" (p. 1). Dado que la revisión efectuada nos muestra que la inteligencia artificial puede ser una herramienta útil para mejorar el goce de los visitantes en lugares religiosos y culturales.

En la ciudad de Ibarra, Gómez Soto (2017), en su enfoque investigativo llamado Turismo virtual interactivo en el Centro Histórico de la ciudad de Ibarra, desarrolló una página web que permite realizar visitas virtuales interactivas de los atractivos del centro histórico de la ciudad. El autor menciona que “este proyecto de investigación tiene como objetivo promocionar el Centro Histórico de la Ciudad mediante la aplicación de herramientas tecnológicas como la página web, que permite realizar visitas virtuales interactivas de los atractivos del centro histórico de la ciudad de Ibarra” (p. 1). Este enfoque permite destacar la importancia de las herramientas digitales en la promoción del turismo en Ibarra.

Además, Baldeón Maspud (2021), tal como expone en su Guía de viaje a través de una aplicación móvil en la promoción y dinamización de la oferta turística de la parroquia La Esperanza, desarrolló una guía de viajes digital y una aplicación móvil con imágenes en 360°, con el fin de captar la atención del turista. La autora señala que “el objetivo transcendental es el

desarrollo de una guía de viajes digital y una aplicación móvil con imágenes en 360° para convertirse en un instrumento más dinámico y visual con el fin de captar la atención del turista” (p. 1). De esta forma se enfatiza el papel de las aplicaciones móviles en la promoción turística local.

Como cierre, Posligua Marcillo y Suárez Lozano (2024), en su valiosa investigación Estrategias de promoción digital para potenciar el turismo religioso en la Ciudad de Guayaquil, desarrollaron estrategias digitales que ayudan a potenciar esta actividad en la ciudad de Guayaquil. Las autoras destacan que “se procedió con el desarrollo de estrategias innovadoras de forma online, creando contenido diverso, actualizado y accesible para los visitantes” (p. 1). En este caso se subraya la importancia de las estrategias digitales en la promoción del turismo religioso.

1.2. Fundamentación Teórica

1.2.2.1. Turismo

El turismo es una actividad económica, social y cultural que implica el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual por un período determinado, con fines de ocio, cultura, religión u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. En este sentido, la Organización Mundial del Turismo OMT (2023) define el turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período inferior a un año.

El turismo constituye un motor esencial para el desarrollo económico y social de muchas regiones. Según Gómez et al. (2021), esta actividad fomenta la generación de empleo, dinamiza los servicios locales y promueve la inversión en infraestructura. Además, facilita el intercambio cultural y contribuye al entendimiento entre comunidades diversas, incentivando el respeto por la identidad de los pueblos. De este modo, el turismo se convierte en una herramienta de cohesión

social y desarrollo sostenible cuando es gestionado adecuadamente y con enfoque territorial.

De hecho, la OMT (2023) se destaca que el turismo representa el 10% del PIB mundial y 1 de cada 10 empleos a nivel global. Por lo tanto, no sólo su beneficio directo económico, sino también su efecto transversal en la transformación de las áreas territoriales y sociales. En Ecuador y, respectivamente, en Ibarra, el turismo religioso es un activo valioso, ya que la ciudad cuenta con rica arquitectura colonial y numerosos templos históricos, además de procesiones religiosas y celebraciones tradicionales.

1.2.2.2. Tipos de turismo

Los tipos de turismo responden a las motivaciones, intereses y perfiles de los turistas. En esta línea, Ronda et al. (2022) clasifica el turismo en diversas tipologías: turismo cultural, de naturaleza, religioso, gastronómico, de salud, deportivo, entre otros. Estas categorías permiten segmentar la oferta turística y diseñar estrategias para implementar productos más adecuados a las necesidades del público objetivo y mejorar la competitividad de los destinos turísticos y su entorno.

Asimismo, Fernández et al. (2017) indica que cada tipo de turismo tiene particularidades en cuanto a infraestructura, actividades y perfil del visitante, lo cual influye en la planificación de destinos turísticos sostenibles. Conocer los distintos tipos de turismo permite adaptar la oferta a los intereses específicos de los visitantes, la planificación estratégica basada en estas particularidades puede favorecer la conservación del patrimonio y el equilibrio ambiental. A su vez, facilita el desarrollo de experiencias auténticas que respondan a las expectativas del turista moderno.

En este contexto, Muñoz Jacome et al. (2023) destacan que esta diferenciación no solo mejora la experiencia del turista, sino que también incrementa su satisfacción y refuerza el posicionamiento del destino. Además, brinda a los gestores turísticos la oportunidad de crear productos especializados que promuevan la diversificación económica, evitando así la saturación de los destinos tradicionales. Esto resulta especialmente valioso en países con una rica diversidad cultural y natural, como Ecuador.

1.2.2.3. Turismo en Ecuador

El turismo en nuestro país se ha convertido en una de las principales actividades económicas del país, gracias a su increíble biodiversidad, rica historia, culturas ancestrales y una geografía variada. El país se organiza en cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, cada una ofreciendo experiencias turísticas únicas. Según Navarro et al. (2019), esta diversidad ha resultado que Ecuador sea un destino atractivo tanto para los turistas nacionales y como para los internacionales, específicamente en áreas como el ecoturismo y responsabilidad que se maneja dentro de nuestro archipiélago y el turismo cultural que se vive en cada rincón del país.

La expansión turística en Ecuador ha impulsado la economía y a su vez generado empleo y revitalizado tanto espacios urbanos como los rurales. Por lo tanto, Gómez et al. (2021) subrayan que el turismo es una fuente clave de ingresos no petroleros para el país. No obstante, es de vital importancia permitir que se valore aún más el patrimonio cultural y natural, y fomentar prácticas de turismo sostenible que refuerzan la identidad nacional y el desarrollo de las comunidades en regiones como Imbabura, el turismo religioso y cultural ha ganado una creciente importancia por su capacidad de entrelazar tradición, fe y cultura.

1.2.2.4. Turismo Cultural

El turismo cultural se refiere a los desplazamientos motivados por el interés en conocer,

experimentar y disfrutar del patrimonio histórico, artístico y cultural de un lugar. Según Richards et al. (2011), este tipo de turismo implica la visita a museos, sitios arqueológicos, monumentos, fiestas populares, y otros elementos representativos de la identidad cultural de un territorio, este tipo de turismo implica la visita a museos, sitios arqueológicos, monumentos, fiestas populares y otros elementos representativos de la identidad cultural de un territorio.

Igualmente, contribuye a la preservación del patrimonio al generar sensibilización acerca de su relevancia. De esta manera, el turismo cultural fortalece la identidad de las comunidades y mejora la experiencia de aquellos que lo visitan.

En palabras de Prats et al. (2005) el turismo cultural no solo tiene un componente recreativo, sino también educativo, ya que permite el aprendizaje sobre diferentes cosmovisiones y formas de vida, convirtiéndose en una herramienta para la transmisión del conocimiento y la valorización de las tradiciones. Fernández destaca que las personas que practican este turismo buscan comprender el contexto histórico y cultural de los destinos visitados. Así, se promueve el respeto por la diversidad cultural y el diálogo intercultural. Adicionalmente, el turismo cultural impulsa la participación activa de las comunidades locales en la interpretación de su propio patrimonio.

El turismo de esta magnitud no solo ayuda a mantener el patrimonio, sino que también facilita las expresiones culturales de la población local. Según del Amo et al., en general, si está organizado correctamente, dicho turismo es capaz de generar ingresos y apoyar la continuidad de las tradiciones. Además, establece relaciones de respeto entre las comunidades independientemente de la religión, la raza y otros marcadores visibles de la diferenciación social. En otras palabras, el turismo cultural y religioso es un acelerador de la cohesión. Ibarra puede beneficiarse mucho de este tipo de turismo ya que es una oportunidad de reflejar e influenciar su

historia y sus manifestaciones de fe.

1.2.3. Turismo Religioso

El turismo espiritual incluye las actividades de viaje que están impulsadas por la devoción, la fe o el interés espiritual. McKercher, (2002) afirma que esta clase de turismo resulta útil para peregrinaciones, visitas a sitios sagrados, participación en festividades religiosas o experiencias de retiro espiritual. En este contexto no solo satisface necesidades espirituales, sino que también estimula las economías locales y propicia la interacción entre culturas. Según la autora, dichas actividades tienen la posibilidad de ser ejecutadas individualmente o en grupos organizados, lo que permite diversificar las opciones turísticas. Por lo tanto, el turismo religioso es una combinación entre lo turístico y lo sagrado.

Salazar et al. (2012) afirma que se trata de una actividad antigua que ha evolucionado hacia nuevas formas que combinan espiritualidad, cultura y ocio, esta evolución ha permitido que más personas se interesen por experiencias místicas sin necesariamente practicar una religión. Los autores señalan que hoy en día existen propuestas turísticas que incluyen meditación, visitas a lugares energéticos y recorridos espirituales. De esta manera, el turismo religioso se ha adaptado a los nuevos estilos de vida y demandas del viajero contemporáneo.

Por otro lado, estas líneas de trabajo, sobre todo en visibilidad y mejor aún en sostenibilidad, pueden dar grandes frutos. Dada la riqueza religiosa de Ibarra en iglesias, procesiones, celebraciones patronales, es posible apostar a una línea turística entornada a la espiritualidad. No obstante, sí se debe contemplar su posible alcance y puntos de vistas, bajo la lente de la sostenibilidad y respeto a la cultura local.

1.2.3.1. Tipologías de turismo religioso

El turismo religioso incluye diversas modalidades que se adaptan a las variadas

motivaciones espirituales, culturales y sociales de los visitantes. Por medio del análisis de los grandes autores Tejedor Calvo y Romero-Rodríguez (2024), se pueden identificar algunas de las formas en las que se puede apreciar el turismo de esta manera en este caso como las peregrinaciones, el turismo espiritual, un turismo cultural religioso y el turismo devocional. A su vez en las peregrinaciones se implican viajes hacia lugares considerados sagrados, como es el caso del Camino de Santiago en Europa o observándolo de más cerca el Santuario de El Quinche en Ecuador.

Así, si el turismo espiritual pretende experiencias de introspección, y el cultural tiene interés por el arte sacro, la arquitectura o sus tradiciones religiosas, el devocional facilitaría la participación en festividades religiosas locales, como procesiones o novenas. En otras palabras, se podrían segmentar de forma más eficiente la oferta turística, ofreciendo experiencias acordes a las expectativas del turista.

1.2.3.2. Patrimonio religioso y cultural de Ibarra

Ibarra, conocida como la “Ciudad Blanca”, ubicada en la provincia de Imbabura, alberga una notable riqueza religiosa y patrimonial. En sus calles se levantan iglesias como: La Catedral de Ibarra, La Basílica de la Dolorosa, La Iglesia de San Agustín, La Iglesia de Santo Domingo.

Estos lugares representan mucho más que simples edificaciones ya que son verdaderos emblemas de identidad, de la memoria colectiva y devoción. Eventualmente en las festividades religiosas se reúnen cientos de feligreses y turistas en la ciudad, creando así una excelente oportunidad para impulsar el turismo espiritual que se ofrece. A pesar de contar con estos espacios cargados de historia y cultura, se puede notar la escasa promoción e información clara y accesible, especialmente para los visitantes que no están familiarizados con la ciudad. Por este tipo de circunstancias se exige la implementación de estrategias innovadoras dentro del centro que

combinen la tecnología con la difusión del patrimonio religioso.

1.2.3.4. Transformación digital y turismo

La transformación digital en el turismo se refiere a la incorporación de tecnologías digitales en todos los procesos de la cadena de valor turística. La digitalización ha revolucionado la manera en que los turistas planifican, reservan y disfrutan sus viajes. Alarcón et al. (2014) destacan que herramientas como las plataformas de reserva, los sistemas de geolocalización y la inteligencia artificial permiten una interacción más fluida entre los destinos y los visitantes. Esto resulta esencial para destinos emergentes como Ibarra, que buscan modernizar su oferta turística sin perder su esencia cultural.

Dentro del sector turístico, el guía virtual se ha convertido en un recurso clave porque posibilita que los turistas reciban respuestas ágiles y personalizadas acerca de las localizaciones de acontecimientos, horarios, información histórica de los monumentos y sugerencias para actividades dentro del destino. Esta aplicación se adecúa a los gustos de cada persona, con lo cual la experiencia del usuario mejora y, simultáneamente, la eficacia operacional de los lugares turísticos incrementa.

1.2.3.5. Asistentes virtuales

Un asistente virtual es una interfaz basada en inteligencia artificial diseñada para interactuar con los usuarios y ofrecer respuestas automatizadas a sus preguntas o solicitudes, estos asistentes pueden ser de texto o voz, y su funcionamiento se basa en tecnologías de procesamiento del lenguaje natural (NLP) y aprendizaje automático.

Cabezas et al. (2023) destaca que los asistentes virtuales están transformando la atención al cliente en múltiples sectores, incluido el turismo, Estos sistemas ofrecen información precisa y rápida sobre destinos, servicios, reservas y recomendaciones personalizadas. Los autores subrayan

que su uso mejora la accesibilidad de la información para turistas nacionales y extranjeros, los asistentes virtuales son vistos como aliados para guiar al visitante durante todo su viaje. Por tanto, representan una solución innovadora para optimizar el servicio.

Así, estos asistentes virtuales enriquecen la experiencia del usuario al ofrecer atención inmediata, personalizada y las 24 horas del día. Smith (2022), obtiene un caso en el que, en el ámbito del turismo, las herramientas que se requieren a usar pueden dar información sobre rutas, eventos, alojamiento, gastronomía, entre otros. Su incorporación en destinos turísticos no solo modernizará la atención, sino que también ayudará a reducir costos operativos y a aumentar la satisfacción de los visitantes.

1.2.4. Casos de aplicación de la IA en el turismo

La inteligencia artificial (IA) se ha aplicado con éxito en diferentes ámbitos del turismo, desde la predicción de comportamiento de los viajeros hasta la automatización de procesos. Según Gómez et al. (2021), la IA permite ofrecer recomendaciones personalizadas, optimizar precios y gestionar la reputación online de los destinos,

Ejemplos como los asistentes virtuales de ciudades en España, Italia o Perú han demostrado que esta tecnología mejora significativamente la experiencia de los visitantes, fomenta la interacción con el destino y amplía la estadía de los turistas.

En el análisis de Navarro et al. (2019) se mencionan unos ejemplos de asistentes de viaje en plataformas que se usan casi siempre, tales como Boo King o Expedia, chatbots turísticos en sitios municipales o sistemas de recomendaciones en tiempo real de usuarios. Para un proyecto como este el asistente virtual turístico en Ibarra, se debería enfocar en estas experiencias al ofrecer una base sólida para replicar soluciones adaptadas al turismo religioso del sitio de interés. Diversas ciudades y regiones han comenzado a implementar la inteligencia artificial como parte de su estrategia turística.

1.2.4.1. Tecnologías Aplicadas al Turismo Religioso

El uso de herramientas tecnológicas ha cambiado en su totalidad la manera en que vivimos el turismo religioso, de igual manera para los visitantes como para quienes gestionan estas experiencias. Eventualmente con el uso de aplicaciones móviles, realidad aumentada o también asistentes virtuales están abriendo nuevas puertas para interactuar con nuestro patrimonio religioso y ser pioneros de promocionar lo nuestro. Un buen ejemplo de esto es GuideMe, ya que es una plataforma que permite escanear monumentos y obtener información detallada sobre su historia y uso litúrgico.

En el Ecuador, estudios actuales, como el de Alvarado et al. (2023). Revela que los asistentes virtuales en hoteles han optimizado el servicio al cliente y disminuido los períodos de espera, lo cual ha producido una experiencia más gratificante. Este progreso es esencial en la época posterior al COVID-19, en la que los viajeros aprecian la información en tiempo real y el contacto físico mínimo. En conclusión, la digitalización es una herramienta primordial para fortalecer la cobertura y organización del turismo religioso, ya que lo hace más accesible, atractivo y seguro para la población.

1.2.4.2. Relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Este proyecto está alineado con el ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, que busca promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

La implementación de un asistente virtual impulsa el desarrollo local a través del turismo, promueve el emprendimiento y la innovación, genera oportunidades para los jóvenes vinculados a la tecnología y el turismo, a su vez contribuye a la preservación del patrimonio cultural religioso.

1.2.4.3. Relación con el Desarrollo Local Sostenible

El turismo religioso profundamente conectado con el desarrollo local sostenible, ya que no solo impulsa la economía, sino que también genera empleo y fortalece el tejido social. Un estudio de Pérez Rivera y Sarabia Molina (2022) reveló que, en Nobol, Ecuador, este tipo de turismo religioso ha sido una gran clave para revitalizar la economía local a través del comercio, la gastronomía y la hotelería. De manera que, se fomenta la conservación de espacios patrimoniales y refuerza el sentido de pertenencia entre los habitantes del sector.

Por otro lado, la relación entre turismo y sostenibilidad se verifica en propuestas que son sostenibles y socialmente justas. En este sentido, las acciones están directamente relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible: el ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico y ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles. Al final, el turismo religioso también se destaca al contribuir al progreso en esta dirección, ya que plantea un diseño de motor de bienestar a través de lo que es económico, cultural y ambiental.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo de campo adoptó un enfoque mixto, integrando tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Esta combinación permitió abordar de manera integral la problemática relacionada con la falta de herramientas tecnológicas orientadas al turismo religioso en Ibarra. El enfoque cuantitativo fue clave para obtener datos estadísticos representativos sobre los intereses, necesidades y nivel de conocimiento de los turistas y residentes respecto al turismo religioso y el uso de asistentes virtuales. Por su parte, el enfoque cualitativo permitió comprender en profundidad las percepciones, expectativas y propuestas de mejora por parte de los actores clave del sector.

2.1 Tipo de Investigación según los siguientes criterios

a) Enfoque o paradigma:

La investigación se apoyó en un enfoque cuantitativo con un complemento de cualitativo, ya que las herramientas estructuradas utilizadas, como encuestas, se usaron para recopilar datos numéricos y las entrevistas, para obtener una visión más profunda de la perspectiva institucional. El enfoque cuantitativo permitía la identificación de tendencias en los expedientes de los turistas y habitantes en torno al turismo religioso en términos generales, en cuanto que el cuantitativo permitía el análisis de opiniones de actores claves en el desarrollo del turismo en la localidad. Esta combinación metodológica permite tener una visión integral del fenómeno estudiado. También permite respaldar los resultados con diferentes enfoques analíticos. Por ende, el enfoque mixto facilita encontrar una respuesta a los problemas identificados, debido a la triangulación cruzada que valida los resultados importantes. Por todo lo anterior, la investigación también recibe una base objetiva y subjetiva.

b) Aspiración, objetivo o finalidad:

El trabajo actual de investigación tiene un rasgo aplicado, ya que su propósito principal fue generar conocimientos útiles y directamente orientados a resolver una necesidad concreta del territorio: la promoción del turismo religioso en Ibarra mediante herramientas tecnológicas. No se trató únicamente de ampliar el conocimiento teórico sobre el tema, sino de proponer alternativas innovadoras para fomentar el desarrollo local y cultural. La propuesta del asistente virtual nace como respuesta a las carencias en la promoción del turismo religioso identificadas en la ciudad. De esta manera, el estudio busca incidir de forma directa en la planificación turística y en la experiencia del visitante. Además, tiene como finalidad fomentar una mayor valorización del patrimonio religioso por parte de turistas y residentes.

c) Alcance o nivel de profundidad:

En cuanto a su alcance, este caso es exploratorio y descriptivo. En primer lugar, se exploró un tema en gran medida no investigado en la ciudad de Ibarra: uso de tecnologías aplicadas en el turismo religioso. Con base en información muy general y sobre la misma base, varios aspectos del fenómeno estudiado y áreas de posibles intervenciones adecuadas fueron identificados. Luego fue descriptivo, ya que detalló las actitudes, el comportamiento y las percepciones de los turistas y los residentes sobre el uso de tecnologías en el turismo religioso.

A través de los instrumentos aplicados, se identificaron patrones de consumo turístico, nivel de interés por lo religioso y disposición al uso de nuevas tecnologías. Este nivel de profundidad ayudó a construir un perfil preliminar del usuario potencial del asistente virtual.

d) Diseño de investigación:

El diseño adoptado fue no experimental y de corte transversal. Esto significa que no se manipuló ninguna variable, sino que se observaron los fenómenos tal como se presentaban en su

entorno habitual, en un momento específico del tiempo. Esta decisión permitió captar de forma fiel y directa la realidad del turismo religioso en Ibarra, sin alterar el comportamiento de los participantes. La naturaleza no experimental también responde al carácter exploratorio del estudio, donde se busca conocer un fenómeno sin intervenir sobre él. El corte transversal permitió realizar la recolección de datos en un único periodo, facilitando el análisis de tendencias actuales. Este diseño resultó adecuado para alcanzar los objetivos planteados de manera práctica y realista.

e) El tiempo:

El tiempo que abarco el proyecto, fue alrededor de un año, el tiempo que duro, la planificación, el diseño, la aplicación y el análisis de cada una de las fases metodológicas. Fue un tiempo suficiente para hacer una revisión bibliográfica, para definir el problema de estudio, para diseñar los instrumentos para aplicar encuestas y finalmente para procesar e interpretar la información obtenida. Por otra parte, la duración permitió la observación del comportamiento turístico en distintos días del año, tanto por feriados religiosos como fines de semanas comunes.

También permitió programar entrevistas de forma que se pudiera recibir asistencia de los empleados del GAD Municipal de Ibarra, que tenían horarios limitados para estas reuniones. Haciéndolo todo junto, el período de tiempo fue muy útil para implementar el proyecto de investigación de forma adecuada, plana y consistente.

f) El lugar:

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, siendo su área de estudio el centro de la ciudad en elementos patrimoniales, estructuras culturales y religiosas. El centro de la ciudad fue escogido ya que muchas de sus iglesias y espacios públicos se encuentra dentro la zona a explorar y por contener la mayoría e importantes íconos religiosos de la localidad.

2.2 Ubicación del lugar

a) Política: Parroquia, cantón, provincia

Parroquia: El Sagrario

Cantón: Ibarra

Provincia: Imbabura

b) Geografía del sitio de investigación: coordenadas y mapa

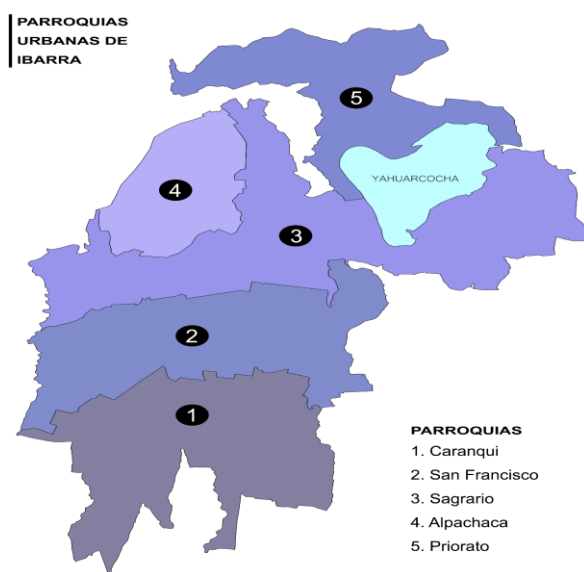
Coordenadas:

Longitud: 0.3461° Norte

Latitud: -78.1197° Oeste

Figura 1

Ubicación Centro Histórico de Ibarra



Nota: PDOT-GAD SAP 2016

2.3. Materiales, equipos y software

En el desarrollo de esta investigación no se recurrió a tecnologías complejas ni sofisticadas. Se optó por recursos prácticos y de fácil acceso, perfectamente adecuados

para recopilar tanto datos cualitativos como cuantitativos.

A continuación, se detalla el conjunto de materiales empleados en las diferentes fases del estudio:

Tabla 1

Materiales, equipos y software a emplear en la investigación

Materiales de campo	Materiales de laboratorio	Equipos	Software
Cuestionarios de encuesta Impresos	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositivo móvil • Conexión a internet 	Google Forms
Material de escritura bolígrafo, carpetas, hojas	Ninguno	Teléfonos móviles y conexión a internet	SPSS
Guía de entrevista	Ninguno	Dispositivo móvil	Ninguno

Para el levantamiento de información se aplicaron encuestas tanto en formato digital (Google Forms) como físico, dirigidas a visitantes y residentes de Ibarra, con el fin de identificar sus percepciones sobre el turismo religioso. Además, se realizaron entrevistas a funcionarios del GAD Municipal para obtener una visión institucional.

Estos resultados fueron procesados mediante el programa software SPSS, lo que posibilitó reconocer ciertos patrones valiosos para el prototipo de asistente virtual. De manera simultánea, se creó un prototipo funcional del asistente denominado “Roboturim”, con la ayuda de las herramientas de diseño web y los asistentes de diálogo como messenger. La función de Roboturim consiste en facilitar la promoción del patrimonio religioso de la ciudad.

2.4. Métodos, técnicas e instrumentos

La presente investigación adoptó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos con el fin de abordar los objetivos propuestos de manera integral. A través del enfoque cuantitativo se recopilaron datos estructurados sobre las preferencias de los turistas y su disposición hacia el uso de tecnología en el contexto del turismo religioso. Por su parte, el enfoque cualitativo permitió obtener perspectivas más profundas por parte de representantes institucionales, mediante entrevistas semiestructuradas. Esta combinación metodológica posibilitó una visión más completa del fenómeno estudiado, facilitando la formulación de estrategias innovadoras orientadas al fortalecimiento del turismo religioso en el Centro Histórico de Ibarra.

Siendo así, la metodología se estructuró en torno a los tres objetivos específicos planteados, cada uno con su respectivo tipo de investigación, método, técnica e instrumento:

En primer lugar, para el objetivo de realizar una revisión bibliográfica sobre la implementación de tecnologías digitales en el sector turístico, se utilizó un método documental de carácter descriptivo. La técnica empleada fue la revisión de literatura científica, artículos académicos, informes institucionales y estudios de caso nacionales e internacionales sobre buenas prácticas en el uso de asistentes virtuales en turismo religioso. El instrumento consistió en una ficha de análisis documental, en la que se registraron los elementos más relevantes, tales como conceptos clave, enfoques aplicados, resultados obtenidos y su posible adaptabilidad al contexto ibarreño.

En segundo lugar, para el objetivo de desarrollar un levantamiento de información sobre las preferencias y necesidades de los turistas interesados en el turismo religioso en Ibarra, se utilizó el método cuantitativo, bajo un enfoque descriptivo y de corte transversal. La técnica aplicada fue la encuesta estructurada, diseñada para recopilar datos de una muestra de 300 personas entre turistas y residentes. El instrumento fue un cuestionario con 12 preguntas abiertas y cerradas,

difundido mediante la plataforma Google Forms. Este procedimiento permitió identificar el perfil del usuario potencial del asistente virtual, sus actitudes, nivel de conocimiento y disposición hacia el uso de herramientas tecnológicas.

Concluyendo, para el propósito de desarrollar un asistente virtual “Roboturim” adecuado al turismo religioso de Ibarra, se utilizó el método cualitativo de diseño exploratorio. La técnica usada fue la entrevista semiestructurada a cinco representantes del área de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra. El instrumento fue una guía de entrevista con 10 preguntas abiertas, que estuvieron dirigidas a la perspectiva institucional acerca del turismo religioso, a los desafíos actuales de la promoción de los lugares institucionales con dicha orientación, y a la posibilidad de introducir herramientas digitales en el proceso de innovación de la experiencia del visitante. Las entrevistas dieron insumos valiosos para el diseño del asistente virtual guiado por criterios de pertinencia y criterios de funcionalidad, y aspecto contextual.

2.5. Investigaciones no experimentales

2.5.1. Universo Población

El universo de estudio de esta investigación está conformado por todas las personas que tienen un interés o vinculación con el turismo religioso en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. En general, a los turistas nacionales o extranjeros que visitan los espacios religiosos más frecuentados de la ciudad y a los ibarreños que asisten a las diversas festividades, eventos y demás prácticas religiosas. Asimismo, se incluye a los miembros de la institucionalidad que se encargan de gestionar e implementar la planificación turística del cantón ibarreño, tales como los funcionarios del GAD Municipal o gestores culturales. Esta diversidad poblacional permite una visión amplia e integral para diseñar un asistente virtual orientado al turismo religioso.

2.5.2. Población y Muestra

La población seleccionada para esta investigación corresponde a los turistas que han visitado Ibarra con fines religiosos durante el último año, según datos estimados por el GAD Municipal y la Dirección de Turismo, la cual asciende a aproximadamente 50.200 personas. Para obtener resultados representativos, se aplicó un muestreo probabilístico simple. Este tipo de muestreo permite que cada individuo tenga la misma probabilidad de ser seleccionado, garantizando así la validez estadística de los datos recogidos. La muestra fue calculada usando parámetros estándar como el nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%.

2.5.3. Tamaño de la muestra

Fórmula: Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas.

Figura 2

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra infinita

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Parámetros:

- a) N = 50.200 (tamaño total de la población)
- b) Z=1.645(valor correspondiente al 90% de nivel de confianza)
- c) p = 0.5 (probabilidad de éxito)
- d) q = 0.5 (probabilidad de fracaso)
- e) E = 0.10 (margen de error permitido)

Sustituyendo los valores:

Figura 3

Cálculo del tamaño de la muestra al sustituir valores

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{300 \cdot (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(300 - 1) \cdot (0.10)^2 + (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} \\
 n &= \frac{300 \cdot 2.706 \cdot 0.25}{299 \cdot 0.01 + 2.706 \cdot 0.25} \\
 n &= \frac{300 \cdot 0.6765}{2.99 + 0.6765} \\
 n &= \frac{202.95}{3.6665} \approx 55.35
 \end{aligned}$$

Este valor representa el número mínimo de encuestas o entrevistas que deben ser aplicadas para asegurar que los resultados obtenidos sean válidos y confiables dentro del margen de error y nivel de confianza establecido.

2.5.4. Herramientas para la investigación

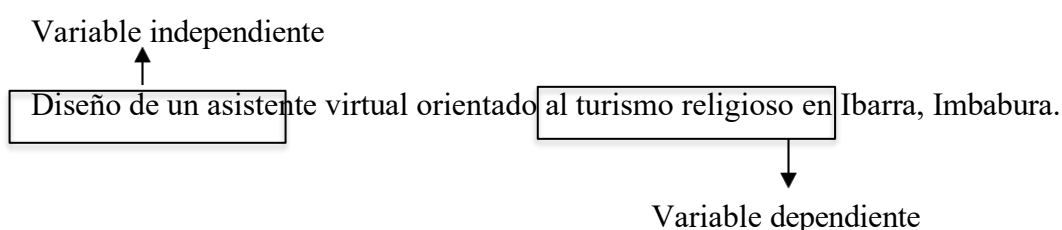
La implementación de esta investigación se llevó a cabo desde tres instrumentos principales: encuestas estructuradas, entrevistas a profundidad y revisión documental. Las encuestas estaban destinadas a turistas nacionales y locales, con el objetivo de identificar los factores motivadores, las experiencias realizadas y las expectativas obtenidas de visitar los espacios sagrados de Ibarra.

Por otro lado, las entrevistas se centraron en la obtención de opiniones y criterios de la parte interesada y actor de los funcionarios del área de turismo del GAD Municipal de Ibarra en aras de analizar el turismo religioso y lo mencionado que necesita una mejora. Adicionalmente, se llevó a cabo, una revisión documental de los planes de desarrollo turístico y la normativa local. Lo que permitió completar la información obtenida con las partes interesadas. Con las herramientas enunciadas se logró un análisis integral de los posibles enfoques cuantitativos y cualitativos.

2.6. Matriz de Operacionalización de variables

La matriz de operacionalización de variables se enfocó en la revalorización del turismo religioso en Ibarra, considerando aspectos como el nivel de conocimiento de los visitantes, la percepción del valor cultural de los espacios religiosos, y el interés por herramientas tecnológicas que mejoren la experiencia turística. Esta matriz permitió establecer indicadores medibles para evaluar la situación actual y proyectar estrategias que promuevan el fortalecimiento de este tipo de turismo como una alternativa sostenible y culturalmente enriquecedora.

2.6.1 Variables dependientes e independientes de la investigación



Variables Dependientes (VD)

Tabla 2

Variables dependientes del cuestionario de encuesta

Variable dependiente	Pregunta	Opiniones
Conocimiento de sitios religiosos	¿Qué iglesias o sitios religiosos de Ibarra ha visitado o conoce?	(Pregunta abierta)
Opinión sobre la promoción turística	¿Cómo considera que está la promoción del turismo religioso en Ibarra?	- Bastante desarrollada y visible - Moderadamente visible, pero puede mejorar - Poco visible o casi inexistente - No tengo conocimiento al respecto
Uso previo de asistentes virtuales	¿Ha utilizado alguna vez un asistente virtual (como un chat Bot o guía virtual)?	- Sí, para buscar información turística - Sí, para resolver dudas en servicios - Lo he usado, pero no recuerdo bien para qué - Nunca he utilizado uno
Finalidad de uso de asistente virtual	Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿para qué finalidad lo usó?	(Pregunta abierta)

Interés en asistente virtual turístico	¿Le gustaría contar con un asistente virtual que le brinde información sobre el turismo religioso en Ibarra?	<ul style="list-style-type: none"> - Me parecería muy útil - Podría ser interesante, dependiendo de sus funciones - No me llama la atención por ahora
Tipo de información deseada	¿Qué tipo de información le gustaría recibir de un asistente virtual turístico?	(Ej. horarios de misas, historia de iglesias, eventos religiosos, ubicación, etc.)
Medio preferido de interacción	¿Qué medio usaría para interactuar con un asistente virtual?	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación móvil - Página web - Redes sociales (Messenger, WhatsApp) - Otro
Uso de herramientas tecnológicas	¿Con qué frecuencia utiliza usted herramientas tecnológicas para planificar visitas turísticas?	<ul style="list-style-type: none"> - Nunca - A veces - Siempre
Valoración del impacto del asistente virtual	¿Considera que un asistente virtual mejoraría su experiencia al visitar lugares religiosos en Ibarra?	<ul style="list-style-type: none"> - Agilizándolo el acceso a la información - Guiándome durante el recorrido - Recomendándome sitios y eventos - No considero que tenga gran impacto
Sugerencias de mejora	¿Tiene alguna sugerencia para mejorar la experiencia del turismo religioso en la ciudad?	(Pregunta abierta)

Nota. La presente tabla presenta las distintas variables dependientes detectadas en el cuestionario, además incluye sus preguntas y las diferentes alternativas consideradas al diseñar la encuesta. Algunas cuestiones se formularon utilizando múltiples opciones de respuesta y escalas de evaluación para evaluar conductas, gustos y percepciones turísticas. Elaborado por el autor y ChatGPT (OpenAI, 2025), utilizado como herramienta de apoyo en la investigación.

Variables Independientes (VI)

Tabla 3

Variables independientes del cuestionario de encuesta

Variable independiente	Pregunta	Opiniones
Edad	Edad:años	Respuesta abierta
Género	Masculino... Femenino	Respuesta abierta

Lugar de residencia	¿Reside usted en Ibarra o está de visita como turista?	- Residente - Turista
Frecuencia de visitas a sitios religiosos	¿Con qué frecuencia visita lugares de turismo religioso en Ibarra?	- Nunca - Rara vez - A veces - Frecuentemente - Siempre

Nota. En la siguiente tabla, Las diferentes variables independientes identificadas en el cuestionario aplicado se presentan, con las preguntas y respectivas alternativas de respuesta similar fueron diseñadas para poder realizar la cuantificación del perfil sociodemográfico de los visitantes y residentes relacionados con la actividad turística de turismo religioso en la ciudad de Ibarra. Elaborado por el autor (2025).

Relación entre las variables dependientes e independientes

Tabla 4

Relación entre variables dependientes e independientes

Variable Dependiente (VD)	Variable Independiente (VI)
Conocimiento de sitios religiosos	Edad, lugar de residencia, frecuencia de visitas religiosas
Opinión sobre la promoción turística	Edad, género, lugar de residencia
Uso previo de asistentes virtuales	Edad, género, frecuencia de uso de herramientas tecnológicas
Interés en un asistente virtual turístico	Edad, lugar de residencia, frecuencia de visitas religiosas
Tipo de información deseada	Edad, lugar de residencia
Medio preferido de interacción	Edad, género, lugar de residencia
Uso de herramientas tecnológicas para planificar visitas	Edad, frecuencia de visitas religiosas
Valoración del impacto del asistente virtual	Edad, lugar de residencia, frecuencia de visitas religiosas
Sugerencias de mejora	Lugar de residencia, frecuencia de visitas religiosas

Nota. Esta tabla expone la relación teórica entre las variables dependientes e independientes planteadas en el

cuestionario de encuesta. Se establece cómo las características sociodemográficas, la frecuencia de visitas religiosas y el uso de herramientas digitales por parte de los participantes pueden influir directamente en su conocimiento, percepción y disposición frente al uso de un asistente virtual turístico. Elaborado por el autor (2025).

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el fin de alcanzar el segundo objetivo particular de este estudio, que implicó la aplicación de encuestas a visitantes y habitantes de la ciudad de Ibarra con el objetivo de reconocer sus necesidades, percepciones y actitudes ante la utilización de un asistente virtual enfocado en el turismo religioso, se implementó un método cuantitativo de carácter descriptivo. Se basó en esta metodología para elaborar una encuesta estructurada que constaba de 17 preguntas, ya fueran abiertas o cerradas, que posibilitaron la recopilación de datos específicos sobre factores sociodemográficos, aplicación de tecnologías, grado de interés en el turismo religioso y disposición a integrar herramientas digitales en la experiencia de turismo.

La recolección de la información de las encuestas se realizó de dos maneras, a pie para los transeúntes y habitantes de Ibarra y de manera virtual on line, mediante las plataformas digitales de el sistema Google forms en este caso y las redes sociales, en mayo y junio 2025. Por un lado, se obtuvo un mayor alcance de los participantes desde el punto de vista geográfico, y por otro lado, mayor diversidad de respuestas dichas.

En total, se recopilaron 300 encuestas completas y válidas, cuyos datos se procesaron y analizaron con la ayuda del software estadístico SPSS. El propósito de este análisis era formular la combinación de variables significativas y los segmentos de los usuarios potenciales del asistente virtual, proyectar los patrones de comportamiento digital y turístico que resultaron ser significativos para la formulación del componente funcional del asistente y las estrategias de formación para la planificación del turismo religioso en el territorio.

3.1. Resultados

3.1.1. Generalidades del público encuestado

Tabla 5

Edad del Encuestado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	30	10%
18-25 años	50	16.67%
26-35 años	60	20%
36-45 años	50	16.67%
46-55 años	40	13.33%
Más de 50 años	70	23.33%
Total	300	100%

Nota: La presente tabla indica las diferentes edades que se encuestaron para la investigación del diseño de un asistente virtual orientado al turismo religioso en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Fuente: Elaboración Propia (2025).

Análisis: En este sentido, la voz femenina guiaría hacia contenidos más sensibles o detallados en la propuesta del asistente virtual. Dado que las mujeres podrían tener distintos intereses o expectativas en torno a la experiencia turística religiosa, dicha voz permitiría conocer y satisfacer mejor su demanda. Más aún, la voz femenina representaría el incremento de la participación de mujeres en la vida comunitaria y cultural de la ciudad; por lo tanto, la voz femenina permitiría planificar estrategias inclusivas.

¿Cuál es su género?

Tabla 6

Género del Encuestado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
--------------------	-------------------	-------------------

Hombre	130	43.33%
Mujer	170	56.67%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Se observa que el grupo de mujeres tuvo mayor representación en el levantamiento de la información, lo cual puede incidir directamente en los enfoques y prioridades identificados en el estudio. En este sentido, la voz femenina guiaría hacia contenidos más sensibles o detallados en la propuesta del asistente virtual. Dado que las mujeres podrían tener distintos intereses o expectativas en torno a la experiencia turística religiosa, dicha voz permitiría conocer y satisfacer mejor su demanda. Más aún, la voz femenina representaría el incremento de la participación de mujeres en la vida comunitaria y cultural de la ciudad; por lo tanto, la voz femenina permitiría planificar estrategias inclusivas.

¿Reside en Ibarra o es visitante?

Tabla 7

Reside en la ciudad de Ibarra o se encuentra de visita

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Residente	130	43.33%
Turista	170	56.67%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Gran parte del universo de la muestra son turistas, aportando una visión externa sobre la ciudad y dejando identificar aquellos aspectos que podrían mejorarse desde la perspectiva del visitante. Esta mirada resulta especialmente relevante, dado que las personas a cargo de un asistente virtual serán administrativamente las encargadas de satisfacer las necesidades

informativas de quien se acerca por primera vez al destino. Por otro lado, la presencia de residentes en la muestra aporta una mirada más común que suma a la propuesta en términos de experiencia y conocimiento local.

¿Cómo considera que está la promoción del turismo religioso en Ibarra?

Tabla 8

Percepción sobre la Promoción del Turismo Religioso en Ibarra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bastante desarrollada y visible	60	20%
Moderadamente visible, pero puede mejorar	120	40%
Poco visible o casi inexistente	90	30%
No tengo conocimiento al respecto	30	10%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: La mayoría de las personas manifestó que la promoción del turismo religioso en Ibarra es visible, pero con margen para mejorar. Este resultado revela un nivel medio de reconocimiento hacia los espacios religiosos, lo que sugiere que, aunque existen acciones de difusión, estas aún no logran captar completamente la atención del público. Por otro lado, el número de personas que opinó que la promoción es limitada o inexistente indica la necesidad urgente de reforzar las estrategias comunicacionales con herramientas digitales, como el asistente propuesto.

¿Qué iglesias o sitios religiosos de Ibarra ha visitado o conoce?

Tabla 9*Conocimiento de Sitios Religiosos en Ibarra*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Iglesia de Santo Domingo	28	9.33%
Iglesia de la Merced	45	15%
Iglesia de San Agustín	50	16.67%
Iglesia del Quinche	40	13.33%
Basílica de la dolorosa	35	11.67%
La Catedral	60	20%
Iglesia San Francisco	22	7.33%
Capilla Espiscopal	20	6.67%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Los datos muestran que los encuestados tienen conocimiento de varios sitios religiosos importantes en Ibarra, siendo algunos más reconocidos que otros. La Catedral y la Iglesia de San Agustín destacan entre las más mencionadas, lo cual puede deberse a su ubicación céntrica o a su valor histórico. Esta información es clave para definir cuáles lugares deben ser priorizados en el diseño del asistente virtual, tanto en contenido visual como en descripciones y recomendaciones. También es útil para identificar qué sitios menos conocidos necesitan mayor promoción.

¿Ha utilizado alguna vez un asistente virtual (como un chatbot o guía virtual)?

Tabla 10*Uso Previo de Asistentes Virtuales*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
--------------------	-------------------	-------------------

Sí, para buscar información turística	70	23.33%
Sí, para resolver dudas en servicios	60	20%
Lo he usado, pero no recuerdo para qué	40	13.33%
Nunca he utilizado uno	130	43.33%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: El uso previo de asistentes virtuales es una experiencia que muchos de los encuestados ya han tenido, especialmente en contextos turísticos o de servicios. Esta familiaridad con la tecnología facilita la aceptación de una propuesta similar enfocada al turismo religioso. Sin embargo, también existe un grupo significativo que no ha usado nunca este tipo de herramienta, lo cual plantea el reto de diseñar una interfaz sencilla, amigable y de fácil acceso para todo tipo de usuario.

¿Para qué finalidad lo usó?

Tabla 11

Finalidad de Uso de Asistentes Virtuales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Buscar información turística general	85	28.33%
Consultar horarios o ubicaciones	60	20%
Resolver dudas sobre servicios	45	15%
Recomendaciones personalizadas	40	13.33%
Comunicación rápida con una entidad	30	10%

Otro (trámites, compra redes, etc)	40	13.33%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Entre quienes han utilizado asistentes virtuales, la mayoría lo ha hecho para buscar información turística y consultar ubicaciones o servicios, lo que confirma que estos dispositivos son valorados por su capacidad de ofrecer datos concretos de forma rápida. Otras finalidades como recomendaciones personalizadas o comunicación directa también fueron mencionadas, lo cual sugiere que un asistente para turismo religioso debe tener múltiples funcionalidades para adaptarse a las diferentes necesidades del usuario, desde la orientación hasta la interacción.

3.1.2. Comportamiento sobre uso de tecnologías del público encuestado

¿Le gustaría contar con un asistente virtual que le brinde información sobre el turismo religioso en Ibarra?

Tabla 12

Interés en Asistente Virtual para Turismo Religioso

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Me parece muy útil	140	46.67%
Podría ser interesante dependiendo de funciones	110	36.67%
No me llama la atención por ahora	50	16.66%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: La gran mayoría de personas manifestó una actitud positiva hacia la creación de un asistente virtual, considerándolo una herramienta útil o al menos interesante dependiendo de

sus características. Esto demuestra que existe un entorno receptivo para implementar innovaciones tecnológicas en el ámbito turístico-religioso. Esta respuesta también respalda la relevancia del proyecto y anima a que se trabaje en una propuesta sólida, funcional y atractiva, especialmente si toma en cuenta los deseos expresados por los usuarios potenciales.

¿Qué tipo de información le gustaría recibir de un asistente virtual turístico?

Tabla 13

Tipo de Información Deseada

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Horarios de misas	80	26.67%
Historia y descripción de Iglesias	60	20%
Calendario de evento religiosos	50	16.67%
Ubicación y cómo llegar	40	13.33%
Información sobre servicios cercanos	35	11.67%
Recomendaciones personalizadas	35	11.66%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Las respuestas revelan una clara demanda por contenidos informativos variados. La próxima información más solicitada es el horario de misas. Tomando ese dato y la información anterior, la historia de las iglesias, los eventos religiosos, la ubicación de servicios o rutas hacia el mismo. De allí, el asistente memoriza un sensible abanico de funciones cuyos intereses reflejan que no solo se trata de informar. Pero también de una función cultural, logística y personalizada que lleva a mejorar la estadía de un visitante, antes, durante y después de un recorrido en este tipo

de espacio.

¿Qué vía emplearía con el fin de interactuar con un asistente virtual?

Tabla 14

Sistema para interactuar favorito

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aplicación para dispositivos móviles	130	43.33%
Sitio web	60	20%
Plataformas de interacción social	100	33.33%
Otro	10	3.34%
Totalidad	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Los encuestados prefieren principalmente utilizar aplicaciones móviles y redes sociales para interactuar con un asistente virtual. Esto sugiere que la estrategia de implementación debe contemplar versiones multiplataforma, adaptadas a las tendencias digitales más comunes. La baja elección de medios alternativos indica que la herramienta debe integrarse en los canales más utilizados por el público objetivo para garantizar su efectividad y alto alcance.

¿Con qué frecuencia utiliza herramientas tecnológicas para planificar visitas turísticas?

Tabla 15

Uso de Tecnología para Planificación Turística

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	40	13.33%

A veces	160	53.33%
Siempre	100	33.34%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Una parte importante de los participantes afirmó que recurre a herramientas tecnológicas con regularidad o al menos ocasionalmente cuando planifica visitas turísticas. Esto demuestra que el público ya está familiarizado con el uso de dispositivos digitales en contextos de viaje, lo que facilita la inserción de un asistente virtual. Por otro lado, un grupo menor señaló que nunca las utiliza, lo que también resalta la importancia de que el asistente sea fácil de usar y no dependa de conocimientos tecnológicos avanzados.

¿Cree que su experiencia al visitar sitios de culto en Ibarra se vería mejorada con un asistente virtual de este tipo?

Tabla 16

Percepción del Impacto del Asistente Virtual

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Agilizando el acceso a la información	110	36.67%
Guiándome durante el recorrido	80	26.67%
Recomendándome sitios y eventos	90	30%
No Considero que tenga gran Impacto	20	6.66%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Los participantes perciben que un asistente virtual podría mejorar su experiencia turística principalmente a través del acceso rápido a información, la orientación durante el

recorrido y las recomendaciones de lugares y eventos. Esto evidencia que los usuarios no solo buscan información básica, sino también acompañamiento durante su visita, lo que plantea la necesidad de que el asistente sea dinámico, interactivo y capaz de adaptarse al perfil de cada visitante.

3.1.3. Motivos y recomendaciones para mejorar la experiencia del turismo religioso

¿Podría darme alguna recomendación para mejorar la experiencia del turismo religioso en esta ciudad?

Tabla 17

Sugerencias de Mejora

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar señalética e infraestructura	70	23.33%
Mayor difusión de eventos religiosos	60	20%
Uso de tecnologías (Apps asistentes, códigos QR)	55	18.33%
Capacitación a guías y personal	45	15%
Información Clara y accesible	40	13.33%
Emoción en redes sociales	30	10%
Total	300	100%

Nota: Elaboración propia (2025)

Análisis: Las sugerencias más recurrentes incluyen la mejora de la señalética e infraestructura, la mayor difusión de eventos religiosos y el uso de tecnologías como códigos QR o aplicaciones. También se destaca la importancia de capacitar al personal y brindar información clara. Estas propuestas se alinean directamente con el propósito del asistente virtual, que podría funcionar como un canal para solucionar varias de estas necesidades, promoviendo una experiencia

turística más completa, accesible y enriquecedora.

3.1.4. Interpretación general de las encuestas

Los resultados obtenidos en las encuestas permiten identificar el perfil, las percepciones y las necesidades de los participantes en relación con el turismo religioso en la ciudad de Ibarra. Una proporción significativa de los encuestados son residentes locales, lo que proporciona una perspectiva interna sobre el estado actual de esta modalidad turística. No obstante, también se contó con la participación de visitantes, lo que permite complementar el análisis desde una visión externa.

Como puede notarse, entre los sitios religiosos más conocidos y visitados se encuentran la Catedral, la iglesia de San Agustín y la iglesia de La Merced. Es decir, son la prueba de la importancia histórica de sitios para la ciudad así como la indicación de los puntos potenciales de la futura herramienta de asistencia digital. En cuanto a la percepción sobre la promoción del turismo religioso, la mayoría de los participantes considera que esta es moderadamente visible, lo cual evidencia una oportunidad para el fortalecimiento de estrategias de difusión y comunicación.

En cuanto a la utilización de asistentes virtuales, destaca una proporción importante de encuestados que habían utilizado con anterioridad una herramienta de este tipo, suicidándose los motivos en información turística o resolver dudas. Dado este antecedente y su deseo manifiesto de un asistente virtual especializado en turismo religioso, se esperaría que la propuesta de investigación sea realizada.

Los horarios de las misas, la historia de los templos, su localización, los eventos religiosos y los servicios que se ofrecen son lo que más piden los participantes. Asimismo, las plataformas más adecuadas para interactuar con este tipo de herramienta son las herramientas en línea como las aplicaciones móviles y las redes sociales, por lo que el diseño está orientado a un ambiente

digital diario y común a los usuarios. Finalmente, la mayoría de las personas encuestadas también indicaron que utilizan con frecuencia las herramientas tecnológicas para planificar las visitas, por lo que la propuesta es relevante para ellos.

Por otra parte, las recomendaciones que ofrecen en las preguntas abiertas de la encuesta subrayan varios elementos que los encuestados consideran relevantes para optimizar la experiencia del turismo religioso en Ibarra. Algunas de estas propuestas son: la incorporación de herramientas tecnológicas modernas, la capacitación del personal encargado de atender a los turistas, el aumento en la difusión de eventos religiosos a través de medios digitales y la mejora en la señalización tanto dentro como fuera de los templos. Las personas que participaron no solamente detectan las debilidades, sino también sugieren soluciones que pueden ser tratadas de forma eficaz a través del diseño y la puesta en marcha de un asistente virtual interactivo, manifiestan estas opiniones con una perspectiva constructiva y crítica.

Para concluir, aunque los encuestados no reportan frecuentar con regularidad lugares de culto, los hallazgos muestran una postura definida acerca de la chance de optimizar el turismo por medio de la tecnología. No solo se les ofrecerá a los turistas la posibilidad de obtener información útil, sino que además se incorporará un asistente virtual enfocado en el turismo religioso. Facilitará la promoción y el fortalecimiento del valor del patrimonio espiritual de Ibarra, así como estimular el interés entre las nuevas audiencias y refrescar la identidad ibarreña a través de un canal accesible e innovador.

3.2. Cruce de variables e interpretación.

3.2.1. Relación entre la edad y el interés en el uso de un asistente virtual turístico

Tabla 18

Cruce entre Edad e Interés en un Asistente Virtual Turístico

Edad	Me parecería muy útil	Podría ser interesante	No me llama la atención	Total
Menor de 18 años	18	9	3	30
18 - 25 años	28	17	5	50
26 - 35 años	34	20	6	60
36 - 45 años	26	18	6	50
46 - 55 años	18	15	7	40
Más de 50 años	16	31	23	70
Total	140	110	50	300

Nota: Elaboración propia en SPSS (2025).

Análisis: El grupo de 26 a 35 años es el más interesado en tener un asistente virtual turístico, lo que demuestra su inclinación hacia la utilización de instrumentos tecnológicos. Este colectivo también presenta una participación elevada en la alternativa "Podría ser interesante", lo que sugiere que están abiertos a soluciones digitales novedosas siempre y cuando satisfagan sus necesidades. El interés también es elevado en el grupo de edad de 18 a 25 años, lo que respalda la noción de que los adultos jóvenes constituyen el público más receptivo para innovaciones en el sector turístico. Por otro lado, el grupo de personas mayores de 50 años exhibe una tendencia evidente hacia la falta de curiosidad, con una cantidad notoria que eligió la respuesta "No me llama la atención". Este hecho podría ser resultado de una falta de conocimiento sobre sus ventajas o de un menor conocimiento sobre las tecnologías digitales. Estas conclusiones indican que es fundamental crear programas de formación y campañas para la inclusión digital destinados a los grupos menos familiarizados, garantizando así una experiencia turística más equitativa y accesible.

Tabla 19

Cruce entre Lugar de Residencia y Conocimiento de Sitios Religiosos

Sitio Religioso	Residente	Turista	Total
Iglesia de Santo Domingo	20	8	28
Iglesia de la Merced	25	20	45
Iglesia de San Agustín	28	22	50
Iglesia del Quinche	18	22	40
Basílica de la Dolorosa	14	21	35
La Catedral	40	20	60
Iglesia San Francisco	12	10	22
Capilla Episcopal	13	7	20
Total	170	130	300

Nota: Elaboración propia en SPSS (2025).

Análisis: Se observa un mayor conocimiento general acerca de los sitios religiosos principales de la ciudad por parte de los residentes, en especial de lugares como La Catedral, San Agustín y La Merced, lo que puede estar relacionado con su permanencia en el territorio y la participación en actividades locales. Respecto, al contrario, los turistas se evidencian en cuanto al conocimiento de los espacios religiosos como la Basílica de la Dolorosa y el Santuario del Quinche, lo que sugiere el interés por los lugares icónicos o de alto valor espiritual durante Al mismo tiempo, la menor frecuencia de mención de algunos templos con respecto a los turistas sugiere oportunidades de promoción para el diversificar itinerarios y redistribuir el flujo turístico. Con respecto a la información anterior, esta es vital para el desarrollo de los contenidos del asistente virtual ya que se centran en las funciones de brindar contenido informativo para aquellos visitantes por primera vez y locales que redescubren su herencia.nde e

3.2.2. Relación entre la práctica religiosa y el uso de herramientas tecnológicas

Tabla 20

Cruce entre Frecuencia de Visitas Religiosas y Uso de Herramientas Tecnológicas

Frecuencia de Visitas Religiosas	Nunca usa tecnología	A veces usa	Siempre usa	Total
Nunca	20	10	10	40
Rara vez	10	30	20	60
A veces	5	45	30	80
Frecuentemente	3	40	37	80
Siempre	2	35	33	70
Total	40	160	130	300

Nota: Elaboración propia en SPSS (2025).

Análisis: Se observa una clara tendencia en la siguiente tabla, a saber, cuanto más a menudo uno visita un lugar religioso, más a menudo recurre a las herramientas tecnológicas para planificar sus visitas. Aquellos que visitan estos lugares con frecuencia o siempre están muy por encima de aquellos sin experiencia en su uso, lo que evidencia el alto interés en tener un asistente virtual para ayudarlos con las visitas. Contradictoriamente, los encuestados que nunca visitan lugares religiosos también son los que menos emplean las herramientas digitales, lo cual expone una desvinculación entre el interés espiritual y la digitalización. De tal forma, se infiere que los usuarios más activos que practican el turismo religioso pueden erigirse como los primeros en incorporar AV. Por ende, es estratégico centrar su diseño en brindar valor agregado a las rutinas de los segmentos ya existentes, y en concordancia desarrollar funcionalidades atractivas que motiven a ampliar la audiencia.

3.3. Determinación de segmentos etarios según el medio preferido de interacción

Tabla 21

Cruce entre Edad y Medio Preferido para Interactuar con Asistente Virtual

Edad	Aplicación móvil	Página web	Redes sociales	Otro	Total
Menor de 18 años	18	2	8	2	30
18 - 25 años	25	10	13	2	50
26 - 35 años	30	12	15	3	60
36 - 45 años	25	13	10	2	50
46 - 55 años	18	12	8	2	40
Más de 50 años	14	11	10	5	70
Total	130	60	64	16	300

Nota: Elaboración propia en SPSS (2025).

Análisis: El canal más popular entre los grupos de 18 a 45 son las aplicaciones móviles, demostrando la alta penetración de los teléfonos inteligentes y la familiaridad con las soluciones basadas en aplicaciones. Por lo tanto, las redes sociales también son el canal de distribución más importante para todos los grupos de edad, con especial prevalencia entre los menores de 35 años, confirmando su capacidad como plataforma principal para permitir implementar funciones de un asistente virtual. Por otro lado, las personas mayores de 50 años muestran una mayor diversidad en cuanto a sus canales preferidos, incluyendo sitios web y la opción 'otros', lo que podría indicar diferentes habilidades digitales y capacidades para usar ciertas tecnologías. Esta variación implica la necesidad de que el Asistente sea multiplataforma, incluyendo distintos dispositivos y una interfaz sencilla, para que sea accesible a todos los grupos de la población. Estas preferencias deben ser tomadas en cuenta para asegurar la accesibilidad y la eficacia del proyecto.

Tabla 22

Cruce entre Género y Opinión sobre la Promoción del Turismo Religioso

Opinión sobre la Promoción	Hombre	Mujer	Total
Bastante desarrollada y visible	30	30	60

Opinión sobre la Promoción	Hombre	Mujer	Total
Moderadamente visible, pero puede mejorar	50	70	120
Poco visible o casi inexistente	40	50	90
No tengo conocimiento al respecto	10	20	30
Total	130	170	300

Nota: Elaboración propia en la herramienta SPSS (2025).

Análisis: En cuanto a la promoción, se puede ver que tanto los hombres como las mujeres piensan que “puede mejorar” para Ibarra el turismo religioso, lo que se puede señalar como el posicionamiento mayoritario. Sin embargo, las mujeres parecen ser aún más propensas a calificar la promoción de “poco visible o inexistente”; por el contrario, uno puede percibirlo como una percepción más crítica de la visibilidad actual. Casualmente, un número proporcional de mujeres también no sabe de su existencia, lo que implica que la publicidad actual no está alcanzando efectivamente a las mujeres. Por otro lado, la distribución de género entre los encuestados masculinos es homogénea en todas las posibles opciones. Esta diferencia subraya la importancia de involucrar a la audiencia diversificando canales de publicidad y que los mensajes promocionales sean vistos por diferencias de género.

Tabla 23

Cruce entre Frecuencia de Visitas Religiosas y Valoración del Impacto del Asistente Virtual

Frecuencia de Visitas	Acceso a información	Guía durante recorrido	Recomendaciones	No gran impacto	Total
Nunca	10	8	15	7	40
Rara vez	30	10	15	5	60
A veces	35	15	25	5	80
Frecuentemente	20	25	30	5	80
Siempre	15	22	25	3	70

Frecuencia de Visitas	Acceso a información	Guía durante recorrido	Recomendaciones	No gran impacto	Total
Total	110	80	110	25	300

Nota: Elaboración propia en SPSS (2025).

Análisis: La encuesta reveló que la mayoría de los usuarios que visitan los lugares religiosos están disponibles para las recomendaciones del asistente o las preguntas, como siempre o con frecuencia pueden realizar 242 usuarios del entorno y 248, respectivamente. En general, significa que los usuarios activos están abiertos al uso de tales herramientas tecnológicas. Al mismo tiempo, la definición a menudo o a veces sintió a esta categoría al número de 171 y 140 personas, lo que indica que los visitantes menos frecuentes necesitan referencias rápidas.

En contraposición, el grupo noasistente considera más abrumadoramente que la herramienta tendría un impacto pequeño, lo cual es lógico dada su falta de interés previo. Como tal, el grupo cruzado indica que la percepción de impacto de un asistente normal es dependiente de cuánto participa un usuario en la narrativa del turismo religioso. Este resultado también subraya la necesidad de segmentar las capacidades del asistente por tipo de usuario.

3.3. Cuestionario de Preguntas

Tabla 24

Cuestionario de preguntas de la entrevista

N. Pregunta	Pregunta
P1	¿Cuál considera que es el estado actual del turismo religioso en Ibarra?
P2	¿Qué acciones ha tomado el GAD en los últimos años para fortalecer este segmento?

P3	¿Qué iglesias o espacios religiosos considera como los más representativos de la ciudad?
P4	¿Cree usted que el turismo religioso está siendo bien aprovechado como recurso turístico?
P5	¿Cuáles son las principales limitaciones para su desarrollo?
P6	¿Qué tipo de visitantes (locales, nacionales, extranjeros) muestran más interés en el turismo religioso?
P7	¿Se ha considerado el uso de herramientas tecnológicas o digitales para difundir este tipo de turismo?
P8	¿Qué opina sobre la creación de un asistente virtual como apoyo informativo para turistas religiosos?
P9	¿Qué tipo de información considera esencial que dicho asistente debería brindar?
P10	¿Qué recomendaciones daría usted para el diseño y la implementación exitosa de esta herramienta?

Nota: La tabla presenta el banco de preguntas aplicado para las entrevistas, actores claves del Gad municipal de Ibarra. Fuente: Elaborado por el autor (2025) y por ChatGPT (OpenAI, 2025), utilizado como herramienta de apoyo en la investigación.

Información de los actores clave

Tabla 25

Información general de los actores clave

Código	Nombre	Cargo
E1	Ing. Alba Terán	Directora del Departamento de Turismo y Promoción del GAD Ibarra
E2	Lic. Cristian Álvarez	Promotora Cultural, encargada de actividades patrimoniales y religiosas

E3	Ing. Karla Cifuentes	Inspectora del Área de Turismo, responsable de supervisar el cumplimiento de las normas en sitios turísticos y coordinar acciones con prestadores de servicios
E4	Lic. Mirian Imbacuan	Técnica de Desarrollo Local, apoyo a comunidades con potencial turístico
E5	Lic. Consuelo Villota	Técnica de Turismo, especializada en planificación y promoción de destinos

Nota: La tabla muestra los datos generales de los actores claves del área de turismo y promoción del Gad municipal de Ibarra Fuente: Elaborado por el autor (2025)

3.4. Tabulación de las Entrevistas:

P1: ¿Cuál considera que es el estado actual del turismo religioso en Ibarra?

Basándose en su propio análisis, E1 sugiere que un área específica de Ibarra con potencial para el turismo religioso, hasta ahora insuficientemente explotada, es la siguiente. La entrevistada aclara que en la comunidad hay sitios de interés religioso, como iglesias y capillas, en la actualidad no son fomentados dentro de notables viajes y actividades religiosas. E2 completa esta visión al señalar que “este segmento no está desplegado en las políticas turísticas del municipio, que no son muy conocidos y eso no permite su desarrollo y la captación de un visitante”.

Desde la perspectiva técnica de E3 suscribe que la falta de articulación entre instituciones y el sector religioso ha dado lugar a un turismo pasivo en estos espacios. En el caso de E4, el interés del ciudadano por el mismo se mantiene dado que queda en la disposición del alcance geográfico del lugar, sin embargo, la ausencia de rutas organizadas reduce el impacto económico de las visitas. Con lo expuesto, E5 coincide en que el turismo religioso se encuentra poco estructurado y que la promoción ha sido mínima, por lo que su crecimiento depende de acciones más concretas y sostenidas.

P2: ¿Qué acciones ha tomado el GAD en los últimos años para fortalecer este segmento?

Procedente de su análisis institucional, E1 destaca que el GAD de Ibarra ha brindado apoyo

puntual a eventos religiosos a través de logística y promoción, especialmente en celebraciones importantes como la Semana Santa. No obstante, considera que estas acciones no han sido parte de un plan integral, sino más bien esfuerzos aislados. E2 explica que se han diseñado rutas patrimoniales que incluyen templos y capillas, pero reconoce que estas no han sido difundidas adecuadamente ni mantenidas en el tiempo.

Según la experiencia de E3 jamás se ha intervenido en la conservación de iglesias, únicamente en el ámbito de turismo, aunque no ha sido solamente turístico, sino más arquitectónico. Por otro lado, para E4 si se han realizado mejoras urbanas en los espacios cercanos a iglesias, pudiendo mencionar iluminación, señalización, estacionamiento adecuados, aunque se carece de un enfoque hacia el turismo religioso en particular. Para cerrar, E5 enfatiza que el GAD ha promovido algunos talleres con líderes religiosos y gestores culturales, aunque aún se necesita mayor coordinación interinstitucional para lograr impactos duraderos.

P3: ¿Qué iglesias o espacios religiosos considera como los más representativos de la ciudad?

Como parte de su legado patrimonial, con en relación a la Catedral de San Miguel, la Iglesia de La Merced y la Basílica de la Dolorosa; E1 mencionan que en relación al turismo religioso en Ibarra. E1 indica que estos tres lugares con respecto al legado del turismo religioso se identifican con: el origen divino, por ende, el bioturismo en Ibarra abarca la catedral de San Miguel, la iglesia de La Merced y la Basílica de La Dolorosa. E2 por su parte, incluye la iglesia de San Agustín y la de Santo Domingo, esto es debido a que están ubicadas estratégicamente en el centro histórico de Ibarra.

Además, E3 señala el Santuario del Quinche como un espacio de gran devoción que concentra fieles durante celebraciones anuales, y que cuenta con potencial turístico si se incluye

en rutas oficiales. E4, desde una mirada cultural, destaca la Capilla Episcopal como un lugar con historia significativa, aunque menos conocido por los turistas, lo que ofrece una oportunidad para su promoción.

Finalmente, E5 señala que estos lugares son emblemáticos en la retórica de los ibarreños y siempre tienen un signo de aprecio que aporta, cuando se incluyen en propuestas turísticas, al turismo religioso como producto principal de la ciudad.

P4: ¿Cree usted que el turismo religioso está siendo bien aprovechado como recurso turístico?

E1 considera que el turismo religioso en Ibarra, bajo la forma de los templos recorridos, no está siendo bien aprovechado. En su evaluación institucional, argumenta que no se ha podido conformar un adecuado producto turístico que pueda conectar estos espacios y la cultura aledaña a los deseos de los visitantes nacionales y extranjeros. E2 piensa que la ciudad tiene un portafolio de iglesias y festividades que entran dentro de un paquete turístico, pero no se ha logrado aprovechar por falta de promoción y organización.

Desde su mirada operativa, E3 afirma que se está desperdiciando una oportunidad de dinamización económica local, especialmente porque no se cuenta con guías especializados ni con información accesible para los turistas.

Finalmente, en cuanto a E4 agrega que si bien existe asistencia masiva a eventos religiosos, estas experiencias no se encuentran integradas dentro de paquetes turísticos formales y, además, E5 destaca que el mismo ha sido subestimado en los planes de desarrollo turístico, por lo que será necesario diseñar productos innovadores y llevar tecnología y ciudadanía.

P5: ¿Cuáles son las principales limitaciones para su desarrollo?

Desde su análisis crítico, E1 identifica que la principal limitación para el desarrollo del

turismo religioso en Ibarra es la falta de coordinación entre actores gubernamentales, la iglesia y operadores turísticos. Asimismo, destaca la ausencia de promoción digital y el desconocimiento de los recursos patrimoniales. E2 considera que la escasa inversión en señalética, materiales informativos y formación de guías limita significativamente la experiencia del visitante.

E3 deja claro a través de su enfoque técnico que uno de los obstáculos más notorios es la falta de información y la tecnología al servicio del turista. E4 destaca también la informalidad de muchos servicios y la falta de planificación de eventos que permitirían una mejor experiencia. En E5, además, otro aspecto relevante es la poca participación comunitaria en los procesos turísticos, lo que inhibe la sostenibilidad del segmento y su apropiación por la ciudadanía.

P6: ¿Qué tipo de visitantes (locales, nacionales, extranjeros) muestran más interés en el turismo religioso?

A través de la experiencia institucional, E1 afirma que los visitantes locales son los más interesados en el turismo religioso, ya que tienen contacto activo con la tradición religiosa y participan en la celebración de ritos. E2 agrega que los días festivos, como la Semana Santa, atraen turistas, que en su mayoría son nacionales, llegan atraídos por la proximidad y la búsqueda de conexión espiritual y cultural.

Por otro lado, E3 cree que el turismo extranjero es bajo, aunque los turistas no dejan de ser intrépidos, especialmente entre ciertos grupos culturales valorándose la historia de los monasterios. E4 dice que el visitante de turista internacional simplemente necesita mucha más información y material para acceder y contextualizar su visita. Finalmente, E5 cree que los fundamentos del turismo local son sólidos, pero existen muchas oportunidades para llegar a nuevos públicos con nuevos productos y marketing digital.

P7: ¿Se ha considerado el uso de herramientas tecnológicas o digitales para difundir este tipo

de turismo?

Desde una visión estratégica, E1 indica que el uso de herramientas tecnológicas para promover el turismo religioso ha sido considerado, pero aún no se ha materializado en acciones concretas. Menciona que existen propuestas, pero faltan recursos y capacitación para implementarlas. E2 menciona que si bien se utilizan redes sociales de forma general, no se ha desarrollado una plataforma específica orientada al turismo religioso. E3 resalta que la tecnología ha sido empleada esporádicamente, lo que limita su efectividad.

Por su parte, E4 nos dice que la falta de aplicaciones móviles o asistentes digitales es otra debilidad, que puede resolverse con la debida voluntad institucional. * E5: la digitalización es fundamental para mejorar la experiencia del visitante. Sostiene que se deberían instalar herramientas interactivas para establecer conexiones entre los turistas y los espacios religiosos.

P8: ¿Qué opina sobre la creación de un asistente virtual como apoyo informativo para turistas religiosos?

En lo que respecta a su juicio profesional, E1 cree que emplear un asistente virtual es una idea novedosa y que verdaderamente les daría a los visitantes la oportunidad de obtener información exacta y detallada sobre los lugares religiosos específicos sin necesidad de seguir a guías físicos. E2 califica la idea de útil y cree que la centralización de los datos más relevantes dirige al turismo sería extremadamente útil a la hora de planificar viajes específicos.

Según la experiencia operativa, E3 cree que esta configuración puede ser útil para respaldar la escasez de personal en los casos no ordinarios e incluso en los días feriados. E4 además comenta que el asistente puede agregar un área de turismo al mismo tiempo y aumentar la conciencia de los sitios turísticos menos populares. Por último, E5 opina que el recurso solo será exitoso si el autoservicio se dirige a todas las personas, es decir, en diferentes idiomas, y cada tipo de visitante,

incluyendo personas mayores y con discapacidades.

P9: ¿Qué tipo de información considera esencial que dicho asistente debería brindar?

A través de su análisis funcional, E1 propone horas de misa, ubicación de iglesias, eventos religiosos planeados y datos históricos. Cuando se trata de la iglesia como objetivo directo, E2 incluye fotos, videos explicativos y enlaces a sus portales oficiales de cada templo.

Por otro lado, E3 sugiere que sería útil la inclusión de recomendaciones de comportamiento dentro de los espacios religiosos, y detalles sobre la accesibilidad física. E4 indica que la personalización de rutas incluyendo en ella mapas interactivos sería una mejora para el usuario final. Finalmente, E5 opina que es indispensable un habla clara en el asistente, una función de búsqueda por categorías y la posibilidad de recibir opciones para solicitar notificaciones sobre las actividades futuras.

P10: ¿Qué recomendaciones daría usted para el diseño y la implementación exitosa de esta herramienta?

E1 concluye basándose en su campo de planificación de turismo que es importante contar con representantes de la iglesia, técnicos del patrimonio y profesionales en tecnología en el diseño del asistente virtual. E2 insistió en la facilidad de uso de la interfaz y la presencia de versión móvil y de escritorio. E3 recomienda realizar la etapa piloto de verificación con los usuarios reales justo antes de lanzarla completamente.

Por último, E4 recomienda conectar el asistente con redes sociales y canales de promoción turística del GAD para estar al tanto y tener un alcance mayor. Asimismo, E5 recomienda mantener un sistema de retroalimentación continua, mediante el cual los usuarios puedan proponer ajustes o reportar fallas, garantizando su vigencia a largo plazo.

3.4.1. Interpretación general de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a cinco actores clave del área de turismo del GAD Municipal de Ibarra (E1 a E5) permiten analizar el estado actual, las acciones institucionales, los espacios representativos, las limitaciones existentes y las oportunidades vinculadas al turismo religioso en la ciudad. A través de sus experiencias y funciones, los entrevistados aportaron una mirada profunda y crítica que respalda la propuesta de diseño de un asistente virtual como herramienta innovadora para fortalecer este segmento.

En cuanto al turismo religioso, el estado actual es compartido por todos los entrevistados de que tiene un significativo potencial en la ciudad de Ibarra ya que la ciudad tiene un rico valor patrimonial de iglesias y capillas. Sin embargo, el turismo religioso en la ciudad tiene poco nivel de consolidación, ya que no hay planificación ni organización, y no existe articulación entre los actores, así como oportunidades entre culturales, ni rutas turísticas. Además, E1, E2 y E3 destacan la falta de estrategias continuas y de un producto turístico alineado, y E4 y E5 agregan que, aunque ha habido voluntad ciudadana, el déficit de una estrategia comercial ha provocado un crecimiento bajo.

Respecto a lo que el GAD ha hecho, E1 comenta: ha habido apoyo en logística a celebraciones religiosas como la Semana Santa, lo que no es dañino pero independiente de una estrategia más vasta. Las rutas patrimoniales, mencionadas por E2, incorporan templos, pero en ese caso no se ha logrado la difusión y la sostenibilidad. Rutas seleccionadas se han diseñado, como E3 dijo, con intervenciones más enfocadas en la conservación del paisaje de los templos y menos en su potencial turístico. Dos interlocutores, E4 y E5, mencionaron que habían hecho mejoras urbanas y habían organizado una serie de talleres con líderes comunitarios. Sin embargo, como informó E4, las medidas no se tomaron en conjunto entre organizaciones y tampoco se centraron explícitamente en el turismo religioso.

En lo referente a espacios religiosos representativos, los cinco entrevistados identifican templos clave como la Catedral de San Miguel, la iglesia de La Merced y la Basílica de La Dolorosa, además de San Agustín, Santo Domingo, el Santuario del Quinche y la Capilla Episcopal. Estos lugares destacan por su valor histórico, arquitectónico y simbólico. Se plantea que su incorporación en propuestas turísticas contribuiría a fortalecer la identidad cultural y el turismo espiritual en la ciudad.

Con respecto a la percepción sobre el aprovechamiento del turismo religioso, los entrevistados concuerdan en que este no ha sido gestionado de manera óptima. E1 y E2 resaltan la falta de una estructura funcional para atraer turistas nacionales y extranjeros. E3 nos hace notar la ausencia, o poca accesibilidad a guías especializados e información precisa, mientras que E4 y E5 mencionan que, si bien hay participación masiva en eventos religiosos, estas experiencias no se promocionan, ni se integran en paquetes turísticos formales.

En relación con las barreras para su desarrollo, varias son recurrentes. E1 y E2 mencionan la falta de coordinación entre gobierno, iglesia y operadores turísticos y la carencia de promoción digital y señalética. En tanto, E3 y E4 ponen el acento en la falta de tecnología ya la información y en la informalidad de servicios, mientras que E5 pone acento en la sostenibilidad del segmento a partir de la escasa participación ciudadana.

En cuanto al perfil del visitante, según E1 la gente local mayoritariamente, al tener más tradición. E2 y E3 opinan que los turistas nacionales sobre todo en festividades religiosas grandes y los extranjeros, muy poco a pesar de que tenemos buen patrimonio. E4 y E5 opinan que con mejor información o herramientas tecnológicas ganarías una base de gente mucho más amplia de la interesada.

En relación con el uso de herramientas tecnológicas, todos los entrevistados reconocen su

importancia y necesidad urgente. Sin embargo, E1 y E2 coinciden en que aún no se han implementado acciones concretas, y que la falta de recursos y capacitación han impedido su desarrollo. E3 y E4 mencionan que la ausencia de plataformas específicas y aplicaciones móviles es una debilidad, mientras que E5 propone que la digitalización es clave para mejorar la experiencia del visitante y visibilizar espacios menos conocidos.

La propuesta de un asistente virtual clandestino fue bien recibida por ambos sets de actores. E1, E2 y E3 también expresaron su eficacia ayudando a los investigadores a acceder a datos y superar la falta crucial de personal. Por otro lado, E4 y E5 lo vieron como una forma inclusiva, accesible y de idiomas múltiples. En general, la idea de un asistente virtual es considerado un ready-to-go y solución personalizable a muchas de las cuestiones investigadas. concernientes a la industria el turismo religioso local.

Otro punto en el que coinciden todos los entrevistados en el desarrollo del asistente es que debe abarcar los horarios de misas, la dirección de los templos, los eventos religiosos, la historia del lugar, visuales del sitio como fotografías y videos, mapas interactivos, recomendaciones de conducta y un sistema de notificación personalizado. Además, el lenguaje en el que se comunique debe ser entendible por todos y la navegación accesible e intuitiva.

En conclusión, Para el diseño e implementación exitosa, los actores proponen que trabajen de manera colaborativa técnicos del GAD con representantes de las iglesias, expertos en patrimonio y profesionales en tecnología. Asimismo, proponen realizar una etapa piloto de validación, asociar el asistente a las redes sociales institucionales y garantizar su constante actualización a través de un sistema de retroalimentación de los usuarios.

3.4.2. Discusión de Resultados

Los hallazgos de la presente investigación sobre el diseño de un asistente virtual orientado

al turismo religioso en Ibarra, Imbabura, revelan características significativas del perfil del visitante y la percepción institucional sobre la necesidad de innovación tecnológica para el fortalecimiento del sector turístico. A través de las encuestas aplicadas a diferentes personas, se determinó que el perfil sociodemográfico de los potenciales usuarios del asistente virtual corresponde principalmente a adultos entre 25 y 45 años, con nivel educativo superior, habituados al uso de tecnologías móviles y con interés por conocer el patrimonio cultural y religioso local.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo OMT, (2022), el turista cultural y religioso del siglo XX se caracteriza por elevado nivel de educación y actividad en la etapa de planificación de un viaje; en solucionar cuestiones con la toma de decisión del turismo utiliza los canales digitales, ya que son las fuentes primarias. Dicho es idéntico al perfil establecido. Ambos estudios destacan que este tipo de turista no solo busca experiencias espirituales, sino también conexiones significativas con su entorno cultural. Esto implica que requieren información que sea accesible, personalizada y confiable, lo que justifica la necesidad de crear un asistente virtual que se ajuste a sus expectativas.

En lo que respecta al acceso y uso de la tecnología en el impulso y promoción turística, los resultados mostraron que los encuestados se encuentran prestos a utilizar aplicaciones móviles de fácil manipulación, redes sociales y asistentes virtuales personalizados para obtener información valiosa sobre eventos religiosos, templos, rutas y diversos servicios turísticos. Estos hallazgos coinciden con lo que mencionan Muñoz et al. (2021), quien sostiene que la transformación digital en el turismo no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también aumenta la competitividad de los destinos a través de soluciones interactivas e inclusivas.

A su vez, la investigación de Bravo-Torija y Gómez-Redondo, (2023) sostiene que “los asistentes virtuales en turismo tienen la capacidad de proporcionar experiencias inmediatas,

personalizadas y sin interrupciones, convirtiéndose en herramientas clave para mejorar la satisfacción del visitante” (p. 14). En este contexto, se refuerza la viabilidad del asistente virtual propuesto (Roboturim), cuyo diseño responde a las expectativas identificadas entre los turistas y residentes de Ibarra, especialmente en lo relacionado con rutas religiosas, información histórica, horarios de misas y localización de sitios de interés.

Por otro lado, el análisis de las entrevistas a funcionarios del GAD Municipal de Ibarra también reflejó una percepción común acerca de la marcada falta de innovación tecnológica y de mecanismos de articulación interinstitucional entre actores públicos y privados para la promoción del turismo religioso. Los entrevistados urgieron a implementarlo de forma inmediata, con el fin de atraer a muchos más turistas, revitalizar las celebraciones religiosas e impulsar a Ibarra como el epicentro del turismo espiritual en el norte del país. Esta consideración coincide con la idea de Rivera y Baena (2020) “Por tanto, se puede concluir que el turismo religioso no solo necesita infraestructuras físicas, sino que también requiere plataformas tecnológicas para transmitir adecuadamente el valor simbólico de los destinos turísticos”. A pesar de la fuerte historia religiosa del destino, incluidas iglesias históricas, procesiones y peregrinos importantes, Ibarra carece de un sistema unificado de promoción y presentación de contenido digital.

El asistente virtual, en este sentido, se presenta como una solución práctica que puede centralizar datos, promover eventos y generar contenidos de valor cultural, histórico y espiritual. De igual forma, se identificó que las principales barreras que enfrentan los turistas en la ciudad están relacionadas con la falta de señalización en los circuitos religiosos, escasa difusión de calendarios litúrgicos y dificultades para acceder a información en tiempo real. Esta situación es coincidente con los hallazgos de la investigación de Guevara et al. (2021), quienes identifican que la debilidad informativa en destinos de turismo religioso suele generar frustración en el

visitante, reducir su tiempo de estancia y disminuir su percepción del valor cultural del lugar.

En consecuencia, se hace evidente que el diseño de un asistente virtual con geolocalización, recomendaciones personalizadas y datos actualizados puede mitigar estas limitaciones, mejorando la experiencia del turista y potenciando la identidad religiosa de la ciudad. Asimismo, el perfil de usuario identificado en el análisis del Mapa de Empatía elaborado para esta investigación permitió clasificar al visitante tipo como un “Buscador Espiritual Conectado”, es decir, una persona interesada en conocer templos y prácticas religiosas no solo por motivos de fe, sino también por su valor arquitectónico, histórico y comunitario, esperando al mismo tiempo una experiencia ágil y tecnológicamente asistida. Este perfil guarda similitud con lo encontrado por Ramos y Ortega (2022), quienes concluyen que “el turista religioso actual combina espiritualidad con motivaciones culturales y demanda soluciones digitales que lo orienten en el destino” (p. 101). La coincidencia en los patrones de búsqueda y comportamiento fortalece la propuesta de desarrollar un asistente virtual que integre funciones como rutas interactivas, audioguías, acceso a documentos históricos y recomendaciones personalizadas.

En resumen, la recopilación de datos dio como resultado una percepción positiva por parte de los encuestados a la integración de los códigos QR, los menús informativos interactivos y las funciones de accesibilidad para la audiencia mayor y con discapacidad visual, por lo cual deben ser considerados en el diseño final del asistente. Según la Fundación Telefónica). “ La accesibilidad digital en las soluciones turísticas no solo garantiza la inclusión, sino que también mejora la experiencia general de los usuarios”. (p. 53). La adaptación de la tecnología a la diversidad del público objetivo es, por tanto, un componente indispensable para garantizar la efectividad del asistente y su sostenibilidad en el tiempo.

A continuación, se presenta un resumen de los principales hallazgos que sustentan el diseño

funcional del asistente virtual Roboturim en Ibarra:

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

Categoría	Hallazgos principales
Perfil del usuario	Adulto joven o adulto medio (25-45 años), con uso habitual de tecnología.
Preferencias informativas	Información de templos, historia religiosa, eventos litúrgicos, horarios.
Medios de preferencia	Aplicaciones móviles, asistentes virtuales, redes sociales y códigos QR.
Limitaciones actuales	Poca señalización, escasa promoción digital y baja articulación institucional.
Expectativas del usuario	Experiencia sencilla, personalizada, espiritual y accesible.

Nota: La tabla resume los hallazgos más importantes derivados del estudio que sustentan la funcionalidad esperada del asistente virtual turístico-religioso en Ibarra. Fuente: Elaboración propia (2025).

Debido al rompimiento de esta articulación, los hallazgos de este trabajo presentan implicaciones fundamentales para la transformación digital del turismo religioso en Ibarra. Este marco de tradición, patrimonio y tecnología revela una oportunidad estratégica no solo para ofrecer una experiencia de calidad al visitante, sino también para revitalizar la economía en la región y ver a la ciudad consolidarse como un destino espiritual nacional e internacional. No obstante, para ello, es necesario capacitar a los actores involucrados, cerrar alianzas público-privadas y asegurar un plan de continua capacitación del asistente virtual. Estos tres aspectos no solo asegurarán a la efectividad del proyecto, sino también su sostenibilidad y aporte cultura a la comunidad.

3.5. Propuestas de Mejora para el Fortalecimiento del Turismo Religioso en Ibarra mediante Soluciones Tecnológicas

A partir del análisis de los resultados de la investigación, se diseñaron estrategias aplicables y viables que permiten optimizar la experiencia del visitante mediante herramientas tecnológicas adaptadas al contexto religioso y patrimonial de la ciudad de Ibarra. Estas propuestas buscan

responder a las necesidades detectadas en el perfil del usuario identificado, así como a las limitaciones institucionales y de señalización existentes en los circuitos turísticos religiosos. Por consiguiente, las propuestas que se plantearon se presentan a continuación.

3.5.1. Roboturim: Asistente Virtual para la Experiencia Religiosa Integral

En respuesta a la necesidad de modernizar la promoción turística y facilitar el acceso a información patrimonial, se propone la creación de Roboturim, un asistente virtual enfocado exclusivamente en el turismo religioso del cantón Ibarra. Esta herramienta digital tiene como finalidad conectar la espiritualidad con la tecnología, brindando a los visitantes una experiencia informativa, ágil y personalizada. Su diseño considera el uso habitual de tecnologías móviles por parte de los potenciales turistas, quienes, según los resultados obtenidos, muestran una alta disposición para interactuar con plataformas digitales como parte del proceso de planificación y vivencia de su visita.

El asistente virtual, por su parte, será una aplicación o portal web, responsivo, desde el cual el usuario podrá navegar por varias rutas religiosas que implicarán un uso interactivo y detallado con geolocalización de templos, santuarios, cruces y espacios de devoción popular. Asimismo, presentará un calendario litúrgico en tiempo real con horarios de misa, celebraciones religiosas y eventos especiales en las diversas iglesias, con un alcance fijo desde la fecha actual hasta al menos el año 2021. También contendrá Información histórica y cultural sobre cada lugar visitado, junto con datos arquitectónicos, símbolos e indicaciones simbólicas para permitir que el turista describa el valor histórico y espiritual a adquirir.

A su vez, también se integrará la posibilidad de acceder a la aplicación web a través del escaneo de códigos QR instalados en ciertas zonas estratégicas de la ciudad, que permitirán que los usuarios sean dirigidos automáticamente a la página en donde se encontraran información más

detallada. Juntas, todas estas especificaciones ayudarán a que Roboturim sea considerado una solución que incentiva la sostenibilidad y la inclusión comunitaria, así como la identidad catalítica de la ciudad de Ibarra.

Figura 4

Portada de ingreso a la página de Roboturim



3.5.2. Señalización Inteligente y Estaciones Digitales Interactivas en Circuitos Religiosos

Con el propósito de superar las barreras actuales relacionadas con la escasa señalización y la limitada difusión del patrimonio religioso en Ibarra, se propone la implementación de estaciones digitales de información y señalética inteligente en los principales puntos del circuito religioso. La presente estrategia es una respuesta al diagnóstico que refleja que la institucionalidad es débil y los sitios de interés espiritual, son poco visibles.

Por este motivo, en cada estación se plantea la colocación de un código QR para acceder a Roboturim. Este es un asistente virtual que acompañará al visitante tiempo real en un chat interactivo o por voz, para que esta experiencia sea lo más parecida a la de un acompañamiento por un guía turístico tradicional. En función de la evolución de estas interacciones, se proporcionará información orientativa y/o reseñas históricas de los templos, sus festividades, personajes religiosos más representativos y guía de rutas para personas de tercera edad, grupos familiares, personas con discapacidad física, entre otros.

Además de estar diseñadas para resistir las condiciones climáticas locales, estas estaciones fomentarán la circulación autónoma, incrementando el sentido de seguridad y fortaleciendo la experiencia del visitante. La integración de tecnología con contenido patrimonial disponible en español e inglés, permitirá una experiencia turística más inmersiva, accesible y educativa. Además, al conectar un paseo cultural con instrumentos digitales, la cultura y el espíritu de valor de los templos de Ibarra se fortalecen, manteniendo el equilibrio con una perspectiva sostenible y moderna.

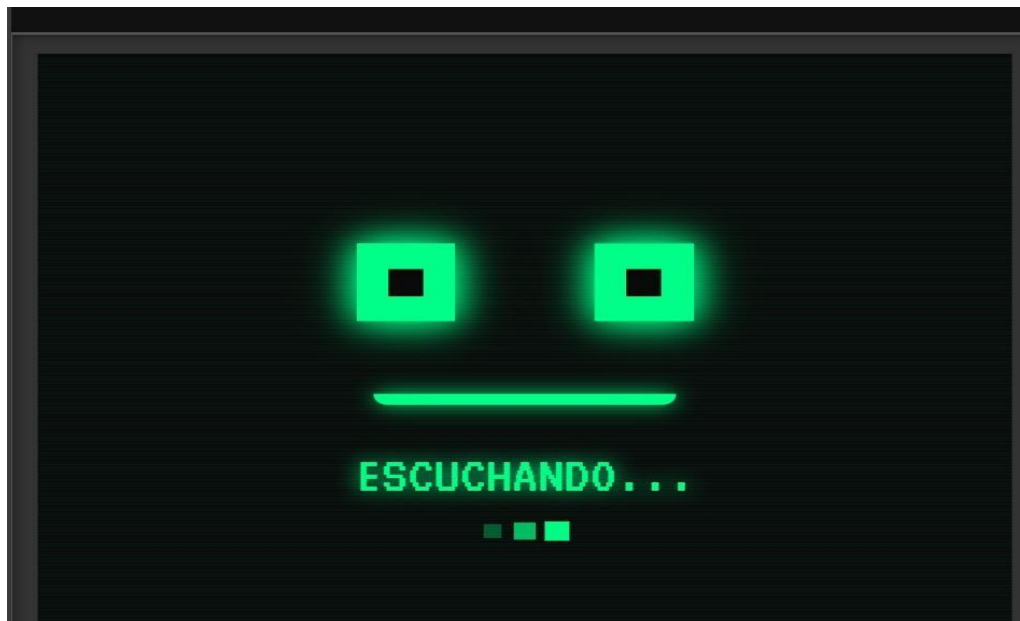
Figura 5

Chat del asistente



Figura 6

Chat por voz del Robot



3.5.3. Recorridos Religiosos Dinámicos con Roboturim

Como complemento a las estrategias de digitalización del turismo religioso en Ibarra, se plantea el uso del asistente virtual Roboturim como una herramienta clave para la generación de rutas personalizadas que permitan recorrer las iglesias más representativas del centro histórico de manera ágil, segura y organizada. A diferencia de un recorrido guiado tradicional, Roboturim ofrece al visitante la posibilidad de planificar su trayecto según sus intereses, disponibilidad de tiempo o nivel de movilidad, optimizando su experiencia de forma autónoma.

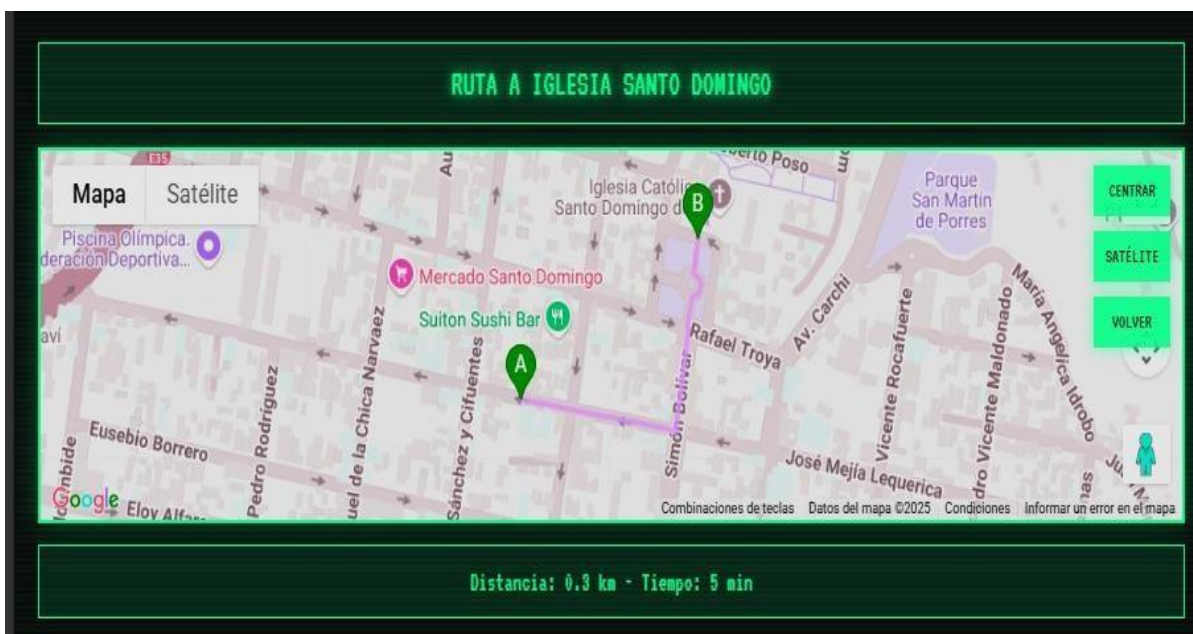
Con esta funcionalidad se obtienen indicaciones precisas de cómo llegar a cada templo, ya sea por texto o por comando de voz, parecido a un guía turístico virtual. Además, el sistema describe información no solo sobre direcciones, sino también acerca de la historia, la cultura y la religión de cada uno y b el horario de misas, eventos y sugerencias desarrolladas de manera personalizada

de acuerdo al perfil del cliente. El contenido de estos templos entre las rutas mencionadas que incluyen la sugerida se puede ver en la Catedral, La Merced, San Agustín, San Francisco, El Sagrario, entre otros espacios de alta significancia patrimonial. Dicha descripción está disponible para ser leída tanto en español como inglés, lo que se aplica a su utilidad ya sea para turistas locales o extranjeros.

La incorporación de este servicio busca no solo mejorar la orientación del visitante, sino también potenciar la movilidad turística dentro del centro histórico, facilitando la circulación peatonal y promoviendo una interacción más profunda con el patrimonio religioso. Esta solución digital se alinea con los principios del turismo inteligente y aporta valor a la gestión cultural, la sostenibilidad y la accesibilidad universal.

Figura 7

Ruta creada



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Con el desarrollo de la presente investigación, se han podido identificar las necesidades, percepciones y características principales del turista religioso que visita Ibarra. Se pudo corroborar un fuerte interés en el acceso a información clara, accesible y confiable acerca de los templos, celebraciones y contenidos patrimoniales, y se confirmó la necesidad apremiante de herramientas digitales que respondan a estas inquietudes. Independientemente del potencial religioso y cultural de la ciudad, el turismo espiritual se identificó como una opción no integrada en su desarrollo. Entonces, hay una disminución en la capacidad competitiva para ofrecerla como una alternativa justa en la esfera turística de la región.

Tras el análisis de los resultados, se concluye que los turistas aprecian el uso de la tecnología móvil para la planificación de sus actividades turísticas. A través de las encuestas se pudo observar que existe una predisposición favorable hacia el uso de asistentes virtuales, redes sociales y códigos QR como medios de consulta. De igual forma, se determinó que la experiencia turística se ve afectada por la falta de señalización adecuada en los circuitos religiosos, así como por la escasa articulación entre los actores encargados de la promoción turística y la difusión de eventos litúrgicos. Esta situación genera confusión, pérdida de interés y desaprovechamiento del patrimonio religioso disponible.

Es importante destacar que, las entrevistas realizadas a funcionarios municipales permitieron tener en consideración la percepción institucional sobre la problemática del turismo religioso en la ciudad. Se reconoció la ausencia de mecanismos digitales e interactivos a la información, la necesidad de dinamizar las festividades religiosas y la oportunidad de consolidar

a Ibarra como un destino devocional de referencia. Estas apreciaciones coinciden con lo identificado por los turistas, quienes están a la espera por experiencias más completas, acompañadas de contenidos históricos, rutas organizadas y herramientas tecnológicas accesibles que les permitan planificar y vivir su recorrido de forma accesible, eficiente y significativa.

Por lo tanto, se puede desarrollar un perfil de visitante basado en el análisis de la experiencia, lo que implica una búsqueda de sentido basada en la espiritualidad con un prurito por los conocimientos culturales y la historia de los templos y la arquitectura religiosa. El contexto se extiende más allá de la fe per se e implica un interés humano general en los símbolos, las tradiciones y los recuentos locales. Por tanto, el diseño del asistente virtual propuesto responde con gran precisión a estas expectativas , integrando funciones de geolocalización, contenidos patrimoniales, audioguías, rutas interactivas y recomendaciones personalizadas que permiten una inmersión total en el contexto devocional de Ibarra.

Conclusión de todo sería que la propuesta del asistente virtual no solo es una respuesta técnica válida a los problemas identificados, sino que es una intervención técnica oportuna para valorizar el turismo religiosos de la ciudad. La tecnología puede ser favorable para fomentar la inclusión, posicionar la identidad cultural y promocionar la competitividad turística. Sin embargo, su implementación requiere del compromiso conjunto de las autoridades locales, instituciones religiosas, promotores turísticos y comunidad en general, quienes deben trabajar de forma coordinada para garantizar la sostenibilidad, pertinencia y actualización constante de esta herramienta digital.

4.2. Recomendaciones

Teniendo en cuenta el resultado de los hallazgos obtenidos, se recomienda dar más importancia a la implementación del asistente virtual diseñado en este trabajo investigación,

integrándolo como una herramienta oficial en las estrategias de promoción turística del GAD Municipal de Ibarra. Este asistente debe ser desarrollado de manera colaborativa, contando con la participación de profesionales en turismo, tecnología, historia local y accesibilidad. Para asegurar su funcionamiento en óptimas condiciones, se sugiere que el contenido e información del asistente se actualice y se realicen auditorias con regularidad, incorporando información verificada y formatos inclusivos que respondan a las diversas necesidades de los usuarios.

Además, es conveniente considerar la instalación de señalética inteligente y estaciones de información con códigos QR fácilmente licalizables en los espacios de culto mencionados y demás puntos críticos del circuito otorgado. Dichos recursos deberán poseer información básica en varios idiomas, accesos a las rutas preferencias y conexiones directas con el asistente virtual. De esta manera, se estará permitiendo al visitante una mayor comodidad y autonomía, además de que se favorecerá la sensación de seguridad e integración de los espacios religiosos de la ciudad. La intervención del espacio físico debe realizarse con criterios estéticos y de conservación patrimonial, evitando la alteración de los entornos religiosos.

También se recomienda institucionalizar la ruta turística “Ibarra Devocional”, que se comercializaría en formatos presenciales con guías locales o con Audioguías activadas desde el asistente virtual. De esta forma, es posible visibilizar el patrimonio religioso desde una perspectiva integradora que permita la conexión de la historia, la espiritualidad y la cultura local. Finalmente, se considera pertinente capacitar a los guías y a los demás actores de la oferta en técnicas de interpretación patrimonial y comunicación turística, para lograr una experiencia creativa y respetuosa para los visitantes.

Del mismo modo, es aconsejable plantear el desarrollo de campañas de promoción centradas en posicionar las peregrinaciones como un turismo accesible, innovador y significativo

a través de las plataformas digitales, las redes sociales y los medios tradicionales. Estas acciones ayudarían a difundir las funcionalidades del asistente virtual, los beneficios de la ruta patrimonial y la autenticidad y el conocimiento que puede ofrecer una experiencia religiosa en la ciudad de Ibarra. Igualmente, para tener un mayor alcance, se recomienda la formación alianzas estratégicas con operadores turísticos, medios de comunicación y plataformas de reservas para asegurar una mayor visibilidad y accesibilidad de la propuesta.

Finalmente, es importante contar con un mecanismo de monitoreo y evaluación constante del impacto del asistente virtual en el turismo religioso en el cantón. Este mecanismo deberá incluir encuestas regulares a los visitantes de las iglesias y capillas, métricas de uso digital y evaluación de las opiniones de los sectores locales interesados. Se recomienda también la realización de investigaciones futuras que analicen la evolución del perfil del turista religioso y el comportamiento del visitante con el uso de estas nuevas tecnologías, con el objetivo de mantener actualizada y competitiva la oferta turística de Ibarra en el ámbito devocional, patrimonial y religioso.

Glosario

Accesibilidad digital: Una gran variedad de prácticas de diseño y desarrollo tecnológico que permiten a todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades físicas, sensoriales o cognitivas, acceder y utilizar contenidos digitales de manera eficiente. En el contexto del turismo, la accesibilidad digital garantiza la inclusión de visitantes con diferentes capacidades, mediante funciones como lectura automática, ajustes de contraste visual, subtítulos o navegación simplificada en asistentes virtuales.

Aplicación móvil turística: Una herramienta digital creada para teléfonos inteligentes, tabletas

y computadoras que permite acceder a la información, servicios o funciones relacionadas con el turismo religioso. Incluye mapas interactivos, rutas guiadas, recomendaciones de localización, reservas y otros servicios. En el caso de Ibarra, podría emplearse para la appId enriquecer la experiencia espiritual y cultural de este propósito.

Asistente virtual: Programa informático que usa inteligencia artificial o sistemas automatizados de interacción, que puede responder preguntas, guiar durante la búsqueda información, dar acceso o ejecutar tareas a través de comandos de voz o texto. En turismo religioso, puede ayudar a crear experiencias personalizadas y proporcionar acceso ilimitado y sencillo a los patrimonios sin la presencia constante de un operador especializado.

Audioguía: Recurso tecnológico que ofrece información en formato de audio sobre una variedad de atractivos turísticos, brindando así, la posibilidad de escuchar narraciones históricas, arquitectónicas, simbólicas o devocionales mientras recorre un sitio. Su uso mejora la interpretación patrimonial y permite al turista una experiencia inmersiva y autónoma, especialmente valiosa en templos religiosos donde puede proporcionar una basta cantidad de información acerca de ellos.

Calendario litúrgico: Una agenda cuidadosamente organizada que incluye las fechas de celebraciones religiosas, fiestas patronales, misas especiales, procesiones y conmemoraciones propias de la comunidad de fe, brinda al turista la oportunidad de planificar sus visitas y entender el simbolismo de los eventos espirituales.

Códigos QR (Quick Response): Un patrón de códigos (ya sea líneas o puntos) en dos dimensiones que, cuando un teléfono escanea su patrón, lleva al usuario a un contenido en línea, que puede ser: páginas web, videos o mapas interactivos. En el proyecto Roboturim, se ubican en puntos estratégicos para que el acceso a la información completa se haga sin necesidad de contacto.

Geolocalización: Una función técnica que está puesta en casi todos los celulares y que, con señales de satélite, puede decir el lugar exacto de la persona o de otro sitio de interés. Por eso, se la usó en el turismo de fe para señalar rutas que cambian, poner en el mapa las iglesias y medir el tiempo del viaje, para así darle al visitante la guía que necesita al momento.

Interactividad digital: Cuanto puede un instrumento tecnológico devolver lo realizado, permitiendo que sea para todos, ajuste y en tiempo real. En el turismo, puede verse a través de asistentes virtuales que ofrecen consejos, caminos personales y respuestas inmediatas a preguntas repetitivas.

Interpretación patrimonial: Es un proceso educativo e informativo que tiene como objetivo principal transmitir el significado histórico, cultural, simbólico y espiritual de un sitio turístico, facilitando la conexión emocional más cercana del visitante con el lugar. En el turismo religioso, esta práctica es clave para comprender el valor que tienen los templos, rituales y tradiciones locales.

Patrimonio cultural religioso: Conjunto de bienes materiales e inmateriales vinculados a la fe, devoción y prácticas espirituales de una población. Incluye iglesias, santuarios, imágenes

sagradas, procesiones, rituales y música litúrgica. Su conservación y concientización al público forman parte de los objetivos del turismo religioso responsable y sostenible.

Promoción turística digital: Un plan de acción que se apoya en instrumentos tecnológicos y sitios en línea (páginas web, redes sociales, apps) para mostrar destinos y servicios de turismo. Para el caso de Ibarra, la promoción con un asistente virtual ayuda a llegar a un nuevo sector, más ligado con el mundo digital, de varias lenguas y con entrada rápida a la información.

Roboturim: Nombre que se le da al asistente virtual de esta investigación. Fue hecho como un instrumento digital para guiar y promocionar el turismo de fe en Ibarra. Su idea principal tiene funciones como caminos interactivos, datos de historia, acceso digital, guías de audio y conexión con códigos QR puestos en las iglesias más importantes del cantón.

Ruta turística religiosa: Un camino pensado para andar por una serie de lugares con valor de fe o de patrimonio. Permite al visitante ver de cerca templos, capillas, estatuas y fiestas de santos. Estas rutas pueden tener partes de cultura, de historia y de la comunidad, uniendo también cosas para entender y pensar.

Señalización turística inteligente: Un método para ubicarse en el sitio físico con letreros, paneles o postes que mezclan información que se ve con tecnologías como los códigos QR o los mapas en el celular. Esta clase de señalética hace más fácil el movimiento del turista en los caminos de fe, sube la seguridad y hace más rica la experiencia con videos o audios que se ven desde el teléfono.

Tecnologías de la información y comunicación (TIC) aplicadas al turismo: Un grupo de aparatos digitales que se usan para planear, mostrar, vender y crear experiencias de turismo. Llevan dentro aplicaciones de celular, asistentes virtuales, sistemas de reserva, mapas de GPS y contenidos en línea que ayudan a la conexión entre el lugar y la persona que visita.

Turismo religioso: La modalidad turística que parte de la fe, devoción, o interés cultural a lo sagrado y a su arquitectura e historia. Consiste en visitas a lugares santos, participación en eventos litúrgicos, peregrinaciones, y manifestaciones de creaciones culturales, de significación religiosa. Esta modalidad incentiva la oración espiritual y la conciencia acerca de la identidad simbólica de las comunidades.

Turista espiritual conectado: Perfil de visitante creado por esta investigación, unido por la intención de hacer procesos religiosos o espirituales, con el uso activo y constante de instrumentos digitales que ayudaran a planear, andar por ellos y comprender profundamente el sentido detrás de la visita de lugares. El turista espiritual busca un equilibrio entre tecnología y tradición, entre historia y accesibilidad a la información necesaria para las actividades que realizaran.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boulila, W., Abuhamdah, A., Driss, M., Kammoun, S., & Ahmad, J. (2021). *GuideMe: A Mobile Application on Global Positioning System and Object Recognition Towards a Smart Tourist Guide*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2105.13426>
- Carrera Játiva, C. V. (2023). *Turismo religioso como alternativa de desarrollo al potencial turístico de los cantones Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Antonio Ante en la provincia Imbabura* [Tesis de maestría, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio Digital UTN. <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/14193>
- Chocho Rivas, R. J. (2024). *Sistema de Navegación Virtual 360° para un museo con la ayuda de un asistente de ChatBot con IA y recomendaciones personalizadas. Caso de estudio: Museo del Monasterio de las Conceptas de la Ciudad de Cuenca* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Digital UCuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/45577>
- Gómez Soto, O. A. (2017). *Turismo virtual interactivo en el Centro Histórico de la ciudad de Ibarra* [Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio DigitalUniandes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/702>
- Chulde Basantes, K. J. (2021). *Ruta turística religiosa en la parroquia de Guápulo, cantón Quito, provincia de Pichincha* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Digital UCE. <https://repositorio.uce.edu.ec/handle/25000/24084>
- Rodríguez Torres, C. B., & Ramírez Tituana, D. A. (2024). *Tensiones entre espiritualidad y turismo: Caso Complejo Patrimonial Todos Santos en Cuenca-Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Digital Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/45349>
- Rodríguez Torres, C. B., & Ramírez Tituana, D. A. (2024). *Tensiones entre espiritualidad y*

- turismo: Caso Complejo Patrimonial Todos Santos en Cuenca-Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Digital Universidad de Cuenca.
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/45349>
- Baldeón Maspud, M. F. (2021). *Guía de viaje a través de una aplicación móvil en la promoción y dinamización de la oferta turística de la parroquia La Esperanza* [Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio Digital Uniandes.
<https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/12645>
- Alarcón del Amo, M. del C., Rialp Criado, J., & Roig Dobón, S. (2014). *Innovación y tecnología en el sector turístico*. Editorial UOC.
- Prats, L. (2005). *El concepto de patrimonio cultural: de la arqueología al turismo*. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 3(2), 169–180.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130207>
- Fernández, R. (2017). *La innovación en el sector turístico: tecnologías emergentes y tendencias*.
- Gómez, M. A., García, S., & Martínez, P. (2021). *Marketing digital turístico*. ESIC Editorial.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). *Estadísticas turísticas nacionales*.
<https://www.turismo.gob.ec>
- Munóz Jacome, J., Andrade, D., & Herrera, C. (2023). *Transformación digital y turismo en América Latina*. Revista Latinoamericana de Turismo y Sociedad, 15(1), 45-62.
- Navarro, S., López, A., & Rojas, C. (2019). *Turismo e innovación: nuevos desafíos en la era digital*. Ediciones Síntesis.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). *Informe anual del turismo mundial*.
<https://www.unwto.org/es>
- Ronda, M. (2022). *Gestión del turismo cultural y religioso*. Ediciones Académicas Españolas.

- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: The state of the art*. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080472443>
- Salazar, N. B. (2012). *Tourism imaginaries: A conceptual approach*. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 863–882. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.10.004>
- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: The state of the art*. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism studies* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203873034>
- Alvarado, B. A. (2023). *Uso de asistentes virtuales en la gestión hotelera*. *Polo del Conocimiento*. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5025>
- GuideMe (2021). *Augmented Reality App for Cultural Tourism*. <https://arxiv.org/abs/2105.13426>

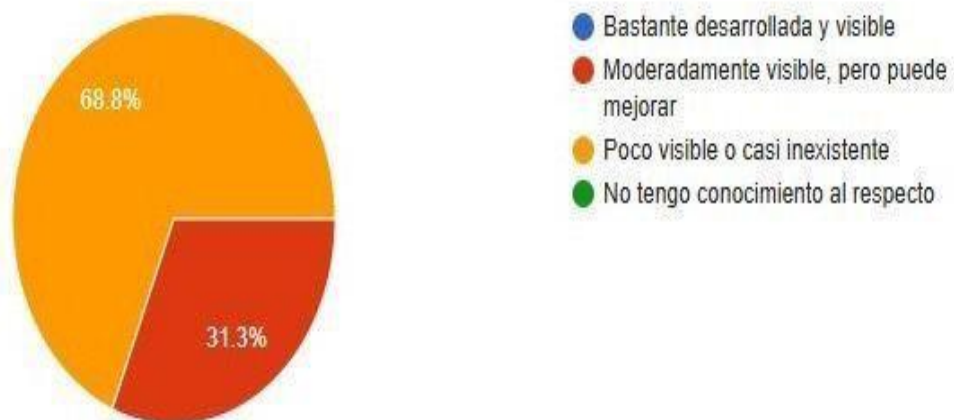
ANEXOS

Evidencias de Ejecución de Encuestas

2. ¿Con qué frecuencia visita lugares de turismo religioso en Ibarra?



4. ¿Cómo considera que está la promoción del turismo religioso en Ibarra?



6. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿para qué finalidad lo usó?

Nunca he utilizado uno

Bancos y lugares y de fui

No lo he utilizado

Para locales

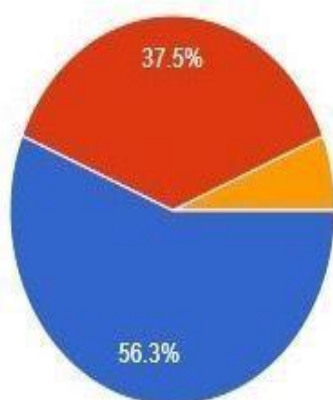
Con la finalidad de elegir sitios nuevos

servicios bancarios

Para información sobre lugares turísticos de Ibarra

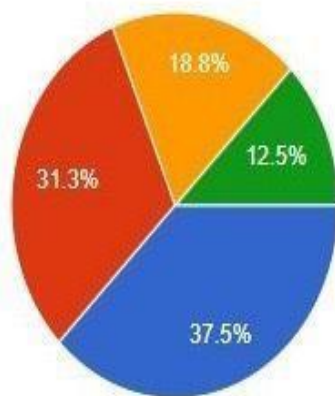
Investigar

Investigación

7. ¿Le gustaría contar con un asistente virtual que le brinde información sobre el turismo religioso en Ibarra?

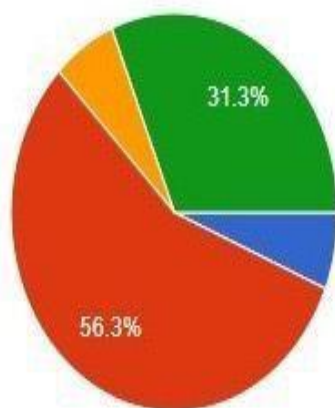
- Me parecería muy útil
- Podría ser interesante, dependiendo de sus funciones
- No me llama la atención por ahora

11. ¿Considera que un asistente virtual mejoraría su experiencia al visitar lugares religiosos en Ibarra?



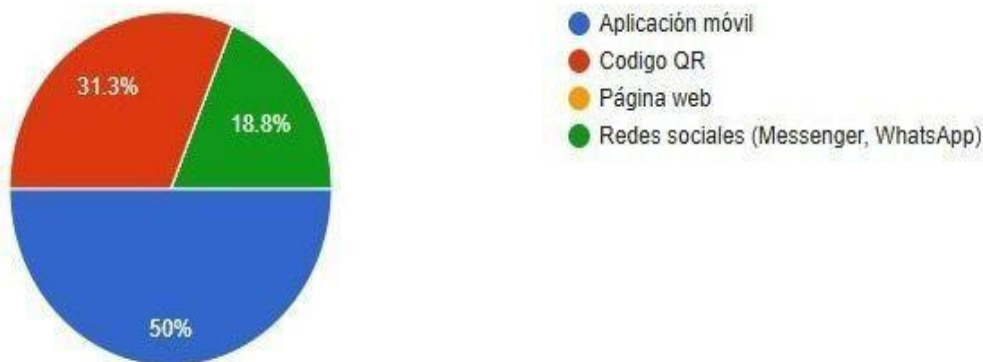
- Agilizando el acceso a la información
- Guiándome durante el recorrido
- Recomendándome sitios y eventos
- No considero que tenga gran impacto

5. ¿Ha utilizado alguna vez un asistente virtual (como un chatbot o guía virtual)?



- Sí, para buscar información turística
- Sí, para resolver dudas en servicios (bancos, tiendas, etc.)
- Lo he usado, pero no recuerdo bien para qué
- Nunca he utilizado uno

9. ¿Qué medio usaría para interactuar con un asistente virtual?



Árbol de Problemas

Figura 8

Árbol de problemas



Matriz Metodológica

Objetivos	Tipo de investigación	Método	Técnica	Instrumento	Variable dependiente	Variable Independiente
<p>OG: Creación de un asistente virtual enfocado al turismo religioso en Ibarra, mediante la identificación de necesidades y expectativas del público objetivo, con el fin de mejorar la experiencia de los visitantes y potenciar el turismo religioso en la región.</p>					<p>Mejora de la experiencia de los visitantes y potenciación del turismo religioso en la región.</p>	<p>Creación de un asistente virtual enfocado al turismo religioso en Ibarra.</p>
<p>Realizar una revisión bibliográfica sobre la implementación de tecnologías digitales en el sector turístico, con énfasis en el turismo religioso.</p>	<p>Documental</p>	<p>Deductivo</p>	<p>Documental</p>	<p>Artículos científicos, libros</p>	<p>Buenas prácticas y casos exitosos aplicables al contexto de Ibarra.</p>	<p>Implementación de tecnologías digitales</p>

Desarrollar un levantamiento de información sobre las preferencias y necesidades de los turistas interesados en el turismo religioso en Ibarra.	Cuantitativa	Analítico	Encuesta a turistas	Cuestionario de encuesta	Perfil de los usuarios y desafíos de la región en este ámbito.	Preferencias y necesidades de los turistas interesados en el turismo religioso en Ibarra.
Elaborar un asistente virtual "Roboturim" adaptado al turismo religioso de Ibarra.	Experimental	Prototipo	Diseño e implementación	Prototipo del asistente virtual	Asistente virtual "Roboturim" adaptado al turismo religioso de Ibarra.	Integración de los hallazgos obtenidos en la revisión bibliográfica y el levantamiento de información.

Instrumentos de investigación empleados en la investigación

Cuestionario Estructurado (Bosquejo de Encuestas)

1. ¿Reside usted en Ibarra o está de visita como turista?

Residente

Turista

2. ¿Con qué frecuencia visita lugares de turismo religioso en Ibarra?

Nunca

Rara vez

A veces

Frecuentemente

Siempre

3. ¿Qué iglesias o sitios religiosos de Ibarra ha visitado o conoce?

4. ¿Cómo considera que está la promoción del turismo religioso en Ibarra?

Bastante desarrollada y visible

Moderadamente visible, pero puede mejorar

Poco visible o casi inexistente

No tengo conocimiento al respecto

5. ¿Ha utilizado alguna vez un asistente virtual (como un chatbot o guía virtual)?

Sí, para buscar información turística

Sí, para resolver dudas en servicios (bancos, tiendas, etc.)

Lo he usado, pero no recuerdo bien para qué

Nunca he utilizado uno

6. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿para qué finalidad lo usó?

(Pregunta abierta)

7. ¿Le gustaría contar con un asistente virtual que le brinde información sobre el turismo religioso en Ibarra?

Me parecería muy útil

Podría ser interesante, dependiendo de sus funciones

No me llama la atención por ahora

8. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir de un asistente virtual turístico?

(Ej. horarios de misas, historia de iglesias, eventos religiosos, ubicación, etc.)

9. ¿Qué medio usaría para interactuar con un asistente virtual?

Aplicación móvil

Página web

Redes sociales (Messenger, WhatsApp)

Otro

- 10. ¿Con qué frecuencia utiliza usted herramientas tecnológicas para planificar visitas turísticas?**

Nunca

A veces

Siempre

- 11. ¿Considera que un asistente virtual mejoraría su experiencia al visitar lugares religiosos en Ibarra?**

Agilizando el acceso a la información

Guiándome durante el recorrido

Recomendándome sitios y eventos

No considero que tenga gran impacto

- 12. ¿Tiene alguna sugerencia para mejorar la experiencia del turismo religioso en la ciudad? (Pregunta abierta)**

Guía de Entrevista

1. ¿Cuál considera que es el estado actual del turismo religioso en Ibarra?
2. ¿Qué acciones ha tomado el GAD en los últimos años para fortalecer este segmento?
3. ¿Qué iglesias o espacios religiosos considera como los más representativos de la ciudad?
4. ¿Cree usted que el turismo religioso está siendo bien aprovechado como recurso turístico?
5. ¿Cuáles son las principales limitaciones para su desarrollo?

6. ¿Qué tipo de visitantes (locales, nacionales, extranjeros) muestran más interés en el turismo religioso?
7. ¿Se ha considerado el uso de herramientas tecnológicas o digitales para difundir este tipo de turismo?
8. ¿Qué opina sobre la creación de un asistente virtual como apoyo informativo para turistas religiosos?
9. ¿Qué tipo de información considera esencial que dicho asistente debería brindar?
10. ¿Qué recomendaciones daría usted para el diseño y la implementación exitosa de esta herramienta?