PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE MANABÍ

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO, MENCIÓN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

TRABAJO DE TITULACIÓN

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE Y LA GESTIÓN TURÍSTICA DE PUERTO AYORA-SANTA CRUZ, ISLAS GALÁPAGOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO

PREVIO AL TÍTULO DE

MAGÍSTER EN TURISMO, MENCIÓN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

AUTORA

ORTIZ MARTINEZ JOHANNA MICAELA

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

VELOZ CAMEJO FERNADO, MG.

Portoviejo, Enero 2024

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

"En mi calidad de tutor del trabajo final de titulación, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa correspondiente; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación"

Firmado electrónicamente por:
WASHINGTON FERNANDO VELOZ CAMEJO

Lic. Washington Fernando Veloz Camejo
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.I. 0919958579

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

"El jurado examinador aprueba el presente trabajo de titulación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí"

Mg. Jorge Parreño García
MIEMBRO DEL TRIBUNAL 1
CI. 130863280

Mg. Estefanía Vélez Moreira
MIEMBRO DEL TRIBUNAL 2
CI. 1311011330



Lic. Washington Fernando Veloz Camejo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL 3-TUTOR
C.I. 0919958579

DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DE AUTOR

"Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo".

JOHANNA MICAELA ORTIZ MARTINEZ

C.I. 1804494316

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como tema "Destino turístico inteligente y la Gestión turística de Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas galápagos". **Objetivo.** Analizar los ejes de destino turístico inteligente y la gestión turística de Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galápagos. **Enfoque.** El estudio adopta un enfoque de investigación mixta, combinando elementos cuantitativos y cualitativos. Se recopilaron datos estadísticos para abordar la perspectiva cuantitativa, mientras que los resultados se analizaron desde una óptica cualitativa basada en la hermenéutica del turismo. La naturaleza de la investigación se caracteriza por ser analítico-sintético, historicológico y deductivo-inductivo. El diseño utilizado es de corte transversal y no experimental. **Muestra:** El estudio contempla una poblacion finita por lo que a través del muestreo probabilístico aleatorio simple, basado en la selección imparcial y al azar de 384 participantes. **Instrumento:** Se utilizó entrevistas para los actores de la gestión turística, encuestas para turistas y focus group para los representantes de establecimientos turisticos. **Resultados:** La investigación busca en Puerto Ayora-Santa Cruz identificar procesos de gestión turística, detectar falencias, comprender actores y proponer mejoras. También, se espera analizar marco regulatorio, sostenibilidad, colaboración y marketing. Para implementar el turismo inteligente, se anticipa identificar áreas para aplicar tecnologías, colaborar con actores locales y formular un plan de acción. Se busca mejorar la competitividad con estrategias de diferenciación, sostenibilidad y experiencia del turista. En conjunto, se pretende transformar el destino en un turismo más eficiente, sostenible e innovador, beneficiando tanto a la comunidad como a los visitantes.

PALABRAS CLAVE: Gestión turística, Destino turístico inteligente, Sostenibilidad turística, Gobernanza turística, Innovación turística.

ÍNDICE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN II
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL III
DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DE AUTOR IV
RESUMEN EJECUTIVO V
ÍNDICE CONTENIDOS VI
ÍNDICE DE TABLAS VII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y FIGURAS VIII
1. Introducción 1
1.1 Contexto de planteamiento del problema 1
1.2 Pregunta científica 5
1.3 Propósito de la investigación 5
1.4 Justificación 6
1.5 Objetivos 7
2. Estado del arte 7
2.1 Antecedentes de investigación 7
2.2.1 Definición de términos 26
3. Marco metodológico 27
3.1 Diseño metodológico 27
3.1.1 Población y muestra 28
3.1.2 Tipo de recolección de la información 29
3.1.3 Procesamiento y análisis de la información 37
3.1.4 Propuesta de la investigación 38
3.2Técnicas de recolección de datos 39
3.2.1 Método o estrategia de análisis de los datos 39
4. Resultados esperados 43
4.1 Identificación de los procesos que desarrolla la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz 43
4.2 Evaluación los ejes del destino turístico inteligente existentes en Puerto Ayora-Santa Cruz 46
4.3 Delineamiento de estrategias para la implementación de turismo inteligente en Puerto Ayora-Santa Cruz. 51
5. Cronograma 56
6. Presupuesto 57
7. Referencias bibliográficas 58
ANEXOS 63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo del destino turistica competitivo 14
Tabla 2 Preguntas entrevista actores turísticos 33
Tabla 3 Preguntas encuesta turistas 34
Tabla 4 Traducción preguntas encuesta 35
Tabla 5 Presupuesto desarrollo 57

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y FIGURAS

Figura 1Debilidades PDOT 4
Figura 2Sistema de indicadores DTI 36

1. Introducción

El concepto de Destino Turístico Inteligente ha surgido como una respuesta innovadora para abordar los desafíos actuales en la gestión turística de destinos, y las Islas Galápagos no son una excepción. En el contexto actual, el creciente turismo en este icónico archipiélago ha planteado diversos desafíos, como el equilibrio entre la conservación de su frágil ecosistema y el desarrollo turístico sostenible (Fernández & García, 2021).

La importancia de aplicar el enfoque de Destino Turístico Inteligente radica en la necesidad de aprovechar las tecnologías digitales y la gestión eficiente para optimizar la experiencia del turista, mejorar la competitividad del destino y garantizar la preservación de los recursos naturales y culturales de las Islas Galápagos.

Esta investigación se propone analizar la aplicación de las estrategias de gestión turística inteligente en las Islas Galápagos, evaluando su impacto en términos de sostenibilidad y calidad de la experiencia turística. Para ello, se empleará una metodología que combina el análisis documental, la recopilación de datos empíricos y el estudio de casos exitosos de destinos turísticos inteligentes en otras partes del mundo.

El presente estudio busca brindar una visión integral y actualizada sobre la gestión turística inteligente en las Islas Galápagos, destacando las oportunidades, los desafíos y las mejores prácticas en este ámbito. Con esta investigación, se pretende contribuir al desarrollo de políticas y estrategias efectivas que promuevan un turismo sostenible y responsable en este destino único y emblemático.

1.1 Contexto de planteamiento del problema

En la actualidad, la innovación y evolución tecnológica ha desarrollado una sociedad dependiente de dichos elementos, por lo cual la tecnología se ha convertido en una necesidad indispensable para un avance de la colectividad humana, principalmente de aquel segmento que recorre destinos turísticos para su recreación y ocio. De esta forma surge el concepto de destinos turísticos inteligentes, mismo que se expone como un área que se desarrolla a través de una planificación y ejecución que toma como su eje

principal la infraestructura tecnológica, por lo cual se enfoca en el desarrollo sostenible, para de esta forma brindar un estilo de vida de calidad para las personas locales y generar experiencias memorables para los turistas (Muñoz & Sanchez, 2015).

Consecuentemente, los *Smart destinations* surgen como una idea innovadora para fusionar el turismo con el avance tecnológico de hoy en día, convirtiéndose en un enfoque que pretende impulsar la gestión turística que es realizada por los establecimientos de la localidad, tanto del sector público como privado (Santos et al., 2019). Es así como al ser un destino inteligente pretende revolucionar la forma de pensar la gestión del turismo, haciendo uso de las nuevas tecnologías y las facilidades que las mismas brindan en la actualidad (Luque et al., 2015).

Sin embargo, convertirse en un destino inteligente requiere de un proceso en el cual la sociedad en el general, el sector privado, público deben tener un compromiso para crear un modelo de gobernanza que resulte efectivo. Por tal motivo, los destinos que buscan implicarse en esta innovación deben partir y considerar los ejes fundamentales para llegar a ser un Smart destination, mismos que son innovación, accesibilidad, sostenibilidad, gobernanza y tecnología (Fernandez & Garcia, 2021).

Es así como, los ejes de un destino turístico se correlacionan con la gestión turística del sitio de visita. Al entender a la gestión turística como una herramienta que a través de procesos permiten conseguir un fin propuesto, tras haber planificado y coordinado a los entes gestores, es decir organismos públicos y privados. Dichos entes gestores son los responsables de desarrollar un modelo de gobernanza que favorezca el desarrollo del destino (Lupart et al., 2019).

Por otra parte, la aplicación de la tecnología para la gestión turística de un destino permitirá que dicho espacio tenga un desarrollo local de importancia para la evolución del destino. Es decir, el desarrollo que se produce de forma general permite un óptimo uso de los recursos, la planificación, resultados y que la comunidad participe para la ejecución de lo anteriormente mencionado (De las Heras, 2019).

Con los argumentos que anteceden, el objeto de estudio de la presente investigación será Puerto Ayora, cabecera cantonal de Santa Cruz y su gestión turística. Esta isla pertenece a la provincia de Galápagos, con una superficie de 986 km2, es la más extensa en habitantes. Según datos del INEC (2015), existen 15,701 habitantes en esta isla, siendo la más poblada del archipiélago. Es un destino turístico de jerarquía V, debido a sus características recibe la visita de una gran cantidad de turistas nacionales e internacionales en tiempos prepandemia fue de un total de 271,238 (MINTUR, 2019). Para el mes de marzo del 2023, se registró el ingreso de 32.509 turistas (Gobierno de Galápagos, 2023), siendo esta una cifra récord en la llegada de visitantes considerando únicamente dicha cifra en un mes.

Debido a la afluencia de turistas, la planta turística de Puerto Ayora-Santa Cruz es amplia, además de cumplir las normativas que exige al pertenecer al Parque Nacional Galápagos, de esta forma existen 549 guías acreditados para la guianza en las zonas turísticas más relevantes tales como: Las grietas, Tortuga Bay, Ruta de la Tortuga, Estación Científica Charles Darwin, El garrapatero y Playa de Los Alemanes. Atractivos que son visitados gracias a la operación de 186 agencias de viajes registradas en el cantón. Además, cuenta con una infraestructura hotelera de 155 alojamientos registrados y 49 establecimientos de alimentos y bebidas (Mintur, 2023).

No obstante, por su misma condición geográfica, al ser una isla su gestión turística se ve marcado por sus limitaciones tecnológicas lo que ha dificultado su evolución en este campo, lo que permite generar la interrogante acerca de Puerto Ayora-Santa Cruz como destino turístico inteligente y la afectación que esta transformación conllevaría en un futuro (Moya & Muñoz, 2022).

Es decir, el planteamiento del problema se centra en la transformación de Puerto Ayora-Santa Cruz, en las Islas Galápagos, en un destino turístico inteligente y los desafíos asociados con la gestión turística en este contexto. A medida que avanza la tecnología, el turismo inteligente se ha vuelto crucial para mejorar la experiencia del visitante, la sostenibilidad ambiental y la eficiencia operativa. Sin embargo, implementar estrategias de turismo inteligente en un entorno único como las Islas Galápagos presenta retos específicos, incluyendo la conservación del ecosistema frágil, la preservación de la

cultura local y el equilibrio entre el crecimiento turístico y la protección del patrimonio natural. Por lo tanto, este estudio busca identificar las barreras, oportunidades y mejores prácticas para lograr un destino turístico inteligente y una gestión sostenible en Puerto Ayora-Santa Cruz.

Es así como, el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, (2018) del cantón Santa Cruz ha identificado las siguientes debilidades en el ámbito turístico que limitaría el desarrollo de un destino turístico inteligente:

Figura 1

Debilidades PDOT

Ambito	Territorio	Servicios	Imaginario
Debilidades	• Uso excesivo de los recursos • Mala distribución de los servicios • Falta de tecnologías para reducir el uso de los recursos	• Sistema terrestre sobredimensionado • Encadenamientos en evolución • Idea de crecimiento din fortalecimiento • Puntos y áreas turísticas no conectadas • Falta de especialización de los operadores turísticos <30% • Turistas informales apertura rutas turísticas ilegales.	• Servicios de baja calidad generan satisfacción en el turista pese a su condición

Nota. Datos tomados del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (2018).

Adicionalmente, se evidencia que la gestión turística de Puerto Ayora- Santa Cruz está a cargo del Gad Municipal, entidad que argumenta que uno de los problemas de la gestión turística más relevante del cantón se le atribuye como problemática a la ejecución de la operación de las agencias de viajes, puesto que de forma diaria receptan aproximadamente entre 2 a 3 denuncias por fallas en la operación de los tours que se realizan en la zona, pese a que los actores del punto de información turística lo gestionan para cerrar dichos casos de demanda, comentan que esto genera malestar en el turista. Por otro lado, argumentan que la fortaleza del sitio de visita es la promoción y la innovación, entendiéndose que en los últimos tiempos se han implementado las buenas prácticas en establecimientos turísticos para un mejor desarrollo sostenible del turismo en la zona.

Finalmente, el GADMSC busca innovar en el ámbito tecnológico a través de instalación de internet satelital con el fin de que Puerto Ayora-Santa Cruz llegue a posicionarse como un Destino Turístico Inteligente (Yepez, 2023).

1.2 Pregunta científica

¿Cuáles son las estrategias en base a los ejes de un destino turístico inteligente que se deben implementar en Puerto Ayora- Santa Cruz para mejorar la gestión turística?

1.3 Propósito de la investigación

La investigación tiene como propósito principal analizar la viabilidad y efectividad de implementar estrategias de gestión turística inteligente en este importante destino turístico. Se busca evaluar cómo la aplicación de tecnologías digitales, la recopilación y análisis de datos, así como la mejora de la experiencia del turista, pueden contribuir a una gestión más eficiente y sostenible del turismo en Puerto Ayora. Además, se pretende identificar los beneficios económicos, sociales y ambientales que pueden derivar de la transformación hacia un destino turístico inteligente, así como destacar las mejores prácticas y lecciones aprendidas de otros destinos que han implementado con éxito esta estrategia.

A pesar de los propósitos y beneficios esperados, la investigación podría enfrentar ciertas limitaciones. Entre ellas se encuentran la disponibilidad de datos y estadísticas actualizadas relacionadas con el turismo en la región, así como posibles barreras tecnológicas o de infraestructura que podrían dificultar la implementación de soluciones inteligentes en el destino. Además, el enfoque de la investigación podría estar influenciado por factores económicos o políticos que puedan afectar la colaboración entre los diferentes actores involucrados en la gestión turística. No obstante, a pesar de estas limitaciones, el estudio busca aportar valiosa información y recomendaciones para el desarrollo de políticas y estrategias que impulsen la sostenibilidad y competitividad turística de Puerto Ayora-Santa Cruz en el contexto de las Islas Galápagos.

1.4 Justificación

La presente investigación es de suma relevancia debido a la creciente importancia del turismo en esta emblemática región, reconocida por su excepcional biodiversidad y valor patrimonial. En un contexto donde el turismo juega un papel fundamental en el desarrollo económico y social, es imprescindible abordar los desafíos que enfrenta este destino para asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Mediante el enfoque de Destino Turístico Inteligente, esta investigación tiene como objetivo explorar la viabilidad y el potencial de implementar estrategias inteligentes de gestión turística que armonicen el crecimiento turístico con la preservación ambiental y cultural de las Islas Galápagos.

Galápagos es una región de importancia trascendental debido a su singularidad biológica y su valor científico. Conocido como uno de los destinos más icónicos del mundo para la observación de vida silvestre, este archipiélago ha sido reconocido como Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO desde 1978, y su Reserva Marina es Patrimonio de la Humanidad desde 1984. Su aislamiento geográfico ha dado lugar a la evolución de especies únicas y su relevancia en la teoría de la evolución, gracias a las investigaciones de Charles Darwin.

La relevancia de esta investigación también radica en su aporte a la comunidad académica y a los responsables de la toma de decisiones en el ámbito turístico. Se espera que los hallazgos y recomendaciones derivados de este estudio sirvan como guía para la formulación de políticas públicas que promuevan prácticas turísticas responsables y eficientes en Puerto Ayora-Santa Cruz. Asimismo, la investigación busca fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias entre destinos turísticos inteligentes de otras regiones, enriqueciendo la comprensión de las mejores prácticas y posibilitando la adaptación de soluciones exitosas a las particularidades de las Islas Galápagos.

1.5 Objetivos

Objetivo general

Analizar los ejes de destino turístico inteligente y la gestión turística de Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galápagos.

Objetivos específicos

- Identificar los procesos que desarrolla la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz.
- Evaluar los ejes del destino turístico inteligente existentes en Puerto Ayora-Santa Cruz por medio de las fichas de Destino Turístico Inteligente (DTI)- INVAT-TUR a través de grupos focales.
- Delinear estrategias para la implementación de turismo inteligente en Puerto Ayora-Santa Cruz.

2. Estado del arte

2.1 Antecedentes de investigación

El turismo ha sido uno de los sectores más dinámicos y transformadores de la economía global, contribuyendo significativamente al desarrollo de regiones y países en todo el mundo. Como resultado, la gestión turística ha adquirido una importancia crucial para asegurar el éxito, sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos.

La gestión turística abarca un conjunto de estrategias y acciones dirigidas a planificar, organizar, coordinar y controlar las actividades turísticas en un destino específico. Esta disciplina se enfoca en lograr el equilibrio entre el desarrollo turístico, la conservación del patrimonio cultural y natural, y el bienestar de las comunidades locales. La gestión turística también busca satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes, optimizar la experiencia turística y generar beneficios económicos para la localidad.

La investigación titulada *Gestión Turística: Conceptos y Tendencias* ofrece una visión exhaustiva de los fundamentos y tendencias en el campo de la gestión turística. En ella, se abordan aspectos clave como la planificación estratégica, el marketing turístico, la gestión de la calidad y la sostenibilidad en el ámbito del turismo. El contenido de esta

investigación proporciona una sólida base teórica y práctica para comprender la gestión integral de destinos y empresas turísticas, con métodos utilizados como la revisión bibliográfica, análisis de contenido, encuestas y estudios de caso, lo que permitió obtener una amplia gama de información y datos relevantes para respaldar las conclusiones y recomendaciones presentadas (Vives, 2019). Los resultados obtenidos en esta investigación podrían proporcionar valiosos conocimientos para la mejora de prácticas y estrategias en el ámbito de la gestión turística, así como para identificar oportunidades y desafíos en el sector en constante evolución.

El libro *Gestión Turística Local*, escrito por Ángel Pardo y Eduardo Fayos-Solá en 2022, se enfoca en proporcionar una perspectiva integral sobre la gestión turística a nivel local, destacando la importancia del desarrollo sostenible en comunidades y destinos específicos. La obra adopta un enfoque práctico al brindar herramientas y estrategias para la planificación y gestión efectiva del turismo a nivel municipal y regional. Se sustenta en una revisión exhaustiva de la literatura académica y las mejores prácticas en el campo de la gestión turística. Los resultados obtenidos se traducen en un valioso conjunto de conocimientos y directrices aplicables a la gestión turística de destinos locales, especialmente aquellos que buscan avanzar hacia la sostenibilidad y la inteligencia turística (Pardo & Fayos-Solá, 2022). La obra contribuye significativamente a la comprensión de cómo el enfoque en la gestión local puede generar un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación del patrimonio cultural y natural.

En este contexto, la gestión turística ha facilitado el desarrollo de un concepto innovador que ha revolucionado la manera en que se planifica, gestiona y promociona el turismo: los Destinos Turísticos Inteligentes. Para una mayor eficiencia en la oferta de servicios, promoción personalizada, y una experiencia turística enriquecida y conectada, lo que a su vez aumenta la competitividad del destino en el mercado turístico global surgen los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Estos se definen como aquellos lugares que, mediante la incorporación de tecnologías avanzadas y el uso inteligente de datos, buscan mejorar la calidad del servicio, la sostenibilidad, la competitividad y la experiencia del turista.

La investigación de Montaño, (2021) *Destinos turísticos inteligentes: El caso de España y la Comunidad Valenciana*, contempla una visión más global sobre las ciudades inteligentes o Smart cities, exponiendo que el desarrollo de la urbanidad genera nuevas exigencias e incrementa la actividad turística lo que ha sido de gran importancia para la evolución turísticas de estas ciudades. En su investigación el objetivo fue analizar el concepto de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en España y la Comunidad Valenciana. Mediante el análisis documental, examina la implementación y desarrollo de los DTI en términos de infraestructura, participación local y sostenibilidad. La metodología involucra la recopilación y análisis de fuentes secundarias para evaluar el progreso y los desafíos de la gestión turística inteligente. Los resultados resaltan logros y áreas de mejora en estas regiones. Esta investigación utilizará estos hallazgos para contrastar la aplicación del DTI en contextos diversos, como las Islas Galápagos, aportando insights valiosos sobre la efectividad del enfoque en diferentes destinos.

Por otro lado el libro *Smart Tourism Destinations: Cities Enabling New Trends in Mobility and Intelligent Territories* ofrece una perspectiva integral sobre cómo las ciudades y territorios inteligentes están impulsando nuevas tendencias en la movilidad y en la gestión turística. A través de una compilación de estudios de caso y análisis teóricos, el libro explora la adopción de tecnologías inteligentes en destinos turísticos para mejorar la experiencia del visitante y la sostenibilidad. Los aspectos importantes incluyen la identificación de tecnologías clave, el análisis de su impacto en la movilidad y la gestión de destinos, y la evaluación de las mejores prácticas para implementar soluciones inteligentes. La metodología utilizada es un enfoque multidisciplinario que combina investigaciones empíricas y análisis teóricos, proporcionando una visión amplia y profunda de cómo la inteligencia en el turismo está transformando la industria (Inversini, 2020). Este libro aporta a la investigación, mediante la presentación de casos prácticos y fundamentos teóricos que respaldan la relevancia y el impacto positivo de los destinos turísticos inteligentes, lo que fortalece la necesidad de adoptar tecnologías inteligentes para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

Adicional, la investigacion *Smart Tourism: Concepts and Applications* se centra en los conceptos y aplicaciones de Smart Tourism, incluyendo destinos turísticos inteligentes. Mediante una revisión exhaustiva de investigaciones actuales, el libro explora la adopción y el impacto de las tecnologías emergentes en el turismo, enfatizando en la relevancia del enfoque inteligente para mejorar la gestión y la experiencia del turista. Los aspectos importantes abarcan la conceptualización de Smart Tourism, la identificación de tecnologías clave y el análisis de las tendencias emergentes en la industria. La metodología utilizada en el libro combina investigaciones empíricas, estudios de casos y análisis teóricos para brindar una comprensión completa de cómo la tecnología está dando forma al turismo (Xhiang, 2023). Este libro aporta al trabajo proporcionando una base teórica sólida sobre el concepto de Smart Tourism y su relevancia para los destinos turísticos inteligentes. Además, las aplicaciones prácticas y estudios de casos ofrecen ejemplos concretos para respaldar mi investigación sobre la implementación efectiva de tecnologías inteligentes en destinos turísticos.

Ademas, *Smart Tourism Destinations: Management, Marketing, and the Use of Innovative Technologies* examina la gestión y el marketing de destinos turísticos inteligentes, así como el uso de tecnologías innovadoras para mejorar su competitividad y sostenibilidad. El libro presenta investigaciones empíricas y estudios de casos que muestran cómo las soluciones tecnológicas pueden mejorar la planificación, promoción y gestión de destinos turísticos. Los aspectos importantes incluyen el análisis de estrategias de marketing inteligente, la gestión de la experiencia del visitante y el papel de las tecnologías innovadoras en la mejora de la eficiencia operativa (Rátz, 2021). Este libro proporciona ejemplos concretos de cómo las tecnologías innovadoras están siendo utilizadas para mejorar la gestión y promoción de destinos turísticos.

Usando la investigación previa, ha permitido que ciudades como Barcelona, que ha implementado soluciones inteligentes para mejorar la movilidad y la gestión turística, logre optimizar la experiencia del visitante y la sostenibilidad del destino. Asimismo, Nueva York está adoptando tecnologías inteligentes para ofrecer experiencias turísticas más personalizadas y eficientes, como aplicaciones móviles que brindan información en tiempo real sobre atracciones y eventos. Además, se resalta cómo París ha utilizado

estrategias inteligentes de marketing para promover sus atractivos turísticos y mejorar la toma de decisiones en la gestión del flujo de visitantes en puntos de interés clave.

La investigación realizada por Aranda, (2021) *Perspectiva espacio-territorio en la gestión integral e inteligente de destinos turísticos* analiza las Islas Baleares, España desde una perspectiva espacial (límites de la naturaleza) y una perspectiva territorial (límites de la gobernanza política- administrativa) relacionadas con los avances tecnológicos para garantizar la calidad de vida de la población local, la sostenibilidad del destino y la experiencia del turista. Tiene como propósito fundamental examinar la perspectiva espacio-territorio en la gestión integral e inteligente de destinos turísticos. Empleando un enfoque cualitativo, el estudio analiza cómo la gestión inteligente de destinos turísticos puede incorporar aspectos espaciales y territoriales para mejorar la experiencia del turista y la sostenibilidad. A través de un análisis documental de fuentes académicas y literatura relevante, se exploran las interconexiones entre la gestión integral, la inteligencia espacial y la optimización territorial en el ámbito turístico. Los resultados subrayan la importancia de considerar la dimensión espacial en la gestión de destinos turísticos inteligentes, destacando cómo la planificación y optimización del espacio pueden enriquecer la experiencia turística y respaldar decisiones estratégicas. La investigación ofrece una perspectiva más completa sobre la integración de elementos territoriales y espaciales en la gestión de destinos inteligentes y su posible relevancia en un contexto específico como el de las Islas Galápagos.

Asimismo, en Ecuador se han realizado investigaciones para el desarrollo de un Destino Inteligente. De esta forma Lojano, (2023) en su investigacion *Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador*. El autor considera que un destino inteligente está impulsado por la era digital y los viajeros de la época millennial, lo que permite revalorizar el destino y determinar su estado actual. A través del diagnóstico de Cuenca propone examinar cómo la tecnología y la innovación influyen en la mejora de la experiencia turística y la gestión en destinos inteligentes. Con técnicas cualitativas como encuestas y entrevistas, el investigador identifica cómo las soluciones tecnológicas y enfoques innovadores han sido implementados con éxito en Cuenca para mejorar la información al turista, la planificación de itinerarios y la

promoción del patrimonio cultural. Esta resolución proporcionan un marco comparativo para evaluar cómo estas estrategias podrían ser adaptadas y optimizadas en un contexto distinto.

Por otro lado, Castro, (2019) desarrollo el estudio de la ciudad de Cuenca con el fin proponer un modelo de gestión para un DTI como plan piloto, es así como la propuesta se elaboró considerando los indicadores del Banco Interamericano de Desarrollo. Su objetivo principal es desarrollar un enfoque integral que combine tecnologías innovadoras y estrategias de gestión eficientes para mejorar la experiencia del turista y optimizar la gestión turística en Cuenca. Para ello, el autor aplico técnicas cualitativas de investigación, como encuestas y entrevistas con actores locales y turistas, así como el análisis de casos de éxito de otros destinos inteligentes. El método se basa en la recopilación de datos y el análisis comparativo para diseñar un modelo específico para Cuenca, incorporando soluciones tecnológicas y prácticas sostenibles. Esta propuesta ofrece un ejemplo concreto de implementación de un modelo de gestión DTI en un contexto similar, ampliando la comprensión de estrategias de transformación en destinos turísticos variados y únicos.

Por último, se realizó un estudio de DTI para la ciudad de Manta titulado *Diagnóstico turístico con proyección DTI (destino turístico inteligente) de la ciudad de Manta, Ecuador*, con el fin de realizar una evaluación del sitio teniendo como base los indicadores de los destinos turísticos inteligentes, considerando que esta variable surge como respuesta para los territorios que requieren un turismo moderno que debe gestionar el volumen de la información y ayude a tomar mejores decisiones por parte de los actores del sector público y privado. De esta forma, la investigación con enfoque cualitativo se basó en los 9 ámbitos de los DTI planteados por la Comunidad Valencia, mismos que comprenden la sostenibilidad, accesibilidad, gobernanza, conectividad, innovación, marketing online, demanda, inteligencia e información turística. El análisis presentado, expone que manta cumple en el 49,9% del total de los ejes de un DTI (Veloz-Camejo et al., 2022).

De esta forma y considerando los estudios antes descritos, se destaca la importancia de la investigación en el ámbito turístico dentro del contexto nacional, debido a la escasa información de destinos turísticos inteligentes en Ecuador, entendiéndose que esta idea innovadora permitirá potenciar el destino de forma global, tras realizar estudios que permitan medir los ejes de desarrollo para que un sitio llegue a ser un Smart destination.

2.2 Marco teórico

Modelo de gestión turística de Crouch & Ritchie

Uno de los modelos más reconocidos y citados en el ámbito del turismo es el propuesto por Crouch & Ritchie, mismo que no es estrictamente un modelo de gestión de destinos, sino más bien una conceptualización de la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos. Se trata de un modelo jerárquico que presenta tres niveles interconectados. En la cima se encuentra un nivel superior compuesto por la política, la planificación y el desarrollo del destino. Un nivel intermediario es ocupado por la gestión de destinos, y en el nivel inferior se encuentran los recursos y atractivos del destino (Ritchie & Crouch, 2003).

El modelo identifica que la gestión de destinos involucra una serie de actividades diversas, tales como la organización, el marketing, la calidad del servicio, la investigación, el desarrollo de los recursos humanos, la financiación, la gestión de visitantes, y la gestión de recursos y crisis. Estas actividades están vinculadas verticalmente, pero el modelo no muestra las relaciones horizontales entre ellas, como las posibles interacciones entre las diversas actividades de gestión de destinos.

Crouch & Ritchie también destacan que el modelo es un sistema abierto, teniendo en cuenta la influencia del macroentorno y el microentorno competitivo en el cual un destino debe adaptarse para competir. Además, subrayan que estos entornos son altamente dinámicos, lo que implica la necesidad de una gestión ágil y flexible para responder a los cambios constantes en la industria turística (Sigalat et al., 2020).

El modelo de gestión de Crouch & Ritchie, conocido como el "Modelo de la Destinación Turística Competitiva", considera diversos aspectos clave que influyen en

la competitividad y sostenibilidad de un destino turístico. Estos aspectos se agrupan en tres dimensiones principales:

Tabla 1

Modelo del destino turistico competitivo

Dimensión	Aspecto	Descripción
Atributos y recursos del destino	Diversidad de experiencias turísticas	Involucra la variedad de actividades y experiencias que el destino puede ofrecer a los turistas, como ecoturismo, aventura, cultura, entre otras
	Atractivos naturales y culturales	Incluye la belleza escénica, la biodiversidad, el patrimonio cultural, sitios históricos y monumentos, entre otros.
	Recursos humanos	Se refiere a la formación y capacitación del personal en la industria turística, incluidos guías, operadores, y otros profesionales.
	Infraestructura turística	Considera la disponibilidad y calidad de alojamiento, transporte, servicios turísticos, y las facilidades para el turismo en general.
Política y planificación	Marco regulatorio	Considera las políticas, regulaciones y leyes relacionadas con el turismo, así como su efectividad y aplicación.
	Estrategia de marketing	Considera cómo se promociona el destino y se comunica a los potenciales turistas.
	Colaboración y coordinación	Se refiere a la cooperación entre los diferentes actores involucrados en la gestión turística, como gobierno, sector privado, ONGs y comunidades locales.
	Sostenibilidad	Involucra el enfoque de desarrollo turístico sostenible, asegurando la preservación del medio ambiente, el bienestar de la comunidad local, y la satisfacción del turista.
Condiciones generales	Entorno macroeconómico y político	Involucra la estabilidad política, el crecimiento económico y la política monetaria del país o región.
	Seguridad y salud	Involucra la percepción y la realidad de la seguridad del destino, así como los servicios de salud y emergencias disponibles para los turistas.
	Infraestructura básica	Considera la calidad y disponibilidad de carreteras, aeropuertos, servicios públicos, y telecomunicaciones.

Nota. Elaboracion propia. Fuente: Crouch & Ritchie (2003).

Crouch & Ritchie enfatizan que la gestión turística exitosa debe abordar cada una de estas dimensiones de manera equilibrada y efectiva para lograr un destino turístico competitivo y sostenible. La interacción entre estos aspectos juega un papel crucial en el desarrollo del turismo y el éxito del destino a largo plazo.

Los conceptos de "Destino Turístico Inteligente" y el modelo de gestión de Crouch & Ritchie, "Modelo de la Destinación Turística Competitiva", pueden complementarse y enriquecerse mutuamente pues se centran en aspectos diferentes de la gestión turística, y al integrarlos, los responsables de la planificación y gestión de destinos pueden obtener una visión más completa y efectiva para mejorar la competitividad y sostenibilidad del destino (Femenia & Ivars, 2021).

A continuación, se presentan algunas formas en que se relacionan estos conceptos:

Enfoque en la competitividad: Tanto el modelo de Crouch & Ritchie como el concepto de Destino Turístico Inteligente tienen como objetivo mejorar la competitividad del destino. El modelo de Crouch & Ritchie destaca la importancia de los atributos y recursos del destino, la política y planificación, y las condiciones generales para lograr la competitividad. Por otro lado, el concepto de Destino Turístico Inteligente enfatiza el uso de la tecnología y la inteligencia turística para mejorar la experiencia del turista y optimizar la gestión del destino (Jácome et al., 2022).

Gestión basada en datos: La gestión turística inteligente implica la recopilación, análisis y uso de datos relevantes para la toma de decisiones informadas. El modelo de Crouch & Ritchie también destaca la importancia de la investigación y el análisis para identificar oportunidades y desafíos en la gestión del destino. Al combinar ambos enfoques, los gestores pueden utilizar datos y análisis para mejorar la competitividad y la toma de decisiones en todas las dimensiones del destino (Aguilera, 2023).

Sostenibilidad: Ambos enfoques ponen énfasis en la sostenibilidad como un aspecto fundamental en la gestión turística. El modelo de Crouch & Ritchie considera la sostenibilidad dentro de la política y planificación, mientras que el concepto de Destino Turístico Inteligente promueve prácticas sostenibles a través del uso eficiente de

recursos y tecnologías. Integrar ambos enfoques puede ayudar a garantizar que el desarrollo turístico sea sostenible y beneficioso para las comunidades locales y el entorno natural (Martos, 2018).

Mejora de la calidad del servicio: El modelo de Crouch & Ritchie aborda la calidad del servicio como un componente importante de la gestión de destinos. El concepto de Destino Turístico Inteligente también se relaciona con este aspecto al buscar mejorar la experiencia del turista a través de tecnologías y servicios innovadores. Juntos, estos enfoques pueden ayudar a optimizar la calidad del servicio y satisfacción del turista en el destino (Aguilera, 2023).

En resumen, el concepto de Destino Turístico Inteligente y el modelo de gestión de Crouch & Ritchie pueden complementarse en la gestión turística, puesto que ambos se enfocan en mejorar la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos. Al integrarlos, los gestores pueden aprovechar las ventajas de la inteligencia turística y las estrategias de gestión para tomar decisiones informadas y alcanzar un desarrollo turístico exitoso y sostenible.

Modelo de Ciclo de un Destino de Butler

El turismo es una de las industrias más dinámicas y cambiantes del mundo, y los destinos turísticos están constantemente experimentando transformaciones en su desarrollo y popularidad. Para entender esta evolución y sus implicaciones, el geógrafo Richard Butler propuso el Modelo de Ciclo de un Destino. Esta teoría, ampliamente reconocida en el campo del turismo, proporciona una estructura para analizar cómo los destinos turísticos atraviesan diferentes etapas a lo largo del tiempo (Diez, 2019).

El Modelo de Ciclo de un Destino de Butler destaca las fases clave por las que pasan los destinos turísticos, desde sus inicios como destinos poco conocidos hasta su consolidación como destinos populares y, en algunos casos, la posible declinación si no se abordan adecuadamente los desafíos del crecimiento turístico.

En esta teoría, se identifican siete etapas distintas en el ciclo de vida de un destino turístico: exploración, involucramiento, desarrollo, consolidación, estancamiento,

declinación y, en ocasiones, rejuvenecimiento o reevaluación.

La exploración representa la etapa inicial, cuando el destino es descubierto por un número reducido de turistas aventureros. A medida que crece la curiosidad y se difunden las experiencias positivas, el destino entra en la fase de involucramiento, atrayendo a un mayor número de visitantes (Butler & Hart, 2022).

La etapa de desarrollo es caracterizada por un rápido crecimiento y la construcción de infraestructuras para satisfacer la creciente demanda. Una vez que el destino alcanza su máximo nivel de popularidad, entra en la etapa de consolidación, donde la economía local depende en gran medida del turismo (Jimenez et al., 2019).

Sin embargo, el éxito masivo también puede dar lugar a problemas, como el estancamiento, cuando el destino comienza a mostrar signos de saturación y fatiga turística. Si no se abordan estos desafíos, el destino puede entrar en una fase de declinación.

En algunos casos, la declinación puede ser evitada o revertida a través de estrategias de rejuvenecimiento o reevaluación. Los destinos pueden revitalizarse mediante la implementación de prácticas sostenibles y la promoción de nuevas experiencias turísticas (Butler & Hart, 2022)..

El Modelo de Ciclo de un Destino de Butler ofrece una valiosa herramienta para comprender la evolución y dinámica de los destinos turísticos, permitiendo a planificadores y gestores tomar decisiones informadas para asegurar un desarrollo turístico sostenible y exitoso a lo largo del tiempo. El Modelo de Ciclo de un Destino de Butler se relaciona con el concepto de "Destino Turístico Inteligente" y la gestión turística de diversas maneras. Aunque el modelo de Butler no aborda directamente la inteligencia turística, ofrece una perspectiva valiosa para comprender cómo la gestión turística y el desarrollo de destinos pueden influir en la evolución de un destino turístico hacia un enfoque más inteligente y sostenible.

El modelo de Butler identifica distintas etapas en el ciclo de vida de un destino turístico, lo que permite a los gestores comprender en qué fase se encuentra su destino y qué

desafíos y oportunidades enfrenta. Con esta información, los responsables de la gestión turística pueden adoptar estrategias adecuadas y medidas para impulsar el desarrollo sostenible del destino y avanzar hacia un enfoque más inteligente y competitivo.

Una de las etapas clave del modelo de Butler es el rejuvenecimiento o reevaluación, que implica revitalizar el destino para superar los desafíos del estancamiento o declinación. En esta fase, la gestión turística puede desempeñar un papel fundamental al promover prácticas más sostenibles y tecnológicas, la incorporación de la inteligencia turística y la aplicación de nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del visitante y aumentar la competitividad del destino (Espinós, 2019).

El modelo de Butler resalta la importancia de gestionar adecuadamente el crecimiento y el impacto del turismo en cada etapa del ciclo. Para los Destinos Turísticos Inteligentes, la gestión de la capacidad es esencial para evitar la sobrecarga y garantizar una experiencia de calidad para los turistas. La inteligencia turística puede desempeñar un papel crucial al proporcionar datos y análisis para tomar decisiones informadas sobre la capacidad de carga y la distribución de visitantes en el destino.

En la etapa de desarrollo y consolidación, el destino puede aprovechar la tecnología para mejorar la experiencia del turista y la eficiencia de la gestión turística. Los Destinos Turísticos Inteligentes utilizan soluciones tecnológicas para mejorar la conectividad, la movilidad, la accesibilidad y la comunicación con los turistas, brindando servicios personalizados y enriqueciendo la experiencia del visitante (Diaz et al., 2020).

En general, el Modelo de Ciclo de un Destino de Butler proporciona una perspectiva cronológica del desarrollo y la gestión turística de un destino, lo que puede ayudar a los gestores a identificar oportunidades para adoptar enfoques más inteligentes y sostenibles(Butler & Hart, 2022). La inteligencia turística y el concepto de Destino Turístico Inteligente se integran en este proceso, al ofrecer herramientas y estrategias para mejorar la gestión, la sostenibilidad y la competitividad del destino a lo largo del tiempo.

Manual Operativo para la configuración de Destinos inteligentes, INVAT- TUR

El turismo en la era digital ha traído consigo una nueva forma de concebir y gestionar los destinos turísticos. Con el objetivo de adaptarse a este panorama en constante evolución, el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT-TUR) ha desarrollado el Manual Operativo para la configuración de Destinos Inteligentes.

Este manual representa una herramienta práctica y completa que busca guiar a los destinos turísticos en su transformación hacia Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Los DTI, basados en el uso estratégico de tecnologías de la información y comunicación (TIC), buscan optimizar la gestión turística, mejorar la experiencia del turista y fomentar la sostenibilidad, todo ello mediante una colaboración activa entre los diferentes actores del destino.

El presente manual ofrece un enfoque detallado y sistemático para que los destinos puedan llevar a cabo una configuración efectiva y exitosa como DTI. A través de un proceso de diagnóstico, planificación y acción, se proporcionan las herramientas necesarias para que los destinos puedan aprovechar al máximo el potencial de la tecnología y la innovación en el ámbito turístico. Asimismo, el manual destaca la importancia de la gobernanza y la colaboración entre el sector público, el sector privado y las comunidades locales, para lograr una gestión turística más eficiente y sostenible.

A través del análisis de casos de éxito y soluciones tecnológicas, el Manual Operativo para la configuración de Destinos Inteligentes del INVAT-TUR se posiciona como una valiosa guía para los destinos turísticos que buscan evolucionar hacia una nueva era de competitividad, sostenibilidad e innovación. El manual contempla 9 aspectos que deben ser considerados y evaluados para que un destino se desarrolle como DTI, mismos que son:

Gobernanza

Se refiere al proceso de toma de decisiones y gestión del turismo en un destino específico, involucrando a diversos actores, tanto del sector público como del sector privado y las comunidades locales. La gobernanza turística es un enfoque colaborativo y

participativo que busca garantizar una gestión eficiente, sostenible y responsable del turismo, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas (Escobeto et al., 2021).

La gobernanza turística se basa en la colaboración y la participación activa de todos los actores involucrados en el turismo, incluyendo a las autoridades gubernamentales, empresas turísticas, organizaciones no gubernamentales, comunidades locales y representantes de la sociedad civil. Todos estos actores trabajan conjuntamente para tomar decisiones informadas y consensuadas (Henríquez, 2016).

La gobernanza turística implica una planificación estratégica a largo plazo, donde se establecen objetivos claros y se definen acciones y proyectos concretos para alcanzarlos. Esta planificación considera el desarrollo económico, social y ambiental del destino, así como la preservación del patrimonio cultural y natural. Ademas, busca la integración de políticas y estrategias entre diferentes áreas de gobierno, como transporte, medio ambiente, cultura, educación, entre otros, para asegurar una gestión coherente y eficiente del turismo.

Tambien se alinea con principios de sostenibilidad, asegurando que el desarrollo turístico beneficie tanto a las comunidades locales como al medio ambiente, y que el turismo sea una actividad sostenible a largo plazo, asi promueve la participación ciudadana y la escucha activa de las necesidades y preocupaciones de las comunidades locales, permitiendo que estas tengan un rol activo en la toma de decisiones y en la definición de políticas turísticas.

Sostenibilidad

La sostenibilidad en el turismo es un enfoque esencial que busca equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del medio ambiente, el patrimonio cultural y el bienestar de las comunidades locales. Implica satisfacer las necesidades actuales de los turistas y la industria turística sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para hacer lo mismo. Este enfoque abarca la sostenibilidad ambiental, con medidas para proteger el medio ambiente y reducir la huella de carbono; la sostenibilidad

sociocultural, que valora las tradiciones y el bienestar de las comunidades locales; y la sostenibilidad económica, buscando la prosperidad a largo plazo para la economía local (Aguirre & Mestanza, 2022).

La sostenibilidad en el turismo promueve la participación y colaboración de todos los actores involucrados y una gestión responsable y regulada para minimizar los impactos negativos del turismo en el destino. Al adoptar prácticas sostenibles, el turismo se convierte en una fuerza positiva para el desarrollo económico y social, mientras se protegen los recursos naturales y el patrimonio cultural para las generaciones futuras.

Accesibilidad

La accesibilidad en el turismo es un aspecto fundamental para garantizar que todas las personas, independientemente de sus habilidades físicas, sensoriales o cognitivas, puedan disfrutar de experiencias turísticas en igualdad de condiciones. Desde la adaptación de infraestructuras y servicios para personas con movilidad reducida hasta la implementación de tecnologías accesibles, promover un turismo inclusivo no solo amplía el alcance del sector, sino que también fomenta la diversidad, el respeto y la equidad en la industria turística global (Cunalara et al., 2021).

Conectividad

La conectividad desempeña un papel cada vez más importante en el marco turístico, ya que permiten mejorar la experiencia del viajero y optimizar la gestión de destinos. Gracias a la conectividad, los turistas pueden mantenerse conectados en todo momento, accediendo a información en tiempo real, compartiendo experiencias a través de las redes sociales y accediendo a servicios en línea. Esto facilita la planificación del viaje, la búsqueda de recomendaciones y la interacción con el entorno turístico (Arévalo, 2022).

Además, la sensorización de destinos turísticos brinda la oportunidad de recopilar datos en tiempo real sobre el flujo de visitantes, el uso de recursos y la calidad del ambiente, lo que permite una gestión más eficiente y sostenible. Estos datos pueden utilizarse para tomar decisiones informadas, identificar patrones y tendencias, y mejorar la

planificación de infraestructuras y servicios turísticos. En resumen, la conectividad y la sensorización contribuyen a la creación de destinos turísticos inteligentes, mejorando la experiencia del viajero y promoviendo un turismo más eficiente, sostenible e inclusivo.

Sistema de inteligencia turística

El Sistema de Inteligencia Turística (SIT) es una herramienta fundamental en el ámbito turístico que combina tecnologías de vanguardia y análisis de datos para potenciar la toma de decisiones estratégicas y mejorar la competitividad de los destinos turísticos. A través de la recopilación, procesamiento y análisis de datos provenientes de diversas fuentes, como redes sociales, páginas web, encuestas, sistemas de reservas y sensores, el SIT ofrece una visión integral y actualizada del comportamiento de los turistas y las tendencias del mercado (Torres et al., 2022).

Al proporcionar información en tiempo real sobre la demanda turística, preferencias, opiniones y comportamientos, el SIT permite a los gestores de destinos adaptar sus estrategias de marketing, infraestructuras y servicios para satisfacer las necesidades específicas de los visitantes. Además, el análisis de datos facilita la identificación de fortalezas y debilidades del destino, ayudando a optimizar recursos y promoviendo un desarrollo turístico más sostenible.

Otra ventaja del Sistema de Inteligencia Turística es su capacidad para generar alertas tempranas ante posibles situaciones de crisis o cambios en las preferencias de los turistas, permitiendo una respuesta rápida y eficiente por parte de los actores involucrados en el sector. Asimismo, fomenta la colaboración entre diferentes actores, como empresas turísticas, autoridades locales y organizaciones del sector, al proporcionar una plataforma compartida de información y análisis (Torres et al., 2022).

Es decir, según Torres (2022), el Sistema de Inteligencia Turística se presenta como una herramienta esencial en la gestión turística moderna, potenciando la competitividad, la sostenibilidad y la calidad de la experiencia del turista. Al aprovechar el poder de los datos y la tecnología, este sistema contribuye al crecimiento y desarrollo responsable de los destinos, permitiendo que la industria turística se adapte de manera efectiva a un

entorno en constante cambio y a las expectativas cada vez más exigentes de los viajeros.

Información turística

Es un componente vital en la planificación y disfrute de un viaje. Proporciona datos relevantes sobre destinos, atracciones, alojamientos, actividades y servicios disponibles para los turistas. Esta información se puede obtener a través de diferentes fuentes, como oficinas de turismo, sitios web especializados, guías impresas y aplicaciones móviles (Martinez & Mateo, 2023).

La disponibilidad de información turística precisa y actualizada es esencial para garantizar una experiencia satisfactoria y segura. Los turistas pueden obtener orientación sobre medidas de seguridad, requisitos de visa, consejos de salud, así como información sobre transporte público, opciones de alojamiento y recomendaciones de restaurantes. Esta información les ayuda a tomar decisiones informadas y maximizar su tiempo y recursos durante su viaje.

Además, la información turística no solo es beneficiosa para los viajeros, sino también para los actores involucrados en la industria turística, como empresas de turismo, agencias de viajes y destinos. Les brinda una visión sobre las preferencias y necesidades de los turistas, permitiendo adaptar sus servicios y estrategias de marketing. También pueden utilizarla para identificar nuevas oportunidades de desarrollo turístico y mejorar la competitividad de sus ofertas (González, 2023).

En decir, desempeña un papel fundamental en el viaje, proporcionando a los turistas conocimientos y orientación para tomar decisiones informadas. Contribuye a una experiencia de viaje enriquecedora al proporcionar datos precisos y actualizados sobre destinos y servicios turísticos. Además, beneficia a la industria turística al ayudar a mejorar la planificación, promoción y gestión de los destinos, impulsando un crecimiento sostenible y una satisfacción generalizada de los viajeros.

Marketing online

Es una estrategia esencial en la era digital para promover productos, servicios o marcas

utilizando medios y plataformas en línea. Este enfoque abarca una amplia variedad de canales y tácticas diseñadas para llegar al público objetivo de manera efectiva y medible (Giner, 2018).

Una de las principales ventajas del marketing online es su alcance global. A través de sitios web, redes sociales, correos electrónicos y otras herramientas en línea, las empresas pueden llegar a audiencias en todo el mundo, sin restricciones geográficas.

El marketing online también permite una segmentación precisa del público objetivo. Con herramientas de análisis y seguimiento, es posible recopilar datos sobre el comportamiento del usuario en línea, sus intereses y preferencias, lo que permite dirigir mensajes y anuncios específicos a grupos de personas con características y necesidades similares (Tomaello, 2015).

Actividad turistica

En el contexto de las Islas Galápagos, el ámbito de la actividad turística se destaca como uno de los pilares fundamentales de su economía y desarrollo. Conocido a nivel mundial por su excepcional biodiversidad y ecosistemas únicos, este archipiélago ecuatoriano atrae a miles de turistas cada año que buscan explorar su rica flora y fauna, así como sumergirse en la belleza natural de sus paisajes.

La actividad turística en Galápagos se concentra principalmente en la visita a sus parques nacionales y reservas marinas, que son hogar de especies endémicas y protegidas. Los turistas tienen la oportunidad de realizar excursiones y actividades de observación de aves, buceo, snorkel, caminatas y avistamiento de tortugas gigantes y leones marinos, entre otras experiencias únicas.

Para mantener el equilibrio entre el turismo y la preservación del entorno natural, las autoridades locales han implementado estrictas regulaciones y medidas de conservación. Se promueve un enfoque sostenible y responsable que busca minimizar los impactos negativos del turismo en los delicados ecosistemas y garantizar su preservación para las futuras generaciones (González, 2016).

La actividad turística en Galápagos también ha sido impulsado por la incorporación de tecnologías inteligentes, como la mejora de la conectividad y la promoción del turismo digital. La implementación de soluciones tecnológicas busca mejorar la experiencia del turista, proporcionando información útil y precisa sobre las actividades y puntos de interés disponibles en el destino.

La gobernanza y la planificación son aspectos fundamentales en la gestión del turismo en Galápagos. La colaboración entre entidades gubernamentales, organizaciones no gubernamentales y el sector privado es esencial para asegurar un enfoque integral y coordinado que garantice la sostenibilidad y el desarrollo responsable del destino turístico.

Innovación

Es un factor clave para el desarrollo y crecimiento sostenible de la industria. En un mundo globalizado y digitalizado, el sector turístico se enfrenta a desafíos constantes, como las cambiantes preferencias del viajero, la competencia creciente y la necesidad de preservar los recursos naturales y culturales. La innovación se presenta como una respuesta efectiva para abordar estos retos y potenciar la experiencia del turista (Vargas et al., 2022).

Según Garcia (2023), en el ámbito de la innovación turística, se destacan varias áreas de enfoque. Una de ellas es la tecnología, que ha transformado la manera en que los turistas planifican y disfrutan sus viajes. La adopción de tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad aumentada y la Internet de las cosas ha permitido ofrecer experiencias más personalizadas y atractivas, mejorar la gestión de destinos y optimizar la eficiencia de los servicios turísticos.

Otra área de innovación es la sostenibilidad. Conscientes de la importancia de proteger el medio ambiente y la cultura local, muchos destinos turísticos han implementado prácticas innovadoras para reducir el impacto ambiental y promover el turismo responsable. Esto incluye la adopción de energías renovables, la gestión responsable de los recursos naturales y la promoción del turismo comunitario (Garcia et al., 2023).

Asimismo, la innovación en la experiencia del turista es esencial para diferenciarse en un mercado competitivo. La creación de nuevas atracciones, actividades y servicios turísticos, así como el enfoque en experiencias auténticas y memorables, contribuye a atraer a los viajeros y fomentar la fidelidad a un destino.Además, el uso de datos y análisis también ha impulsado la innovación en el sector turístico. La recopilación y análisis de datos sobre el comportamiento del turista, las tendencias del mercado y las preferencias del cliente, permite tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias de marketing más efectivas.

En resumen, la innovación en el marco turístico es esencial para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado, mejorar la competitividad y promover un turismo más sostenible y satisfactorio. La combinación de tecnología, sostenibilidad, enfoque en la experiencia del turista y el uso inteligente de datos, son elementos clave para impulsar el crecimiento y éxito del sector turístico en la era moderna.

2.2.1 Definición de términos

Gestión turística. Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para planificar, organizar y promover el turismo en un lugar determinado. La gestión turística busca maximizar los beneficios económicos y sociales del turismo mientras se minimizan los impactos negativos en el medio ambiente y la cultura local (Torres et al., 2022).

Destino turístico inteligente. Es un lugar que utiliza la tecnología para mejorar la experiencia de los turistas, la vida de los residentes y proteger el medio ambiente (Fernández & García, 2021).

Sostenibilidad turística. Implica un turismo responsable que equilibra el beneficio económico con la protección del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales a largo plazo (Aguirre & Mestanza, 2022).

Gobernanza turística. Es la gestión colaborativa y efectiva de todos los involucrados en el turismo para promover un desarrollo equitativo y sostenible de los destinos (Escobedo et al., 2021).

Innovación turística. Refiere a la introducción de nuevas ideas y tecnologías para crear experiencias atractivas y mejorar la eficiencia en la industria turística, adaptándose a las necesidades cambiantes de los viajeros (Lojano et al., 2023).

3. Marco metodológico

3.1 Diseño metodológico

Enfoque

El proyecto se desarrollará con un enfoque mixto, misma que se refiere a un enfoque metodológico que integra tanto elementos cuantitativos (encuesta) como cualitativos (entrevista) en el proceso de indagación. La encuesta será utilizada para medir la percepción del turista sobre el destino turístico, dando así cumplimiento al objetivo específico 1, asi mismo la entrevista se aplicará a los actores de la gestion turística para conocer su posición acerca del desarrollo de la gestión del turismo en la localidad. Este enfoque se utiliza con el propósito de obtener una comprensión más completa y profunda de un fenómeno particular, aprovechando las fortalezas de ambas perspectivas metodológicas (Sampieri, 2018).

En el enfoque cualitativo, al realizar un análisis de documentos y la revisión de literatura, se proporciona una base sólida para contextualizar el fenómeno y establecer fundamentos conceptuales, ademas de identificar las teorías y conceptos relevantes en el campo de estudio para analizar los factores que determinan el desarrollo de la gestion turítica. Por otro lado, el análisis de datos cuantitativos, brindan una perspectiva medible y cuantificable de manera objetiva aspectos clave en la gestión de un destino turístico inteligente.

Alcance

El alcance descriptivo en investigación se refiere a la delimitación de un estudio con el propósito de proporcionar una representación detallada y precisa de un fenómeno específico. En este enfoque, el investigador recopila y presenta información objetiva sobre las características, propiedades y comportamientos del objeto de estudio. De esta

forma el alcance descriptivo se empleará para detallar la infraestructura tecnológica existente en el destino turístico (Bautista, 2021).

El alcance exploratorio, por su parte, se enfoca en la indagación inicial y la generación de ideas en torno a un tema poco investigado o novedoso. Este enfoque implica la búsqueda de patrones, tendencias y relaciones emergentes, sin comprometerse con una hipótesis o teoría preestablecida. En el proyecto de investigación este enfoque permite identificar desafíos y oportunidades en la integración de tecnologías inteligentes en la gestión de destinos turísticos (Trejo, 2021).

El alcance explicativo, tiene como objetivo principal comprender las relaciones de causa y efecto entre variables. En este enfoque, el investigador busca identificar las razones subyacentes que explican ciertos fenómenos y cómo interactúan entre sí (Torres et al., 2019). En el proyecto de investigación, el enfoque explicativo analizará cómo la adopción de soluciones tecnológicas específicas impacta en la satisfacción de los turistas y en los resultados económicos del destino. Así se implicará la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos para establecer relaciones causales y proporcionar una comprensión más profunda de los mecanismos detrás de los efectos observados.

El alcance temporal de la investigación será de tipo transversal debido a que las actividades en el campo se realizarán en el mes de julio-octubre del año 2024. Entendiéndose que el corte transversal, se enfoca en recopilar datos de una muestra de sujetos o elementos en un solo punto en el tiempo. Es decir, busca analizar y comparar una variedad de variables en un momento específico (Gregorio, 2023).

3.1.1 Población y muestra

Población

Para llevar a cabo el presente estudio de investigación, se recopilará datos estadísticos con el propósito de fundamentar la indagación. Con este fin, se implementará una encuesta dirigida a los turistas que visitan Puerto Ayora-Santa Cruz, utilizando un muestreo específico para la obtención de dichos datos para dar respuesta al planteamiento del primer objetivo.

Es asi que, Santa Cruz recibió 78.507 turistas en el primer trimestre del año 2023, lo que conlleva a tener una población finita, etendiéndose a la misma como un conjunto o grupo de elementos que tiene un número limitado y específico de individuos. En otras palabras, es una población que se puede contar y que tiene un tamaño definido.

Muestra

El estudio contempla una poblacion finita por lo que a través del muestreo probabilístico aleatorio simple, basado en la selección imparcial y al azar de participantes de una población dada, se procede a calcular su muestra:

Donde:

- N = Tamaño de la población
- Z = Nivel de confianza (1.96)
- p = Probabilidad del éxito (0.5)
- E = Margen de error (5%)

$$n = \frac{N \cdot Z2 \cdot p \cdot (1-p)}{E2 \cdot (N-1) + Z2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

$$n = \frac{78{,}507 \cdot (1.96)2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{0.052 \cdot (78{,}507-1) + (1.96)2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}$$

$$n = 384$$

3.1.2 Tipo de recolección de la información

Métodos

Método Analítico-Sintético. Es un enfoque de investigación que involucra el desglose y el estudio minucioso de un fenómeno o concepto en sus componentes individuales para comprender sus partes fundamentales, sus relaciones y su funcionamiento. A través del análisis detallado, se identifican patrones, características y elementos clave. Luego, utilizando el método sintético, se reconstruye la comprensión integral del fenómeno al volver a combinar las partes analizadas en una visión global coherente (Bautista, 2021). Este método permite descomponer problemas complejos en elementos más manejables para facilitar la comprensión y la resolución creativa.

Método Historicológico. Es un enfoque de investigación que se basa en el estudio y análisis exhaustivo de los eventos, procesos y cambios históricos relacionados con un fenómeno particular. A través de un examen detenido de la evolución temporal, se busca comprender la influencia de los factores históricos en el desarrollo presente y

futuro del objeto de estudio. Este método se centra en la contextualización histórica y busca identificar tendencias, conexiones causales y lecciones aprendidas del pasado, con el propósito de enriquecer la comprensión actual y tomar decisiones informadas para el futuro (Trejo, 2021).

Método inductivo-deductivo. Es un enfoque de investigación que involucra la observación y análisis de casos específicos para identificar patrones y generalidades (inducción), seguido de la derivación de principios generales que se aplican para hacer afirmaciones o predicciones específicas (deducción). Este enfoque bidireccional combina la formulación de teorías a partir de datos empíricos con la validación lógica y empírica de esas teorías en situaciones particulares, lo que lo convierte en una herramienta valiosa para la construcción y verificación de marcos teóricos en investigación científica (perez et al., 2020).

Investigación documental. Recopila, analiza y sintetiza información escrita de diversas fuentes como libros, artículos y documentos académicos. En el contexto de este proyecto, este enfoque proporciona datos valiosos y fundamentos teóricos para comprender y analizar las prácticas actuales y futuras en la industria turística. Identificar tendencias, buenas prácticas y experiencias pasadas en destinos turísticos inteligentes, así como examinar las estrategias y tecnologías de gestión turística, constituyen aspectos esenciales de la investigación documental (Torres et al., 2019).

Investigación aplicada. Es un enfoque científico que busca resolver problemas prácticos y concretos mediante la aplicación de conocimientos y descubrimientos científicos. Se centra en la utilización de teorías y métodos para abordar situaciones reales y mejorar la toma de decisiones en contextos específicos. En el contexto de este proyecto, la Investigación Aplicada se orienta hacia el análisis y la propuesta de mejoras en el modelo de gestión turística de Puerto Ayora-Santa Cruz, con el propósito de transformarlo en un destino turístico inteligente. Esta metodología se caracteriza por su capacidad para generar resultados directamente aplicables y beneficios tangibles en la práctica (Sampieri, 2018).

Investigación Explicativa. Se enfoca en comprender las relaciones causales y los mecanismos subyacentes que explican los fenómenos observados. Su objetivo es identificar y explicar por qué ocurre un determinado evento o comportamiento, analizando las interacciones entre variables y los factores que influyen en ellos (Gregorio, 2023). En el marco de esta investigación, la metodología explicativa se emplea para analizar y comprender en profundidad las relaciones entre diversos elementos relacionados con los destinos turísticos inteligentes y la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz, buscando desentrañar las causas y efectos que impulsan estos fenómenos.

Investigación de Observación de Campo. Implica la recolección directa de datos en el entorno real donde ocurren los eventos o fenómenos bajo estudio. Este enfoque se basa en la observación directa y la interacción con los sujetos y el entorno investigado (Trejo, 2021). En el contexto de este proyecto, la Investigación de Observación de Campo se lleva a cabo a través de entrevistas y talleres de grupos focales con miembros de la comunidad local y gestores del turismo en Puerto Ayora-Santa Cruz.

Técnicas e instrumentos

En esta investigación se emplearán diversas técnicas de recopilación de datos para lograr una comprensión completa de la industria turística. Las técnicas incluyen entrevistas con actores clave, encuestas a turistas, grupos focales con representantes de establecimientos turísticos y observación de campo. A continuación, se explorarán detalladamente estas técnicas:

Entrevistas. Las entrevistas son conversaciones estructuradas o semiestructuradas con individuos clave, como expertos en gestión turística y líderes comunitarios, para obtener información detallada y perspicaz sobre el tema de investigación (Sampieri, 2018).

Encuestas. Las encuestas son cuestionarios diseñados para recopilar datos y opiniones de una muestra representativa de turistas que visitan Puerto Ayora-Santa Cruz. Estas encuestas proporcionarán información cuantitativa sobre la percepción y satisfacción de los turistas con la gestión turística (Bautista, 2021).

Grupos Focales. Los grupos focales son reuniones de representantes de establecimientos turísticos locales, como hoteles y restaurantes, en un entorno moderado por un facilitador. Estas sesiones permitirán discusiones grupales en profundidad sobre temas clave relacionados con la gestión turística (Trejo, 2021).

Observación de Campo. La observación de campo implica la participación activa de los investigadores en el entorno de Puerto Ayora-Santa Cruz, permitiéndoles observar y participar en actividades turísticas para obtener una comprensión contextual de la gestión y las dinámicas turísticas (Perez et al., 2020).

Para alcanzar un entendimiento profundo de la gestión de destinos turísticos inteligentes en Puerto Ayora-Santa Cruz, se emplearán una serie de instrumentos de investigación estratégicos. Estos instrumentos, cuidadosamente seleccionados, permitirán la recopilación precisa y completa de datos esenciales, mismos que son:

Observación de campo. La herramienta fundamental para la observación directa en el entorno de Puerto Ayora-Santa Cruz es un cuaderno de campo. A través de la toma de notas detalladas, se podrán registrar observaciones contextualizadas, eventos relevantes y detalles específicos que enriquecerán la comprensión del contexto turístico. El cuaderno de campo también servirá como un medio para capturar impresiones y reflexiones in situ a traves de un check list que contemple los aspectos ams importantes de cada eje de DTI.

Entrevista. La grabación de audio emerge como una herramienta esencial en la realización de entrevistas en el contexto de esta investigación. Mediante la utilización de dispositivos de grabación de audio de calidad, se logrará capturar de manera precisa las conversaciones con los actores clave en la gestión turística de Puerto Ayora-Santa Cruz. Esta herramienta garantizará la preservación íntegra de las respuestas y opiniones de los participantes, permitiendo una transcripción precisa y la posibilidad de un análisis detallado posterior de las posibles preguntas a realizar, mismas que tendran un carácter de entrevista semi estructurada.

Con la entrevista semiestructurada, se elabora una serie de preguntas previamente preparadas, adicional esta permite explorar temas adicionales y desarrollar preguntas de seguimiento según las respuestas del entrevistado. Las posibles preguntas a realizar parten del *Manual para el Diagnóstico Turístico Local* elaborado por Carla Ricaurte.

Tabla 2

Preguntas entrevista actores turísticos

Pregunta 1	Gobernanza	¿Cómo percibe usted la coordinación y eficacia de las instituciones y regulaciones gubernamentales en la gestión turística de Puerto Ayora-Santa Cruz?
Pregunta 2	Accesibilidad	¿Cuáles son los principales desafíos en términos de accesibilidad para personas con movilidad reducida/ discapacidad que enfrentan los turistas en la zona de Puerto Ayora?
Pregunta 3	Sostenibilidad	¿Qué prácticas o iniciativas consideran esenciales para garantizar la sostenibilidad ambiental y cultural en el desarrollo turístico de Puerto Ayora?
Pregunta 4	Innovación	¿Cuál es su percepción sobre el grado de innovación en la oferta turística de Puerto Ayora y su capacidad para adaptarse a las cambiantes demandas de los turistas?
Pregunta 5	Conectividad	¿Cómo evalúa la calidad y disponibilidad de la conectividad, incluido el acceso a Internet, en los lugares turísticos de Puerto Ayora?
Pregunta 6	Sistema de inteligencia turística	¿Cómo se utiliza y se percibe los sistemas de inteligencia turística para mejorar la toma de decisiones y la gestión de destinos en Puerto Ayora-Santa Cruz?
Pregunta 7	Información turística	¿Cuál es su opinión sobre la disponibilidad y calidad de la información turística, incluidas guías y recursos en línea, en Puerto Ayora?
Pregunta 8	Marketing online	¿Cuál es su opinion sobre las estrategias de marketing online aplicadas para promocionar Puerto Ayora? ¿Qué impacto perciben que tienen estas estrategias?
Pregunta 9	Actividad turística	¿Cuál es su punto de vista sobre la actividad turística y la preservación de los recursos naturales y culturales en Puerto Ayora-Santa Cruz? ¿Existen preocupaciones particulares al respecto?

Nota. Elaboración propia, (2023).

Encuesta. La realización de encuestas en esta investigación se verá optimizada mediante la utilización de una plataforma en línea confiable, específicamente Google Forms desde el dispositivo del investigador para facilitar la digitalizacion de datos ademas de contar con guias de encuestas impresas. Esta herramienta permite la creación de cuestionarios estructurados y personalizados que aborden aspectos clave de la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz. Los cuestionarios serán diseñados con preguntas de opción múltiple y escalas de valoración y se compondrán de posibles preguntas ya estructuradas en los indicadores avalados por la INVAT-TUR. Las preguntas se desarrollarán en idioma español e inglés.

Las encuestas parten de los indicadores que serán validados por expertos relacionados con la actividad turística en base a indicadores que pueden ser contestados por turistas.

Tabla 3 *Preguntas encuesta turistas*

Indicador	Pregunta	Opciones
Gobernanza	¿Ha observado campañas de sensibilización en Puerto Ayora que lo involucre a participar?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo
Sostenibilidad	¿Considera que la isla utiliza tecnología avanzada para hacer que la electricidad sea más eficiente, como contadores de electricidad inteligentes y dispositivos que almacenan energía cerca de las casas y negocios?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo
Accesibilidad	¿La ciudad proporciona información en línea sobre accesibilidad turística, como una guía en Internet que detalla servicios y facilidades para personas con necesidades especiales o discapacidades?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo
Innovación	¿Considera que existen industrias relacionadas con tecnología avanzada y la creación de nuevas ideas o innovaciones?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo
Conectividad	¿En los lugares turísticos más importantes de la ciudad, ofrecen conexión Wi-Fi gratuita?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo

Inteligencia turística	¿Puede encontrar información de negocios y lugares de interés en esta zona a través de servicios de aplicaciones de mapas?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo
Informacion turística	¿Hay una aplicación móvil aquí que ofrezca información útil para los turistas?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo
Marketing Online	¿En el último año, se han utilizado anuncios en línea, como banners, pop-ups o colaboraciones con influencers, para promocionar Santa Cruz?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo
Actividad turística	¿Se siente satisfecho con su experiencia en esta área turística?	o De acuerdo o Parcialmente de acuerdo o Neutral o Parcialemente en desacuerdo o En desacuerdo

Nota. Elaboración propia, (2023).

Tabla 4 *Traducción preguntas encuesta*

Indicator	Question	Options
Governance	Have you observed awareness campaigns in Puerto Ayora that involve you in participating?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree
Sustainability	Do you think the island uses advanced technology to make electricity more efficient, such as smart electricity meters and devices that store energy near homes and businesses?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree
Accessibility	Does the city provide online information on tourist accessibility, such as an Internet guide detailing services and facilities for people with special needs or disabilities?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree
Innovation	Do you believe there are industries related to advanced technology and the creation of new ideas or innovations?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree
Connectivity	Do the most important tourist places in the city offer free Wi-Fi?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree

Tourist Intelligence	Can you find information about businesses and points of interest in this area through map app services?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree
Tourist Information	Is there a mobile app here that offers useful information for tourists?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree
Online Marketing	Have online ads, such as banners, pop-ups, or collaborations with influencers, been used in the past year to promote Santa Cruz?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree
Tourist Activity	Are you satisfied with your experience in this tourist area?	o Agree o Partially agree o Neutral o Partially disagree o Disagree

Nota. Elaboración propia, (2023).

Grupos Focales. En la implementación de grupos focales, una herramienta esencial será un grabador de audio o una aplicación móvil de grabación. Estas herramientas permitirán documentar de manera efectiva las discusiones grupales entre los representantes de establecimientos turísticos acerca de los indicadores que comprenden las fichas de DTI validadas por el INVAT-TUR, las cuales serán aplicada a 5 grupos focales (perfil 1: directores de entidades públicas relacionadas a la actividad turística, perfil 2: propietarios de alojamientos, perfil 3: propietarios de restaurantes, perfil 4: propietarios de agencias de viajes, perfil 5: guías de turismo). (Ver anexo 1).

Figura 2

Sistema de indicadores DTI

Ámbitos	N.º Indicadores
1. Gobernanza	10
2. Sostenibilidad	15
3. Accesibilidad	6
4. Innovación	6
5. Conectividad	5
6. Inteligencia	8
7. Información	9
8. Marketing online	8
9. Evolución de la actividad turística	5
Total:	**72**

Nota. Datos tomados de Comunitat Valenciana (2017).

3.1.3 Procesamiento y análisis de la información

Tras la inmersión en Puerto Ayora-Santa Cruz y la toma de notas en el cuaderno de campo, se revisará y organizará meticulosamente las observaciones. Se identificarán patrones recurrentes y tendencias significativas que surgieron durante la observación directa. Las notas serán categorizadas en función de los temas clave relacionados con la gestión turística, tales como la interacción entre turistas y locales, la infraestructura turística y las prácticas de sostenibilidad.

Las grabaciones de audio de las entrevistas serán transcritas y analizadas minuciosamente. Se utilizarán técnicas de análisis de contenido para identificar temas, conceptos y puntos de vista recurrentes entre los actores clave de la gestión turística. Las respuestas serán categorizadas en función de la relevancia para los objetivos de investigación, lo que permitirá una comprensión profunda de los desafíos y oportunidades en la gestión de destinos turísticos inteligentes.

Los datos recopilados a través de encuestas en línea serán procesados utilizando herramientas de análisis estadístico SPSS. Se realizará un análisis descriptivo para examinar las tendencias generales en las respuestas de los turistas y sus resultados seran presentados en gráficos.

Las fichas y notas tomadas durante los grupos focales serán revisadas y codificadas para extraer temas y conceptos clave. Se identificarán áreas de consenso y divergencia entre los representantes de establecimientos turísticos. Las discusiones sobre prácticas de gestión, tecnologías implementadas y expectativas de los turistas serán analizadas para obtener *insights* sobre la efectividad y las oportunidades de mejora en la gestión turística.

Finalmente, los hallazgos derivados de cada técnica de investigación serán sintetizados y contrastados a través de un proceso de triangulación. Se buscarán puntos de convergencia y divergencia entre los datos obtenidos de diferentes fuentes. Esta integración permitirá una validación cruzada y una comprensión más completa de la

gestión de destinos turísticos inteligentes en Puerto Ayora-Santa Cruz, enriqueciendo así la base de conocimientos de la investigación.

3.1.4 Propuesta de la investigación

La propuesta de investigación se enfoca en delinear estrategias para un destino turístico inteligente y sostenible. En este contexto, se llevará a cabo un diagnóstico exhaustivo y análisis de la situación actual del destino turístico, evaluando su infraestructura, servicios y prácticas de gestión. El objetivo es identificar los desafíos y oportunidades que permitan avanzar hacia un enfoque más inteligente y sostenible.

Una vez realizado el diagnóstico, se procederá a la identificación de tecnologías inteligentes y prácticas sostenibles que puedan mejorar la gestión turística y la experiencia del visitante. Se explorarán opciones para la implementación de tecnologías como aplicaciones móviles, guías virtuales y sistemas de reserva en línea, que enriquezcan la oferta turística y brinden información personalizada a los turistas.

El desarrollo de estrategias de implementación será fundamental para llevar a cabo con éxito la transformación del destino turístico. Estas estrategias se adaptarán a las necesidades y características particulares del lugar, involucrando activamente a la comunidad local y a los actores clave en el proceso de toma de decisiones.

Un enfoque clave en la propuesta será la mejora de la experiencia del turista. Para ello, se diseñarán estrategias que ofrezcan servicios innovadores y prácticos, brindando información relevante y facilitando el acceso a los atractivos turísticos. Asimismo, se pondrá especial énfasis en el uso de herramientas digitales y redes sociales para una promoción y marketing inteligente, con el objetivo de alcanzar nuevos segmentos de mercado y aumentar la visibilidad del destino turístico.

La sostenibilidad y conservación del entorno también serán pilares fundamentales de la propuesta. Se establecerán estrategias para promover prácticas de turismo responsable y reducir el impacto ambiental. La sensibilización sobre la importancia de preservar el patrimonio natural y cultural del destino será parte integral de estas estrategias.

Para garantizar el éxito y la sostenibilidad de las estrategias implementadas, se contemplará la capacitación y formación de los actores involucrados en la gestión turística del destino. Esto incluirá la instrucción en el uso de tecnologías inteligentes, buenas prácticas de turismo sostenible y el desarrollo de habilidades para brindar una atención al cliente excepcional.

Un componente crucial en el proceso será el establecimiento de un sistema de monitoreo y evaluación continua. Este sistema permitirá medir el impacto de las estrategias implementadas y realizar ajustes según sea necesario. De esta manera, se asegurará que el destino turístico siga avanzando hacia un enfoque más inteligente y sostenible de manera efectiva y con visión de futuro.

3.2Técnicas de recolección de datos

3.2.1 Método o estrategia de análisis de los datos

Identificación de los procesos que desarrolla la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz

El método analítico-sintético se utilizará como una herramienta clave para desentrañar las complejidades de la gestión turística. Se llevarán a cabo entrevistas en profundidad con actores clave de la industria, permitiendo una exploración detallada de sus perspectivas, enfoques y desafíos en la gestión del destino. Estos datos cualitativos serán sometidos a un análisis riguroso, donde se descompondrán en componentes analíticos y luego se sintetizarán para identificar patrones emergentes y conexiones cruciales. La integración de datos provenientes de encuestas realizadas a turistas proporcionará una visión complementaria de sus percepciones y experiencias, permitiendo un análisis conjunto que revelará correlaciones y discrepancias notables. Además, las observaciones directas en el campo añadirán una dimensión tangible a este análisis, permitiendo la validación empírica de las prácticas de gestión y la obtención de perspectivas desde una experiencia de primera mano.

El método historicológico desempeñará un papel fundamental en la exploración del desarrollo de estrategias de gestión a lo largo del tiempo. A través del análisis detallado

de registros históricos, documentos y datos disponibles, se trazarán las transformaciones en las estrategias de gestión y su evolución en relación con las dinámicas cambiantes de la industria turística. Esta perspectiva histórica permitirá identificar continuidades y cambios significativos en la gestión, ofreciendo una base contextual crucial para la toma de decisiones actuales y futuras.

La investigación documental actuará como un pilar sólido sobre el cual se construirá el análisis. A través del análisis de informes gubernamentales y de organismos turísticos, se contextualizarán las prácticas de gestión locales en un marco más amplio. Se examinarán las estrategias exitosas implementadas en destinos similares, brindando una perspectiva comparativa valiosa para evaluar y mejorar las prácticas en Puerto Ayora-Santa Cruz.

Finalmente, las observaciones directas en el campo aportarán una dimensión práctica e inmediata a la investigación. Al participar en recorridos turísticos, interactuar con locales y turistas, y experimentar la infraestructura y operaciones turísticas de primera mano, se obtendrán insights valiosos sobre cómo las prácticas de gestión influyen en la experiencia del turista y la realidad local.

Evaluación los ejes del destino turístico inteligente existentes en Puerto Ayora-Santa Cruz.

La metodología de investigación documental permitirá el análisis minucioso de informes, estudios y documentos relevantes relacionados con los ejes turísticos en el destino. Esta actividad proporcionará una base teórica sólida y contextual, permitiendo una comprensión profunda de la evolución histórica y la implementación de los ejes a lo largo del tiempo.

El enfoque inductivo-deductivo se desplegará a través de la observación directa y la recopilación de datos específicos relacionados con los ejes turísticos. Se llevarán a cabo observaciones en el terreno para recopilar información detallada sobre la operación y el impacto de los ejes en la gestión turística. A través de esta recopilación de datos

específicos, se buscarán patrones emergentes y se derivarán conclusiones generales sobre el funcionamiento de los ejes.

La investigación explicativa, por su parte, se centrará en comprender las relaciones de causa y efecto entre los ejes y los resultados de la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz. Se analizará cómo los ejes impactan en la experiencia del turista, la sostenibilidad y la innovación en la gestión, utilizando métodos de análisis de datos y estadísticas para identificar correlaciones y tendencias significativas.

Además, se llevarán a cabo grupos focales con representantes de establecimientos turísticos locales. Estos grupos proporcionarán un espacio de discusión e interacción en el cual se aplicarán las fichas de Destino Turístico Inteligente (DTI) desarrolladas por INVAT-TUR. A través de estas fichas, se evaluará la alineación de los ejes con los principios y requisitos de un destino turístico inteligente, obteniendo perspectivas valiosas de los actores directamente involucrados en la industria.

En el contexto de la evaluación de los ejes del destino turístico inteligente en Puerto Ayora-Santa Cruz, se ha identificado la presencia de 549 guías acreditados para la guianza, 186 agencias de viajes, 155 alojamientos registrados y 49 establecimientos de alimentos y bebidas, según los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo (Mintur, 2023). Con el propósito de enriquecer la investigación y comprender mejor la dinámica de estos sectores, se ha planificado la realización de grupos focales como un método de socialización y ejercicio de diagnóstico específico de Puerto Ayora.

Para este fin, se extiende una invitación a un grupo representativo de individuos, donde se espera que participen en el focus group aquellos interesados en compartir sus perspectivas y experiencias. Este enfoque se elige debido a su capacidad para reunir un conjunto diverso de voces y opiniones que contribuirán significativamente a la evaluación en cuestión. Se realizará los focus groups con los representantes de establecimientos turísticos, quienes desempeñan un papel fundamental en la experiencia de los visitantes y en la configuración de la oferta turística en Puerto Ayora-Santa Cruz, mismos que están directamente involucrados en la prestación de servicios a los turistas

y tienen una visión única sobre los desafíos y oportunidades en la gestión de destinos turísticos inteligentes.

Delineamiento de estrategias para la implementación de turismo inteligente en Puerto Ayora-Santa Cruz.

La Investigación Documental será fundamental en este proceso, permitiendo un análisis exhaustivo de informes, estudios y documentos relacionados con estrategias de turismo inteligente implementadas en otros destinos similares. Se recopilarán ejemplos de enfoques exitosos, así como posibles desafíos y lecciones aprendidas. Esta fase proporcionará una base teórica sólida y ejemplos concretos que servirán como puntos de referencia y orientación para el delineamiento de estrategias en Puerto Ayora-Santa Cruz.

La realización de Observaciones de Campo se llevará a cabo para obtener una comprensión práctica de la realidad actual de la gestión turística en el destino. A través de la observación directa, se recopilarán datos sobre el funcionamiento de las actividades turísticas, la infraestructura existente y las interacciones entre los turistas y los diferentes servicios. Estos datos contextualizarán las estrategias propuestas y ayudarán a identificar áreas específicas que requieran atención y mejora.

El Método Analítico-Sintético se aplicará para descomponer las estrategias de turismo existentes en sus elementos analíticos, permitiendo un análisis detallado de cada componente. Posteriormente, se sintetizarán nuevas estrategias a partir de estos elementos descompuestos, creando un enfoque integral y holístico que aborde de manera efectiva los desafíos y objetivos de un turismo inteligente.

El Método Inductivo-Deductivo se utilizará para analizar datos recopilados durante las observaciones de campo y las interacciones con actores clave en el destino. A partir de estos datos específicos, se derivarán conclusiones generales sobre las tendencias y patrones que emergen, lo que permitirá identificar oportunidades y diseñar estrategias adaptadas a las necesidades y características únicas de Puerto Ayora-Santa Cruz.

Finalmente, la Investigación Aplicada desempeñará un papel fundamental en la etapa de delineamiento de estrategias. Se pondrán en práctica simulaciones o pruebas piloto de las estrategias propuestas para evaluar su viabilidad y efectividad en un contexto controlado. Esta fase permitirá ajustar y refinar las estrategias antes de su implementación completa, garantizando un enfoque práctico y exitoso para el turismo inteligente en el destino.

4. Resultados esperados

4.1 Identificación de los procesos que desarrolla la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz

Los resultados esperados en cuanto al primer objetivo hacen alusión a detectar las falencias que se presenta en la gestión del turismo, los actores que participan en dichos procesos, y comprender la forma en que el turismo se gestiona en destino turístico con condiciones geográficas que tiene limitaciones por su misma condición. Adicionalmente, tras analizar las desventajas de la gestión se puede proponer alternativas de mejora. Consecuentemente, en caso de encontrar aspectos positivos en la gestión, se impulsaría la continuidad de la actividad.

La Identificación de los procesos que desarrolla la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz, a través de la aplicación de entrevistas a los actores clave de la gestión turística, promete desvelar una serie de resolusiones significativos y enriquecedores que arrojarán luz sobre la situación actual y los elementos clave de la industria turística en esta región. Al emplear esta metodología, se anticipa obtener una panorámica integral y detallada de los procesos y prácticas que sustentan la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz.

En primer lugar, se espera identificar y analizar exhaustivamente los diversos procesos operativos y estratégicos que conforman la gestión turística. Las entrevistas con los actores de la gestión turística permitirán desentrañar los entresijos de cómo se planifican, promueven y ejecutan diversas actividades y servicios turísticos en el destino. A través de sus perspectivas y conocimientos, se podrán identificar procesos

clave relacionados con la planificación de eventos, la promoción de atractivos, la infraestructura turística y la gestión de recursos naturales y culturales.

Además, los resultados esperados incluyen una comprensión profunda de los desafíos y obstáculos que enfrenta la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz. Las entrevistas proporcionarán información detallada sobre las dificultades y barreras que enfrentan los actores en la implementación y ejecución de sus estrategias. Esto permitirá identificar áreas de mejora y oportunidades para el fortalecimiento de la gestión turística, así como la identificación de posibles soluciones y enfoques innovadores.

Otro resultado esperado es la identificación de patrones y tendencias en los procesos de gestión turística. A través del análisis comparativo de las respuestas de los entrevistados, se podrán detectar patrones recurrentes en las estrategias adoptadas, las prioridades establecidas y las áreas de enfoque. Esto permitirá comprender mejor cómo se abordan ciertos aspectos de la gestión turística y cómo se pueden aprovechar estas tendencias para mejorar aún más la calidad y la sostenibilidad de la industria.

Asimismo, se prevé obtener una visión más profunda de las relaciones y colaboraciones entre los diferentes actores involucrados en la gestión turística. Las entrevistas revelarán cómo se coordinan y comunican los diversos actores, incluyendo agencias gubernamentales, empresas privadas, organizaciones comunitarias y otros agentes relevantes. Esta comprensión de las dinámicas interorganizacionales puede proporcionar información valiosa sobre cómo se toman decisiones conjuntas, se resuelven conflictos y se logran objetivos compartidos.

Además de los resultados mencionados previamente, en los aspectos de Política y Planificación de la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz, se pueden esperar una serie de hallazgos cruciales que arrojen luz sobre la eficacia y la implementación de las políticas y estrategias en estos ámbitos clave:

En relación al Marco Regulatorio, se espera obtener una comprensión detallada de las políticas y regulaciones existentes que rigen la actividad turística en Puerto Ayora-Santa Cruz. Esto incluirá una evaluación de la claridad y coherencia de estas políticas, así

como su aplicabilidad en la práctica. Los resultados revelarán la efectividad de las regulaciones actuales y podrán señalar áreas en las que se puedan requerir ajustes o mejoras para una gestión turística más eficaz y sostenible.

En cuanto a la Sostenibilidad, se anticipa un análisis en profundidad de cómo se aborda el desarrollo turístico sostenible en el destino. Se revelarán las prácticas existentes para preservar el entorno natural y cultural, así como para promover el bienestar de la comunidad local. Además, se evaluará la percepción de los actores clave sobre la satisfacción del turista y cómo esta se relaciona con los esfuerzos de sostenibilidad, lo que proporcionará una visión completa de cómo se aborda la sostenibilidad en la gestión turística.

La Colaboración y Coordinación entre diferentes actores también será un área clave de análisis. Los resultados de las entrevistas con los actores clave revelarán la eficacia de la colaboración entre el gobierno, el sector privado, las ONG y las comunidades locales. Esto incluirá identificar las barreras o desafíos para una colaboración efectiva, así como las prácticas exitosas que han llevado a una mejor coordinación. Estos hallazgos informarán sobre cómo se toman decisiones colectivas y cómo se pueden mejorar las relaciones y la coordinación entre los diferentes actores.

En relación a la Estrategia de Marketing, se espera obtener una comprensión detallada de cómo se promociona y comercializa el destino turístico. Esto incluirá un análisis de las estrategias de comunicación utilizadas para atraer a los potenciales turistas, así como la percepción de los actores clave sobre la efectividad de estas estrategias. Lo cual permitirá evaluar cómo se comunica la propuesta de valor del destino y cómo se pueden optimizar las estrategias de marketing para alcanzar un mayor impacto.

Consecuentemente, tras analizar el proceso que realizan los actores turísticos se propondrá un modelo de gestión turística especialmente en la isla de Santa Cruz para fomentar el desarrollo del turismo tras la realización de un diagnóstico turístico situacional de dicho territorio para que, en conjunto con el análisis de la gestión se pueda formalizar un plan estratégico que determine la sistematización de los procesos

de planificación para identificar sus competencias y las funciones de los organismos que son los entes encargados de llevar a cabo dicho proceso.

En resumen, la exploración de estos aspectos en el marco de la Identificación de los procesos que desarrolla la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz a través de entrevistas a los actores clave promete brindar una comprensión completa y enriquecedora de cómo se abordan la política, la planificación, la sostenibilidad, la colaboración y la estrategia de marketing en el contexto de la gestión turística local. Estos resultados no solo informarán sobre la situación actual, sino que también proporcionarán información valiosa para guiar futuras decisiones y mejoras en la gestión turística en la región.

4.2 Evaluación los ejes del destino turístico inteligente existentes en Puerto Ayora-Santa Cruz

Con respecto a los resultados esperados correspondientes al segundo objetivo, se pretende analizar los ejes de destinos turísticos inteligentes que están implicados en el desarrollo de la actividad turística en Santa Cruz, entendiéndose que el enfoque principal del sitio de visita parte de una visión ambiental, por lo cual se tendrá un énfasis en la conservación y sostenibilidad ambiental como ejes fundamentales para el desarrollo de políticas y practicas que buscan preservar y promover las buenas prácticas y educación ambiental en las Islas Galápagos. Adicionalmente, se considerará el eje de tecnología e innovación para la gestión del turismo con el fin de proponer alternativas de mejora en la calidad de los servicios turísticos.

En esta sección se expondrá de manera concisa el proceso de aplicación del modelo DTI en un municipio turístico. Es evidente que la situación de partida de cada municipio es diferente, con recursos y capacidades variables. Sin embargo, se ha buscado establecer pautas fundamentales para facilitar la transformación en DTI a través de la elaboración y ejecución de un Plan Director DTI. Este método presenta un enfoque altamente aplicable para vincular directamente la planificación del destino con acciones tangibles.

El punto de partida de este proceso es la implementación de un sistema de indicadores en el municipio turístico mediante la herramienta de autodiagnóstico DTI-CV. Esta herramienta simplifica la introducción de datos y ofrece un diagnóstico sobre la concordancia del destino con el modelo DTI-CV. No obstante, la recopilación de la información necesaria requiere un trabajo técnico sistemático y esfuerzos para reunir datos relacionados con el turismo, además de la coordinación entre los departamentos municipales. A pesar de esto, estas tareas resultan ventajosas para obtener el diagnóstico y facilitar el seguimiento de los indicadores. Completar los indicadores implica designar a una persona responsable del proyecto DTI a nivel municipal, un rol crucial para impulsar la dinámica del proceso.

Después de obtener la evaluación diagnóstica a partir de la aplicación de los indicadores, se inicia una fase participativa que comprende dos acciones esenciales con el propósito de evaluar el diagnóstico e identificar prioridades y acciones:

- Presentación pública del diagnóstico y discusión sobre las propuestas de acciones.
- Lanzamiento de un foro en línea que muestre los resultados del diagnóstico, al mismo tiempo que se solicitan propuestas de acciones.

De manera simultánea, es necesario establecer un Grupo de Trabajo de Coordinación interdepartamental en la organización municipal. Este grupo incluye representantes de los departamentos de Turismo, Urbanismo, Medio Ambiente e Informática. Sus esfuerzos se complementan con un Grupo de Trabajo público-privado, en el cual participan expertos municipales junto con representantes de entidades relacionadas con el turismo, la tecnología y aspectos ambientales relevantes (como empresas de gestión de agua y residuos). También se considera valiosa la inclusión de representantes de la sociedad civil. Ambos Grupos de Trabajo se reúnen para discutir los hallazgos de la fase participativa, recopilando recomendaciones para integrar las acciones propuestas en el diagnóstico, culminando en el Plan Director DTI. A lo largo de todo este proceso y la implementación de acciones posteriores, el municipio puede buscar asistencia de consultoría externa.

Tras el análisis de los ejes, se propondrán alternativas para potencializar el turismo, para lo cual la colaboración y participación ciudadana serán ejes claves para el desarrollo del destino turístico, apoyándose en la reducción de impactos negativos que puede proyectar la imagen del destino.

Se obtendrá un análisis completo que permitirá identificar las fortalezas clave del destino turístico inteligente en Santa Cruz, tales como sus recursos naturales, patrimonio cultural y avances tecnológicos. Asimismo, se identificarán las debilidades o áreas de mejora en la gestión turística, lo que proporcionará una base para la implementación de estrategias correctivas.

Se llevará a cabo una evaluación detallada de cómo se han implementado y desarrollado hasta la fecha los ejes del destino turístico inteligente. Se analizará la eficacia con la que se han llevado a cabo las iniciativas y se identificarán posibles desafíos para mejorar la planificación y ejecución futura.

Se medirá la eficiencia de los recursos utilizados en la implementación de los ejes del destino turístico inteligente. Además, se evaluará la eficacia de cada eje en relación con los objetivos establecidos, para determinar su impacto y contribución al desarrollo turístico sostenible.

La evaluación permitirá entender el impacto de los ejes del destino turístico inteligente en la experiencia de los turistas que visitan Santa Cruz. Se analizará la satisfacción de los turistas con los servicios y experiencias ofrecidas, y se evaluará cómo las tecnologías inteligentes han enriquecido su experiencia en el destino.

Se evaluará el enfoque de sostenibilidad y responsabilidad en los ejes del destino turístico inteligente. Se analizará cómo se han abordado aspectos como la conservación del medio ambiente, la promoción de la cultura local y la inclusión de la comunidad en el desarrollo turístico, buscando fomentar prácticas responsables y sostenibles.

Con base en los resultados de la evaluación, se propondrán recomendaciones específicas para mejorar la gestión de los ejes del destino turístico inteligente. Estas

recomendaciones estarán dirigidas a potenciar las fortalezas identificadas y a superar los desafíos para avanzar hacia un turismo más innovador, sostenible e inclusivo.

La evaluación brindará información valiosa sobre el posicionamiento del destino turístico inteligente en Santa Cruz, tanto a nivel nacional como internacional. Se evaluará cómo el destino se percibe en el mercado turístico y cómo se compara con otros destinos competidores, lo que permitirá diseñar estrategias para mejorar su competitividad y atractivo.

De esta forma, la evaluación de los ejes del destino turístico inteligente en Santa Cruz brindará una visión integral y crítica sobre su desempeño y avances hacia un turismo más inteligente y sostenible. Los resultados esperados guiarán las decisiones informadas para fortalecer la gestión turística y promover prácticas responsables, en beneficio del desarrollo turístico sostenible y el bienestar de la comunidad local y los visitantes.

1. **Gobernanza:** Se espera identificar y proponer estrategias de gobernanza efectivas para la gestión turística en el destino. Esto implicará mejorar la coordinación entre los actores públicos y privados, promover la participación de la comunidad local en la toma de decisiones y establecer políticas y normativas que aseguren un desarrollo turístico sostenible y equitativo.
2. **Accesibilidad:** Como resultado, se pretende mejorar la accesibilidad al destino turístico, facilitando el transporte y la movilidad interna para los visitantes. Se buscarán soluciones para optimizar las vías de acceso, el transporte público y las opciones de movilidad sostenible, con el objetivo de mejorar la experiencia del turista y garantizar una distribución equitativa de los beneficios del turismo en diferentes áreas del destino.
3. **Sostenibilidad:** En este eje, se esperan propuestas y acciones para fortalecer la sostenibilidad del destino turístico, considerando aspectos ambientales, sociales y económicos. Se buscará reducir los impactos negativos del turismo en el entorno natural y cultural, promover prácticas turísticas responsables y fomentar el involucramiento de la comunidad local en la gestión y beneficios del turismo.

4. **Innovación:** Como resultado de la investigación, se espera proponer estrategias innovadoras para la mejora continua del destino turístico. Esto incluirá la incorporación de tecnologías inteligentes y soluciones creativas para enriquecer la experiencia del turista, optimizar los procesos de gestión turística y promover una oferta turística diferenciada y atractiva.
5. **Conectividad:** En este eje, se pretende mejorar la conectividad del destino, tanto a nivel de transporte físico como de conectividad digital. Se buscarán soluciones para incrementar la conectividad aérea, marítima y terrestre hacia el destino, así como la implementación de infraestructuras y servicios de comunicación que mejoren la experiencia del turista y faciliten el acceso a la información.
6. **Sistema de inteligencia turística:** Como resultado, se espera desarrollar un sistema de inteligencia turística que permita recopilar, analizar y utilizar datos relevantes para la toma de decisiones en la gestión turística. Este sistema proporcionará información clave sobre la demanda turística, comportamiento del turista, tendencias de mercado y otros indicadores para optimizar la planificación y promoción del destino.
7. **Información:** En este eje, se espera mejorar la disponibilidad y accesibilidad de información relevante para el turista. Se propondrán estrategias para proporcionar información actualizada sobre atractivos, servicios, actividades y medidas de sostenibilidad, a través de diversas plataformas y canales de comunicación.
8. **Marketing online:** Como resultado, se buscará fortalecer la estrategia de marketing online del destino turístico. Esto incluirá la promoción efectiva en medios digitales, redes sociales y plataformas de reserva, con el fin de alcanzar a un mayor público objetivo y aumentar la visibilidad y atractivo del destino en el mercado turístico.
9. **Actividad turística:** En este eje, se esperan propuestas para diversificar y enriquecer la oferta de actividades turísticas en el destino. Se buscarán oportunidades para desarrollar productos y experiencias turísticas innovadoras, que se ajusten a las preferencias y demandas del turista actual y potencialicen el desarrollo económico local.

4.3 Delineamiento de estrategias para la implementación de turismo inteligente en Puerto Ayora-Santa Cruz.

Para el cumplimiento de esta fase, se parte de los dos primeros resultados descritos previamente. A partir de lo anterior, se proponen alternativas y estrategias claves para garantizar una gestión turística que contribuya al desarrollo y potencialice la actividad turística. Entre las alternativas presentadas, se incluirán aquellas que fortalezcan la gestión ambiental con el fin de conservar y minimizar los impactos ambientales que puedan generar los turistas. Además, se buscará potenciar el uso tecnológico para dar a conocer las actividades permitidas en la Isla y aspectos relevantes de su entorno, a los cuales los turistas podrán acceder a través de aplicaciones móviles.

Es decir, los resultados esperados abarcan desde la identificación de áreas de enfoque y la comprensión de tecnologías emergentes, hasta la colaboración activa de los actores locales y la formulación de estrategias concretas. Esto no solo proporcionará una hoja de ruta para la implementación de turismo inteligente, sino que también sentarán las bases para una gestión turística más eficiente, sostenible y atractiva en Puerto Ayora-Santa Cruz.

Se espera identificar y analizar las áreas clave que pueden beneficiarse de la implementación de soluciones de turismo inteligente. Los resultados proporcionarán una visión detallada de los aspectos específicos del destino turístico que pueden mejorar a través de la aplicación de tecnologías y enfoques inteligentes. Esto permitirá un enfoque estratégico y dirigido para el desarrollo de soluciones que aborden las necesidades y desafíos reales de la gestión turística en la región.

La colaboración y la participación de los actores clave en la definición de estrategias serán un resultado fundamental. A través de talleres de grupos focales con representantes de establecimientos turísticos, se espera obtener ideas y perspectivas valiosas sobre cómo se pueden implementar soluciones de turismo inteligente de manera efectiva. Esto permitirá desarrollar estrategias realistas y centradas en el usuario que cuenten con el apoyo y la participación activa de los actores locales.

La planificación integral para la implementación del turismo inteligente en Santa Cruz será un documento detallado que abarcará todos los aspectos necesarios para llevar a cabo con éxito la transformación del destino. Se establecerán objetivos claros y medibles, junto con indicadores que permitan evaluar el progreso y los resultados alcanzados. Asimismo, se identificarán los recursos humanos, financieros y tecnológicos necesarios, así como los plazos para la ejecución de cada estrategia.

Por otro lado, se prevé obtener una comprensión clara de las tecnologías emergentes y las mejores prácticas en el ámbito del turismo inteligente. Los resultados de la investigación documental y el análisis de experiencias similares en otros destinos brindarán una base sólida de conocimiento sobre las innovaciones tecnológicas que pueden aplicarse en Puerto Ayora-Santa Cruz. Esto incluirá una evaluación de cómo estas tecnologías pueden mejorar la experiencia del turista, optimizar la gestión de recursos y contribuir a la sostenibilidad a largo plazo.

La identificación de oportunidades tecnológicas para el turismo inteligente en Santa Cruz será un proceso de investigación y análisis exhaustivo. Se examinarán las últimas tendencias tecnológicas y se evaluará su aplicabilidad en el contexto del destino turístico y como pueden mejorar la experiencia del turista y optimizar la gestión turística en aspectos como la movilidad, la seguridad, la información turística, la promoción y la personalización de servicios.

Asimismo, se anticipa la formulación de un conjunto de estrategias concretas para la implementación de turismo inteligente en Puerto Ayora-Santa Cruz. Estas estrategias estarán respaldadas por un análisis riguroso de las necesidades y oportunidades identificadas, así como por la consideración de factores de viabilidad técnica, económica y social. Los resultados proporcionarán un plan de acción claro y detallado que guiará la implementación gradual y efectiva de soluciones de turismo inteligente en la región.

Las estrategias para mejorar la competitividad del destino turístico inteligente en Santa Cruz se enfocarán en diferenciar la oferta turística y atraer a segmentos de turistas más exigentes y ávidos de experiencias innovadoras. Se enfatizará la promoción de los

atributos únicos de Santa Cruz, destacando sus recursos naturales, su cultura local, su gastronomía y la autenticidad de sus experiencias turísticas. Algunas de las posibles estrategias esperadas son:

1. Implementación de un modelo de gobernanza colaborativa que involucre a todas las partes interesadas, incluyendo el gobierno local, el sector privado, las comunidades y las ONGs. Se pueden establecer comités de gestión turística que fomenten la participación activa y la toma de decisiones conjuntas para garantizar una dirección estratégica unificada.

2. Desarrollo de infraestructuras de transporte sostenibles y eficientes que faciliten el acceso al destino. Esto puede incluir la mejora de las rutas de transporte público, la promoción del uso de vehículos eléctricos y la implementación de sistemas de transporte inteligente que permitan a los turistas moverse con facilidad por la región.

3. Integración de prácticas de turismo sostenible en todas las actividades y servicios turísticos. Esto puede incluir la promoción de turismo responsable, la adopción de prácticas de gestión de residuos y energía sostenibles, y la sensibilización de turistas y locales sobre la importancia de la conservación del entorno natural y cultural.

4. Fomento de la innovación en la oferta turística a través de la incorporación de tecnologías emergentes. Esto puede involucrar la creación de experiencias turísticas enriquecidas con realidad virtual o aumentada, la implementación de soluciones de gestión inteligente de destinos y la adopción de sistemas de pago y reserva digitales.

5. Mejora de la conectividad digital en el destino para ofrecer una experiencia fluida a los turistas. Esto puede incluir la instalación de puntos de acceso Wi-Fi en áreas turísticas, la promoción de aplicaciones móviles de guía turística y la implementación de códigos QR para acceder a información relevante en tiempo real.

6. Establecimiento de un sistema de inteligencia turística que recopile y analice datos en tiempo real sobre la afluencia de turistas, sus preferencias y comportamientos. Esto permitirá tomar decisiones informadas y ajustar las estrategias de gestión en función de la demanda y las tendencias.

7. Desarrollo de plataformas digitales que brinden información actualizada y detallada sobre los servicios turísticos, actividades y atracciones del destino. Estas plataformas pueden incluir sitios web interactivos, aplicaciones móviles y quioscos informativos en puntos clave del destino.

8. Implementación de estrategias de marketing digital para promover el destino en línea y atraer a un público más amplio. Esto puede involucrar la creación de contenido atractivo en redes sociales, campañas publicitarias en línea y colaboraciones con influencers y bloggers de viajes.

9. Diversificación de la oferta de actividades turísticas para satisfacer las preferencias y necesidades de diferentes tipos de turistas. Esto puede incluir la creación de paquetes turísticos temáticos, la promoción de actividades de turismo de aventura y la colaboración con operadores locales para ofrecer experiencias auténticas y memorables.

En conjunto, la implementación de estas estrategias en los aspectos mencionados contribuirá a la transformación de Puerto Ayora-Santa Cruz en un destino turístico inteligente, caracterizado por una gestión eficiente, experiencias enriquecidas y un enfoque sostenible que beneficie tanto a los turistas como a la comunidad local.

De esta forma con lo anteriormente descrito la investigación busca abordar la pregunta de investigación sobre las estrategias para mejorar la gestión turística en Puerto Ayora-Santa Cruz mediante un enfoque exhaustivo y analítico. Se espera responder a esta pregunta a través de la aplicación de métodos como el análisis documental, entrevistas con actores clave, encuestas a turistas y grupos focales con representantes de establecimientos turísticos. Se anticipa que los resultados identificarán y delinearán estrategias específicas en áreas clave como gobernanza, accesibilidad, sostenibilidad,

innovación, conectividad, sistema de inteligencia turística, información, marketing en línea y diversificación de la actividad turística. Estas estrategias se basarán en las necesidades y desafíos locales, así como en las mejores prácticas de destinos turísticos inteligentes, con el objetivo de impulsar una gestión turística más eficiente, sostenible y atractiva en Puerto Ayora-Santa Cruz.

5. Cronograma

Etapa	Actividad	2024											
		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep	Oct.	Nov	Dic.
Identificación de procesos de gestión turística en Santa Cruz.	Investigación y revisión bibliográfica sobre el turismo en Santa Cruz.												
	Entrevistas o encuestas con actores clave en el sector turístico local.												
	Análisis de datos recopilados para identificar procesos de gestión turística en Santa Cruz.												
Evaluación de ejes de destino turístico inteligente en Santa Cruz	Estudio de modelos y estándares de destinos turísticos inteligentes.												
	Identificación de ejes y áreas en las que se puede implementar la inteligencia en el destino turístico.												
	Análisis de las oportunidades y desafíos para la implementación de turismo inteligente en Santa Cruz.												
Diseño de estrategias para la implementación de turismo inteligente	Elaboración de propuestas para la implementación de tecnologías en los ejes identificados.												
	Evaluación de la viabilidad financiera y técnica de las propuestas.												
	Consultas y reuniones con actores involucrados para obtener retroalimentación.												
	Ajuste y finalización del plan estratégico para la implementación de turismo inteligente en Santa Cruz.												

*Nota***.** Elaboracion propia, (2023).

6. Presupuesto

Para el desarrollo del presente proyecto de inviestigacion, y las estapas que concierne al mismo, se ha presupuestado lo siguiente:

Tabla 5 *Presupuesto desarrollo*

Actividad	**Recursos/Procesos**	**Costo estimado ($)**
Investigación y revisión bibliográfica	-Acceso a bibliotecas y bases de datos en línea. -Material de referencia, libros y artículos relacionados con el turismo en Santa Cruz.	$0
Entrevistas o encuestas con actores clave	-Cuestionarios o guías de entrevistas. -Grabadora o dispositivo para registrar las entrevistas -Material de oficina.	$100
Análisis de datos recopilados	-Software de análisis de datos, -Computadora y acceso a una base de datos para procesar la información.	$100
Estudio de modelos y estándares	-Acceso a documentos y literatura especializada sobre turismo inteligente.	$50
Evaluación de la infraestructura tecnológica	-Computadora -Internet -Herramientas para evaluar la calidad y eficiencia de la infraestructura tecnológica.	$500
Identificación de ejes para la implementación	-Mapas y planos para identificar áreas turísticas relevantes. -Material de presentación para mostrar y compartir los hallazgos. -Ejecución focus group	$2000
Análisis de oportunidades y desafíos	-Herramientas para realizar análisis FODA -Material de oficina	$100
Elaboración de propuestas para la implementación	-Software de diseño -Material de oficina	$3,000
Evaluación de la viabilidad financiera y técnica	-Software de cálculo y análisis financiero. -Herramientas técnicas para evaluar la viabilidad de la implementación propuesta.	$300
Consultas y reuniones con actores involucrados	-Dispositivos de comunicación -Material de oficina	$100
Ajuste y finalización del plan estratégico	-Softawer de edición y corrección para plan estratétigo	$200
		$6,450

Nota. Elaboracion propia, (2023).

7. Referencias bibliográficas

Aguilera Gutiérrez, L. (2023). *Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas. HOTI0108 (2a. ed.).* 2. IC Editorial. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/228204

Aguirre-Vélez, S., & Mestanza-Ramón, C. (2022). Indicadores de sostenibilidad turística enfocados al turismo comunitario: Caso de estudio Comunidad Kichwa 'Shayari', Sucumbíos-Ecuador. *Green World Journal*, *5*(2), 017.

Cunalata, G. M. T., Rosero, D. A. C., & Ávila, M. B. O. (2021). Turismo accesible: estudio bibliométrico. *Turismo y Sociedad*, *28*, 115-132.

Aranda, M. F. (2021). Perspectiva espacio-territorio en la gestión integral e inteligente de destinos turísticos. Revista Venezolana de Gerencia, 26(94), 915-931.

Arévalo Pacheco, G. J., Rodríguez Santibáñez, I., & Valenzuela Robles, M. E. (2022). Estado del arte de la inteligencia en el turismo.

Bautista Cárdenas, N. P. (2021). *Proceso de la investigación cualitativa: epistemología, metodología y aplicaciones (2a. ed.).* 2. Editorial El Manual Moderno Colombia. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/219449

Butler, R. (Ed.). (2006). The tourism area life cycle (Vol. 1). Channel view publications.

Butler, R., & Hart-Robertson, M. (2022). Gestión turística¿ asignatura pendiente?. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *20*(2), 265-274.

Castro, K., Salgado, E., & Alfonso, Y. (2019). Propuesta de un modelo de gestión de destino turístico inteligente (DTI) para la ciudad de Cuenca, Ecuador. Convergence Tech, 2(II), 97- 123.

Chaves, T. J., & Secchi, L. (2023). Uma análise comparativa dos indicadores de competitividade turística regional com base na teoria de crouch e Ritchie (1999). Revista de Turismo Contemporâneo, 11(1).

De-las-Heras-Pedrosa, C., Jambrino-Maldonado, C., Iglesias-Sánchez, P. P., & Lugo-Ocando, J. (2019). Importancia de las relaciones con los públicos en la reputación en un destino turístico inteligente. Propuesta de un modelo sostenible.

Diez, V. A. (2019). El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos: vigencia, críticas y adaptaciones al modelo Butler. Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET), 17(1), 19-34.

Escobedo, S. I. O., Jiménez, G. C., & Nechar, M. C. (2021). La gobernanza en los estudios sobre turismo: estado del arte (2013-2019). *GRAN TOUR, REVISTA DE*

INVESTIGACIONES TURÍSTICAS, (23).

Espinós Ferrero, E. (2019). El modelo del ciclo de vida de Butler en los destinos con overtourism.

Díaz Castañeda, A., Osorio García, M., & Palmas Castrejón, Y. D. (2020). Propuesta teórica para el estudio del comportamiento socioespacial de un destino turístico. *Revista Universitaria de Geografía*, *29*(1), 41-68.

Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2021). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific journal of tourism research*, *26*(4), 365-384.

Fernández Alcantud, A., & García Moreno, B. (2021). Los destinos turísticos inteligentes: el pilar de la recuperación turística. Ayana, 1.

García Márquez, C., Caballero Acedo, J. D., Cantarero Prados, F. J., & Guevara Plaza, A. (2023). "Smart Beaches": análisis de prácticas de gestión inteligente en playas de destinos de la Red DTI.

Giner Sánchez, D. (2018). *Social Media Marketing en destinos turísticos: implicaciones y retos de la evolución del entorno online.*. Editorial UOC. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/116327

González Molina, P. (2016). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales: UF0084.*. Editorial Tutor Formación. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/44224

González Molina, P. (2023). *Gestión de la información y documentación turística local: UF0081.* 1. Editorial Tutor Formación. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/231075

Gregorio Rojas, N. (2023). *Metodología de la investigación para anteproyectos.* 1. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/229656

Henríquez Zúñiga, C. (2016). *El turismo de base comunitaria y los procesos de gobernanza en la Comuna de Panguipulli, sur de Chile. En: Gestión Turística, núm. 25, enero-junio, 2016, pp. 42-62.*. Red Universidad Austral de Chile. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/10913

INVAT TUR. (2017). *Guia de implantacion*. COMUNITAT VALENCIANA. https://invattur.es/uploads/entorno_37/ficheros/62690c9e305de2073297352.pdf

Jácome, E. A. M., Cárdenas, P. V. V., & Cutiupala, G. M. A. (2022). Modelos de gestión de destinos turísticos en el Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC*

(Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria). ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), *7*(4), 2357-2375.

Jiménez, G. R., Martínez, C. C. M., & Fernández, R. A. M. (2019). Identificación de los factores influyentes en la estrategia de crecimiento de Villa Clara, Cuba a partir del análisis del ciclo de vida del destino turístico. *Transitare*, *4*(2), 27-47.

Lojano Chapa, P. M., Benenaula Lojano, J. F., & Gómez Ceballos, G. P. (2023). Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador . PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural, 21(1), 195–212. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.013

Luque Gil, A. M., Zayas Fernández, B., & Caro Herrero, J. L. (2015). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. Investigaciones turísticas, (10).

Martínez Ruiz, E. E. & Mateo Romero, C. (2023). *Gestión de la información y documentación turística local. HOTI0108.* 1. IC Editorial. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/228208

Martos Molina, M. (2018). *Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural: manual para gestores culturales.*. Ediciones Trea. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/118126

Montaño Asprilla, D. A. (2021). Destinos turísticos inteligentes. El caso de España y la Comunidad Valenciana.

Mora, G. N. C., Paredes, M. D. L. L., & Silva, M. G. M. (2020). Desarrollo local y turismo en Ecuador. Revista de Investigación Enlace Universitario, 19(1), 30-48.

Moya Mosquera, P., & Muñoz-Barriga, A. (2022). Residentes, conservación, desarrollo y turismo en Galápagos. Revista de Geografía Norte Grande, (83), 201-220.

Muñoz, A. D. A., & Sánchez, S. G. (2015). Destinos turísticos inteligentes. Economía industrial, 395, 61-69.

Oliveros Ocampo, C. A., Virgen Aguilar, C. R., & Chávez Dagostino, R. M. (2019). Enfoques de las investigaciones acerca del ciclo de vida del área turística (CVAT)(Approaches of Research on the Life Cycle of the Tourist Area). Turismo y Sociedad, 24.

Perez, L. Perez, R. & Seca, M. V. (2020). *Metodología de la investigación científica.*. Editorial Maipue. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/138497

Ribeiro, D., Machado, L. P., & Henriques, P. (2020). Competitiveness of Tourist Destinations Theoretical Study of the Main Models. In ICRESH 2020 International Conference on Recent Social Studies and Humanities (Online) Proceedings Book (pp. 43-61).

Ricaurte, Carla. (2009). Manual para el Diagnóstico Turístico Local.

Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). A model of destination competitiveness. The competitive destination: a sustainable tourism perspective, 60-78.

Sampieri, R. H. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.

Sancho, A. (1994). Introducción al turismo.

Santos-Júnior, A., Augusto-Biz, A., Almeida-García, F., & Mendes-Filho, L. (2019). Entendiendo la gobernanza de los destinos turísticos inteligentes: el caso de florianópolis- Brasil. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 4(1), 29-39.

Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B., & García-Adán, I. (2020). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing?. *Journal of Innovation & Knowledge*, *5*(2), 96-104.

Silva, M. N. D. F., Aledo, A., & Correa Dantas, E. W. (2022). Propuesta metodológica para medir y evaluar la vulnerabilidad social de los territorios turísticos a nivel local.

Tomaello, F. (2015). *Turismo 2.0: todo lo que usted necesita saber del marketing turístico en las redes sociales.*. Fundación Proturismo. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/77380

Torres Cadena, J. P., Navarro Jurado, E., & Guevara Plaza, A. (2019). Desarrollo local y turismo: Conceptualización, metodologías y aplicaciones. Revista Espacios, 40(25).

Torres, E. N., Zaldívar, R. V., & Rives, L. P. (2022). Valoración de la inteligencia turística en la gestión de destinos turísticos cubanos. *Explorador Digital*, *6*(3), 134-148.

Vargas Martínez, E. E. (Coord.), Sánchez Valdés, A. (Coord.) & Delgado Cruz, A. (Coord.). (2022). Vectores de innovación sustentable: organizaciones y destinos turísticos inteligentes. 1. Ediciones y Gráficos Eón. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/222965

Veloz-Camejo, F. Felix-Mendoza, G., Mora-Cruzatty, V., Duarte-Zambrano, A. (2022). Diagnóstico turístico con proyección DTI (destino turístico inteligente) de la ciudad de Manta, Ecuador. Revista Internacional de Derecho y Economía del turismo, 4(1), 1-26.

Vives, B. (2019). Los destinos turísticos inteligentes como sistema de gestión con capacidad para mejorar la convivencia entre residentes y turistas.

Y. L. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. RECUS. Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad. ISSN 2528-8075, 4(1), 16-25.

Trejo Sánchez, K. (2021). *Fundamentos de metodología para la realización de trabajos de investigación.*. Editorial Parmenia, Universidad La Salle México. https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/183470

ANEXOS

ANEXO 1

EVALUACIÓN DE INDICADORES DE GOBERNANZA EN LOS DTIs

Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de gobernanza en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos.

Los principios de la gobernanza están en la transparencia de la gestión, la participación pública en el diseño y aplicación de políticas, la responsabilidad de todos los agentes que intervienen en las políticas, la eficacia (con medidas objetivas y evaluables) y la coherencia en las acciones.

GOB01. Aplicación de un Plan Estratégico de Turismo					
¿Qué se mide? La existencia de una estrategia turística explícita que guía la gestión turística local					
¿Por qué se mide? Porque sin una estrategia definida y compartida por los agentes turísticos locales la gestión turística carece de objetivos bien definidos y suele ser cortoplacista y menos eficiente.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB01-1	Plan aprobado en un periodo inferior a 5 años			25%	
GOB01-2	Plan disponible en la web municipal			25%	
GOB01-3	Plan elaborado con participación pública			25%	
GOB01-4	Existencia de un sistema de control y seguimiento del plan			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB02. Coordinación interdepartamental para el desarrollo del DTI					
¿Qué se mide? El grado de coordinación de todas las acciones que inciden en el desarrollo del DTI y las desarrolladas específicamente dentro del proyecto DTI					
¿Por qué se mide? La evolución hacia DTI implica una perspectiva de gestión integral que requiere una coordinación municipal a todos los niveles (diseño y ejecución de políticas, coordinación, etc.) entre todos los departamentos de la organización municipal					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB02-1	Funcionamiento de Comisión técnica, conformada por técnicos de las áreas de Turismo, Informática, Urbanismo y medio Ambiente.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB03. Aplicación del Plan Director de DTI					
¿Qué se mide: La concreción de un plan que explicita la estrategia DTI adaptada a cada municipio.					
¿Por qué se mide? Porque es un documento básico para guiar la estrategia DTI e involucrar a los agentes del destino					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB03-1	Disponibilidad del plan en la Web municipal.			30%	
GOB03-2	Participación pública asociada al plan			35%	
GOB03-3	Existencia de un sistema de control y seguimiento del plan			35%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB04. Coordinación del proyecto DTI					
¿Qué se mide? La existencia de una persona o ente responsable del proyecto DTI.					
¿Por qué se mide? El proyecto DTI requiere una persona o ente que desarrolle las labores de impulso, desarrollo y coordinación del mismo.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB04-1	Existencia de una persona o ente coordinador (Smart office) en los municipios de mayor rango demográfico.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB05. Existencia de un Plan Operativo Anual					
¿Qué se mide: La existencia de un documento público que recoja los gastos e inversiones relacionados con la gestión turística local.					
¿Por qué se mide? Porque informa del grado de aplicación real de las políticas orientadas al desarrollo del DTI.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB05-1	Asignación presupuestaria en turismo (Detalle de rubros)			25%	
GOB05-2	Disponibilidad en la web municipal			25%	
GOB05-3	Existencia de gastos en inversiones directamente asociadas al proyecto DTI			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB06. Colaboración Público – Privada					
¿Qué se mide: El grado de colaboración público-privado en la gestión turística local.					
¿Por qué se mide? Porque sin esta colaboración la evolución hacia DTI carecería de éxito.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB06-1	Existencia de un ente mixto.			25%	
GOB06-2	Existencia de un Consejo Consultivo Municipal de Turismo			25%	
GOB06-3	Desarrollo de al menos tres iniciativas de cooperación público-privada que supongan aportación de fondos privados, por ejemplo, colaboración en la financiación de famtrips, presstrips, ferias, etc.			25%	
GOB06-4	Existencia de un foro online abierto que fomente el conocimiento y la participación en la gestión turística local, o al menos una publicación periódica de comunicación con el sector.			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB07. Desarrollo de la Administración electrónica/Administración Abierta					
¿Qué se mide? Las acciones en materia de administración electrónica y abierta					
¿Por qué se mide? El desarrollo de la administración electrónica y abierta ofrece más y mejores servicios a los ciudadanos y las empresas turísticas. Asimismo, resulta beneficioso para la reserva y contratación de servicios a turistas (instalaciones deportivas, culturales, etc.)					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB07-1	Existencia y funcionamiento real de un portal de transparencia municipal			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB08. Sistema de gestión de calidad implantados con un enfoque de destino					
¿Qué se mide? La aplicación de un sistema de calidad integral en destino.					
¿Por qué se mide? Porque este sistema garantiza una perspectiva integral de la gestión turística que implica a todas las empresas y servicios que afectan a la experiencia turística global.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB08-1	Adhesión o no al SICTED (Sistema integral de calidad turística en destino).			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB09. Campañas de sensibilización social hacia el turismo					
¿Qué se mide? La realización de campañas para concienciar a la sociedad sobre el valor del patrimonio local, las implicaciones del turismo y la importancia de la hospitalidad.					
¿Por qué se mide? Porque la percepción social del turismo es un aspecto fundamental para el desarrollo de una estrategia turística sostenible e inteligente.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB09-1	Campaña de sensibilización anual que, idealmente, implique a residentes y turistas.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

GOB10. Análisis de retorno de iniciativas de fomento del turismo					
¿Qué se mide?: La medición del impacto de las acciones de promoción y desarrollo del turismo en destino..					
¿Por qué se mide? Porque la eficiencia en la gestión requiere una valoración del retorno de las actividades realizadas, al menos de las más significativas. Asimismo, es una muestra de transparencia significativa si se comparte con los agentes turísticos del destino.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
GOB10-1	Una acción al año cuyo retorno haya sido analizado.			25%	
GOB10-2	Dos acciones al año cuyo retorno haya sido analizado.			50%	
GOB10-3	Tres acciones al año cuyo retorno haya sido analizado.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

1. GOBERNANZA	% ALCANCE
GOB01 Aplicación de un Plan Estratégico de Turismo	
GOB02. Coordinación interdepartamental para el desarrollo del DTI	
GOB03. Aplicación del Plan Director DTI	
GOB04. Coordinación del proyecto DTI	
GOB05. Existencia un Plan Operativo anual	
GOB06. Colaboración público-privada	
GOB07. Desarrollo de la Administración Electrónica/Administración Abierta	
GOB08. Sistemas de gestión de calidad implantados con un enfoque de destino	
GOB09. Campañas de sensibilización social hacia el turismo	
GOB10. Análisis de retorno de iniciativas de fomento del turismo	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD EN LOS DTIs

Objetivo: Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de sostenibilidad en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. La elaboración y difusión de los indicadores urbanos es fundamental para medir los avances hacia el desarrollo sostenible, orientar las políticas públicas, concienciar a la ciudadanía y, gracias a las posibilidades de las TIC, ofrecer información útil para su comportamiento en la ciudad.

SOST01. Planeamiento urbanístico adaptado a los principios de la sostenibilidad					
¿Qué se mide? El grado de adaptación del planeamiento urbanístico a los principios de la sostenibilidad.					
¿Por qué se mide? Porque el planeamiento urbanístico define el modelo territorial, urbano y turístico del destino, así como la presión sobre los recursos naturales.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de seis apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST01-1	Fecha de aprobación del plan inferior a un periodo de 8 años			20%	
SOST01-2	Plan disponible en la web municipal			20%	
SOST01-3	Participación pública asociada al plan			20%	
SOST01-4	Estudio de paisaje vinculado al plan			10%	
SOST01-5	Estudio ambiental y territorial estratégico vinculado al plan			10%	
SOST01-6	Clasificación de nuevos suelos urbanos y urbanizables adaptada a la Estrategia Territorial local.			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST02. Aplicación de planes o instrumentos específicos para el desarrollo turístico sostenible					
¿Qué se mide? La aplicación efectiva de una Agenda 21 Local o certificación de sostenibilidad.					
¿Por qué se mide? Es un instrumento útil para avanzar hacia la sostenibilidad si se realmente se aplica con todos los elementos que la componen. Por esta razón, hay que acotar claramente la forma de medir este indicador.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST02-1	Fecha de aprobación de la Agenda o certificación inferior a 4 años.			25%	
SOST02-2	Participación pública asociada a la Agenda o certificación.			25%	
SOST02-3	Disponibilidad de la Agenda o documentos asociados a la certificación en la web municipal.			25%	
SOST02-4	Existencia de un plan de acción			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST03. Fomento de la movilidad sostenible (aplicable exclusivamente a municipios con una población de hecho superior a 20.000 habitantes)					
¿Qué se mide? Las posibilidades que el destino dispone para la movilidad sostenible					
¿Por qué se mide? Porque es un factor importante desde el punto de vista de la emisión de gases contaminantes y de la satisfacción de la demanda turística. No obstante, la aplicación de este indicador a municipios con una población de hecho inferior a 20.000 habitantes carece de sentido porque las necesidades de transporte son menores que las que presentan los municipios con mayor rango demográfico.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST03-1	Existencia de un plan municipal de movilidad.			25%	
SOST03-2	Transporte público adaptado a la demanda turística (horarios demandados por turistas, rutas que enlazan atractivos turísticos; paneles informativos en tiempo real; información turística en las paradas, etc.)			25%	
SOST03-3	Porcentaje significativo de calles peatonales o semipeatonales (en centro histórico o áreas comerciales)			25%	
SOST03-4	Existencia de un carril bici con una longitud significativa			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST04. Fomento de la eficiencia energética					
¿Qué se mide? Las medidas para favorecer la eficiencia y el ahorro energético					
¿Por qué se mide? La eficiencia energética resulta esencial desde el punto de vista de la sostenibilidad y la lucha frente al cambio climático, además de suponer un ahorro económico considerable.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de siete apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST04-1	Existencia de una red eléctrica inteligente (Smart grid) con contadores inteligentes para la gestión y dispositivos de almacenamiento cercanos a los lugares de consumo (describir la red).			20%	
SOST04-2	Reducción de consumos del alumbrado público (ejem: instalación de leds)			20%	
SOST04-3	Edificios públicos con certificado de sistema de gestión energética.			15%	
SOST04-4	Fomento de energías alternativas (plantas fotovoltaicas o de otro tipo impulsadas por el municipio)			10%	
SOST04-5	Existencia de puntos de recarga eléctrica de automóviles y bicicletas eléctricas			10%	
SOST04-6	Incorporación de vehículos con energía alternativa a la flota de servicios municipales.			5%	
SOST04-7	Transporte público propulsado por energías alternativas			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST05. Recogida y tratamiento de residuos					
¿Qué se mide? Las medidas para mejorar el tratamiento de los residuos y mejorar la eficiencia de la recogida.					
¿Por qué se mide? Porque es un parámetro que afecta claramente a la sostenibilidad del destino turístico y a la sostenibilidad global. Además, aporta una información importante sobre la presión turística sobre el territorio**.**					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST05-1	Sensorización de la recogida de basuras (vehículos, contenedores, papeleras, etc.)			25%	
SOST05-2	Cálculo de la población flotante mensual a partir de los residuos generados.			10%	
SOST05-3	Evolución positiva del volumen de residuos recogidos de manera selectiva (vidrio, envases, papel, residuos verdes, etc.)			70%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST06. Abastecimiento, depuración y reutilización de aguas					
¿Qué se mide? La eficiencia en el suministro y el incremento en la depuración y reutilización de aguas.					
¿Por qué se mide? Porque el agua es un bien muy escaso en nuestro ámbito territorial y un factor limitante para el desarrollo turístico. Además, el consumo de agua aporta una información importante sobre la presión turística sobre el territorio.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST06-1	Reducción del porcentaje de pérdidas en red respecto al año Anterior.			30%	
SOST06-2	Cálculo de la población flotante a partir del agua consumida.			10%	
SOST06-3	Evolución positiva del volumen de agua depurada respecto al año anterior.			30%	
SOST06-4	Evolución positiva del volumen de agua reutilizada.			30%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST07. Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino					
¿Qué se mide? La medición periódica de la evolución del destino hacia mayores cotas de sostenibilidad.					
¿Por qué se mide? Porque sin este seguimiento no puede existir una verdadera gestión sostenible del territorio y de la actividad turística					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST07-1	Existencia del sistema.			33%	
SOST07-2	Actualización periódica del sistema			33%	
SOST07-3	Publicación del sistema de indicadores en la web municipal			34%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST08. Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes					
¿Qué se mide? Las iniciativas para concienciar a la población residente sobre la importancia de la sostenibilidad.					
¿Por qué se mide? Porque estas acciones son esenciales para mejorar otros parámetros ambientales (reducción de consumos, protección del paisaje, movilidad sostenible, etc.).					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST08-1	Una campaña anual			33%	
SOST08-2	Dos campañas anuales			66%	
SOST08-3	Tres campañas anuales			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST09. Plan de adaptación al cambio climático					
¿Qué se mide? La existencia de un plan con medidas concretas para adaptarse y mitigar los efectos del cambio climático.					
¿Por qué se mide? Porque los efectos del cambio climático suponen un riesgo para los destinos turísticos de nuestro entorno, cuya gravedad puede incrementarse si no se toman medidas.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST09-1	Existencia del plan.			50%	
SOST09-2	Adaptación del plan al contexto territorial y turístico.			25%	
SOST09-3	Disponibilidad del plan en la web municipal.			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST10. Índice de presión humana máxima y evolución de la población flotante					
¿Qué se mide?: El cálculo de la presión humana máxima sobre el territorio y su evolución.					
¿Por qué se mide? Porque sin este seguimiento no puede existir una verdadera gestión sostenible del territorio y de la actividad turística					
¿Cómo se mide? El indicador consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST11-1	cálculo de la presión humana máxima sumando la capacidad de la oferta residencial y turística en todas las modalidades de alojamiento.			50%	
SOST11-2	Estimación de la población flotante mensual calculada a partir del consumo de agua y la generación de Residuos.			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST11. Figuras de protección y certificaciones ambientales o de calidad en recursos/atractivos turísticos					
¿Qué se mide? La aplicación de figuras de gestión que garanticen la protección de los recursos más visitados y la experiencia satisfactoria del visitante.					
¿Por qué se mide? Porque los recursos más visitados aúnan valor patrimonial y presión turística por lo que requieren un sistema de gestión adecuado.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST12-1	Certificaciones ambientales o de calidad en los puntos de interés más visitados del municipio (se incluirían banderas azules, declaración de bienes de interés cultural, parques naturales, parajes municipales, etc.)			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST12. Porcentaje de empresas con certificaciones ambientales					
¿Qué se mide? El grado de compromiso con la gestión medioambiental de las empresas del destino.					
¿Por qué se mide? Porque el compromiso ambiental de las empresas facilita la evolución hacia un turismo sostenible. No obstante, es un indicador de cálculo complejo sin consultar a las empresas por lo que puede aprovecharse para publicitar desde el destino a aquellas empresas locales con mayor compromiso ambiental.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST13-1	Cálculo del porcentaje de empresas certificadas sobre el total de empresas de cada subsector turístico en el destino.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST13. Acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para turistas					
¿Qué se mide? Las medidas para concienciar a la demanda turística acerca de la importancia del turismo sostenible.					
¿Por qué se mide? Porque el comportamiento de los turistas es fundamental para mejorar la sostenibilidad de los destinos turísticos y evitar conflictos con la población local.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST14-1	Desarrollo de una acción.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

SOST14. Zonas verdes por población máxima de hecho					
¿Qué se mide? La superficie de zonas verdes en relación con la población máxima del municipio (turistas más residentes)					
¿Por qué se mide? Porque es un indicador que conecta la preservación ambiental con la calidad de vida de los residentes y mejora la experiencia turística.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
SOST15-1	Se dispone de 10 metros cuadrados de zona verde por cada persona que habita o se aloja en el municipio.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

2. SOSTENIBILIDAD	**% DE ALCANCE**
SOST01. Planeamiento urbanístico adaptado a los principios de sostenibilidad	
SOST02. Aplicación de planes o instrumentos específicos para el desarrollo turístico sostenible.	
SOST03. Fomento de la movilidad sostenible	
SOST04. Fomento de la eficiencia energética	
SOST05. Recogida y tratamiento de residuos	
SOST06. Abastecimiento, depuración y reutilización de aguas	
SOST07. Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	
SOST08. Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes	
SOST09. Plan de adaptación al cambio climático	
SOST10. Índice de presión humana máxima y evolución de la población flotante	
SOST11. Figuras de protección y certificaciones ambientales o de calidad en recursos/atractivos turísticos	
SOST12. Porcentaje de empresas con certificaciones ambientales	
SOST13. Acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para turistas	
SOST14. Zonas verdes por población máxima de hecho	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES DE ACCESIBILIDAD EN LOS DTIs

Objetivo: Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de accesibilidad en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. La puesta en marcha de acciones de accesibilidad involucra a diferentes niveles político administrativos, que deben facilitar la implementación de este tipo de iniciativas.

ACC01. Recursos/atractivos turísticos accesibles					
¿Qué se mide? Grado de accesibilidad de los recursos/rutas turísticas más visitados del destino..					
¿Por qué se mide? Un DTI debe perseguir la accesibilidad de todos sus recursos y rutas turísticas, especialmente de aquellos más visitados.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
ACC01-1	Existencia de 1/3 de los recursos/rutas más visitadas accesibles			33%	
ACC01-2	Existencia de 2/3 de los recursos/rutas más visitadas accesibles			66%	
ACC01-3	Existencia de todos los recursos/rutas más visitadas accesibles			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

ACC02. Servicio de información adaptado a personas con discapacidad					
¿Qué se mide? La accesibilidad de las oficinas de información turística, tanto interna como externa, así como la existencia de personal con formación para atender a las personas con discapacidad.					
¿Por qué se mide? La accesibilidad de las oficinas de información turística es un aspecto esencial para la promoción del turismo accesible.					
¿Cómo se mide? Analizando la accesibilidad interna y externa, además del personal con formación específica. El indicador consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
ACC02-1	Existencia de oficina adaptada en su zona interior (mostradores, vitrinas, mobiliario, etc.) y exterior:			80%	
ACC02-2	Existencia de personal con formación específica para atender a personas con necesidades especiales			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

ACC03. Cumplimiento de accesibilidad Web (Protocolo WAI)					
¿Qué se mide? La accesibilidad web mediante las pautas WCAG 2.0					
¿Por qué se mide? La web es la principal herramienta promocional del destino. Una web accesible es fundamental para promover un turismo accesible.					
¿Cómo se mide? Analizando el grado de cumplimiento según criterios WCAG 2.0. La web debe estar adaptada a los requisitos por la Norma UNE 139803 o la Norma UNE-EN 301549, equivalentes en lo que a accesibilidad de sitios web se refiere, a las pautas WCAG 2.0. El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
ACC03-1	Cumplimiento Nivel A			33%	
ACC03-2	Cumplimiento Nivel AA			66%	
ACC03-3	Cumplimiento Nivel AAA			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

ACC04. Promoción del turismo accesible					
¿Qué se mide? La existencia de un proceso de comunicación adaptado a las personas con discapacidad.					
¿Por qué se mide? Sin la existencia de guías, herramientas y servicios de apoyo específicos, el turista discapacitado no puede acceder a la oferta del destino.					
¿Cómo se mide? Conociendo la existencia de material promocional adaptado, herramientas y servicios adaptados. EL indicador se compone de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
ACC04-1	Existencia guía de accesibilidad turística municipal online.			35%	
ACC04-2	Existencia de material promocional adaptado (signoguías, audioguías, guías braille, pictogramas, etc.			25%	
ACC04-3	Existencia de campañas de sensibilización.			25%	
ACC04-4	Existencia de servicios de préstamo de apoyo en las oficinas.			15%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

ACC05. Transporte público accesible					
¿Qué se mide? El grado de accesibilidad del transporte público local.					
¿Por qué se mide? La movilidad es un aspecto clave del éxito turístico de cualquier destino. La inexistencia de un transporte público adaptado dificulta en gran medida la puesta en marcha de un turismo accesible.					
¿Cómo se mide? Identificando la adaptación el transporte público local a la normativa de accesibilidad correspondiente. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
ACC05-1	Número de transporte público accesible según normativa (bus, taxi, tren, etc./número total de transporte público en destino*100			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

ACC06. Existencia de un inventario municipal de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles.					
¿Qué se mide? La accesibilidad de los recursos, empresas y servicios turísticos.					
¿Por qué se mide? Es indispensable contar con un inventario de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles. También permite desarrollar indicadores complementarios.					
¿Cómo se mide? El indicador valora la existencia de inventario de accesibilidad de recursos, empresas y servicios turísticos, así como su difusión en la web municipal y el número de organizaciones con certificaciones de accesibilidad. Se compone de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
ACC06-1	Existencia de un inventario de accesibilidad del destino.			60%	
ACC06-2	Disponibilidad en web municipal			20%	
ACC06-3	Número significativo de organizaciones accesibles certificadas.			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

3. ACCESIBILIDAD	% DE ALCANCE
ACC01. Recursos/atractivos turísticos accesibles	
ACC02. Servicio de información adaptado a personas con discapacidad	
ACC03. Cumplimiento de accesibilidad Web	
ACC04. Promoción del turismo accesible	
ACC05. Transporte público accesible	
ACC06. Existencia de un inventario municipal de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles.	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES DE INNOVACIÓN EN LOS DTIs

Objetivo: Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de innovación en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. Los DTIs se postulan como espacios abiertos a la innovación, que la promueven de forma activa a través de la búsqueda de soluciones en los distintos ámbitos que les atañen, por lo que estamos ante un aspecto transversal.

INN01. Fomento de la innovación turística					
¿Qué se mide? Los esfuerzos en un destino por apoyar la innovación turística a través de diversos mecanismos que lo permiten.					
¿Por qué se mide? Los DTIs han de ser espacios en los que se apoye, ayude y asesore a todas las iniciativas innovadoras que puedan resultar en empresas que aporten un valor añadido al turista, al destino y por supuesto a la empresa. Además de ayudar a las ideas que ya están en marcha, hay que fomentar que surjan nuevas.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cinco apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
INN01-1	El municipio dispone de un vivero de empresas			25%	
INN01-2	Concursos bianual de ideas por parte del municipio /ente gestor			15%	
INN01-3	Se premian, al menos de forma bianual, las empresas más innovadoras por parte del municipio/ ente gesto			15%	
INN01-4	Se ofrecen en el destino todos los años cursos de formación en relación con el turismo por entidades públicas o financiadas públicamente.			15%	
INN01-5	Se ofrece ayuda y asesoramiento a emprendedores a través de algún programa u organismo municipal			30%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

INN02. Implantación de sistema de gestión de la innovación en empresas y organismos públicos					
¿Qué se mide? La cantidad de empresas y organismos públicos que tienen sistemas de gestión de la innovación.					
¿Por qué se mide? Tener un protocolo y guión que establezca unas normas determinadas hace más eficientes los procesos y mejores los resultados, además de homologables a otros similares					
¿Cómo se mide? Número considerable de empresas y organismos con sistemas certificados de gestión de la innovación. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
INN02-1	Al menos 2 empresas y/o organismos certificados a través de las normas de AENOR (UNE 166001:2006 y UNE 166002:2014)			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

INN03. Desarrollo de proyectos de innovación					
¿Qué se mide? Que el municipio/ente gestor sea participe activo de distintos proyectos de investigación o innovación que convocan las administraciones públicas (estado y autonomías principalmente) y en los que se implican universidad, empresas, organismos públicos, etc.					
¿Por qué se mide? La participación de los destinos en proyectos de I+D+i, coordinados por un centro de investigación o universidad, por un determinado organismo público o por ellos mismos, supone un aliciente a las ideas innovadoras y ayuda a desarrollar líneas de trabajo y acciones para la mejora del destino.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
INN03-1	El municipio o ente gestor participa en la actualidad en al menos 2 proyectos de innovación de las convocatorias oficiales de las diferentes administraciones públicas, en los que colaboran administración/ente gestor destino, empresas y centros de investigación/universidades			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

INN04. Fomento de procesos de innovación colaborativa					
¿Qué se mide? Los esfuerzos del destino por colaborar con distintos tipos de entidades para fomentar la colaboración en proyectos de innovación.					
¿Por qué se mide? Buscar la colaboración en encuentros, eventos y trabajar juntos bajo un mismo tipo de ente gestor es un buen modo de crear ideas y estrategias conjuntas que puedan derivarse de puntos de vista complementarios.					
¿Cómo se mide? El indicador se compone de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
INN04-1	Se llevan a cabo en el destino encuentros entre empresarios, instituciones y centros de investigación/universidades con finalidad innovadora, al menos una vez al año			50%	
INN04-2	Se llevan cabo en el destino eventos que pueden fomentar la innovación en turismo (foros, seminarios, congresos, ferias) abiertas a distintos tipos de público, al menos una vez al año			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

INN05. Emprendimiento					
¿Qué se mide? El espíritu emprendedor del destino y la capacidad de crear y mantener empresas a lo largo del tiempo.					
¿Por qué se mide? Que el destino cuente con emprendedores en turismo capaces de arriesgarse para poner en práctica sus ideas y proyectos le hace más innovador, más dinámico. Las empresas son los bloques que construyen el destino y que tienen un contacto más directo con el turista, de ello la importancia de que además de crearse nuevas, las que existen se puedan mantener en el tiempo gracias a sus resultados, creando sensación de estabilidad y confianza.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
INN05-1	Porcentaje significativo de emprendedores: al menos un 10% de empresarios sobre la población activa en el último trimestre disponible.			50%	
INN05-2	Creación estable de empresas: En los últimos 3 años ha aumentado el número de empresas del sector 'comercio, transporte y hostelería'			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

INN06. Formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación					
¿Qué se mide? La formación de los habitantes del destino y su implicación laboral en sectores muy ligados a la innovación.					
¿Por qué se mide? Contar con una población preparada y con un porcentaje elevado de trabajadores empleados en sectores que aporten un alto valor añadido y sean fuente de innovación es fundamental para un DTI. Un DTI ha de contar con una población local y unos recursos humanos capaces de hacer frente a los retos que impone la tecnología. La innovación es mayor cuanto mayor es el nivel de especialización de los trabajadores y se construye sobre una sociedad local formada y capaz..					
¿Cómo se mide? Se compone de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
INN06-1	Elevado nivel de formación de la población local: El 20% o más de la población adulta cuenta con estudios universitarios.			50%	
INN06-2	Elevado porcentaje de personas trabajando en actividades creativas: El 15 % o más de la población trabajando en empresas o entidades vinculadas con la innovación.			25%	
INN06-3	Elevado porcentaje de personas trabajando en actividades de media y alta tecnología e I+D: El 3% o más de la población trabajando en empresas o entidades			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

4. INNOVACIÓN	% DE ALCANCE
INN01. Fomento de la innovación turística	
INN02. Implantación de sistema de gestión de la innovación en empresas y organismos públicos	
INN03. Desarrollo de proyectos de innovación	
INN04. Fomento de procesos de innovación colaborativa	
INN05. Emprendimiento	
INN06. Formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES DE CONECTIVIDAD EN LOS DTIs

Objetivo: Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de conectividad en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. La conectividad es un eje transversal en los destinos inteligentes. Internet, pero también otros tipos de conexiones posibilitan que el turista, el destino y las empresas se fundan en una interacción constante y en todos los momentos del ciclo del viaje.

CO01. Conectividad de calidad en el destino					
¿Qué se mide? La calidad de la conexión a internet disponible en un destino, en su conjunto.					
¿Por qué se mide? Tener buena conectividad es clave para poder ofrecer un servicio avanzado a los turistas, tanto por parte de las empresas turísticas como por parte del destino. Los turistas desean obtener información, hacer reservas y compartir sus experiencias, entre otros aspectos, a través de internet mientras están en el destino.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
CO01-1	El municipio dispone de conectividad gracias a conexiones a redes fijas que ofrecen una velocidad suficiente: El municipio dispone de redes fijas que ofrecen una cobertura del 75% o más en 2 Mbps.			50%	
CO01-2	El municipio dispone de una conectividad gracias a conexiones a redes fijas que ofrecen una velocidad elevada: El municipio dispone de redes fijas que ofrecen una cobertura del 75% o más en 10 Mbps			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

CO02. Conectividad en oficinas de información turística					
¿Qué se mide? a posibilidad de los turistas de conectarse a internet desde las oficinas de información turística					
¿Por qué se mide? Disponer de WiFi gratis en las oficinas de turismo es fundamental para orientar a los turistas en su búsqueda de información online, aparte de prestarles el servicio más tradicional de modo presencial y disponer de folletos, mapas, etc.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
CO02-1	Todas las oficinas de turismo del municipio disponen de Wi-Fi gratuito para los turistas			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

CO03. Conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos					
¿Qué se mide? La disponibilidad de puntos de conexión a internet a través de Wi-Fi gratuito y público.					
¿Por qué se mide? Es fundamental para los DTIs ofrecer la posibilidad a los turistas, sobre todo extranjeros (roaming), de obtener información sobre los puntos de interés que visitan en el momento, además de abrir la puerta a que compartan sus experiencias. El roaming no ha desaparecido entre todos los países y operadoras (sólo en algunos casos), por lo que esta opción todavía es muy relevante.					
¿Cómo se mide? Se consideran puntos de interés turístico: Playas y paseos marítimos, plazas y avenidas/calles comerciales, museos, monumentos, parques naturales, parques y jardines, miradores, parques de ocio/temáticos/ aventura, o cualquier otro edificio o espacio habitualmente visitado. No cuentan: oficinas de turismo, bibliotecas, edificios del ayuntamiento/administrativos ni centros culturales/vecinales. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
CO03-1	Los principales puntos de interés turístico disponen de Wi-Fi gratuito: Al menos tres puntos de interés turístico han de disponer de Wi-Fi público gratis para cumplir el indicador			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

CO04. Wi-Fi de las empresas turísticas del destino para clientes/usuarios					
¿Qué se mide? La disponibilidad en empresas turísticas del destino de conexión a internet gratuita a sus clientes					
¿Por qué se mide? Que un alojamiento tenga Wi-Fi influye incluso en la elección que hace un turista, ya que en su mayoría desean este servicio gratuito para poder seguir obteniendo información mientras están en el destino y compartir sus experiencias con sus allegados.					
¿Cómo se mide? El indicador se compone de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
CO04-1	La mayoría de empresas de alojamiento cuentan con conexión a internet gratuita para sus clientes. Para cumplir dicho apartado se entenderá que: Hoteles, hostales, pensiones, campings,albergues: Al menos el 95% de ellos ofrece Wi-Fi a sus huéspedes. Apartamentos turísticos (alquileres registrados de apartamentos, chalés, casas, bungalows…): Al menos el 70% de ellos ofrece Wi-Fi a sus huéspedes			50%	
CO04-2	La mayoría de empresas de restauración cuentan con conexión a internet gratuita para sus clientes. Para cumplir con dicho apartado se entenderá que: .Restaurantes, bares, pubs, cafeterías: Al menos el 70% de ellos ofrece Wi-Fi a sus clientes			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

CO05. Sensorización del destino					
¿Qué se mide? La implantación en el destino de sensores de diferente tipo relacionados con alguno de los aspectos que comprenden su gestión.					
¿Por qué se mide? En algunos aspectos contar con sensores puede facilitar una mejor gestión pública del destino, prestando servicios públicos de manera más eficiente ambiental y económicamente y facilitando la incorporación de innovaciones en distintos ámbitos de la gestión					
¿Cómo se mide? El destino cuenta con algún tipo de sensores para la mejora de su gestión en varios. ámbitos. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
CO05-1	Se considerarán los sensores que se apliquen a alguna de estas cuestiones/ámbitos (en al menos dos ellos): Riego de espacios verdes públicos; Fugas de agua; Tráfico; Transporte público; Contaminación atmosférica; Contaminación lumínica; Contaminación acústica; Recogida de residuos; Plazas de aparcamiento; Consumo energético para alumbrado público			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

5. CONECTIVIDAD	% ALCANCE
CO01. Conectividad de calidad en el destino	
CO02. Conectividad en oficinas de información turística	
CO03. Conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos disponen de WiFi público gratuito	
CO04. Wi-Fi de las empresas turísticas del destino para clientes/usuarios	
CO05. Sensorización del destino	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES PARA LA MEDICIÓN DE LA INTELIGENCIA TURISTICA EN LOS DTIs

Objetivo: Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de inteligencia turistica en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. Lla inteligencia para un DTI consiste en seleccionar de acuerdo a las características del mismo, los datos más valiosos para el gestor y empresariado local. Su análisis y gestión integrada en base a indicadores clave permitirá obtener ventajas competitivas que sustenten líneas de acción inteligentes.

IT01. Análisis de la demanda turística					
¿Qué se mide? Principales características de la demanda turística.					
¿Por qué se mide? Un DTI debe conocer las principales particularidades de su demanda turística. Para ello es indispensable el desarrollo de un proceso de encuestas específico que, de manera anual, programe un proceso levantamiento de información sobre la demanda turística local..					
¿Cómo se mide? Con un proceso de encuestas específico para la demanda turística, así como su disponibilidad en la web municipal El indicador consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT01-1	Existencia de procesos de encuesta a la demanda turística			75%	
IT01-2	Disponibilidad de información en la web municipal			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT02. Barómetro empresarial					
¿Qué se mide? La situación y expectativas del empresariado local.					
¿Por qué se mide? Para identificar la correcta evolución del empresariado turístico local y contrastar las políticas locales desarrolladas, el destino debe conocer aspectos esenciales del mismo, como niveles de ocupación, dinámicas económicas, incidencias, etc.					
¿Cómo se mide? Analizando la existencia de un barómetro empresarial o la existencia de diferentes tipos de encuestas dirigidas al empresariado local (confianza, ocupación, etc.). El indicador se compone de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT02-1	Existencia de encuestas de ocupación (incluir documento o enlace)			50%	
IT02-2	Existencia de encuestas de confianza o expectativas empresariales (incluir documento o enlace):			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT03. Analítica web y redes sociales					
¿Qué se mide? Las visitas y la actividad de la web turística oficial.					
¿Por qué se mide? El uso de herramientas e indicadores para el análisis de la web es fundamental para comprender la idoneidad y complementar las políticas de marketing desarrolladas.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT03-1	El municipio o ente gestor Informe anual de las visitas y uso de la web turística municipal.			80%	
IT03-2	Disponibilidad de los informes en la web municipal o, en su caso, difusión a través de un canal profesional			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT04. Plataforma de Integración de la Información del destino					
¿Qué se mide? La existencia de una plataforma de integración de la información del destino.					
¿Por qué se mide? La aplicación de una plataforma de integración de información se entiende como un estadio DTI avanzado, en el que el destino dispone de sensores y fuentes de información automatizadas que alimentan un sistema o plataforma de integración. A través de unos indicadores clave permite identificar la situación del destino, a través de un cuadro de mandos asociado.					
¿Cómo se mide? Comprobando la existencia de la plataforma de integración. Se compone de un único apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT04-1	La existencia de una plataforma de integración			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT05. Analítica de redes sociales					
¿Qué se mide? La dinamización, seguimiento y análisis de la actividad en redes sociales..					
¿Por qué se mide? Por su relevancia para la gestión y el marketing del destino.					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT05-1	Existencia de personal cualificado o empresa externa que dinamice las redes sociales (incluir documento o enlace)			25%	
IT05-2	Actividad en las redes sociales y sus implicaciones para la gestión y el marketing del destino (incluir documento o enlace)			75%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT06. Datos abiertos en turismo					
¿Qué se mide? La existencia de datos abiertos.					
¿Por qué se mide? Estos datos pueden facilitar la generación de conocimiento por medio de terceros y favorecer distintos procesos de mejora en el destino.					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT06-1	Existencia de portal municipal de datos abiertos.			60%	
IT06-2	Existencia de portal de datos abiertos en turismo			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT07. Monitorización de POIs					
¿Qué se mide? La existencia de un inventario o documento específico donde se monitoriza los recursos turísticos.					
¿Por qué se mide? Este indicador pretende motivar la puesta en marcha de iniciativas basadas en la generación de conocimiento, derivado de la monitorización de los recursos.					
¿Cómo se mide? Este indicador se cumple con la existencia de un inventario dinámico de los recursos, es decir, un inventario o documento que, además de contener información invariable del recurso (tipo de recurso, localización, etc.), incluya otra de carácter dinámico, como por ejemplo el número de turistas anuales que recibe, las incidencias anuales que ha registrado, etc.					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT07-1	La existencia de un inventario de recursos o documento específico que incluya información dinámica			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT08. Geolocalización online de recursos					
¿Qué se mide? La geolocalización de los recursos.					
¿Por qué se mide? La geolocalización de los recursos es un elemento clave para el destino, ya que permite establecer una conexión óptima con el turista digital gracias a las nuevas aplicaciones tecnológicas y dispositivos móviles..					
¿Cómo se mide? Mediante la existencia de mapas con los recursos geolocalizados con herramientas como Google My Business.					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT08-1	La existencia de recursos Geolocalizados con herramientas como Google My Business u otras			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

6. SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA	% DE ALCANCE
IT01. Análisis de la demanda turística	
IT02. Barómetro empresarial	
IT03. Analítica web	
IT04. Plataforma de Integración de la Información del Destino	
IT05. Analítica redes sociales	
IT06. Monitorización	
IT07. Geolocalización online de recursos.	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES PARA LA MEDICIÓN DE LA INFORMACIÓN TURISTICA EN LOS DTIs

Objetivo: Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de información turística en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. Las oficinas de información de un DTI tienen un papel muy importante en la competitividad de los destinos turísticos, ya que deben enlazar con el turista digital, hiperconectado y multicanal, que busca servicios más personalizados.

IT01. Material promocional en formato digital					
¿Qué se mide? La existencia de material promocional en formato digital..					
¿Por qué se mide? La publicación de material promocional en formato digital es un aspecto clave para cualquier destino, dadas las nuevas características del turista y el uso que hace de la web para planificar y gestionar su viaje.					
¿Cómo se mide? Por ello, este indicador valora la existencia de zonas de descarga claramente identificables, así como la existencia de distinto material digital. Consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT01-1	Existencia de una zona de descargas			50%	
IT01-2	Existencia de guía turística en diferentes idiomas			30%	
IT01-3	Existencia de mapas y distintos folletos temáticos			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT02. Punto de Información Turística 24/7					
¿Qué se mide? La existencia de tótems, kioscos o pantallas de información turística 24 horas localizados en las oficinas de turismo y entorno urbano					
¿Por qué se mide? Una de las principales características de los DTIs es la conexión del mundo digital y físico a través de las nuevas tecnologías, para favorecer la mejora de la experiencia turística. Elementos como pantallas táctiles 24 horas con acceso a Internet permiten alcanzar este objetivo.					
¿Cómo se mide? Analizando la existencia de puntos de información 24 horas. Este indicador consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT02-1	Existencia de punto de información 24 horas en oficina de turismo:			75%	
IT02-2	Existencia de punto de información 24 horas en otra ubicación.			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT03. Asistencia virtual					
¿Qué se mide? La existencia de un servicio de información adaptado a las necesidades del turista digital, que usa sus mismos medios de comunicación					
¿Por qué se mide? La adaptación a las nuevas necesidades de la demanda es un factor fundamental para la competitividad del destino. Al facilitar la conexión de los servicios de información con el turista se promueve una mejora de la experiencia turística.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de tres apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT03-1	Existencia de perfil de Whatsapp			50%	
IT03-2	Existencia de perfil de Skype			30%	
IT03-3	Existencia de perfil en otras herramientas con los que se desarrollen estas tareas			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT04. Web responsive					
¿Qué se mide? La existencia de una web adaptada al escenario turístico actual es un aspecto clave de cualquier destino turístico.					
¿Por qué se mide? La web es la principal herramienta de promoción para un DTI, por ese motivo y con el objetivo de que cumpla con las necesidades del turista, debe estar adaptada a los distintos dispositivos móviles de los que hace uso el turista.					
¿Cómo se mide? Comprobando que se adapta a los distintos dispositivos. Se compone de un único apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT04-1	Utilización de la herramienta TAW (http://www.tawdis.net/) o RESPONSINATOR (https://www.responsinator.com/)			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT05. Presencia activa en redes sociales					
¿Qué se mide? La presencia activa del destino en las principales redes sociales.					
¿Por qué se mide? Las redes sociales son un elemento esencial tanto para el turista como para el destino, ya que ambos obtienen información para tomar sus decisiones. Para ello debe haber una presencia activa en ellas.					
¿Cómo se mide? Comprobando la presencia activa en las redes que publicita el destino en su web. Por presencia activa se entiende una evolución positiva en el número de seguidores en los últimos dos años. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT05-1	Número de redes sociales activas/número total de redes sociales que promociona el destino*100				
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT06. Certificación con Q de calidad turística					
¿Qué se mide? La existencia de oficinas de información turística certificadas con la Q de calidad.					
¿Por qué se mide? La aplicación de la Q de calidad turística en las oficinas de información garantiza unos servicios de alta calidad que repercuten en la mejora de la experiencia					
¿Cómo se mide? Para cumplir con este indicador, el destino debe tener la certificada, al menos, una de sus oficinas de información turística. Se compone de un único apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT06-1	Existencia de oficina de turismo con Q de calidad.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT07. Información sobre conectividad Wi-FI					
¿Qué se mide? La existencia de información sobre las diferentes posibilidades de acceso a la red vía Wi-Fi en espacios públicos.					
¿Por qué se mide? El acceso gratuito a redes Wi-Fi en destino supone un requisito esencial para un DTI, ya que facilita la conexión del turista digital. A pesar de la progresiva eliminación del roaming, el turista presenta datos limitados en sus tarifas que motivan la conexión a estas redes gratuitas..					
¿Cómo se mide? Con la existencia de un apartado web donde se informe al turista de las diferentes opciones de conexión Wi-Fi disponibles en destino. El indicador se componen de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT07-1	Existencia de información online sobre conectividad wi-fi			75%	
IT07-2	Existencia de información geolocalizada sobre conectividad wi-fi			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT08. Señalética sensorizada					
¿Qué se mide? La existencia de señalización turística sensorizada en el destino.					
¿Por qué se mide? La señalización de los recursos mediante paneles facilita los procesos de promoción e interpretación del mismo. Partiendo de la premisa de que todo DTI debe tener sus recursos señalizados, la sensorización es otra de las tecnologías que promueve la mejora de la experiencia turística mediante su incorporación a estos elementos físicos, conectando la esfera física con la digital (iBeacons, NFC, QR etc.)					
¿Cómo se mide? Mediante la existencia de señalética turística que use sensores y/o códigos QR. El indicador se compondría de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT08-1	Existencia de QR en la señalización turística			20%	
IT08-2	Existencia de señalización turística con Ibeacons, NFC o similar			80%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

IT09. Aplicación móvil (app) propia					
¿Qué se mide? La existencia de una aplicación móvil con valor añadido, tanto para el turista como para el destino..					
¿Por qué se mide? Como venimos detallando, la existencia de una app de destino puede favorecer la mejora de la experiencia del turista y del mismo modo, establecerse como una herramienta de enorme interés para la gestión del destino.					
¿Cómo se mide? Existencia de una app de destino con valor añadido para el turista y destino. El indicador se compondría de tres apartados					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
IT09-1	Existencia de aplicación móvil			20%	
IT09-2	Existencia de aplicación móvil con valor añadido para el turista (descuentos, descargas, etc.)			40%	
IT09-3	Existencia de aplicación móvil con valor añadido para el destino (posibilidad de explotación de datos del comportamiento del turista y venta cruzada de las empresas)			40%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

7. INFORMACIÓN	% DE ALCANCE
IT01. Material promocional en formato digital	
IT02. Punto de Información Turística 24/7	
IT03. Asistencia virtual	
IT04. Web multi dispositivo	
IT05. Presencia activa en redes sociales	
IT06. Certificación con Q de calidad turística	
IT07. Información sobre conectividad Wi-FI	
IT08. Señalética sensorizada	
IT09. Aplicación móvil (app) propia	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES PARA LA MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO EN EL MARKETING ONLINE DE UN DTIs

Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de marleting online en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. El marketing de las empresas y de los destinos turísticos es tal vez uno de los ámbitos más ampliamente transformados por las nuevas TIC. Así, ahora los destinos turísticos pueden promocionarse a un público más amplio, reduciendo costes, mejorando su efectividad, diferenciándose del resto y creando una relación única con el cliente.

MO01. Monitorización de marca					
¿Qué se mide? Se trata de evaluar cómo están los destinos gestionando su marketing en los principales medios online: desempeño en web y medios sociales.					
¿Por qué se mide? Es necesario hacer un seguimiento para garantizar que se está llegando a la demanda a través de estos canales, que son actualmente los más importantes entre los turistas, por lo que si se hace un buen uso de estas herramientas revertirá en un beneficio claro para el destino.					
¿Cómo se mide? Consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO01-1	Uso habitual de herramienta de analítica web (Google Analytics por ejemplo). Se hace uso al menos una vez al mes			50%	
MO01-2	Elaboración de un informe de seguimiento (a partir del punto anterior) y posición de la marca con propuesta de mejoras a partir del análisis, al menos cada año			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

MO02. Social Media Plan					
¿Qué se mide? Se cuantifica la existencia de un social media plan y su aplicación.					
¿Por qué se mide? Contar con un social media plan y que éste se lleve a cabo es indispensable para articular de forma ordenada y coherente las acciones que se lleven a cabo en estos medios, descartando la improvisación que suele imperar.					
¿Cómo se mide? Este indicador consta de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO02-1	Existencia de un social media plan			50%	
MO02-2	Aplicación del plan. Se está llevando a cabo actualmente (fecha actual, en vigencia) (.			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

MO03. Posicionamiento y acciones SEO					
¿Qué se mide? a posición de la web en los principales motores de búsqueda (Google por ejemplo).					
¿Por qué se mide? Aparecer entre los primeros resultados de un buscador es clave para llegar a los turistas, tener visibilidad y relevancia como canal de información y marketing					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cinco apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO03-1	El destino dispone de web oficial de turismo (propia o compartida con otros municipios			30%	
MO03-2	La web oficial de turismo aparece entre los cinco primeros resultados de google cuando se busca el nombre de la localidad y el nombre + 'turismo'/'visitar'			25%	
MO03-3	El dominio (URL) de la web tiene el nombre del destino			10%	
MO03-4	Se sube contenido nuevo a la web todas las semanas			20%	
MO03-5	En los perfiles de las redes sociales está el link a la web			15%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

MO04. Inversión en publicidad online – SEM					
¿Qué se mide? El nivel de inversión que hace un destino en publicidad de pago en los medios online.					
¿Por qué se mide? En muchas ocasiones pagar una campaña de marketing puede dar grandes resultados para el destino, por lo que se valoran los esfuerzos en este sentido, por ejemplo para aparecer bien posicionado en un buscador si no sucede de forma natural.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO04-1	Se ha invertido en SEM (Google AdWords, por ejemplo) en el último año			25%	
MO04-2	Se ha medido de algún modo el retorno/impacto del SEM			25%	
MO04-3	Se ha invertido en publicidad online (banners, pop ups, influencers…) en el último año.			25%	
MO04-4	Se ha medido de algún modo el retorno/impacto de la publicidad online			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

MO05. 'Customer Relationship Management (CRM) y marketing contextual'					
¿Qué se mide? La relación que crea un destino con sus turistas y cómo establece un vínculo permanente a través de las nuevas tecnologías.					
¿Por qué se mide? Crear y mantener una buena relación con el turista es clave para fidelizarlo. Las nuevas TIC permiten una interacción mucho más directa y cercana y ofrecen la posibilidad de dar información personalizada.					
¿Cómo se mide? El indicador consta de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO05-1	La web del destino posibilita suscribirse a una newsletter			30%	
MO05-2	Se ofrece al menos trimestralmente a los suscriptores alguna oferta, descuento o promoción o novedad por e-mail			20%	
MO05-3	El destino responde por las redes sociales a las dudas, preguntas o consultas de los usuarios siempre antes de 24h			30%	
MO05-4	El destino tiene en su web o app algún tipo de sistema de recomendación (de atractivos, de lugares, de actividades)			20%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

MO06. Plan de marketing online					
¿Qué se mide? La existencia de un plan de marketing online que guía todas las acciones en este sentido y que se aplique adecuadamente					
¿Por qué se mide? Un plan establece objetivos a largo plazo, estrategias y actuaciones concretas que posibilitarán una gran coordinación en las acciones de marketing online, lo que asegurará mayor nivel de éxito					
¿Cómo se mide? El indicador se compone de cuatro apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO06-1	Existencia de un plan de marketing general			25%	
MO06-2	Existencia de un plan de marketing online			25%	
MO06-3	Aplicación del plan de marketing online. Se está llevando a cabo actualmente (fecha actual, en vigencia)			25%	
MO06-4	El plan de marketing online establece algún tipo de colaboración con empresas del destino			25%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

MO07. Inversión en publicidad en medios sociales					
¿Qué se mide? El uso que hace el destino de las opciones de pago que existen en los medios sociales para promocionarse					
¿Por qué se mide? Los medios sociales son canales muy efectivos para llegar al consumidor, por lo que promocionar el destino a través de ellos puede tener un gran impacto.					
¿Cómo se mide? El indicador se componen de dos apartados					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO07-1	Uso de campañas de pago para promocionarse en algún medio social durante los últimos seis meses (promocionar un post, un evento, la página, un tweet o cuenta, uso de influencers…)			50%	
MO07-2	Se mide el retorno o impacto de las campañas de publicidad en medios sociales			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

MO08. Comercialización en web DTI					
¿Qué se mide? Los esfuerzos que hace el destino para promocionarse adecuadamente a través de una página web avanzada y de calidad, y, sobre todo, para vender directamente sus productos sin tener que pasar por intermediarios.					
¿Por qué se mide? La web oficial es un escaparate incomparable para un destino y puede servir para mucho más que ofrecer información textual. Puede inspirar, ofrecer experiencias directamente y personalizarlas, si se utiliza correctamente.					
¿Cómo se mide? El indicador se compondría de dos apartados:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
MO08-1	La web permite la reserva directa de alojamiento a través de motor de reservas			50%	
MO08-2	La web permite la reserva directa de actividades/experiencias a través de motor de reservas			50%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

8. MARKETING ONLINE	% DE ALCANCE
MO01. Monitorización de marca	
MO02. Social Media: Plan y marketing	
MO03. Posicionamiento y acciones SEO	
MO04. Inversión en publicidad en línea	
MO05. Customer Relationship Management (CRM) y marketing contextual TI	
MO06. Plan de marketing en línea	
MO07. Inversión en publicidad en medios sociales	
MO08. Comercialización en web DTI	
Promedio de cumplimiento del eje	

EVALUACIÓN DE INDICADORES DE LA EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS DTIs

Objetivo: Medir el alcance de los indicadores de evolución de la actividad turística en Puerto Ayora-Santa Cruz, Islas Galapagos. La aplicación del enfoque DTI debe suponer una mejora de la actividad turística local. Por esta razón, interesa aplicar una serie de indicadores que cabe denominar de rendimiento de la actividad turística relativos a la satisfacción de la demanda, el grado de ocupación de los alojamientos turísticos, el gasto turístico en destino y la estacionalidad.

EVOL01. Grado de satisfacción de la demanda turística					
¿Qué se mide? El grado de satisfacción percibido por la demanda sobre su estancia en el destino..					
¿Por qué se mide? Porque es un indicador básico de la gestión del destino y afecta su reputación para la demanda actual y potencial.					
¿Cómo se mide? Mediante encuestas a la demanda. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
EVOL01-1	Iindicador el porcentaje de satisfacción global debe ser superior al 80%.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

EVOL02. Evolución de la ocupación de los alojamientos turísticos					
¿Qué se mide? La evolución del grado de ocupación de los alojamientos turísticos					
¿Por qué se mide? Porque es un indicador ilustrativo de la afluencia de la demanda que afecta a la rentabilidad de la actividad turística en el destino.					
¿Cómo se mide? Se aceptarán estimaciones locales con un mínimo de rigor estadístico o, con carácter general, la evolución de los consumos de agua y generación de residuos. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
EVOL02-1	El valor máximo del indicador, se obtendrá cuando la tasa de variación interanual de los alojamientos turísticos sea positiva.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

EVOL03. Evolución del gasto turístico					
¿Qué se mide? La evolución del gasto turístico por persona y día en el destino.					
¿Por qué se mide? Porque aporta información básica del impacto económico del turismo en el destino.					
¿Cómo se mide? Se consideran puntos de interés turístico: Playas y paseos marítimos, plazas y avenidas/calles comerciales, museos, monumentos, parques naturales, parques y jardines, miradores, parques de ocio/temáticos/ aventura, o cualquier otro edificio o espacio habitualmente visitado. No cuentan: oficinas de turismo, bibliotecas, edificios del ayuntamiento/administrativos ni centros culturales/vecinales. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
EVOL03-1	Cuando la tasa de variación interanual del gasto turístico por persona y día en destino sea positiva. Si el destino no realiza encuestas que incorporen esta variable, el indicador tendrá valor 0, ya que se considera que el DTI debe asumir una serie de operaciones estadísticas básicas.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

EVOL04. Estacionalidad de la demanda					
¿Qué se mide? El grado de concentración temporal de la demanda turística a lo largo del año.					
¿Por qué se mide? Se trata de un problema estructural de los destinos turísticos del país que requiere un seguimiento a escala local.					
¿Cómo se mide? Las limitaciones de información impiden cálculos más sofisticados generalizables a todos los municipios, por tanto, se recurre a una serie básica (viajeros en establecimientos hoteleros, consumo de agua, generación de residuos, etc) que permita calcular el grado de concentración de la actividad turística por meses y/o trimestres. El indicador se compone de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
EVOL04-1	El valor máximo del indicador se obtendrá cuando el tercer trimestre del año (julio, agosto y septiembre) presente una tasa de variación negativa			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

EVOL05. Desempleo registrado en el sector servicios					
¿Qué se mide? La evolución del paro registrado en el sector servicios a falta de indicadores desagregados para la actividad turística a escala local					
¿Por qué se mide? Constituye una información básica de la rentabilidad económica y social del turismo.					
¿Cómo se mide? Aunque han mejorado las estadísticas sobre desempleo registrado, a escala local no es posible diferenciar el desempleo por actividades económicas. Los datos del INEC, permiten identificar el número de desempleados por sectores productivos. El indicador consta de un apartado:					
CÓDIGO	**APARTADO**	**SI**	**NO**	**% MÍNIMO**	**OBSERVACIONES**
EVOL05-1	Se plantea un indicador cuya puntuación máxima se alcanzará si el número de parados en el sector servicios desciende con respecto al año anterior en los meses de febrero, temporada baja, y agosto, temporada alta. La evolución de cada mes representa un 50% del indicador.			100%	
Suma total de cumplimiento en porcentajes					

9. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	% DE ALCANCE
EVOL01. Grado de satisfacción de la demanda turística	
EVOL02. Evolución de la ocupación de los alojamientos turísticos	
EVOL03. Evolución del gasto turístico	
EVOL04. Estacionalidad de la demanda	
EVOL05. Paro registrado en el sector servicios	
Promedio de cumplimiento del eje	