

Innovación digital para la optimización de la gestión turística en la ciudad de Quevedo

Digital innovation for the optimization of tourist management in the city of Quevedo

Máximo Tubay-Moreira.
Universidad Técnica de Babahoyo
mtubay@utb.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-2196-4506>

Jordán Vera-Cedeño
Universidad Técnica de Babahoyo
jordanolmedo1234@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9395-1598>

Helen Carranza-Patiño
Universidad Técnica de Babahoyo
hcarranza@utb.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8511-5103>

Joyce Alvarado-Centeno
Universidad Técnica de Babahoyo
joycemylife18@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9335-0362>

Revista Cumbres Vol.8 N°1

Versión electrónica ISSN 1390-3365
<http://investigacion.utmachala.edu.ec/revistas/index.php/Cumbres>
<http://doi.org/10.48190/cumbres.v8n1a2>

RESUMEN

En la actualidad, las razones por la que las empresas necesitan certificarse con calidad se establecen en la satisfacción total que debe recibir el cliente con el nivel deseado, estando a la par con la competitividad, por ello se enfocan en buscar nuevas maneras de satisfacción con innovación. A través del presente estudio, se analizó los factores que impiden el normal funcionamiento de atención al turista, las variables a tomar en cuenta en el proceso y estrategias para la erradicación de métodos tradicionales para la acreditación y certificación de las empresas turísticas hoteleras, y cómo convertir esto en una estrategia para el proceso de un modelo de gestión, en la que se asegure la calidad turística hotelera en la ciudad de Quevedo. El enfoque de investigación fue cuantitativo, estableciendo una relación entre la teoría, la investigación y la realidad del investigador, reflejada en una hipótesis y la realidad como fenómeno para que se apruebe una teoría. La certificación digital aún se ve de manera no convencional, ya que simula inseguridad por parte de los establecimientos turísticos; desestimando su aporte en el crecimiento laboral por departamentos y mejora el rendimiento de atención al cliente, por ello se estableció como objetivo general analizar la importancia de un sistema digital para impulsar el desarrollo de calidad, para que se optimice el uso de los recursos con los que se cuenta.

Palabras clave: Innovación digital - gestión turística - TICS - competitividad - normativas - impulsar calidad.

ABSTRACT

At present, it is foreseen that the reasons why companies need to be certified with quality are to satisfy the client in its entirety with the desired level and be on par with competitiveness, therefore they focus on finding new ways of satisfaction with innovation. Certifications for tourist establishments promote safety and importance, much better now that ICTs are established for their monitoring and processing, taking into account ISO 9001 quality and QUALITY regulations or, in turn, certifying stars between 2 to 5 mentions. Through this study, the factors that impede the normal functioning of tourist service were analyzed, the variables to be taken into account in the process and strategies for the eradication of traditional methods for the accreditation and certification of hotel tourism companies, and how turn this into a strategy for the process of a management model, in which the quality of hotel tourism in the city of Quevedo is ensured. At present, digital certification is still seen in an unconventional way, since it simulates insecurity on the part of tourist establishments; What is not visualized is that the online method contributes significantly to job growth by departments and improves cus-

tomar service performance, for this reason it was implemented as a general objective to design a digital system to promote quality development, minimizing efforts in doing so.

Keywords: Digital innovation - tourism management - ICT, competitiveness, regulations; boost quality.

INTRODUCCIÓN

La satisfacción del consumidor es uno de los temas más importantes y complejos del campo de los servicios turísticos hoteleros, visto que con cada año que transcurre se crea un mercado más competitivo, creando la necesidad de mejorar su gestión de calidad para ser más competentes en este ámbito, tomando en cuenta que los consumidores poseen dos tipos de expectativas: el nivel deseado y el nivel percibido.

La industria del turismo se caracteriza por ofrecer negocios complementarios. Así un viajero utilizará una compañía aérea, una rentadora de autos, una habitación en un hotel y consumirá menús y servicios que son ofrecidos por diversas empresas, ya que el objetivo del turista es adquirir una experiencia agradable; de este modo, un sitio web bien estructurado podrá facilitar al turista la planificación y la decisión. (Barbosa y Dominique, 2018, p. 203).

Los servicios de alojamiento tienen su complejidad en la gestión de los servicios, ya que su función primordial es la complacencia de la necesidad de dormir de los turistas, siendo mucho más difícil mantener la satisfacción, ya que se está en constante interacción directa con los huéspedes, por lo cual se requiere de un funcionamiento armonioso de todos los subservicios y departamentos del hotel.

Para Velázquez *et al.* (2018) las empresas que actúan aisladamente no pueden alcanzar los mismos beneficios que las que toman decisiones conjuntas, con el fin de compartir información y otros recursos que generen eficiencia en la estructura organizacional, buscar oportunidades de mercado y obtener beneficios mutuos, por lo que la interacción entre empresas coadyuva a que las relaciones funcionen con éxito e incentiven su competitividad.

El reconocimiento de la calidad se efectúa dependiendo el tipo de infraestructura y la cantidad de servicios que oferte el hotel, en sí, se le concede la clase A de 5 estrellas a un hotel que brinde servicios de satisfacción de gran atributo y que a su vez en su infraestructura contenga los siguientes requerimientos obligatorios: servicio de restaurant, alojamiento con gran confort, zonas de deporte, áreas de spa, gimnasio, piscina, salones de eventos, áreas de recreación y espacios verdes y certificaciones con estándares de gestión de calidad.

El sector del turismo está en constante crecimiento y actualización, en la que los turistas se presentan más exigentes, experimentados y visionarios, por lo que las empresas turísticas hoteleras se esfuerzan en estar acorde a sus

necesidades, buscando nuevas alternativas de mejorar la calidad, formándose como altamente competitivos para cubrir el nivel de satisfacción, por lo que el turismo en sus distintas tipologías ha dinamizado las economías mundiales haciendo que las empresas dedicadas a esta actividad sean cada vez más competitivas e innoven constantemente para estar a la vanguardia de los mercados y clientes (Martínez y Padilla, 2020).

En la industria hotelera y turística, un problema que genera gran incertidumbre es no saber cómo gestionar la calidad, el conjunto de eventos certificados, actividades internas y externas y mantener capacitado al personal para la atención al turista. Todo esto, son los grandes retos y desafíos, es por ello que, países como España y Francia implementan la gestión de la calidad turística hotelera en sistemas digitales, promoviendo mejoras, enfocándose en factores administrativos, gerenciales y de infraestructura de manera global, por procesos y por departamentos.

La competitividad internacional del sector turístico viene marcada por la transformación que conlleva la economía digital sobre la oferta, la demanda, la gestión del viaje o la intermediación turística, pero sobre todo la gran revolución en las próximas décadas en turismo va a darse en los destinos turísticos (Más et al., 2020, p. 209).

Cada área de la empresa turística conlleva a distintas actividades, que, debido a los grandes intentos de una buena administración sin seguir los procesos de gestión, no se llega a las metas establecidas con el turista, disminuyendo el rango de expectativas altas, como en el caso de la ciudad de Quevedo al no actualizarse con procesos digitales.

Entre los retos más importantes en la ciudad de Quevedo, es ofrecer en todo momento la mejor atención y calidad, aunque los esfuerzos se vean reflejados en mantenerlos, el proceso de calidad se sigue notando como un método no convencional, viéndose así afectado el potencial de cada una de las empresas turísticas hoteleras llevando la calidad en estadísticas cero. Es por ello que en la investigación se estableció una propuesta de un sistema digital de gestión turística hotelera para la ciudad, que fue dirigido hacia la implementación de procesos de calidad, certificación y medición de manera global en el rendimiento de servicios.

Para Tafur et al. (2018) el turismo se ha convertido en uno de los principales sectores para el sustento de la economía a nivel mundial, principalmente para aquellos países en vías de desarrollo, por lo que el alto crecimiento de servicios y productos turísticos, y la exigencia constante de visitantes y consumidores, han demandado transformaciones e innovaciones necesarias basadas en el desarrollo tecnológico.

A través del presente estudio, se analizó los factores que impiden el normal funcionamiento de atención al turista, las variables a tomar en cuenta en el proceso y estrategias para la erradicación de métodos tradicionales para la acreditación y certificación de las empresas turísticas hoteleras, para que se convierta esto en una estrategia para el proceso del modelo de gestión. A pesar de los aspectos a favor con los que cuenta el sector en el mercado, la

innovación y la competitividad deben dinamizarse constantemente, en especial porque no en todas las empresas que lo integran se desarrollan procesos innovadores efectivos y carecen de una visión estratégica del mismo (Martínez y Padilla, 2020).

Por último, en esta investigación se determina la importancia de que las empresas turísticas hoteleras, optimicen sus áreas, conduciéndolas a la excelencia de los resultados esperados en el negocio, con lineamientos legales de las TICS en sistemas digitales, normas de calidad y seguimiento de calidad.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la presente investigación se consideró una población de estudio, determinada en los hoteles más reconocidos en la ciudad de Quevedo; establecimientos turísticos de servicios de hospedaje, donde se analizaron los factores necesarios para la implementación de sistema de gestión. El enfoque de investigación fue cuantitativo, ya que la relación entre la teoría, la investigación y la realidad está basada en la coincidencia entre la percepción de la realidad del investigador reflejada en una hipótesis y la realidad como fenómeno para que se apruebe una teoría; con una “hipótesis de partida” basada en supuestos que sustentan la investigación, los cuales se pretenden descubrir o demostrar (Del Canto y Silva, 2013).

El diseño fue no experimental, ya que no se da determinación aleatoria, manipulación de variables o grupos de comparación, en la que el investigador observa lo que ocurre de forma natural, sin intervenir de manera alguna, así como, por consideraciones éticas, algunas variables no pueden o no deben ser manipuladas y en algunos casos, las variables independientes aparecen y no es posible establecer un control sobre ellas (Sousa et al., 2017).

Tabla 1. Población y muestra general

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN HOTELERA	%	MUESTRA (COLABORADORES)	%
Hoteles	10	100%	52	100%
Total	10	100%	52	100%

Tabla 2. Numeración de población por departamento

DEPARTAMENTO/ CARGO	NÚMERO DE ENTREVISTADOS
Gerencia general	2
Administración	10
Recepcionista	12
Área de blancos	20
Mantenimiento	8
TOTAL	52

El programa de capacitación estará dirigido solo para el personal administrativo y de labores activos como lo son recepción y áreas de blanco, lo cual se divide en una sola actividad y procedimientos a seguir para reforzar conocimientos. A continuación, se presenta un esquema del desarrollo general.



Figura 1. Programas accesibles y activos

RESULTADOS

Encuesta aplicada a los administradores y colaboradores de 10 hoteles en la ciudad de Quevedo.

¿Su empresa de alojamiento cuenta con algún tipo de certificación de calidad?

Tabla 3. Presencia de certificación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	19.23%
NO	39	75%
ENPROCESO	3	5.77%
TOTAL	52	100%

Con base en base de las entrevistas realizadas sobre la existencia de una certificación que avale la característica hotelera dentro de la ciudad el 39% de los entrevistados respondió que no existe una legitimación que compruebe su estado de calidad y el otro 10% aseguran la existencia. Los colaboradores encuestados mostraron dudas al momento de la realización de esta pregunta, ya que, algunos afirmaban la presencia de una certificación y otros negaron su existencia.

Para Bernal y Rodríguez (2019) en la gestión empresarial las tecnologías de la información y comunicación son una excelente herramienta que genera un valor agregado a las actividades operacionales, por lo que la certificación en innovación es un conjunto de procesos que buscan la optimización o creación de nuevos productos o servicios.

En su establecimiento y puesto de trabajo, **¿se utilizan las TIC para gestionar los procedimientos internos?**

Tabla 4. Las TIC en gestión del trabajo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	76.92%
NO	8	15.38%
TAL VEZ	4	7.69%
TOTAL	52	100%

En el uso de TICS para gestionar actividades internas de cada departamento, el 76.92% respondió que, si utilizan las herramientas tecnológicas para realizar sus acciones, mientras que el 15.38% respondió que no es necesario el uso de la tecnología en su departamento, por ende, para establecer un sistema digital se necesita como paso fundamental la utilización de las TICS.

Con la implementación de una transformación digital, se determina un modelo de negocio inteligente, promocionando lugares etno-eco turístico y fomentando el desarrollo del sector. Las posibilidades que brindara el portal digital a los diferentes clientes cibernautas, es el acceso a los tarifarios de los más variados eco-productos y servicios, efectuando pagos a través de paquetes turísticos que se articularan al modelo del país, generando beneficios económicos, sociales y ambientales que incidan en la protección y apropiación de la biodiversidad (Benítez, 2019).

En una escala de medición, siendo 0 la calificación menor y 10 la mayor, siendo propietario o colaborador, **¿en qué nivel considera, está el proceso de atención al cliente?**

Tabla 5. Proceso de calidad actual

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POSITIVO	8	15.38%
NEGATIVO	8	15.38%
NEUTRO	36	69.23%
TOTAL	52	100%

Conforme a la entrevista realizada a los establecimientos por medio de los departamentos existentes, el 69.23% afirmó que los procesos de calidad están en un nivel neutro y en conforme a lo negativo y positivo ambas tuvieron un conocimiento de 15.38%. En la entrevista se dio a conocer los factores que inciden en que el proceso de gestión de la calidad, dichos factores se pueden determinar en todos los establecimientos turísticos hoteleros.

Sotomayor (2019) enfatiza que, la nueva toma de decisiones del consumidor para elegir los lugares a visitar, es a través del internet y el fácil acceso a la información en cuanto a precio, características, horarios, servicios; lo que hace que se convierta en una búsqueda personalizada de acuerdo a gustos y preferencias, convirtiéndose la búsqueda online, en el primer paso de los usuarios para programar un viaje, en el que el turista adopta un rol de productor de contenidos, de autogestión de sus reservas, visitando muchas páginas web en un solo día hasta lograr sus objetivos.

¿Cómo colaborador o dueño de un establecimiento hotelero, ¿conoce usted algún tipo de sistema de gestión de calidad?

Tabla 6. Conocimiento de sistemas digitales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	3.84%
NO	42	80.76%
TAL VEZ	8	15.38%
TOTAL	52	100%

En cuestión de la pregunta del conocimiento de los sistemas digitales realizada a los distintos establecimientos turísticos hoteleros el 80.76% de los colaboradores entrevistados aseguro que no conocen algún tipo de sistema digital y el 15.38% afirmó que tal vez podrían conocer algún tipo de seguimiento digital. Entre las observaciones realizadas están la falta de conocimientos en seguimientos de calidad de manera digital, por ello se toma de manera empírica este modelo, pese a eso se muestra el interés de implementación.

Según Bernal y Rodríguez (2019) la implementación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se ha convertido en una excelente herramienta que permite a las empresas generar un valor agregado a las actividades operacionales, buscando ofrecer ventajas empresariales para lograr consolidarse en un mercado global, evidenciándose como las empresas han optado por la innovación, siendo este un conjunto de herramientas que permiten aplicar de forma correcta la gestión del conocimiento.

¿Consideraría importante la implementación de un sistema digital de gestión hotelera en su establecimiento o puesto de trabajo interno?

Tabla 7. Implementación de sistema digital

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	44.23%
NO	9	17.30%
TAL VEZ	20	38.46%
TOTAL	52	100%

La variable de aceptación de un sistema digital por parte de los colaboradores de los establecimientos hoteleros fue de 44.23% y en un tal vez 38.46% en todo caso, los intereses de su implementación afirmaron algunos entrevistados puede ser beneficioso tanto para el cliente y el establecimiento, por otro lado, la negatividad de su implementación va de la mano con la poca inversión por parte de gerencia o administración. Las tecnologías de la información y las comunicaciones constituyen el pilar fundamental para impulsar importantes avances en la nueva concepción del turismo, y son los medios y métodos para lograr la satisfacción y fidelización de sus clientes (Tafur et al., 2018).

¿Estaría dispuesto a capacitarse en línea y seguir los procesos para la acreditación hotelera?

Tabla 8. Capacitación en línea

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	80.76%
NO	2	3.84%
TAL VEZ	8	15.38%
TOTAL	52	100%

Para implementar un sistema digital uno de los requisitos importantes es capacitación en línea tanto para su uso y para los requisitos a cumplir por parte de las normativas, por ello el 80.76% estuvo de acuerdo con las capacitacio-

nes online, mientras que el 15.36% asegura que tal vez participarían en las capacitaciones ya que el acceso a los tics en áreas de trabajo es complicado.

En cuanto a lo anterior, Ivars et al. (2016) destacan que, la actividad turística se caracteriza por un uso intensivo de la información, circunstancia que explica el notable impacto de las TIC en los procesos de consumo y producción en este ámbito, por lo que las TIC posibilitan nuevos servicios y la reorganización de los tradicionales en una coyuntura socioeconómica en la que se reclama mayor eficiencia en la gestión de los recursos públicos.

DISCUSIÓN

Conforme avanza la tecnología el uso de los ordenadores o dispositivos para gestionar o administrar fuentes y realizar procedimientos con grandes cantidades de información, se ha hecho más una necesidad creciente en países desarrollados y tercermundistas, que, la prioridad en su uso en el sector hotelero, en el que se implementan este tipo de técnicas online para fomentar su matriz productiva, muchos de ellos fallando en el intento por no tener los conocimientos previos y completos de una estructuración o modelo a seguir.

Mendes et al. (2013) destacan que, es importante considerar que las personas preguntan en los mecanismos de búsqueda sobre el destino a ser visitado (los principales atractivos turísticos, qué hacer en el lugar, dónde comer, dónde hospedarse, prestadores de servicios turísticos, acceso al lugar, fotos, videos y opiniones de otros visitantes, entre otros), no obstante, es esencial pensar en la calidad de la información disponible y fundamentalmente si el usuario tiene acceso a ella. Por más que el destino tenga un portal turístico informativo e interactivo y presente una arquitectura de la información y el uso, no será tan útil si los usuarios no lo encuentran.

Los países desarrollados como España e Italia son los principales en implementar los sistemas de gestión hotelera online, pero segmentados en su mayoría, para el control de check in y check out, gestión de agencias y control de huésped. La cuestión de la innovación debe ser un elemento fundamental en la medición de la competitividad de los destinos turísticos, perspectiva aún pendiente de ser incluida con mayor precisión en los indicadores respectivos (Más et al., 2020).

Por otro lado, existen sistemas de gestión hotelera como la calificación de normas Q (normativas españolas) implementados en la red online para países como China, Francia y estados unidos, que se enfocan en un solo factor, que es atención e infraestructura, dejando de lado variables importantes para un buen funcionamiento de servicios turísticos y hoteleros, a pesar de que es un sistema de gestión que aporta de manera significativa a el crecimiento y cumplimiento de expectativas de los huéspedes. Actualmente la industria turística no convierte en una ventaja diferencial la configuración de espacios de co-creación con los agentes claves, especialmente turistas y empresas del

sector, contradiciendo las demandas de participación y empoderamiento de éstos (Iglesias et al. 2017).

Para los países sub desarrollados, la implementación de gestión turística hotelera online, es aún un reto, debido a la carencia de normativas Q y normativas ISO 9000, realizándose los procesos de una manera empírica, utilizando acreditación *off line*, que, en cuanto el procedimiento culmina, no existe más esfuerzo por el mejoramiento de avances en calidad, perdiendo la información generada en la trayectoria de acreditación. La gestión de calidad es un indicador fundamental de las posibilidades competitivas de las naciones y de su expresión en los niveles de bienestar de sus respectivas poblaciones, ello está en relación directa con los procesos de calidad y la capacidad real de productividad (López y Huamán, 2018).

En este contexto, Ecuador se encuentra en constante cambio, especialmente en el sector turístico hotelero, pero, a base de los cambios, no se adapta de una manera consecutiva con su crecimiento. El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) está en frente de la gestión de calidad de este importante sector, utilizando su metodología offline denominada Sistema Integrado de Gestión de Calidad (SIGO, por sus siglas en ingles), con otros sectores de registro de análisis en página online SIETE; pero pese a su lucha, no encuentra la manera de disminuir costos de visitas a los establecimientos, y a disminuir la inseguridad de atención de los turistas extranjeros y nacionales, sin olvidar que, es imposible llegar a todos los establecimientos existentes en el país.

Por ello, un gran problema presentado en la gestión de calidad, es la falta de capacitación de los administradores, gerentes, y personal en general. y es una de las falencias que no se toma en cuenta en el registros y realización en el sistema anteriormente presentado, ya que, el uso del material de oficina forma parte de pérdidas de registro, una vez finalizado la certificación de calidad.

Para Navalón (2017) la gestión forma parte del proceso de planificación y, por tanto, conlleva un posicionamiento ideológico ante la realidad a la que afecta, a partir del cual se establecen las líneas de acción prioritarias, por lo que cada una de las acciones que en ella se insertan, sean del tipo que sea (también tecnológicas), no debería aplicarse de forma aislada sino integradas en un contexto de acción, o en una cadena de trabajo.

En la actualidad, Ecuador no cuenta con un sistema de calidad online completo para los procesos de acreditación y aseguramiento en certificaciones, por lo cual, adapta el seguimiento offline de otros países, cuya implementación es básica e imprescindible con los grandes cambios que atraviesa el turismo como fuentes de grandes ingresos. Un turismo inteligente debe surgir en un entorno innovador, basado en una infraestructura tecnológica de vanguardia que responda al desarrollo sostenible del territorio turístico, facilite la interacción e integración del visitante en el entorno e incremente la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida de sus residentes (Cárdenas, 2014, como se citó en Quejada, et al. 2020, p. 75).

Por lo anterior, es de gran importancia resaltar la gestión de la calidad de un hotel, ya que no se ve solamente por su infraestructura sino también por aquellas personas que participan en todos los departamentos de servicios a partir de un trabajo estructurado y de forma equitativa y estratégica. El perfil del turista ha cambiado, quizás esta sea la cuestión más determinante en la evolución de esta industria; el turista está más informado y su experiencia es amplia. Las tecnologías contribuyen a ello y el sistema de agentes claves en el turismo evoluciona. El turista es más autónomo y puede diseñar, planificar y contratar su propio viaje (Iglesias et al., 2017).

La gestión de calidad en los servicios y la percepción que poseen los turistas frente a la misma, se consigue explicar esto por los valores, características y expectativas de los consumidores que se examinan, por ejemplo, cuando un grupo de personas son sometidas a los similares estímulos de servicios, pero se puede obtener respuestas diferentes con los niveles percibidos y niveles deseados. Un turismo eficiente debe incluir: una oferta y demanda turística, un producto turístico, y una estructura de producción turística, la cual se compone de equipamiento, infraestructura, transporte, alimentación, recreación, servicios de apoyo y atractivos turísticos (Quejada et al., 2020).

CONCLUSIONES

La investigación determinó que, el sistema de gestión de calidad online colabora en la facilidad de acreditación, ya que técnicas como la Responsive, son rápidas y eficaces, favoreciendo el rendimiento de los colaboradores en el uso de las TICS y transformándolos en metódicos y capaces de fomentar y crear nuevas ideas con procesos estándares de calidad humana.

Con la determinación de los factores predominantes como lo son competitividad, calidad, gestión de departamentos, acreditación y capacitación, se logra determinar la completa aplicación segura con lineamientos a base de las necesidades, adhiriéndose al sistema digital para la gestión turística hotelera en el cantón Quevedo, lo cual ayuda a alcanzar el reconocimiento a nivel nacional.

Al diagnosticar las necesidades de la implementación de un sistema digital se concluyó que es fundamental su aplicación para el avance turístico hotelero en la ciudad, por ende, su utilización va dirigida a los establecimientos para contrarrestar insuficiencias de funcionamiento más incidentes para la no satisfacción de los turistas.

Por medio de la elaboración de un manual de usuario, planificación de capacitación online y procesos de acreditación, se podrá promover un mejor funcionamiento lineal en los servicios para la satisfacción al cliente, logrando una complacencia deseada en los servicios que se ofertan a los turistas nacionales y extranjeros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbosa, B., y Dominique, S. (2012). La innovación de los procesos. Diferenciación en los servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4), 963-976. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056009.pdf>
- Benítez, D. (2019). *Impulsar desde un Portal Turístico denominado "Morrosquillo Travels", El Etno- Eco-Turismo Naranja como una estrategia que permita optimizar el potencial de la región; bajo un modelo Social, Solidario, Participativo y Sostenible, Municipios de Santiago De Tolú y Coveña en el Golfo de Morrosquillo - Departamento de Sucre*. [Tesis de especialidad, Universidad Nacional Abierta y A distancia UNAD]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/26839>
- Bernal Jiménez, M. C., & Rodríguez Ibarra, D. L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), 85-95. <https://doi.org/10.22517/23447214.20401>
- Del Canto, E., y Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 3(141), 25-34. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15329875002.pdf>
- Iglesias, P., Correia, M., Jambrino, C., y Luque, S. D. (2017). Retos en la gestión de destinos turísticos a partir de la innovación abierta. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 531-548. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116002.pdf>
- Ivars, J., Solsona, J., y Giner, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/54852>
- López-Ibañez, S., & Huamán-Núñez, J. (2019). Gestión de calidad y satisfacción de necesidades en la Universidad Nacional "Micaela Bastidas". *INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO*, 33(2), 193-208. <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/revinpost/article/view/7248>
- Martínez, J., y Padilla, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 26(2), 120-132. <https://produccioncientificualuz.org/index.php/racs/article/view/32428>
- Más, A., Ramón, A., y Aranda, P. (2020). La revolución digital en el sector turístico. Oportunidad para el turismo en España. *Ekonomiaz*, 98, 228-251. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7694318>
- Mendes, G., Biz, A., y Gândara, J. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22, 102-119. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180725735006.pdf>
- Navalón, R. (2017). Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión turística del patrimonio. ACTAS de las II JORNADAS de Museos y Colecciones Museográficas Permanentes de la Comunidad Valenciana (págs. 140-154). l'Alfàs del Pi (Alicante): Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/110474>

- Quejada, A., Becerra, C., y Linero, D. (2020). Propuesta de plataforma tecnológica digital para una ciudad turística inteligente para el análisis de información de la cadena productiva del sector turismo de Cartagena de Indias. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN. Cartagena, Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/34509/dmlineroa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sotomayor, M. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *Siembra*, 6(1), 068-084. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1717>
- Sousa, V., Driessnack, M., y Costa, I. (2017). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Rev Latino-am Enfermagem* 2007 maio-junho; 15(3), 1-6. <https://www.scielo.br/j/rlae/a/7zMf8XypC67vGPrXVrVFGdx/abstract/?lang=es>
- Tafur, G., Vélez, C., Alejo, O., Zumba, M., y Jácome, J. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador). *Espacios*, 39(44), 3. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p03.pdf>
- Velázquez, J., Cruz, E., y Vargas, E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 24(3), 9-20. <https://www.redalyc.org/journal/280/28059580002/28059580002.pdf>