

## **Innovación, inteligencia y turismo, claves para la gestión en destinos**

Austin Mata<sup>1</sup>, Irma Vásquez<sup>1</sup>, Richard Millán<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad de Oriente, Isla de Margarita, Venezuela  
Escuela de Hotelería y Turismo, Centro de Investigaciones Turísticas  
mataaustin@yahoo.com, irma.vasquez@ne.udo.edu.ve

<sup>2</sup>Instituto Nacional de Estadística, Isla de Margarita, Venezuela  
richardmillan.v@gmail.com

---

### **Resumen**

La innovación tecnológica al servicio de un turismo más complejo y diversificado es un reto macro para un destino consolidado como lo es la Isla de Margarita; debido a que involucra el estudio de índices sociales, económicos, ambientales, culturales y tecnológicos adheridos a los requerimientos en redes operacionales que hagan eficiente y competitivo cada clúster turístico en el entorno actual de la sociedad de la información. Es por ello que se planteó como objetivo general proponer un sistema de índices para la gestión de destinos turísticos inteligentes. El diseño de investigación fue de campo, longitudinal, con un nivel evaluativo, para esto se caracterizaron los ejes claves tecnológicos de los municipios de la Isla de Margarita, fundamentándose en la metodología de “Smart Cities” o “Ciudades Inteligentes”. Se pudo verificar que en la Isla de Margarita existe suficiente información para la construcción de una base de datos ejecutable virtualmente, esto permite la planificación de un destino inteligente que a diferencia de otros grandes países como China deben adaptarse vertiginosamente a las nuevas exigencias tecnológicas, en el destino en estudio existe la posibilidad de repensar el modelo inteligente a seguir. En este mismo orden de ideas; se logró concretar en este primer estudio un sistema de índices que involucra al turismo con los servicios gubernamentales, infraestructura y economía inteligente; y se concluye que es imprescindible el manejo del indicador reducción del uso de los recursos naturales, la integración de las comunidades a la actividad turística, disminución de niveles de polución, inseguridad, uso adecuado de los recursos hídricos, capacidades de carga, ampliación de servicios de ocio, esparcimiento, trasportes, asistencia médica y la necesidad de incorporar redes inalámbricas globales.

**Palabras clave:** Gestión turística, destinos inteligentes, innovación en turismo, satisfacción turística.

### **Abstract**

Technological innovation in the service of a more complex and diversified tourism is challenging macro for a consolidated destination as it is Margarita island, because it involves the study of social indicators, economic, environmental, cultural and technological requirements attached to operational networks that make efficient and competitive every tourist cluster in the current environment of the information society. That is why it was proposed as a general objective to propose an indexing system for the intelligent management of tourist destinations. The research design was field, transactional, with the exploratory level, for this we characterized the technological key axes of the municipalities on Margarita Island, building on the methodology of "Smart Cities". The main results of this investigation it was observed that there is on Margarita Island enough information to build a virtually executable database, this enables intelligent planning a destination unlike other large countries like China must adapt rapidly to new technological demands on the target under study the possibility of rethinking the intelligent model to follow. In this same vein, it was able to achieve in this first study, an indexing system that involves tourism with government services, intelligent infrastructure and economy, and it is concluded that it is essential to prompt management reduced use of natural resources, integration of communities to tourism, reduced pollution levels, insecurity, proper use of water resources, capacities, expansion of leisure, recreation, transports, health care and the need to incorporate global wireless networks.

**Keywords:** Tourism management, travel smart, innovation in tourism, tourist satisfaction

### **Introducción**

El abordaje de las investigaciones en turismo en Venezuela ha sido uno de los factores que ha brindado un apoyo científico al desarrollo de esta rama de las ciencias sociales; esto

se debe a que proporcionan visiones claras y puntuales a necesidades detectadas para la mejora de servicios, empresas y hasta de destinos turísticos y no turísticos; esto se puede corroborar debido a que el turismo ha ido ganando espacios a nivel nacional sien-

do esta una actividad que involucra y demanda la vinculación con otras actividades productivas que el Estado ha determinado como realmente importantes para el desarrollo y consolidación económica del país.

En esta investigación se hace referencia puntualmente al desarrollo del turismo en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta, este territorio insular de Venezuela es el primer destino turístico por excelencia del país, teniendo un auge consolidado de inversión en infraestructura, productos y servicios que se han ido acoplando para que el turismo sea la actividad dinamizadora y primordial de esta región, tanto así que la gobernación de dicho estado ha decretado que la referida actividad sea el eje conductor de gran parte de los planes productivos que se diseñen a partir del año 2012.

En relación a lo antes destacado, surge el interés por parte de los que de una u otra forma integran ésta actividad en aportar teórica y empíricamente estudios que realmente impulsen cambios en ciertos problemas que se han venido suscitando a lo largo del crecimiento turístico, eso es lo que se desea realmente alcanzar mediante este estudio proveer estrategias prácticas, reales e innovadoras para que la gestión turística de este destino posea un enfoque multidimensional y

no solamente un eje económico, sino también se integre a la era la sostenibilidad, revalorizando la función de los diversos actores directos e indirectos de este sistema tan amplio y a su vez sencillo, promoviendo así el desarrollo de otras áreas de crecimiento como lo son el factor social, cultural, ambiental, tecnológico innovación y la proyección mediante redes productivas que conformen un macro sistema turístico nacional.

### **Área de Estudio**

Para el desarrollo de esta investigación, el área de estudio estuvo comprendida específicamente por la Isla de Margarita, perteneciendo al estado Nueva Esparta – territorio insular de la República Bolivariana de Venezuela, este estado está ubicado en la zona norte de Venezuela, en el Mar Caribe a 38 Km. de la costa nor-oriental, con una superficie estatal de 1.150 Km<sup>2</sup>, representando el 0,13 % del Territorio Nacional.

Posee un área de 1.071 km<sup>2</sup>, de este a oeste 69,2 Km de norte a sur 34,6 Km.

Esta región está conformada por once municipios autónomos: Antolín del Campo, Arismendi, Díaz, García, Gómez, Maneiro, Marcano, Mariño, Península de Macanao, Tubo-

res y Villalba. La Isla de Margarita la integran diez (10) de los municipios antes descritos y posee 315 km de costas, de los cuales 93 Km. son playas para nadar, esta Isla se localiza entre las coordenadas 10° 44", 11° 10" de latitud Norte y 63° 46", 64° 13" de longitud Oeste, y sus límites cardinales en todos sus puntos es el Mar Caribe.

### **Materiales y Método**

Para esta investigación el diseño fue no experimental con una dimensión temporal, el tipo de investigación fue de campo longitudinal, su diseño permitió observar a lo largo de dos (2) años el desarrollo de las variables relacionadas con la gestión de destinos turísticos y a su los factores claves que impulsan el desarrollo de la innovación turística en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta - Venezuela. Se definió un modelo de índices que permitieran evaluar los rangos de gestión turística que caracterizan a la Isla de Margarita en correspondencia a la opinión de los turistas que visitan la Isla de Margarita, integrando todas las variables que intervienen e influyen en el sector turístico a través de un sistema de gestión integral basado en indicadores.

El nivel de investigación se encuentra enfocado en la fase evalua-

tiva basado en un estudio de caso, ya que los objetivos propuestos buscan analizar la estructura, el funcionamiento y los resultados de la situación vigente del ciclo de desarrollo del destino turístico en estudio con el fin de proporcionar información relevante para hacer un turismo de innovación tecnológica (inteligencia en turismo).

Los sujetos objeto de estudio, fueron los turistas nacionales e internacionales que visitaron la Isla de Margarita durante los años 2011 y 2012. Una vez levantados los datos, estos fueron procesados y analizados mediante la matriz estratégica MIC – MAC, como técnica, con el objeto de identificar los aspectos y variables resaltantes que caracterizan la problemática que influye en los factores claves para la gestión de un turismo inteligente, además dicha técnica permitió precisar los indicadores de mayor impacto y posterior a ello se desarrolló un análisis prospectivo para el desarrollo de la propuesta final. En este mismo orden de ideas, en el análisis y medición de los indicadores se utilizaron los rangos de gestión y la matriz de mejoramiento continuo.

### **Resultados y Discusión**

Para llevar a cabo la matriz MIC – MAC se hizo necesario la

identificación de un conjunto de descriptores que permitieron definir la situación turística en el área de gestión turística en la Isla de Margarita; estos descriptores fueron jerarquizados por el nivel de frecuencia con que se percibían por los turistas, los mismos se dividieron en dos grupos los de incidencia positiva y los de incidencia negativa. A continuación se señalan los descriptores:

*Descriptores de Incidencia Positiva:*

1. Empleo de la tecnología para llevar a cabo las reservaciones, registro y venta de las habitaciones.
2. Nivel de permanencia de 15 a 21 días por parte de los turistas internacionales.
3. Posicionamiento y definición del mercado a nivel internacional, en cuanto al turismo deportivo.
4. Flujo turístico continuo para todas las temporadas durante todo el año.
5. Operatividad durante todo el año por parte de los servicios de restauración, alojamiento, recreación y esparcimiento e información turística en la Isla.
6. Estandarización de las tarifas en Bolívares (turistas nacionales), Dólar y Euro (turistas internacionales).
7. Ventas de paquete turístico para ser desarrollados dentro y fuera de la Isla.
8. Suficientes vías de comunicación y accesibilidad para llegar a la Isla.
9. Imagen definida del producto sol y playa, que caracteriza el turismo en la Isla.
10. Ofrecimiento de servicios adicionales como:
  - Seguridad ciudadana.
  - Cambio de monedas.
  - Bodegones.
  - Red de servicios públicos.
  - Comercio.
  - Internet.
  - Alquiler de vehículos.
  - Asistencia Sanitaria.
  - Servicios de Taxis.
  - Entorno Urbano Agradable.
11. Presencia de cuatro temporadas altas al año por parte del turismo nacional, y complementación con de la demanda turística internacional.
12. Conocimiento del negocio turístico por parte de los empleados de

los distintos servicios que se ofrecen al turista.

13. Conocimiento del negocio turístico por parte de los diversos actores gerenciales.

14. Oportunidades suficientes para la práctica de diversas actividades de recreación y esparcimiento así como la ejecución de deportes extremos como lo son windsurf y el kite – surf como elementos dinamizadores del turismo en la Isla.

15. Accesibilidad y congestión moderado en la Isla de Margarita (vía terrestre).

16. Promoción turística mediante:

- Internet.
- Revistas especializadas.
- Pancarta (s).
- C.D.
- Agencia de Viajes.
- Operadores Internacionales.
- Prensa.

Otros de los logros concretados mediante esta investigación fue la actualización de la visión situacional que tienen los turistas y la Corporación de turismo del estado Nueva Esparta en relación a los factores claves para la gestión del destino; para ello se desarrollaron las siguientes tablas sinópticas.

**Tabla 1.** Descriptores de Impacto Positivo según los turistas que visitaron la Isla de Margarita 2011 – 2012.

VARIABLES (Condicionantes Históricas)	DESCRIPTORES	VARIABLES (Condicionantes Históricas)	DESCRIPTORES
Playas	Variedad de playas aptas para el disfrute del turismo.	Condiciones Físicas	Clima tropical.
Motivación	Alto nivel de agrado motiva la visita hacia la Isla de Margarita.	Negocios	Adecuación del destino para el turismo de convenciones.
Motivación	Destino apto para el entretenimiento y diversión.	Seguridad	Destino altamente seguro.
Motivación	Visita a familiares y amigos.	Calidad y Precio	Destino equilibrado en función a los productos.
Motivación	Visita a la Isla para descansar y vacacionar.	Calidad y Precio	Destino económico

<b>Motivación</b>	Visita para conocer profundamente la Isla.	<b>Calidad y Precio</b>	Buenos servicios turísticos.
<b>Motivación</b>	Práctica de deportes Náuticos.	<b>Localización</b>	Cercanía geográfica con otros destinos a nivel nacional.
<b>Motivación</b>	Demanda enfocada hacia el turismo religioso.	<b>Localización</b>	Su ubicación en el Centro del Caribe.
<b>Puerto Libre</b>	Visita a la Isla por ser un Puerto Libre.	<b>Diferenciación</b>	Destino altamente diferenciado de otros a nivel nacional.
<b>Paisajismo</b>	Posee grandes escenarios panorámicos en su borde costero.	<b>Gastronomía y Cultura</b>	Amplia oferta diferenciada en gastronomía y actividades culturales.
<b>Esparcimiento</b>	Actividades programadas (Calendario Turístico)	<b>Atención y Trato</b>	Excelente calidad humana de sus pobladores.
<b>Esparcimiento</b>	Posibilidad de participar en actividades nocturnas.		

Tabla 2. Descriptores de Impacto Negativo según los turistas que visitaron la Isla de Margarita 2011 – 2012.

<b>VARIABLES (Condicionantes Históricas)</b>	<b>DESCRIPTORES (Sugerencias)</b>	<b>VARIABLES (Condicionantes Históricas)</b>	<b>DESCRIPTORES(Sugerencias)</b>
<b>Transporte Marítimo</b>	Mejorar el servicio de entrada y salida de ferrys.	<b>Imagen del Destino</b>	Controlar la presencia de buhoneros y mendigos
<b>Limpieza</b>	Mejorar la imagen de la limpieza en playas, calles y avenidas.	<b>Seguridad</b>	Crear brigadas constantes de salvavidas en las playas
<b>Servicios Públicos</b>	Mejorar el servicio de agua y electricidad	<b>Imagen del Destino</b>	Mejorar los servicios y mantenimiento de parques y sitios nat.
<b>Seguridad</b>	Mejorar la seguridad ciudadana y turística en la Isla.	<b>Talento Humano</b>	Capacitar constantemente al personal que labora en turismo
<b>Seguridad</b>	Mejorar el control de transporte terrestre.	<b>Transporte Marítimo</b>	Aumentar la oferta en el servicio de ferrys desde y para la Isla
<b>Transporte Aéreo</b>	Mejorar el servicio de entrada y salida de vuelos aéreos.	<b>Transporte Aéreo</b>	Aumentar el número de vuelos ofertados hacia la Isla
<b>Ecología</b>	Conservación del Medio Ambiente.	<b>Servicios Públicos</b>	Mejorar y elevar la cantidad de baños públicos en la Isla
<b>Sensibilización</b>	Sensibilizar a las comunidades con la actividad turística	<b>Alimentación</b>	Mejorar la calidad en el servicio de Alimentación y Bebidas
<b>Transporte Terrestre</b>	Controlar y mejorar el servicio de transporte público terrestre	<b>Alimentación</b>	Estandarizar y controlar los sitios de comida rápida
<b>Parqueaderos</b>	Expansión de estacionamientos públicos y circulación vial	<b>Comercialización</b>	Controlar las ofertas engañosas y fraudes de promoción
<b>Esparcimiento</b>	Expandir las áreas verdes y zonas públicas para la recreación	<b>Información Turística</b>	Crear módulos de información turísticas en zonas estratégicas

<b>Accesibilidad</b>	Mejorar las formas de acceso a la isla.	<b>Turistas</b>	Controlar la capacidad de carga turística en la Isla
<b>Imagen del Destino</b>	Definir una imagen para la promoción de la marca del destino	<b>Cultura</b>	Difundir los valores representativos del destino
<b>Señalización</b>	Establecer rutas y guías viales que orienten a los turistas	<b>Servicios</b>	Certificar y garantizar el inglés como segunda lengua
<b>Comunidad</b>	Reducir los índices de pobreza observados en la Isla	<b>Promoción</b>	Desarrollar estrategias de promoción nacional e internacional
<b>Servicios Públicos</b>	Garantizar rapidez y seguridad en el servicio bancario	<b>Puerto Libre</b>	Controlar los precios del puerto libre

Una vez puntualizados los descriptores antes citados se procedió a clasificarlos en siete (7) grandes factores de análisis para determinar los principales factores que influyen directamente en la gestión turística del destino, estos factores fueron:

- F-1.- Servicio de Alojamiento.
- F-2.- Servicios de Restaurantes.
- F-3.- Aspectos Naturales.
- F-4.- Actividades Recreativas.
- F-5.- Entorno Urbano.
- F-6.- Servicios Públicos.
- F-7.- Percepción de la Calidad.

Luego de puntualizar los factores de análisis se procedió a especificar las variables de mayor impacto, esta fase consistió en la identificación de variables clave, es decir, esenciales para la evaluación de los indicadores, en primer lugar mediante una clasificación directa (motricidad/influencia y de dependencia para cada una de las variables), y posteriormente por una clasificación indirecta (llamada MIC –

MAC para matrices de impactos cruzados Multiplicación Aplicada para una Clasificación). Esta clasificación indirecta se obtuvo después de la elevación en potencia de la matriz.

La comparación de la jerarquización de las variables en las diferentes clasificación (directa, indirecta) es un proceso rico en enseñanzas. Ello permite confirmar la importancia de ciertas variables, pero de igual manera permite develar ciertas acciones indirectas sobre las mismas, jugando así un papel principal (y que la clasificación directa no ponía de manifiesto). Una vez hecho este proceso se resumieron veintidós (22) variables críticas a saber:

- V1: Alojamiento Turístico.
- V2: Restaurantes.
- V3: Servicios de Transporte Marítimo Ferrys.
- V4: Servicios de Transporte Público Terrestre.
- V5: Recreación.



- V6: Servicios de Taxis.
- V7: Calidad de la Seguridad Ciudadana.
- V8: Calidad del Entorno Urbano.
- V9: Servicio de Alquiler de vehículos.
- V10: Calidad de las Playas.
- V11: Retorno de los Turistas a la Isla.
- V12: Servicio de Red eléctrica en Calles y Avenidas.
- V13: Recomendación del destino turístico.
- V14: Vías de acceso y señalización.
- V15: Capacidad de estacionamientos públicos.
- V16: Atención y Trato al turista.
- V17: Relación Calidad /Precio.
- V18: Asistencia Sanitaria.
- V19: Percepción de Limpieza de la Isla.
- V20: Módulos de Información Turística.
- V21: Calidad de los Parques Naturales.
- V22: Calidad del Paisaje.

Posterior a la definición de las variables claves para la gestión turística de destinos inteligentes se presentan como resultados la evolución del sistema de indicadores evaluados durante los dos años de la investigación tomando para su comparación como año el 2010 y el estudio de sus respectivos indicadores, cabe destacar que para este eje de la investigación se empleó el programa de análisis estadístico SPSS tanto para obtener la

evolución de las medias anuales y las correlaciones múltiples existentes entre las variables.

Considerando el año base (2010) se puede evidenciar que la media obtenida para la gestión turística inteligente de la Isla de Margarita se simbolizó por un puntaje 4,09 de un máximo de 5 puntos lo que refleja un nivel muy satisfactorio para la gestión de esta zona como destino turístico inteligente; las principales variables que las caracterizan son: la buena valoración de los turistas en las áreas de; calidad del destino, calidad de las playas, el cumplimiento de las expectativas de los turistas, el paisaje, la comparación con otros destinos turísticos nacionales de sol y playa, el grado de autenticidad, la seguridad brindada a los turistas mientras su estadía, la atención y trato percibido, y la calidad en función al precio también fue valorada como positiva, sin embargo el área de servicios básicos como servicios sanitarios, alumbrado, servicios de transporte como taxis y autobuses, vías de acceso y señalización, alojamiento y restauración, ferrys se consideró negativo, pero lo que es más representativo en cuanto a su impacto negativo, es el que los turistas consideraron que su nivel de satisfacción e información mediante nuevas tecnologías no fue superado lo que representa una meta para próxi-

mos años en las variables que se vieron afectadas negativamente.

Para el año 2011, prosigue la caída vertiginosa de la media anual para cada una de las variables estudiadas ubicada en 3,79 puntos, siendo el grado de satisfacción uno de los indicadores que se suma a las deficiencias de la gestión turística de la Isla de Margarita, lo que permite concretar que todos los índices relacionados con la satisfacción turística también se ven afectados, tales como las expectativas del destino, la competitividad y la calidad tanto de la experiencia turística así como del destino; sin embargo los índices de satisfacción en relación al servicio de alojamiento, recreación, alimentación, vías de acceso y señalización reflejan un incremento positivo, mas no el esperado en relación al año anterior. Esto debe servir de alerta a los entes encargados de la gestión turística de la Isla y del Estado venezolano, porque el turismo es una de las grandes fuentes generadoras de beneficios económicos para el país y este seguimiento longitudinal devela los grandes nudos críticos en función a la realidad turística y el escaso monitoreo y control de las variables que integran el sistema turístico en la Isla de Margarita.

Considerando los datos para el cierre de la investigación en el año

2012, se tiene que la media anual de la gestión turística en la Isla de Margarita según la opinión de los turistas presenta una baja de 3,72 puntos; siendo este el registro más bajo de todos los años estudiados, confirmando que el grado de satisfacción también se vio afectado en todo el devenir de las fallas experimentadas y las expectativas no alcanzadas por los turistas.

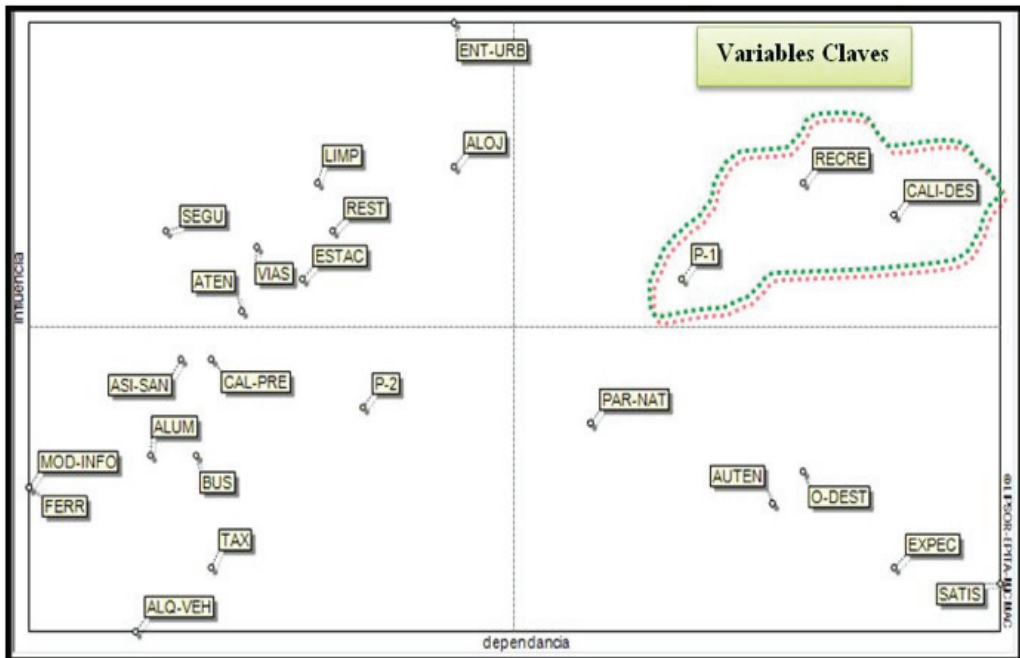
Es valioso contrastar todos los datos arrojados en este estudio, referente a los indicadores de gestión en donde se alcanzó un nivel satisfactorio para las variables estudiadas; sin embargo cuando se profundiza en cada una de ellas se observa que el nivel obtenido es aceptable más no el máximo o el más apto para un destino turístico como lo es la Isla de Margarita que está consolidado en cuanto a su desarrollo y variedad de servicios y productos ofertados.

Es por ello que variables naturales como el paisaje (pérdida del borde costero y panorámicas no protegidas), estado físico de las playas y de los parques naturales se caracterizan por seguir siendo valoradas como negativas y si se compara con el primer año de estudio para esta investigación (2010) el grado de aceptación fue considerado como satisfactorio.

En este mismo orden de ideas las variables de percepción como la competitividad con otros destinos de sol y playa de Venezuela a pesar de mantenerse como un indicador muy positivo en contraste con la valoración de los primeros años presenta un margen negativo, igualmente ocurre con el incumplimiento de las expectativas de los visitantes, autenticidad y calidad del destino.

Finalmente en esta investigación se desarrolló el análisis prospectivo de las variables que condicionan la innovación (Figura 1) y gestión del

destinos turístico Isla de Margarita; en este nivel se estudiaron todas las variables con mayor nivel de influencia directa, para ello se debió estabilizar la MID (matriz de influencia directa); esto quiere decir que la matriz convergió hacia una estabilidad al final de un cierto número de interacciones (generalmente 4 o 5 para una matriz de 30 variables), es interesante destacar que a lo largo del estudio se realizó un seguimiento de la evolución de esta estabilidad, al contrastar el resto de multiplicaciones sucesivas.



**Figura 1.** Diagrama evaluativo de las variables claves para la gestión turística inteligente de la Isla de Margarita 2012.

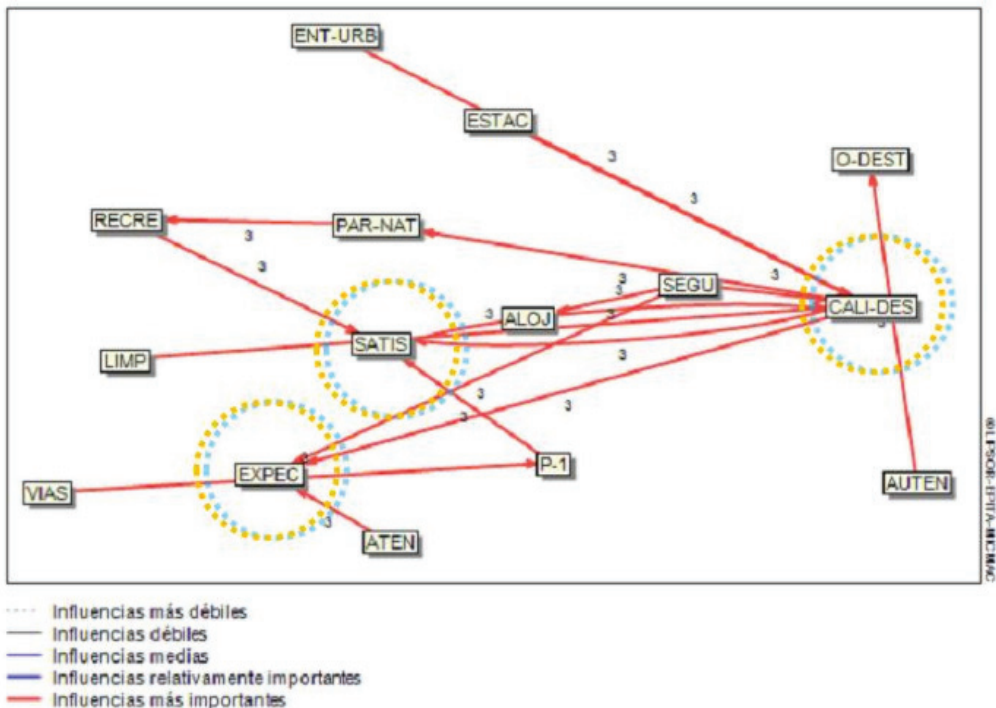
Fuente: Elaboración Propia

Los resultados que se presenta seguidamente (Figura 2) es producto de la consulta a expertos en la Isla de Margarita una vez que fue validado el número de variables mediante pruebas pilotos. Los criterios para valorar numéricamente y la escala empleada es la que se explica a continuación; cuando una variable de la columna fue cruzada con cada una de las variables de todas las filas. Las influencias se puntúan de 0 a 3, con la posibilidad de señalar las influencias potenciales:

0: Sin influencia.  
 1: Débil.  
 2: Media.  
 3: Fuerte.

3: Fuerte.  
 P: Potencial.

El análisis que se ha venido presentando ahora mucho más puntual, se tiene que en el sistema estudiado de forma longitudinal las variables que obtuvieron una dependencia directa son: la satisfacción turística, la calidad del destino, las expectativas, la recreación, el nivel de competitividad que posee la Isla de Margarita en relación a otros destinos de sol y playa en Venezuela, de igual manera se encuentra la autenticidad, la calidad de las playas y los parques naturales.



**Figura 2.** Variables de influencia directa en la gestión turística inteligente en la Isla de Margarita 2012.

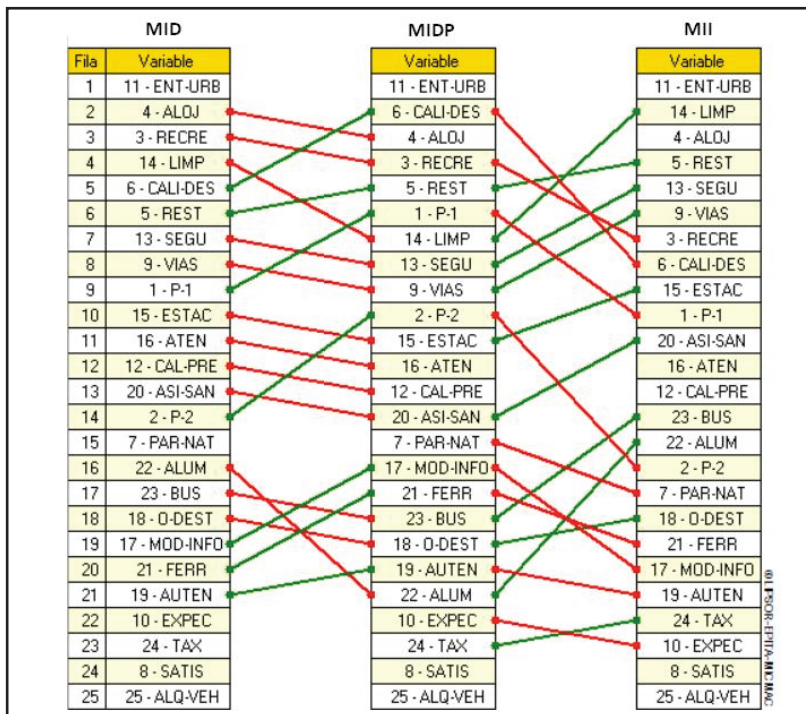
Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte en la figura 3 se concreta las variables que tiene un nivel de influencia muy alto en la satisfacción del turista, quedando reflejado los elementos de contacto directo con el viaje como lo son la recreación, espacios naturales y urbanos y los servicios brindados; al igual que elementos intrínsecos como las expectativas del destino.

Igualmente se muestra las variables más motrices y más dependientes del sistema, también conocidas como nudos críticos o variables claves; estas son la recreación, la calidad global del destino y las playas; de allí se

desprende que con prontitud debe trabajarse en la Isla de Margarita estos tres elementos para que exista una buena gestión turística y los turistas se sientan satisfechos y así contar con una demanda fidelizada y no tan solamente depender de la estacionalidad de la misma.

En este mismo orden de las playas representan el principal elemento que mueve a los turistas trasladarse a la Isla y la recreación tiene que ver con cada una de las actividades y motivaciones que también sustentan el turismo en este destino.



**Figura 3.** Fluctuación de las variables de influencia directa (MID), potenciales (MIDP) e indirectas (MII), período 2010 – 2012, con prospección 2017.

Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte, se logró extraer como resultado indicadores de gestión negativos tales como el entorno urbano el cual presentó una variación de 1,04 puntos desde el inicio de la medición hasta el final de la misma, otro de los indicadores de bajo rendimiento ha sido la seguridad ciudadana la cual inició en 4,39 puntos y en el año 2012 cerró en 2,74 puntos; este elemento representa un gran reto para los gestores del turismo en la Isla ya que un destino inseguro difícilmente podrá mantenerse en competitividad de calidad turística nacional e internacional, de igual manera el nivel de fidelización se vería perjudicado y la recomendación del mismo sería nula.

Otro de los principales nudos críticos que se observaron fue la falta de información turística mediante módulos de información y elementos de las nuevas tecnologías, verificándose que su variación ha sido de 3,48 a 2,64 puntos lo que representa un alto nivel de desinformación acertada orientada a los turistas que visitan la Isla de Margarita.

Igualmente las expectativas de los turistas también se vieron muy afectadas, dado que en principio la ponderación fue de 4,66 sin embargo ha ido disminuyendo hasta llegar a 3,98 puntos. En oposición a los datos planteados recientemente se encuentra

la variable calidad del destino, la cual presentó un equilibrio considerado de 4,96 y 4,35 puntos, seguido a esto se mantiene el indicador más elevado positivamente en este estudio el cual está representado por el grado de comparación con otros destinos nacionales de sol y playa, en el mismo se obtuvo 4,96 puntos de esto se desprende que para los turistas que han visitado otros destinos de playa en Venezuela, la Isla de Margarita sigue siendo el sitio de preferencia por excelencia esto sin dejar a un lado todo el análisis de fuerzas interna que se ha venido realizando.

Un dato que puede parecer un poco contradictorio al análisis expresado anteriormente, es el hecho que la variable autenticidad disminuyó 0,81 puntos, la calidad en función al precio también presentó de 4,02 a 3,66, sin embargo el nivel de satisfacción global durante dos (2) años se mantuvo en 4 puntos aunque también se observaron ciertos picos negativos.

### **Literatura Citada**

Cabello, C y otros; "Características organizativas de las empresas innovadoras: estudio de caso preliminar en 4 empresas andaluzas" en Madrid Revista. LA I+D+i en el sector turismo. Número 12, agosto-septiembre de 2002. Disponible en: <http://www.madrimasd.org/revista/>

Aunado a lo antes planteado se encuentra la calidad global del destino, esto involucra a los diversos productos, servicios, precio, calidad de vida de la comunidad y a su vez todos los indicadores de sostenibilidad que pueden caracterizar al turismo en este destino.

Por otra parte en el IV cuadrante se observan las variables poco motrices y muy dependientes: estas variables están muy influidas por las demás que conforman el sistema, y además ejercen poca influencia en las otras variables; ellas son los parques naturales, la autenticidad, expectativas del cliente, comparación con otros destinos nacionales. Este gráfico es de suma importancia porque permite corroborar a la variable satisfacción turística como uno de los resultados que mueve la gestión turística de un área y a su vez permite valorar las expectativas de los turistas y la autenticidad del destino como productos del sistema turístico en general.

Las variables que a futuro se pueden ver afectadas si la problemática persiste son: los paisajes, las playas y la calidad del destino turístico en general, otras de las repercusiones de manera indirecta que arroja el sistema es toda la red de servicios de apoyo al turismo (alumbrado, servicio de transporte, la limpieza entre otros) y se verá

afectado el grado de autenticidad del destino, las expectativas de los turistas, la recreación y la calidad del destino (Figura 3).

Se interpreta que la variable más afectada directamente es la satisfacción turística tanto de forma directa como indirecta, y bien es sabido que si se incrementan los índices de insatisfacción turística, toda la actividad económica de la Isla se verá gravemente afectada. Es importante reseñar que además de la variable satisfacción otras variables se mantienen siendo altamente dependiente como lo son: la calidad, la expectativa, la recreación, competitividad del destino y la autenticidad.

## Conclusiones

Los resultados de esta investigación reflejan que la sumatoria de las medias anuales se puede evidenciar que existen indicadores que durante la investigación se mantuvieron estables; entre ellos está la necesidad de recreación que tienen los turistas por lo tanto existen un flujo continuo de visitantes nacionales a la Isla a pesar de todas las debilidades que fueron detectadas. En este mismo orden de ideas están los atractivos naturales como el sol y la playa, el paisaje, los parques naturales y la atmósfera que caracterizan a este destino.

- revista12/default.asp.
- Colin, H. 2011. A theory of Smart cities. Disponible en: <http://journals.issn.org/index.php/proceedings55th/article/view/1703>
- De Salas, I. 2010. La publicidad en las redes sociales: de lo invasivo al o consentido, Obtenido en: <http://www.icono14.net/Num>.
- Garrido, P. (2010). Agencias de viaje online: Situación y perspectivas en el comercio electrónico español. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <http://eprints.ucm.es/11204/>
- Red.es 2011. Estudio sobre comercio electrónico B2C2010. Disponible en: [www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudiosinformes/estudio-b2c-2011](http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudiosinformes/estudio-b2c-2011)
- Ribes, X. La web 2.0 El valor de los metadatos y la inteligencia colectiva. Revista Telos, 73. Disponible en: [http://www.campusred.net/TEOS/articulo\\_persectiva](http://www.campusred.net/TEOS/articulo_persectiva). Aspid articulo = 2&rev= 73
- Sampieri, R. 1998. Metodología de la Investigación. McGraw - hill Interamericana Editores, S.A. Segunda Edición. México.
- Schumpeter, J. 1954. History of economic analysis. Allen and Unwin, London.
- Segittur, 2013. Turismo e innovación, <http://www.segittur.es>
- Serna, H. 2001. Índices de Gestión. 3R Editores, Bogotá Colombia.
- Smits, R., L. J. y D.H, P. 1995. "Technology assessment and technology policy in Europe: New concepts, new goals, new infrastructures", en Policy Sciences, vol. 28, pp 271- 299.
- Varisco, C. 2005: El análisis económico desde la perspectiva del cluster turístico. En VII Jornadas Nacionales y I Simposio Internacional de Investigación –Acción en Turismo Bahía Blanca.