

Presupuestos sobre destino turístico inteligente desde de los comentarios de los turistas en ciudad patrimonio cultural de la humanidad: el caso de São Luís do Maranhão (Brasil)

Saulo Ribeiro dos Santos¹

Universidade Federal do Maranhão / saulosantosma@uol.com.br

Jaqueline do Nascimento Fernandes²

Universidade Federal do Maranhão / jaquefernands@gmail.com

Renata do Socorro Gomes Oliveira Passos³

Universidade Federal do Maranhão / renata13passos@gmail.com

Célia Renata Gomes Borralho de Farias⁴

Universidade Federal do Maranhão / crenata@hotmail.com

Sabrina Lopes Pae⁵

Universidade Federal do Maranhão / sabrinapae@hotmail.com

Marcelo de Jesus Nunes Filho⁶

Universidade Federal do Maranhão / parceiro7@gmail.com

João Marcos Rabelo da Silva⁷

Universidade Federal do Maranhão / silva.joaomarcx@gmail.com

Mariana Antônio dos Santos⁸

Universidade Federal do Maranhão / antoniomariana23@gmail.com

Resumen

Se pretende en este estudio analizar los comentarios cuatro investigaciones de demanda turística realizadas por el Observatorio del Turismo de Maranhão en 2017 en la ciudad de São Luís (Maranhão, Brasil) bajo los presupuestos del concepto de destino turístico inteligente. El diseño metodológico se caracteriza como una investigación bibliográfica y documental, exploratoria y descriptiva. Se analizaron más de 200 comentarios entre los meses de enero a diciembre de 2017. El análisis de los datos es cualitativo y fueron insertados en un archivo separado en Excel, que utilizó el software QDA Miner para identificar la cantidad que aparecía cada una de las diez palabras claves seleccionadas basadas en el Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes y en el Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes. Además, se hizo uso de software libre Word It Out para crear un mosaico de todas las palabras basado en los comentarios. Los turistas señalan varios aspectos

1 Doctor em Gestão Urbana y Geografia, Cordinador del curso de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Cordinador del Observatorio del Turismo de Maranhão y Líder del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

2 Estudiante de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Investigadora del Observatorio del Turismo de Maranhão y Miembro del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

3 Estudiante de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Investigadora del Observatorio del Turismo de Maranhão y Miembro del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

4 Estudiante de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Investigadora del Observatorio del Turismo de Maranhão y Miembro del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

5 Estudiante de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Investigadora del Observatorio del Turismo de Maranhão y Miembro del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

6 Estudiante de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Investigador del Observatorio del Turismo de Maranhão y Miembro del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

7 Estudiante de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Investigador del Observatorio del Turismo de Maranhão y Miembro del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

8 Estudiante de Turismo en la Universidade Federal do Maranhão (Brasil), Investigadora del Observatorio del Turismo de Maranhão y Miembro del Grupo de Investigación en Turismo, Ciudades y Patrimonio.

relacionados con la infraestructura del destino y los servicios prestados por la mano de obra local que están directamente conectados a los pilares de un destino turístico inteligente.

Palabras claves: Destino turístico inteligente, Observatorio del turismo de Maranhão, Patrimonio cultural de la humanidad, São Luís.

Introducción

El avance tecnológico se constituye como un factor de importancia que ha promovido el cambio del comportamiento del consumidor, adaptando las empresas y los destinos turísticos a los deseos de los turistas, "los cuales difícilmente pueden seguir el ritmo de la evolución tecnológica" (Ivars Baidal & Monzonís & Sánchez, 2016:329). De esta forma, es necesario que ocurra una reorganización y / o ruptura a los modelos tradicionales de gestión, dirigiéndose hacia una eficiencia organizacional con enfoque en destinos inteligentes (Jovicic, 2017), concepto que refleja el carácter emergente "de las ciudades como centros de conocimiento, gestión de la información, tecnología e innovación, de modo que éstas pasan a identificarse con un nuevo entorno de innovación, gracias a la confluencia entre innovación y TIC, motivada fundamentalmente por el desarrollo de Internet" (Ivars Baidal & Monzonís & Sánchez, 2016:329).

Para Gretzel et al. (2015) inteligente es la nueva jerga en el turismo que describe e integra conceptos sobre tecnología, economía y desarrollo social, alimentados por las tecnologías de la comunicación y información, que promueve la conectividad e intercambio de información.

Uno de los desafíos de los destinos turísticos inteligentes es promover la calidad de la experiencia turística (Buhalis & Leung, 2018; Kim et al., 2017), o sea la forma de consumo con el turismo (Jensen, 1999). Esta perspectiva de que las personas buscan cada vez más la satisfacción de los servicios prestados y de las emociones vividas en el viaje (producto y servicio), vienen creando nuevas formas de comprender el perfil del consumidor (Liburd & Nielsen & Heape, 2017; Pine II & Gilmore, 1999) que pueden ser tanto positivas como negativas.

La ciudad de São Luís, capital del estado de Maranhão es reconocida por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad, y desde el final de 2016 la Universidad Federal de Maranhão, a través del grupo de investigación "Turismo, Ciudad y Patrimonio", crearon el Observatorio del Turismo de Maranhão para monitorear datos de la actividad turística en todo el estado, incluyendo la capital São Luís.

De esta forma, se utiliza de los datos disponibles del Observatorio del Turismo de Maranhão para analizar los comentarios referentes a las investigaciones de demanda turística realizadas a lo largo del año 2017 en la capital del estado, bajo el sesgo del concepto de destino turístico inteligente, para comprender si los gestores públicos y privados de São Luís desde la óptica de los turistas están desarrollando políticas públicas y estrategias dirigidas a un pensamiento inteligente.

Así, se objetiva en el presente estudio analizar los comentarios de las cuatro investigaciones de la demanda turística realizados por el Observatorio del Turismo de Maranhão en 2017 en la ciudad de São Luís (Maranhão, Brasil) bajo los presupuestos del concepto de destino turístico inteligente.

El artículo está dividido en cuatro temas, siendo el primero la introducción con una breve justificación, seguido de la metodología, los resultados y finalmente las consideraciones finales.

2 Metodología

La estructura metodológica de este artículo se clasifica como estudio de caso (Yin, 2010). El estudio de caso (Yin, 2010) es utilizado en las ciencias sociales aplicadas, incluso en el turismo, pues, agrupa informaciones sobre un hecho, fenómeno y evento, localizado en un contexto específico, con el objetivo de responder y aclarar aspectos pertinentes y también proponer acciones futuras (Löbler & Lehnhart & Avelino, 2014; Roesch, 2005).

Un estudio de caso puede ser caracterizado como un estudio de una entidad bien definida como un programa, una institución, un sistema educativo, una persona, o una unidad social. Se pretende conocer en profundidad el cómo y el porqué de una determinada situación que se supone que es única en muchos aspectos, buscando descubrir lo que hay en ella de más esencial y característico (Gil, 2008: 54).

En cuanto a los fines, se clasifica como exploratoria (Gil, 2008), pues, proporciona mayor familiaridad con el objeto de estudio y perfeccionamiento de las ideas, e involucra el levantamiento de datos bibliográficos, así como otros documentos, en los cuales los conocimientos producidos visan ampliar estrategias que permitan aplicar un modelo de evaluación para los destinos turísticos inteligentes. Vergara (2004: 47) explica que “[...] es realizada en un área en la que hay poco conocimiento acumulado y sistematizado” y como descriptiva, pues, para Malhotra (2006) es aquella que busca describir un determinado grupo de personas (población específica), sus comportamientos, y percepciones.

Para identificar si los comentarios de los turistas en cuanto a las terminologías referentes al destino turístico inteligente, se utilizaron como base documentos oficiales los cuales fueron: Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes y en el Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes (Segittur, 2015; Invat.tur, 2015). Basado en los dos documentos arriba citados se identificaron diez palabras claves, a saber: accesibilidad, comunicación, experiencia, información, infraestructura, internet, movilidad, seguridad, señalización y tecnología.

Estas palabras claves están principalmente relacionadas al turismo en ciudades, es decir, el turismo urbano que en el caso estudiado se trata de la capital del estado de Maranhão. Los comentarios recogidos y analizados se refieren a las encuestas de demanda turística realizadas por el Observatorio del Turismo de Maranhão en 2017 en la ciudad de São Luís donde se obtuvo un total de 214 comentarios sobre la ciudad de São Luís.

Para la construcción de la nube de palabras se adoptó el software Word It Out que es libre y está disponible en Internet. Los comentarios fueron agrupados y se retiró todas las preposiciones de los comentarios para obtener una representación más nítida de las palabras más citadas en los comentarios. Después de este levantamiento se copió todos los comentarios colocándolos en el software para la creación de la nube de palabras.

Además, se utilizó otro software que fue el QDA Miner que es una herramienta que separa las palabras claves definidas, así como es posible a la división por positivo y negativo. Y para analizar desde la perspectiva de los comentarios positivos y negativos se adoptó el uso de la técnica de investigación cualitativa en que fue posible analizar la representación social de los turistas en la investigación de demanda turística (Moscovici, 2003). Se utilizó la análisis cualitativa que para Goldenberg (1997:34) complementa afirmando que:

La investigación cualitativa no se preocupa por la representatividad numérica, sino con la profundización de la comprensión de un grupo social, de una organización, etc. Los investigadores que adoptan el enfoque cualitativo se oponen al presupuesto que defiende un modelo único de investigación para todas las ciencias, ya que las ciencias sociales tienen su especificidad, lo que presupone una metodología propia. Así, los investigadores cualitativos rechazan el modelo positivista aplicado al estudio de la vida social, ya que el investigador no puede hacer juicios ni permitir que sus prejuicios y creencias contaminen la investigación.

La investigación cualitativa “implica la obtención de datos descriptivos sobre personas, lugares y procesos interactivos por el contacto directo del investigador con la situación estudiada, buscando comprender los fenómenos según la perspectiva de los sujetos”, o sea, de los participantes de la situación en estudio (Godoy, 1995:58).

3 Resultados y análisis

Comprender la percepción del turista es fundamental es una de las principales características de un destino turístico inteligente. Pues, para que el destino sea cada vez más competitivo y promueve experiencias positivas es necesario que éste posea equipos y productos estructurados para atender a las exigencias de los visitantes.

Pues, como ratifica a Salessi (2017:215):

Pensar los destinos turísticos inteligentes como espacios comunes, interconectados, de convivencia, respeto y enriquecimiento mutuo entre turistas y residentes, requiere, sin dudas, de un cambio de paradigma. El desafío es hacia la co-gestión entre la pluralidad de actores que conforman/integran el sector turístico y la toma de decisiones consensuada y legitimada por los mismos, en un escenario en el cual la tecnología, la innovación, la sostenibilidad y la accesibilidad generen nuevas experiencias y modelos inclusivos para repensar el turismo.

De esta forma, analizar y comprender la visión de los mismos desde el punto de vista del destino turístico inteligente trae a la luz identificar cuánto los gestores de la ciudad de São Luís están invirtiendo en infraestructura y formación de nuevos productos para atender la creciente demanda y competencia.

Al mezclar la idea de una ciudad inteligente con la de un destino turístico (Wayne, 2016) que se beneficia de tal ventaja, se puede equivocar con ciertas definiciones. Así como, el autor Muñoz (2015:15) advierte que existen diferencias entre una *smart city* y *smart destination*:

El destino inteligente es impulsado por el sector del turismo, tanto público como privado; el público destinatario es el turista, y no el ciudadano; la oferta consiste en experiencias de turismo que se viven en un destino; los destinos turísticos inteligentes están vinculados al aumento de la competitividad de la industria ya la experiencia turística para mejorar; la interacción va mucho más allá del tiempo que pasa en la ciudad.

En esta concepción, López de Ávila (2015:s/p) define destino turístico inteligente como:

Un destino turístico innovador, construido sobre una infraestructura de tecnología punta que garantiza el desarrollo sostenible de las áreas turísticas, accesible a todos, facilitando la interacción y la integración del visitante en el entorno, aumentando la calidad de la experiencia en el destino, y mejora de la calidad de vida de los habitantes.

Además,

El turismo inteligente involucra múltiples componentes y capas de inteligencia que son soportadas por las TIC. Por otro lado, se refiere a los Smarts Destinations como ciudades inteligentes: pues, aplican principios de ciudades inteligentes a áreas urbanas o rurales, y no sólo consideran la opinión residentes, sino también turistas para el apoyo en cuanto a movilidad, disponibilidad de recursos y asignación, sostenibilidad y calidad de vida de los habitantes y visitantes (Gretzel et al., 2015, p. 180).

Agregó, Ávila Muñoz y García Sánchez (2013:61) aclaran que DTI está relacionado con “conceptos de sostenibilidad, accesibilidad, conocimiento e innovación tecnológica con los destinos turísticos”.

El desafío del sector turístico es integrar los avances de las TIC en un destino para equiparlo con inteligencia y proporcionar algunos sistemas de movilidad para el visitante lo que promoverá la generación de experiencias auténticas. Las TIC son el elemento clave que se ha convertido en el motor del destino turístico, cuando se manifiesta la necesidad de proyectar nuevos modelos de destinos turísticos y también de reinventar algunos destinos maduros (Segittur, 2015: 39).

Tanto en la inteligencia de una ciudad como en un *smart destination*, la sostenibilidad debe dirigirse a un modelo de gestión integral (Gretzel et al., 2015, Invat.tur, 2015, Valls, 2006) para contribuir a la reducción del gasto público, los recursos naturales, la gestión de la infraestructura, la mejora de la eficiencia y la calidad de los servicios públicos, la movilidad urbana, el apoyo a la toma de decisiones, el fomento de la innovación y la información en tiempo real, favoreciendo la transparencia de la gestión, la concienciación de la sociedad, entre otros (Invat.tur, 2015).

De esta manera, se hace necesario cada vez más recoger datos sobre los destinos turísticos para que se pueda administrar con calidad, eficiencia y eficacia los recursos existentes y desarrollar modelos y / o aplicar modelos de gestión inteligente en un destino. Como forma de mejor elucidar los datos, se trae a la luz las nubes de palabras que son imágenes presentadas como ilustración de una lectura superficial, en el cual el tamaño de cada palabra indica su frecuencia admitida como proxy de la relevancia de acuerdo con la temática en la totalidad de los comentarios recogidos en 2017.

En la figura 1, se presentan las palabras claves principales, las cuales se filtraron numerales, preposiciones, artículos, pronombres, entre otros elementos gramaticales de limitado valor simbólico al análisis del contenido. A partir de entonces, se hacen los análisis a partir de la lectura de las palabras de mayor destaque en los respectivos contextos de las entradas originales.



Figura 1: Palabras que más aparecen en las encuestas de demanda turística de São Luís en 2017
Fuente: Observatório do Turismo do Maranhão (2017)

Entre las palabras que más aparecieron en las nubes de palabras se destacan: CASCO HISTÓRICO, SEGURIDAD, SERVICIO, LIMPIEZA, UBER, TAXI, SANEAMIENTO, SEÑALIZACIÓN, INTERNET.

Mediante el acervo arquitectónico y paisajístico de São Luís ser reconocido por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad los visitantes mencionan varias veces el caso histórico de la ciudad. Inteligente es también mantener el patrimonio histórico preservado y conservado, para que todas las personas puedan conocer y reconocer este territorio como un local de la memoria y identidad de la ciudad.

Por lo tanto las *smart heritage destination* son las ciudades históricas que tiene algunas peculiaridades y características de patrimonio que comprende la identidad y memoria urbana que son la oferta turística del destino, y cabe a actividad turística la preservación, ordenación del flujo turístico, o sea, controle de la demanda para que el impacto sea el mínimo y también que utilice la tecnología como una forma de protección y manejo de la zona protegida, además para mejorar la comunicación, información, interpretación del patrimonio y organización de la infraestructura y servicios urbanos y turísticos de forma inteligente (Calle Lamelas, García Hernández y García Muiña, 2017).

Un destino turístico inteligente debe tener como prerrogativa la cuestión de la seguridad, pues éste representa uno de los factores de elección de un destino por la demanda turística. La seguridad es una prerrogativa de los turistas para la escoja de un destino turístico, además, por ejemplo, en Brasil un de los principales ítems destacados por los turistas que visitan el país es la seguridad, pues, los turistas quieren visitar y conocer ciudades o destinos que sean seguros para que pueden conocer todos los atractivos con cualidad y confort.

El aspecto servicio destacado en los comentarios también se hace presente en el ámbito de la calidad de la prestación del servicio prestado, principalmente en el ámbito del sector privado, como es el caso de los comentarios de esta investigación. El servicio es la palabra clave en turismo, pues la principal actividad del turismo es el servicio, y este tiene que tener mucha calidad, innovación para que el destino sea reconocido por su excelencia frente los concurrentes.

A continuación, quedan evidentes las palabras limpieza, saneamiento y señalización que están relacionadas con los aspectos de la política urbana que interfieren directamente en la actividad turística. Un destino turístico inteligente tiene que tener una infraestructura de alto nivel para atender las exigencias de la demanda turística, o sea, es un destino en que todos los sectores tienen que tener una infraestructura adecuada para atender las necesidades de los visitantes y también de los residentes (Boes & Buhalis & Inversini, 2016; Khomsi & Bérdad Verdad, 2016).

Continuando, se tiene el transporte privado (taxi y uber) que presentaron fuerte evidencia en los comentarios de las encuestas del Observatorio. Y por último, Internet, que se trata de uno de los pilares de las tecnologías de información y comunicación que están presentes en los conceptos y definiciones sobre destino turístico inteligente.

Comparando las palabras más citadas con las definidas de acuerdo con los documentos oficiales, se tiene que sólo internet, seguridad, señalización, taxi y uber poseen correlación. La internet ha sido uno de los pilares de un destino turístico inteligente según destaca Komninos (2002 apud Invat.tur, 2015:7):

El concepto de territorio/ciudad inteligente refleja el carácter emergente de las ciudades como centros de conocimiento, gestión de la información, tecnología e innovación, de modo que pasa a identificar se con un nuevo entorno de innovación, junto a los distritos industriales o las regiones que aprenden (Learning regions), debido a la confluencia entre innovación y TICs, gracias fundamentalmente al desarrollo de internet.

Es decir, a través de internet es posible promover un desarrollo turístico aliado a los pilares de las tecnologías de información y comunicación, dirigiendo estrategias que vengán a atender y facilitar el proceso de viaje del visitante en el destino visitado.

En el aspecto de la seguridad éste también es recordado en los comentarios de los turistas y de acuerdo con Buhalis et al. (2005) el destino turístico inteligente debe ser diseñado con una seguridad eficaz que permita el fácil desplazamiento de las personas, así como promover la calidad de vida de los residentes.

Pues, como dice Invat.tur (2015:21) “desde el punto de vista de la calidad de vida, las dimensiones tradicionales (cultura, seguridad, cohesión social, diversidad e identidad, entre otras) se ven complementadas por aplicaciones tecnológicas como la relativas a la e-salud”.

La señalización está aliada en el destino turístico inteligente al concepto de accesibilidad, en el que el destino debe trabajar para que la accesibilidad sea desarrollada desde una perspectiva integral, que impulse la creación de entornos accesibles, tanto en el aspecto físico y virtual. O sea,

La accesibilidad física es la propia del entorno urbano (existencia de plazas de aparcamiento para minusválidos, correcta señalización mobiliario adaptado, aceras anchas, plazas y jardines accesibles, etc.), de los museos y centros de interpretación (accesibilidad exterior e interior, señalización, etc.), de las playas, de la oferta de alojamiento y restauración (habitaciones 100% accesibles, correcta señalización y promoción, menús adaptados, etc.), de la oferta de servicios y complementaria (señalización, información accesible, accesibilidad exterior e interior, etc.), de las actividades turísticas (accesibilidad de centros culturales, accesibilidad de la información, etc.), de los servicios de información turística (oficinas de turismo accesibles, con material promocional off-line accesible, vitrinas y expositores adaptados, etc.) y de los medios de transporte (información accesible, plazas adaptadas para discapacitados, recorridos accesibles, etc.).

El transporte privado está correlacionado con el aspecto de la movilidad urbana, que también es una prerrogativa en un destino turístico inteligente, según destacan Giffger et al. (2007): Economía, Sociedad, Gobernanza, Movilidad, Medio Ambiente y Calidad de Vida.

Se analiza que las palabras más citadas en los comentarios poseen relación directa con los conceptos de destino turístico inteligente, principalmente en lo que se refiere a la infraestructura que es uno de los requisitos básicos. Por lo tanto, la infraestructura urbana es un aspecto relevante y fundamental a ser ejecutado por las esferas públicas (en los tres niveles), pues como destaca el Invat.tur (2015: 07):

- La utilización de una red de infraestructuras para mejorar la eficiencia económica y política y permitir el desarrollo social, cultural y urbano. La conectividad, por tanto, es una clave del modelo de desarrollo y fuente de crecimiento.

- Un énfasis en el desarrollo basado en la iniciativa empresarial y en la economía como fuerza motriz del desarrollo urbano.
- Un tipo de desarrollo integrador y socialmente inclusivo.
- Un papel crucial para las industrias de alta tecnología y creativas, así como para el capital social y relacional y la capacidad de absorción de la innovación.
- Un desarrollo sostenible en todas sus dimensiones (ambiental, económica y sociocultural).

Para evaluar los diferentes elementos de interés como la importancia de los comentarios que el turista escribió, si son positivos o negativos, se utilizó como base los estudios de Lee y Koo (2012), Filieri (2015) y GoPaul (2014), así como el software QDA Miner para minar los comentarios. Así, se identificó que prácticamente el 90% de los comentarios son dirigidos al aspecto negativo, conforme se destaca a continuación:

Mejorar la seguridad
 Mejorar la limpieza
 Revitalización del Casco Histórico
 Mejorar la infraestructura y el saneamiento de la ciudad
 Mejorar limpieza del Casco Histórico
 Contaminación de las playas
 Sin placas y identificación en las calles
 Casco Histórico abandonado
 Falta de accesibilidad
 Falta de limpieza pública
 Poca señalización
 Servicio taxi caro
 Taxistas mal educados
 Pésimo servicio taxi
 Restaurantes caros
 Falta de pavimentación de las vías públicas
 Mejora de la iluminación
 Mal servicio en el servicio público
 Tarifas de taxi caro
 Mejorar la seguridad en el Casco histórico
 Mejorar la limpieza de la ciudad
 Mejorar en la infraestructura de la terminal de carreteras;
 Mejorar en la infraestructura del aeropuerto
 Mejorar la limpieza de la ciudad
 Mejorar la señalización
 Mejorar de la seguridad
 Precios altos
 Mejorar infraestructura del Casco Histórico
 Altas tarifas de taxi

Analizando los comentarios anteriores, se identifica que en su mayoría están relacionados a tres aspectos:

1. Infraestructura de la ciudad de São Luís;
2. Servicios prestados por restaurantes y empresas de transporte privado;
3. Conservación del casco histórico de São Luís.

Se percibe que en los comentarios arriba la cuestión principal es la infraestructura del destino São Luís y el valor de los servicios prestados por restaurantes y taxistas. Los gestores de un destino turístico inteligente deben dirigir estrategias integradas para promover el mismo, y hacerlo cada vez más competitivo. Y pensar estrategias inteligentes, así como dotarlo de infraestructura son aspectos fundamentales destacados en los manuales de destino turístico inteligente.

Al analizar todo el contexto de palabras claves se identifica que São Luís tiene que avanzar en aspectos de gobernanza, que de acuerdo con Segittur (2015) y Invat.tur (2015) son pilares fundamentales de un destino turístico inteligente. Por lo tanto,

El principal reto que afrontan los destinos es la reinversión de la organización turística municipal para evolucionar hacia DTIs, mediante un plan de acción adaptado a las necesidades de cada municipio (Plan Director DTI). [...] Las medidas favorables a la gobernanza y al DTI se refuerzan mutuamente y generan un contexto local adecuado para el desarrollo de los diferentes ámbitos que configuran el modelo de destino inteligente (Invat.tur, 2015:119).

Además, investigaciones de Santos (2018) apuntan que São Luís, entre las ciudades patrimonio cultural de la humanidad es la que está en menor clasificación con relación a los indicadores propuestos para un destino turístico inteligente, y así, se hace necesario que este destino maranhense continúe avanzando con las políticas públicas urbanas y de turismo para que alcance niveles de competitividad y calidad. , así como en y, aún no se encuentra de acuerdo con los indicadores de un destino turístico inteligente, sin embargo, los esfuerzos públicos y privados han dirigido a que la ciudad tenga condiciones adecuadas de no sólo ser inteligente, sino principalmente promover calidad de vida a los ciudadanos residentes, así como una experiencia positiva para los visitantes (Boes & Buhalis & Inversini, 2016; Khomsi & Bérdad Verdad, 2016).

4 Consideraciones finales

Mediante las palabras claves presentadas, los turistas que visitaron São Luís en 2017 identificaron algunos términos referentes al concepto de destino turístico inteligente, pero que aún necesitan ser mejor explorados y trabajados por los gestores públicos y privados, para que los visitantes tengan la mejor experiencia en el lugar visitado.

Los desafíos son permanentes, pues, la complejidad y la competitividad en el turismo son elevados, pues, a cada instante nuevos destinos se descubren y recrean, dando la posibilidad del consumidor de elegir / definir uno que esté de acuerdo con sus necesidades, y por lo tanto, si es necesario que São Luís, incluya en sus políticas públicas objetivos

relacionados con el concepto de destino turístico inteligente para que la ciudad tenga condiciones de competir con otros destinos.

Además, se cree que es fundamental dar continuidad a esta investigación haciendo un análisis comparativo de la encuesta de demanda con la reputación online de sitios de intercambio de experiencia para que se pueda entender si hay congruencia entre las percepciones, y ampliar el número de palabras claves definidas, para un mayor alcance de datos.

Referencias

Ávila Muñoz, Antonio López de, García Sánchez, Susana. (2013). *Destinos turísticos inteligentes*. Segittur.

Calle Lamelas, Juan Vicente, García Hernández, María, García Muiña, Fernando (2017). Las ciudades Patrimonio de la Humanidad ante el paradigma Smart. *Actas del Seminario Internacional: Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo*.

Ivars Baidal, J. A., Solsona Monzonís, F. J., Giner Sánchez, 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), pp.327-346.

Boes, K., Buhalis, D., Inversini, A. (2016). *Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness*. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), pp. 108-124.

Buhalis, D.; Leung, R. (2018) Smart hospitality: interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, p. 41-50.

Filieri, R. (2015). What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261-1270.

Giffinger, Rudolf. (2007). *Smart cities: ranking of european medium-sized citie*. Recuperado em: <http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf>. Acesso em: 20 out.2016.

Gil, A.C. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.

Godoy, Arilda S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*. 35(3), p. 20-29.

Goldenberg, M. *A arte de pesquisar*. Rio de Janeiro: Record, 1997.

- Gopaul, M. (2014). *Exploring customer satisfaction with the healthier food options available at fast-food outlets in South Africa*. Tese de Doutorado. Pretoria: University of South Africa.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., Lamsfus, C. (2015). *Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems*. *Computers in Human Behavior*. 50(C), pp. 558-63.
- Invattur. (2015). *Destino turístico inteligente: manual operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes*. Valencia: Agència Valenciana del Turisme.
- Ivars Baidal, J. A; Rodríguez Sánchez, I.; Vera Rebollo, J. F.; Acebal, A. (2014). *Nuevos enfoques em gestión turística: el programa de agrupaciones empresariales innovadoras em España*. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. n. 66, p. 369-395.
- Khomsi, Mohamed, Bédard Bedard, François. (2016). *De smart city a smart destination. El caso de tres ciudades canadienses*. *Revista de Investigación en Turismo*. 6(2), pp. 69-74.
- Kim, Kun; Park, Oun-Joung; Yun, Seunghyun; Yun, Haejung. (2017). What makes tourists feel negatively about tourism destinations? Application of hybrid text mining methodology to smart destination management. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, p. 362.
- Lee, K. T. & Koo, D. M. (2012). Effects of Attribute and Valence of e-WOM on Message Adoption: Moderating Roles of Subjective Knowledge and Regulatory Focus. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1974-1984.
- Liburd, J. J.; Nielsen, T. K.; Heape, C. (2017). Co-designing smart tourism. *European Journal of Tourism Research*, 17, p. 28-42.
- Malhotra, N. (2006). *Pesquisa de marketing uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman.
- Moscovici, Serge. (2003). O fenômeno das representações sociais. In: MOSCOVICI, Serge (Org.), *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes.
- Observatório do Turismo do Maranhão. (2018). *Caderno de resumos das pesquisas de 2016-2018*. São Luís.
- Pine, B. J., II.; Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre business a stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Roesch, S. M. A. (2005). *Projetos de estágio e de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.
- Salessi, María Lucila (2017). Destinos Turísticos Inteligentes: Una perspectiva desde la inclusión social y la participación comunitaria. *Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo*. Sant Vicent del Raspeig: Publicacions de la Universitat d'Alacant. pp. 215-228..

Santos, Saulo Ribeiro dos Santos. (2018). *Mobilidade urbana em centros históricos de cidades patrimônio cultural da humanidade no Brasil e Espanha, sob o viés de destino turístico inteligente*. Tese de Doutorado (Programa de Geografia). Universidade Federal do Paraná.

Segittur. (2015). *Destinos turísticos inteligentes*. Recuperado em: <<http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2016.

Valls, J. F. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Rio de Janeiro: FGV.

Vergara, Sylvia Constant. (2004). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 5.ed. São Paulo: Atlas.

Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.