

## Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes

### Smart Tourism Destinations

Angélica Ruth Terrazas Juárez<sup>a</sup>

---

#### Abstract:

This work arises from the need to achieve innovation and the positioning of tourist destinations, in the conception in a world in which everything is intelligent because the tourist experience no longer depends solely on experts, but admits the participation of a free tourist and trained in the digital world; for this reason, this work by the author Javier Blanco, focuses on tourist destinations as factors, strategies and trends that should influence to position a tourist destination and the management models that must now be adapted in this 21st century as a new form of "hyper-connected society", where tourist destinations must generate and transform the travel experience. That is why now governments, administrations, companies, suppliers and providers of tourism services, must know and face the current moment of rapid changes in the chain and in the concept of value produced in the world tourism sector; to a digital tourism sector in open governance in based in collaboration network.

#### Keywords:

Smart tourism destination, innovation, collaborative governance

---

#### Resumen:

Esta obra surge de la necesidad de alcanzar la innovación y posicionamiento de los destinos turísticos, en la concepción en un mundo en que todo es *Smart* debido a que la experiencia turística ya no depende únicamente de los expertos, sino que admite la participación de un turista libre y hábil en el mundo digital; por lo tanto esta obra del autor Javier Blanco, enfoca a los destinos turísticos en factores, estrategias y tendencias que deben influir para posicionar un destino turístico y los modelos de gestión que deberán adaptarse ahora en este siglo XXI como una nuevas forma de "sociedad hiperconectada", donde los destinos turísticos, deben generar y transformar la experiencia de viaje. Es por ello que ahora los gobiernos, administraciones, empresas, proveedores y prestadores de servicios turísticos, deben saber y afrontar el actual momento de rápidos cambios en la cadena y en el concepto de valor producidos en el sector turístico mundial, a un sector turístico digital en una gobernanza abierta sobre el eje de la colaboración.

#### Palabras Clave:

Destinos turísticos inteligentes, innovación, gobernanza colaborativa

---

#### Introducción

Este libro escrito por Javier Blanco, y cuyo prólogo lo redacta Taleb Rifai, ex secretario general de la OMT y publicado por la empresa Altran, desvela la dirección a la que se orienta el sector turístico; donde desarrolla cuáles son los factores y estrategias que influirán en el posicionamiento de los destinos turísticos como atracciones de primera línea, y los modelos de gestión que deberán adaptarse a este nuevo perfil de turista en la denominada era digital. La obra nace como respuesta a los retos lanzados por la Comisión Europea con la estrategia Europa 2020 para alcanzar un crecimiento

inteligente, sostenible e integrador. La obra consta de siete capítulos, donde el primer capítulo, el autor esboza una aproximación al concepto de inteligencia, no desde su concepción humana, sino a una denominación de inteligencia artificial, que data a una acepción de los primeros actos inteligentes de la humanidad que testimonian un pensamiento de fabricación o de invención; el autor indica en este capítulo que de acuerdo al biólogo Matt Ridley que "la historia del mundo moderno es una historia de ideas que se encuentran, se mezclan, se funden y se reproducen", y que la construcción de una nueva inteligencia comenzó hace ya doscientos mil años, cuando los seres humanos habían comenzado

---

<sup>a</sup> Autor de Correspondencia, Maestra en Administración de Recursos Humanos y doctorante del Programa en Política Pública perteneciente a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo; Profesora Investigadora del Área Académica de Turismo del Instituto de Ciencias Económico Administrativas, <https://orcid.org/0000-0001-6822-528x>. Email: [tjuarez@uaeh.edu.mx](mailto:tjuarez@uaeh.edu.mx)

a hacer algo a los otros y con los otros, dando origen a una nueva inteligencia mediante la adición acumulada de conocimiento, que hoy se denomina inteligencia colectiva, que con la irrupción de la tecnología, alumbró un nuevo protagonismo cívico y nuevas formas de innovación social; y que conlleva a una capacidad de un agente a la adaptación en diferentes entornos y de combinar conocimientos para lograr objetivos en este entorno; de ahí la concepción de la palabra “Smart”, el cual define el autor como “la adaptación de la idea original de inteligencia a nuestro tiempo y a sus capacidades tecnológicas”.

A sus primeras acepciones el término “Smart” se ha vinculado con el transporte o a los automóviles, igualmente en otros conceptos como: la gobernanza, la energía, las carreteras, los aeropuertos, las casas, teléfonos, y muchas cosas más así como a los destinos turísticos. En este tenor, el autor indica, que el sector turístico vive cambios muy rápidos principalmente en nuevos modelos de negocios basado en la personalización de productos y servicios turísticos con el uso intermitente de plataformas tecnológicas y por lo tanto, el perfil del turista tecnológico ya devenga estas plataformas con el fin de buscar esos satisfactores que cubrirán sus actividades de tiempo libre y recreación.

En el segundo capítulo de esta obra, se delimitan los rasgos y características que debe tener un destino turístico inteligente (DTI), que su origen, indica el autor es un intento de construcción inspirado en el fenómeno de mayor recorrido denominado *Smart Cities*, que empieza a ocupar un espacio innegable a comienzos del siglo XXI, pero que esta aceptación no desarrolla alguna actividad turística de interés, y que de ello surge el debate en entornos a estos DTI, como los de *open data* (datos abiertos) y *big data* (macrodatos), que están poniendo en cuestión muchas lógicas tradicionales. Igualmente, se hace una correlación de la experiencia turística con los DTI; la primera es un término que define una forma de hacer en las necesidades emocionales del turista y/o visitante, y que realmente hoy en día en la esencia del turismo, como un auténtico sistema productor de experiencias, de ahí surgen nuevos modelos de negocios en la denominada economía colaborativa en turismo se denomina P2P, aunque el autor indica que estos modelos están presentando un horizonte competitivo, y que no siempre se ajustan a marcos regulatorios como el caso de Airbnb y que para ello se necesitan elementos para analizar a profundidad como la búsqueda de equilibrios sociales con los nuevos modelos de negocios, así como una revisión de la gobernanza vinculada en las agendas turísticas internacionales, en la que pueda contribuir a una sostenibilidad en el sector turístico y sobre todo a una cohesión social y generar el desarrollo local. Ahora bien el enfoque de los DTI, indica el autor, que éstos deben consolidarse a través de políticas públicas en la cual estos destinos innovadores deben contar con una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante en el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino.

Por lo tanto en el capítulo tres, se habla sobre las iniciativas, elementos y soluciones tecnológicas enmarcando principalmente el internet y sus usos en otros espacios ya que resulta evidente que los destinos y las empresas turísticas; así como dispositivos, como teléfonos, computadoras necesitan del internet, y que esa conexión

da origen a un ecosistema móvil que ahora es una herramienta esencial para la mayoría de los viajeros en el mundo adoptada crecientemente para la movilidad en los destinos, incluso en zonas rurales. Su penetración en el mundo de los viajes es imparable, como empresas tan emblemáticas en la actualidad como Uber no existirían sin la presencia de los dispositivos móviles inteligentes. Otro valor que da la conectividad en los DTI, son espacios relacionados con ellos, como áreas públicas, museos, zonas comerciales, calles/avenidas emblemáticas; y que aquellos elementos que fueron en su época indispensable, ahora en esta nueva etapa de la tecnología esos elementos puedan innovarse a través a fin de dar una nueva solución o uso; un ejemplo que el autor da es la de sustituir la telefonía pública como las casetas de teléfonos en desuso, utilizarlas como estaciones de energía solar de carga, que cuando un turista y/o visitante se quede sin batería en algún dispositivo móvil en la ciudad puede ser útil para suministrarlo, aunque el autor hace referencia que es importante estas estrategias tendrían que guardar un equilibrio para no crear islas de conectividad exclusivas para los turistas, ya que podría ocasionar reacciones sociales adversas contra un turismo que no sea capaz de generar mejores oportunidades de accesibilidad y desarrollo para el conjunto de los residentes del destino.

Es por ello que en el capítulo cuatro, el autor presenta tres importantes desafíos que enfrentan los destinos turísticos inteligentes, que uno de ellos serían los recursos financieros; así como el enfrentar ecosistemas complejos de agente; y el tercero el desafío en los legados histórico. El primer desafío que enfrentan estos DTI es la falta de recursos que se abordan desde los poderes públicos y que muchas veces en los planes de desarrollo estatales o municipales (caso México), no son considerados en asumir para ser invertidos en plataformas, aplicaciones y otras infraestructura tecnológicas que pudieran mejorar la vida de sus ciudadanos, y en este caso, la experiencia del nuevo turista digital. Para lo que respecta al segundo desafío es la complejidad de generar un tejido asociativo empresarial en los destinos, es evidente que en la mayor parte de las ciudades existen actores que pueden encarnar mejor la deseada proyección de “inteligencia”, y provocar una arena común para donde la gobernanza colaborativa sería una forma de consolidar este reto. En cuanto al legado histórico de los destinos, es importante reequipar o refundar la cultura viva adaptándola a nuevos sistemas tecnológicos. Algo importante que detalla el autor en este capítulo son las políticas públicas que versan sobre la solución tecnológica de un DTI, que si no se reequilibra una visión unidireccional, de que el desarrollo de soluciones tecnológicas innovadoras se observe en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como un espacio de colaboración con otros actores y entidades directa o indirectamente con el sector turístico, donde se debe profundizar en el proceso de definición y desarrollo de los DTI, y que este sea asumido por el mismo destino, sus ciudadanos, agentes y por los empresarios turísticos, y no solo por expertos y élites políticos-tecnológicos sino al existir redes de colaboración y cooperación se pueden generar proyectos integradores y sostenibles incluso a nivel local.

Por lo tanto, en los últimos tres capítulos, el autor hace algunas reflexiones en la idea de que el desarrollo del sector turístico no puede planificarse desde una óptica meramente empresarial, ni

tecnológica sino que precisa de un enfoque más integral a largo plazo sobre la transformación socioeconómica y ambiental de las áreas turísticas, en la que han de aprovecharse las potencialidades.

En los últimos años se han suscitado observatorios, laboratorios, clústers, centros de inteligencia turística que han intentado o casi consolidado al funcionamiento de un DTI, pero se han más mimetizado que consolidado, y que hoy por hoy, la información y sus procesos de gestión se constituyen en áreas estratégicas con los órganos de gestión de los destinos turísticos. Ahora el desarrollo de productos turísticos, las estrategias de mercadotecnia, los planes de inversión o la competitividad de los servicios turísticos requieren de una visión más solidificada para considerar que los destinos se optimicen.

Es por ello que las redes de colaboración y cooperación se están presentando jerárquicamente en planos más horizontales y esto conlleva a que un destino turístico debe tener una revisión a fondo de la función esencial de la política turística en una economía del conocimiento para ganar capacidad de gobernar los acontecimientos, comprensión de la complejidad, competencia estratégica y anticipada, es decir, una gobernanza colaborativa, capaz de gestionar la comunidad de intereses que se encuentra en el corazón de cada destino turístico y esto exigirá constantes adaptaciones y persistir en la acción procesos de cambios inaplazables lo que en la gobernanza se consideraría con un proceso esencialmente democrático, dinámico, abierta de cooperación-pública-privada que busque consensos y establezca un proceso de clara comunicación con todos los agentes relevantes y así consolidar los DTI.

## Conclusión

Los DTI no puede ser un asunto exclusivo de herramientas tecnológicas, ni reducirse a un robusto algoritmo o a un centro de operaciones de avanzada tecnología orientado al análisis del sistema turístico del destino y programación de los comportamientos de los turistas, si no que el peso real que ahora tienen las TIC, es la capacidad de atracción de los destinos, que tendrán que ocupar un espacio de indudable protagonismo como factor instrumental para el cambio y que un reto importante será incorporar la innovación de una manera irreversible en generar nuevos patrones culturales a los nuevos turistas globales que se están apropiando de los medios digitales y que esta capacidad de adaptación del uso de las tecnologías y que las nuevas generaciones ya son parte de su quehacer de vida, ahora es necesario generar modelos turísticos inteligentes, sin dejar en la inversión del conocimiento y capital intelectual donde indudablemente se deben establecer redes de colaboración en todas las escalas (públicas, privadas, sociales) y más ahora que el turismo está en una etapa de resiliencia por el COVID- 19; las estructuras del sistema turístico deben fortalecer con nuevos modelos del turismo los cuáles serán direccionados hacia estas plataformas digitales.

## Referencias

- [1] Blanco, J., (2015). *Libro blanco de los destinos turísticos inteligentes*. Editorial Almuzara.

