

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>08-07-2021</b>	<b>B</b>
Dependencia <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>		Aprobado	Pág.	
		<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>	<b>0(136)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	Kelly Tatiana Barbosa Torrado		
<b>FACULTAD</b>	Ingenierías		
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	Ingeniería de Sistemas		
<b>DIRECTOR</b>	Luis Fernando Morales Martínez		
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	Diseño de una red de destino turístico inteligente a partir de la estructuración de un modelo de gobernanza tecnológica para beneficiar la experiencia del visitante en Ocaña Norte de Santander y municipios circunvecinos.		
<b>TITULO EN INGLES</b>	Design of a smart tourist destination network based on the structuring of a technological governance model to benefit the visitor experience in Ocaña Norte de Santander and surrounding municipalities.		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras)			
El diseño de una red de destino turístico inteligente tiene como propósito mejorar la experiencia del visitante en Ocaña y sus alrededores. Se analizan las dinámicas del turismo inteligente y se identifican herramientas tecnológicas para desarrollar un modelo de gobernanza que promueva la mejora continua del sector turístico local, priorizando la experiencia del visitante y a su vez, impulsando el crecimiento económico y la calidad de vida en la región.			
<b>RESUMEN EN INGLES</b>			
The purpose of the design of a smart tourist destination network is to improve the visitor experience in Ocaña and its surroundings. The dynamics of smart tourism are analyzed and technological tools are identified to develop a governance model that promotes the continuous improvement of the local tourism sector, prioritizing the visitor experience and, in turn, promoting economic growth and quality of life in the region.			
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Destino turístico inteligente, gobernanza tecnológica, transformación digital, experiencia del visitante, desarrollo local.		
<b>PALABRAS CLAVES EN INGLES</b>	Smart tourist destination, technological governance, digital transformation, visitor experience, local development.		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>PÁGINAS:</b> 111	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES:</b> 18	<b>CD-ROM:</b>



**Diseño De Una Red De Destino Turístico Inteligente A Partir De La Estructuración  
De Un Modelo De Gobernanza Tecnológica Para Beneficiar La Experiencia Del Visitante  
En Ocaña Norte De Santander Y Municipios Circunvecinos**

**Kelly Tatiana Barbosa Torrado**

**Facultad de Ingenierías, Universidad Francisco De Paula Santander Ocaña**

**Ingeniería De Sistemas**

**Msc. Luis Fernando Morales Martínez**

**20 de septiembre de 2023**

## **Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios, por ser mi guía durante todo el proceso y por darme la oportunidad de obtener un logro más en mi carrera profesional.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento al ingeniero Mgtr. Luis Morales, mi director de tesis, por su confianza y apoyo inquebrantable desde el principio. Sus valiosos conocimientos y orientación no solo durante el desarrollo del proyecto, sino a lo largo de toda mi carrera, resultaron fundamentales para el éxito de este trabajo. Agradezco su tiempo, sus consejos y recomendaciones que fueron cruciales para la culminación exitosa de este proceso.

Agradezco también a mis jurados asignados, los ingenieros Fabian Cuesta y Anderson Coronel, quienes brindaron todo su apoyo y respuesta oportuna durante el desarrollo de la tesis.

Agradezco a mi familia, cuyo amor incondicional y apoyo constante han sido mi mayor fortaleza en este camino académico. También extendo mi gratitud a mis docentes, cuyas enseñanzas han moldeado mi desarrollo profesional, y a mis leales compañeros y amigos, cuyo compañerismo y aliento han hecho más llevadera esta travesía educativa.

Por último, expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, que me ha brindado los conocimientos y las herramientas esenciales que han sido fundamentales para la culminación de esta etapa profesional.

## **Dedicatoria**

Dedico este logro a Dios, mis padres y mis hermanos, cuya guía y apoyo han allanado mi camino hasta este punto de mi carrera. A través de su ejemplo, dedicación y palabras de aliento, han sido mi fuente de inspiración constante.

A mis amigos, cuya amistad inestimable y apoyo constante han sido fundamentales en cada etapa de este proceso. Les agradezco por su constante presencia y por ser mi sostén en los momentos más desafiantes.

Gracias a todos.

## Índice

<b>Capítulo 1. Diseño de una red de destino turístico inteligente a partir de la</b>	
<b>estructuración de un modelo de gobernanza tecnológica para beneficiar la</b>	
<b>experiencia del visitante en Ocaña, Norte de Santander y municipios circunvecinos.8</b>	
1.1	Planteamiento del problema ..... 8
1.2	Formulación del problema ..... 10
1.3	Objetivos ..... 10
1.3.1	Objetivo General ..... 10
1.3.2	Objetivos Específicos..... 11
1.4	Justificación..... 11
1.5	Delimitaciones..... 14
1.5.1	Geográfica..... 14
1.5.2	Temporal ..... 15
1.5.3	Conceptual ..... 15
1.5.4	Operativa..... 15
<b>Capítulo 2. Marco referencial..... 16</b>	
2.1	Marco histórico ..... 16
2.1.1	Historia de la red de destino turístico inteligente a nivel mundial ..... 16
2.1.2	Historia de la red de destino turístico inteligente a nivel nacional..... 21
2.2	Marco teórico ..... 26
2.2.1	Las conexiones del paradigma smart con la gestión de destinos turísticos.... 26
2.2.2	La innovación en los destinos inteligentes y el reto de la gobernanza turística

2.3	Marco conceptual .....	34
2.4	Marco legal.....	42
	<b>Capítulo 3. Diseño metodológico .....</b>	<b>48</b>
3.1	Tipo de investigación .....	48
3.1	Población y muestra .....	49
3.1.1	Población.....	49
3.1.2	Muestra .....	49
	<b>Capítulo 4. Resultados .....</b>	<b>51</b>
4.1	Análisis de las dinámicas del turismo inteligente, a través de una revisión sistemática de literatura y relaciones entre diferentes actores que se benefician de este paradigma. 51	
4.2	Identificar las herramientas tecnológicas de transformación digital y que son un medio directo para el fomento de destinos turísticos inteligentes, por medio de la estructuración del estado del arte y formando así una perspectiva clara acerca de las tecnologías inteligentes que podrían incorporarse a la red dispuesta para el municipio de Ocaña. 61	
4.3	Estructurar los componentes del modelo de gobernanza, a partir de las revisiones e identificaciones desarrolladas, generando así una estrategia que orienta los procesos de mejora continua en el sector del turismo de Ocaña Norte de Santander. ....	68
4.4	Estrategia de mejora continua .....	95
	<b>Capítulo 5. Conclusiones.....</b>	<b>104</b>
	<b>Capítulo 6. Recomendaciones.....</b>	<b>107</b>
	<b>Referencias .....</b>	<b>109</b>

## Lista de figuras

Figura 1 <i>Servicios tecnológicos que an utilizado</i> .....	73
Figura 2 <i>Tecnología inteligente en espacios de la ciudad</i> .....	73
Figura 3 <i>Uso de aplicaciones web y moviles para acceder a información turistica.</i> .....	74
Figura 4 <i>La ciudad ofrece información tecnológica</i> .....	75
Figura 5 <i>Medios de pago en la ciudad</i> .....	76
Figura 6 <i>En la ciudad hay soluciones tecnológicas para la sostenibilidad ambiental</i> .....	77
Figura 7 <i>Tipos de transporte utilizados con medios tecnológicos</i> .....	78
Figura 8 <i>Implementación de paneles de información digital</i> .....	79
Figura 9 <i>Presencia de cámaras de seguridad en lugares públicos</i> .....	80
Figura 10 <i>Presencia policial o de seguridad en lugares turísticos</i> .....	81
Figura 11 <i>Aprovechamiento de las tecnologías para los visitantes</i> .....	82
Figura 12 <i>Aplicación de medidas específicas para personas con discapacidades</i> .....	83
Figura 13 <i>Matriz DOFA turismo en ocaña</i> .....	84
Figura 14 <i>Modelo de referencia de destinos turísticos inteligentes</i> .....	87
Figura 15 <i>Estructura organizativa de gobierno de TI</i> .....	91
Figura 16 <i>Metodología de diagnóstico: ejes estratégicos</i> .....	100
Figura 17 <i>Infografía de destino turistico ocaña</i> .....	102
Figura 18 <i>Infografías de destino turístico la playa y Abrego</i> .....	103

## Lista de tablas

Tabla 1 <i>Variables del turismo tradicional</i> .....	51
Tabla 2 <i>Variables del turismo inteligente</i> .....	56
Tabla 3. <i>Destinos turisticos</i> .....	69
Tabla 4 <i>Niveles de responsabilidad</i> .....	88

## **Capítulo 1. Diseño de una red de destino turístico inteligente a partir de la estructuración de un modelo de gobernanza tecnológica para beneficiar la experiencia del visitante en Ocaña, Norte de Santander y municipios circunvecinos.**

### **1.1 Planteamiento del problema**

El turismo inteligente hoy en día está tomando mayor fuerza alrededor del mundo, los destinos turísticos tradicionales se están viendo en la necesidad de automatizar o mejorar sus productos para dar una mejor experiencia al turista moderno, que está a la vanguardia de las nuevas tecnologías. Siendo este el motivo por el cual muchos destinos turísticos se ven amenazados a caer en el olvido debido a su poco atractivo y comodidad que la tecnología puede dar a sus visitantes.

Según (Lopez & Garcia, 2015), España se ha mantenido en una posición privilegiada en la cual puntea en los rankings mundiales de turismo, como lo son los primeros puestos en la llegada de turistas internacionales (3° posición en 2013), y en ingresos generados por el turismo (2° posición en 2013). La posición establecida en la industria turística de una entidad o persona se encuentra en riesgo debido a múltiples factores. Entre estos factores se incluyen la globalización de la industria, la aparición de nuevos competidores, cambios en los hábitos de los turistas, una pirámide demográfica en transformación, la creciente importancia de la sostenibilidad en el turismo y la evolución hacia una sociedad cada vez más centrada en las tecnologías de la información. Estos

cambios están alterando el paisaje turístico y podrían tener un impacto significativo en la posición y el éxito de la entidad o persona en cuestión.

La anterior premisa, socaba la preocupación del sector turismo donde han visto un creciente aumento de los turistas a destinos que les ofrezcan nuevas experiencias y el cual realiza un gran número de viajes de menor duración.

Podemos evidenciar que el turista moderno busca satisfacer su consumo en lugares que satisfagan estas demandas bajo un ambiente sustentable el cual ofrezca confort bajo un ambiente tecnológico inteligente, lo cual podría ser una desventaja para aquellas empresas de turismo que no buscan aprovechar esta oportunidad y que se apegan a su forma tradicional de ejercer esta actividad.

Otro punto de vista como lo es el de (Márquez & Colmenares, 2018), consideran que la “degradación” de los recursos naturales de los destinos turísticos se debe a la creciente demanda o flujo de turistas y la poca planificación estratégica, gestión ambiental, especialmente en destinos turísticos emergentes. Su evidencia da un enfoque en el cual se enfoca en la poca innovación teniendo en cuenta que existen herramientas tecnológicas que ayudan a llevar un mayor control del paso del turista por estos lugares y así disminuir sus huellas de carbono.

En el municipio de Ocaña, Norte de Santander uno de los mayores problemas del sector turístico de este departamento, debió a la falta del desarrollo de las TIC, en las que

no se provee la optimización y sistematización de procesos turísticos, ya que no existe una regulación sectorial que permita crear incentivos para atraer la inversión extranjera, y el desarrollo a incentivar y promover el turismo del mismo, por falta de herramientas e instrumentos facilitadores que permitan mejorar la experiencia del visitante y así mismo, en la que el sector turístico pueda ofrecer la calidad de vida a sus residentes, contribuyendo de esta manera a la mejora del proceso de tomar decisiones informadas, a la priorización de medidas y a la anticipación de futuros escenarios para la gestión responsable del turismo y su impacto. De esta manera, la deficiencia actual en cuanto a tecnología y sostenibilidad del sector turístico no permite generar un crecimiento y una competencia a los demás municipios del departamento.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Se podría mejorar la experiencia del visitante en el municipio de Ocaña y sus alrededores, considerando los aspectos de seguridad, economía, ambientales, entre otros, a través de la estructuración de una red de turismo inteligente?

## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo General***

Diseñar una red de destino turístico inteligente a partir de la estructuración de un modelo de gobernanza tecnológica para beneficiar la experiencia del visitante en Ocaña, Norte de Santander y municipios circunvecinos.

### **1.3.2 *Objetivos Específicos***

Analizar las dinámicas del turismo inteligente, a través de una revisión sistemática de literatura y entendiendo con ello las relaciones entre diferentes actores que se benefician de este paradigma.

Identificar las herramientas tecnológicas de transformación digital y que son un medio directo para el fomento de destinos turísticos inteligentes, por medio de la estructuración del estado del arte y formando así una perspectiva clara acerca de las tecnologías inteligentes que podrían incorporarse a la red dispuesta para el municipio de Ocaña.

Estructurar los componentes del modelo de gobernanza, a partir de las revisiones e identificaciones desarrolladas, generando así una estrategia que orienta los procesos de mejora continua en el sector del turismo de Ocaña Norte de Santander.

## **1.4 Justificación**

Según (Márquez & Colmenares, 2018), El turismo emerge como una de las actividades más significativas en términos de su contribución a nivel global, ganando cada vez más relevancia en la economía mundial. El notable aumento en su desarrollo en todo el mundo hace necesario implementar estrategias de administración destinadas a minimizar los efectos adversos que pueda tener en el entorno.

La planificación y el desarrollo adecuados del turismo pueden contribuir al empoderamiento de comunidades y a la mejora de sus condiciones de vida. Esta actividad tiene el potencial de estimular el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo que, a su vez, genera oportunidades de empleo, una distribución equitativa de los ingresos y el impulso de sectores como la agricultura, la pesca y la artesanía en las áreas que reciben turistas. De esta manera, el turismo impacta en la generación del Producto Interno Bruto (PIB), la balanza de pagos y otros indicadores macroeconómicos de numerosos países. A nivel global, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de 2008, el turismo representa aproximadamente el 35% de las exportaciones mundiales y más del 70% en naciones menos desarrolladas. Según (Moreno, 2011)

Últimamente, se ha hecho evidente que la mejora de la práctica de la industria turística es tanto una obligación como una oportunidad para las regiones en Colombia. Desde una perspectiva, el sector de los viajes tiene la obligación de empezar a contribuir a la protección del capital y de las cualidades biológicas del país en la medida en que los utiliza para ayudar a sus ejercicios. Por otro lado, tiene la oportunidad de cambiar por medio de herramientas informáticas, consolidándose como un negocio monetariamente beneficioso y factible, pero además como un vehículo de cambio social, un método para salvaguardar los medios de vida de las redes, y un instrumento para la preservación del medio ambiente, la biodiversidad, los sistemas biológicos y los activos regulares del país.

Por lo tanto, esta herramienta tecnológica de Turismo Sostenible trata de asumir una visión vital y de largo plazo de la zona que combine los objetivos de mejora

monetaria y socioeconómica de la industria turística con la necesidad de salvaguardar el capital regular que hace del país y del municipio de Ocaña un objetivo atractivo para un alto volumen de visitantes y es una de sus principales fuentes de riqueza y valor. En este sentido, esta estrategia tecnológica pretende situar la sostenibilidad como principal punto de apoyo para la mejora de la industria turística en el municipio y como componente de la seriedad de la zona para, de esta forma, reforzar el prestigio y el reconocimiento de Ocaña como objetivo razonable de la industria turística y de las tecnologías.

Por esta razón, se busca trabajar en un diseño de modelo de destino turístico inteligente desde el enfoque de gobernanza que involucre e impacte a diferentes sectores que van desde la movilidad, educación, salud, cultura, economía, medio ambiente, seguridad, el uso de tecnología para mejorar servicios, la generación de nuevos productos innovadores que generen valor, permitiendo continuar el desarrollo de un esquema de mejoramiento continuo y eficiente para el municipio, generando cambios que impacten positivamente la interacción del visitante con el destino, brindando servicios y productos de calidad.

Según (Instituto distrital de turismo, 2023), Un Destino Turístico Inteligente, abreviado como DTI, se refiere a un destino turístico que se caracteriza por ser innovador y que se apoya en una avanzada infraestructura tecnológica. Su objetivo principal es promover el desarrollo sostenible del área turística, asegurando que sea accesible para todas las personas. Además, busca facilitar la interacción y la integración de los visitantes

con el entorno, mejorando así la calidad de su experiencia en el destino y, al mismo tiempo, mejorando la calidad de vida de los residentes locales.

Por esta razón, un modelo de Destinos Turísticos Inteligentes facilitara la prestación de un servicio de información para beneficio de la comunidad Ocañera y sus visitantes, aplicando la tecnología como instrumento para que pueda asumir los retos del manejo de información colaborativa y de promoción turística que impulse esporádicamente la economía y el comercio electrónico, mejorar la competitividad y el desarrollo turístico, centrándose en la gobernanza y la corresponsabilidad en los destinos turísticos. Esto implica la colaboración de diferentes partes interesadas para ofrecer soluciones viables que satisfagan las necesidades de los visitantes y residentes, mejorando así su experiencia y calidad. Este enfoque busca lograr un aumento en la competitividad, mejorar la eficiencia en la producción y comercialización, promover el desarrollo sostenible del destino y elevar la calidad de la estadía tanto para los visitantes como para los residentes.

## **1.5 Delimitaciones**

### ***1.5.1 Geográfica***

Este proyecto de investigación se desarrollará considerando el clúster del turismo, ubicado en Ocaña Norte de Santander y sus alrededores.

### ***1.5.2 Temporal***

El proyecto se desarrollará en un tiempo determinado de 16 dieciséis semanas. Tal como lo plantea el cronograma de actividades.

### ***1.5.3 Conceptual***

En el desarrollo del proyecto de investigación denominado: “Red de destino turístico inteligente: diseño de un modelo de turismo desde un enfoque de gobernanza para beneficiar la experiencia del visitante en Ocaña Norte de Santander y municipios circunvecinos”, se realizarán estudios en la línea “Gobierno de tecnologías de la Información”, aplicando conocimientos específicos de las siguientes temáticas y estándares.

### ***1.5.4 Operativa***

El Modelo de turismo inteligente, se elaborará teniendo en cuenta los procesos que son llevados a cabo por las áreas que gestionan las TI en organizaciones que pertenecen al clúster del turismo.

## Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Marco histórico

#### 2.1.1 *Historia de la red de destino turístico inteligente a nivel mundial*

En España, la creación de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes en febrero de 2019 representó un paso fundamental que ha inyectado vitalidad al programa DTI. Esto se ha convertido en un elemento esencial para asegurar el liderazgo de España en la formulación y ejecución de políticas públicas en el sector turístico a nivel local.

Esta experiencia ha sido una de las responsabilidades significativas de la Secretaría de Estado de Turismo en los últimos tiempos, por lo que España está fusionando su situación como precursora en la ejecución de un sistema para el cambio de objetivos hacia otro modelo de la industria del viaje el tablero en vista de la administración, la gestión, la apertura, el desarrollo y la innovación como la columna vertebral (Secretaría de Estado de Turismo de España, 2018).

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes es un punto de encuentro y apoyo para los destinos en su ciclo de cambio hacia un modelo de administración inteligente e informatizado y una mejora más económica de la industria turística. Es una de las actividades críticas para potenciar los destinos, así como para comprobar los

compromisos desde la determinación, para avanzar en el acoplamiento, el intercambio de mejores prácticas y la utilización de colaboraciones entre destinos.

Se realizó con los objetivos siguientes Avanzar en el cambio de las objeciones de los viajeros españoles en objeciones astutas y su agarre a la Red.

Dinamizar el esfuerzo conjunto público y público-privado en el avance de los elementos, administraciones y actividades de los Destinos Turísticos Inteligentes.

Sumar para asegurar la autoridad de España en el campo del conocimiento de la industria turística a través de las actividades realizadas por la Red.

Asegurar la calidad y el desarrollo del proyecto DTI. Para más detalles sobre la administración y la actividad de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, véase el Protocolo General de actividad de la Red DTI y el Reglamento de Funcionamiento de los órganos de administración de la Red DTI.

La participación en la Red DTI sugiere para ninguna situación ser un Destino Turístico Inteligente, sin embargo, la responsabilidad de las objeciones adheridas para iniciar el curso de cambio a Destino Turístico Inteligente según el planteamiento DTI de la Secretaría de Estado de Turismo. Conozca las objeciones que han iniciado este ciclo de análisis a través de la conexión adjunta (Secretaría de Estado de Turismo de España, 2018).

Sólo aquellas objeciones que obtienen una puntuación en el nivel de consistencia con los prerequisites establecidos en la filosofía de la DTI, equivalente o superior al 80% son percibidas con la marca de Destino Turístico Inteligente. Aquellas objeciones que no alcanzan el 80% obtienen una identificación de Destino Turístico Inteligente Adherente, que las recuerda como objeciones enfocadas al curso de mejora consistente que supone el modelo DTI. A día de hoy hay más de 300 objeciones que han formalizado su adhesión a la Red DTI. No es difícil comenzar la forma más común de unirse a la Red DTI. En el caso de que se sienta un poco inseguro, si no es mucho problema, póngase en contacto con la Secretaría de la Red DTI (Secretaría de Estado de Turismo de España, 2018).

En octubre de 2018 comenzó a dar vueltas la Red de Destinos Inteligentes, un impulso de cooperación público-privada con objetivos tan agresivos como fortalecer la coordinación y combinación de diferentes puntos de vista. Entre ellos, los de los supervisores públicos, la industria de los viajes y la innovación, las organizaciones especializadas, los administradores, los comerciantes, los turistas y los habitantes del objetivo. Después de un año, el Cluster Internacional de Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas al Turismo se ha incorporado a la Red DTI con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo y Segittur. Es un paso más hacia la metodología de Turistec para ser imprescindible para los emprendimientos que puedan llevar más valor a nuestros cómplices, dando perceptibilidad y seriedad al grupo actual (Secretaría de Estado de Turismo de España, 2018).



niveles, como a las áreas privadas y escolares. (Secretaría de Estado de Turismo de España, 2018).

En lo que respecta a las valiosas puertas abiertas para los individuos, como ahora Turistec, cuenta con la oportunidad no sólo de participar en el marco de la empresa, sino también de tener contacto y acceso a los datos de interés en las diversas regiones de los tomahawks de un destino turístico inteligente, así como la percepción mundial. (Secretaría de Estado de Turismo de España, 2018).

Unirnos a la Red DTI nos permitirá ser esenciales para las colusiones esenciales que se producen entre los objetivos y el área confidencial para la mejora de la innovación y los desarrollos de la industria del turismo, o la admisión a conjuntos de datos de premios, créditos y financiación. La Red prevé programas de preparación y construcción de límites en temas relacionados con los tomahawks del procedimiento DTI; un inventario de proveedores de arreglos mecánicos y administraciones para objeciones; la presencia y cooperación en ferias, debates (públicos y globales) y diferentes organizaciones, así como una administración de noticias y un almacén de estudios y distribuciones. (Secretaría de Estado de Turismo de España, 2018).

Los cinco tomahawks sobre los que girará la tarea, actualmente con Turistec igualmente preparada, serán la administración, la innovación, el avance, la apertura y la mantenibilidad, puntos de vista que nuestros casi 60 socios conocen y, estamos seguros,

comparten. Esta nueva prueba tiene cabida entre todos nosotros. Debemos aprovecharla y apreciarla.

### ***2.1.2 Historia de la red de destino turístico inteligente a nivel nacional***

En Colombia, Bogotá está consolidando su situación como Destino Turístico Inteligente.

Hoy somos región de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes del planeta, debido a un trabajo impulsado por el Instituto Distrital de Turismo en el que participan más de 90 actores que trabajan por el mejoramiento integral del objetivo, entre los que se encuentran: secretarías y elementos locales, entidades públicas, asociaciones, visionarios empresariales y la comunidad académica que se han vinculado en un trabajo sintomático subyacente que delibera la ciudad en 262 prerrequisitos en las áreas de: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Tecnología e Innovación. Logrando una puntuación del 74% en la estimación del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (SEGITTUR, 2023).

Esta estimación de la ciudad nos deja una guía sobre la cual trabajaremos a lo largo de los próximos años, para solidificar a Bogotá como un dominio vacacional innovador, que busca el avance práctico de la región, abierto y comprensivo para todos que, sustentado en la innovación, trabaja con y sobre la experiencia de los viajeros y huéspedes en el lugar y la satisfacción personal de nuestros ocupantes (Instituto distrital de turismo, 2023).

Efectos esperados de la estrategia Bogotá Destino Turístico Inteligente: o  
Generar colaboraciones entre las diferentes sustancias locales y públicas.

Sumarse a la visión del Plan Bogotá Territorio Inteligente.

Contribuir a la satisfacción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Mejora de los elementos y administraciones abiertas e integrales.

Trabajar en la implicación del huésped con el objetivo, dando  
instrumentos mecánicos, creando elementos particulares y ajustando el trato.

Apoyar el posicionamiento de Bogotá como lugar de vacaciones y de  
especulación pública y mundial.

Incrementar la calidad en la disposición de las administraciones de la  
industria turística, apostando por la mejora de un Sistema Distrital de Calidad Turística  
(SIDCAT).

Unirse a los diferentes marcos de datos de la ciudad de Bogotá para crear  
datos y estudios importantes para la preparación del área de la industria turística.

Visibilizar y posicionar la industria turística como dinamizador financiero de la región y giro social.

Producir un diseño vanguardista de la ciudad como lugar de vacaciones y ajustarlo a las etapas percibidas globalmente en el reconocimiento de los esfuerzos de la ciudad en materia de apertura, gestión, desarrollo, innovación y administración del lugar (SEGITTUR, 2023).

Pertenecer a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, una asociación que a día de hoy cuenta con 173 destinos a nivel mundial, y Bogotá se convertiría en el tercer destino de América Latina en resultar imprescindible para esta organización que cumple con las siguientes capacidades: preparación, traslado de información sobre procedimientos y modelos prescritos de destinos turísticos a nivel mundial, acceso a datos y exploración, apoyo en proyectos, acceso a financiación de proyectos (SEGITTUR, 2023).

Admisión a procedimientos y tareas de financiación a través de la colaboración global, entendiendo que es un modelo abrazado por asociaciones, por ejemplo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre diferentes asociaciones que ayudan y avanzan en la mejora de las comunidades urbanas (Instituto distrital de turismo, 2023).

### ***2.1.3 Historia de la red de destino turístico inteligente a nivel local***

En la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, no existen estudios relacionados a la Red de destino turístico inteligente: diseño de un modelo de turismo desde un enfoque de gobernanza para beneficiar la experiencia del visitante en Ocaña Norte de Santander y municipios circunvecinos. Pero se están pensando en proyectos que aportan al turismo en general en esta región del país.

Según (Sarabia, La Opinión, 2021), Fomentan el desarrollo del turismo rural sostenible en Ocaña; La Asociación de Municipios en la provincia de Ocaña, ubicada en el sur del Cesar y en la zona del Catatumbo, está promoviendo un programa destinado al turismo rural sostenible con el propósito de estimular la actividad económica en esta región del país.

El director ejecutivo, Edgar Andrés Pallares Díaz, expresó que Ocaña tiene un notable potencial que puede ser destacado tanto a nivel nacional como internacional. Destacó la importancia de brindar capacitación a 10 individuos, capacitándolos como gestores integrales en ecoturismo a través de un diplomado de un mes en la región cafetera permitiendo adquirir habilidades y destrezas que les permitirán contribuir al impulso de la economía a través del turismo de naturaleza.” (Sarabia, La Opinión, 2021).

Afirmó que estos proyectos se sumarán a la Gran Convención que abarca a los municipios de Ábrego, La Playa, Ocaña, Río de Oro y El Carmen. El gestor cultural, Fabio López Durán, destacó el respaldo proporcionado por el Fondo Nacional de Turismo (Fontur) en la capacitación relacionada con el eje cafetero, la cual permite la orientación a los guías en la promoción de los entornos naturales, con la finalidad de generar ingresos adicionales para las familias (Sarabia, La Opinión, 2021).

Con el propósito de promover el turismo comunitario rural, se busca desarrollar un producto en colaboración con la Asociación de Municipios. En esta región, existe un gran potencial humano, paisajístico, arte rupestre, observación de aves, una diversidad de cultivos, rutas, cascadas, paseos a caballo y senderos ecológicos que reflejan la vida diaria de las personas en el campo. Así lo reafirmó López (Sarabia, La Opinión, 2021).

Se está trabajando en la creación de un inventario de diversos lugares de interés, como sitios religiosos, históricos, patrimoniales, deportivos y ecológicos, con el objetivo de organizar una propuesta turística global respaldada por una red de información. Se aprovecha el Programa Nacional de Estímulos para impulsar proyectos relacionados con la economía naranja en cultura y turismo, con el apoyo de entidades como Fontur y el fondo mixto de turismo para desarrollar propuestas atractivas y viables (Sarabia, La Opinión, 2021).

## 2.2 Marco teórico

### 2.2.1 *Las conexiones del paradigma smart con la gestión de destinos turísticos*

Según (Josep Ivars, 2018) En su idea sobre la importancia de la gestión de las comunidades urbanas, Castells (1996) destaca un elemento crucial para el futuro de las áreas urbanas: la gestión de datos e información. En este contexto, Castells y Borja (1997) mencionaron cómo, en la sociedad centrada en datos, la viabilidad de las áreas urbanas depende principalmente de tres factores interconectados, que se ajustan a la perspectiva de una gestión inteligente y pueden ser aplicados al contexto de las preocupaciones de los ciudadanos: la conectividad, la capacidad de adaptación de las instituciones y el desarrollo.

La implementación de los factores mencionados anteriormente, especialmente el último de ellos, implica un diferente enfoque metodológico en las áreas metropolitanas dentro de las comunidades urbanas. Castells y Borja consideran el desarrollo como el factor limitante introducido en una ciudad para generar nueva información, aplicada en los aspectos económicos y en consideración de eventos sociales y la gestión de datos clave. Esto representa un cambio en la dirección de las comunidades urbanas, alejándose de una visión cooperativa y colaborativa entre expertos, más cercana a la noción de administración abierta y la promoción de colaboraciones y acceso abierto a datos e

información existentes y agregados. En resumen, este cambio apunta hacia un modelo urbano que mejora la calidad de los datos y la información, un modelo más inteligente.

De esta forma, surge la perspectiva de la visión aplicada a la gestión de las comunidades urbanas, enfocada en el desarrollo inteligente, tal como lo enfatiza la Comisión Europea en su estrategia Europa 2020, que busca mejorar la economía a través del aprovechamiento de la información y el progreso (McCann & Ortega-Argilés, 2013). Además, esta perspectiva también considera los aspectos del desarrollo sostenible y completo (Fernández-Macho & González, 2009), y enfatiza el papel crucial de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), especialmente Internet, en la transformación de las áreas urbanas.

De esta manera, el progreso, la innovación y el enfoque en la información en la gestión de las comunidades urbanas generan un sistema de transformación inteligente (McCann & Ortega-Argilés, 2013). Esta interacción con la administración regional conlleva el surgimiento de conceptos como "ciudad inteligente" y, posteriormente, "ciudad astuta" o "ciudad sabia", que se convierten en estándares destacados en las nuevas estrategias para abordar la planificación metropolitana y la gestión urbana.

Existen diversas perspectivas para abordar el concepto de ciudad inteligente, a pesar de la diversidad de áreas que comprende el tablero urbano. No obstante, en la mayoría de estas perspectivas, hay un factor común: la innovación como un elemento esencial en todos los aspectos (Caragliu et al., 2009). Sin embargo, la innovación no es el único elemento relevante. Como plantean (Caragliu et al., 2009), existen otros

componentes clave relacionados con la noción de ciudad inteligente en su conjunto, como el capital social, el progreso, la capacidad emprendedora y la mejora en todas sus dimensiones (ambiental, financiera y sociocultural).

Desde la perspectiva de la industria de los viajes, el análisis de las implicaciones de la visión de una ciudad inteligente en la gestión de destinos turísticos impulsa el concepto de "destino inteligente", que se ha convertido en uno de los estándares fundamentales en este ámbito. Existe una conexión evidente entre esta noción y la industria de viajes inteligentes, lo que refleja la idea de que las áreas urbanas se erigen como centros de información, datos, innovación y desarrollo (Invattur, 2013).

El creciente interés en los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) se alinea con un contexto de cambio fundamental en la industria de los viajes, caracterizado por el impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), nuevos patrones de comportamiento de interés, la emergencia de nuevas estrategias, una mayor responsabilidad ambiental, entre otros factores. Este contexto demanda una nueva forma de gestión, que se orienta hacia una evolución de objetivos, como lo señala (Ivars Baidal, 2016).

- Garantizar la calidad ecológica y la mantenibilidad de las objeciones.
- Rastrear mejores enfoques para la seriedad en la situación actual de la industria de viajes.
- Avanzar y separar los encuentros de la industria de viajes que presentan las objeciones.

- Fortalecer e impartir los atractivos de la región.
- Explotar la alta entrada de las TIC en la creación y utilización de la industria de viajes.

Las áreas abarcadas por un Destino Turístico Inteligente (DTI) son esencialmente tan extensas como las que comprende la gestión de un destino a nivel global. Sin embargo, su concepción inicial claramente sugiere una gestión coordinada del destino, basada en un proceso de planificación previo y una filosofía que promueve la colaboración entre los actores del destino, al tiempo que considera las necesidades de los visitantes. Para lograr esto, un DTI se enfrenta al desafío de implementar una gestión inteligente mediante la creación de sistemas que se adapten a la era de la información, la expansión de datos y la disponibilidad de información a solicitud, junto con el desarrollo de nuevas estrategias de acción.

Una de los principales desafíos del Destino Turístico Inteligente (DTI) es, por lo tanto, comprender al viajero y entender sus propias características, con la capacidad de buscar oportunidades que aumenten la satisfacción del turista y mejorar su experiencia. Esto implica la recopilación de datos para convertirlos en información, y en consecuencia, aplicar una gestión del destino de manera fundamental y pragmática que contribuya a la seriedad de la industria de viajes.

En esta circunstancia concreta, desde un punto de vista, es fundamental que las objeciones abarquen una parte de las premisas del modelo 3.0, tanto en lo que se refiere a la administración exterior como a la interior, coordinando así a los distintos especialistas,

residentes y turistas en la navegación. En la medida en que esto ocurra, los resultados relacionados con la era del conocimiento para la producción de decisiones clave y funcionales en las objeciones serán progresivamente más prominentes. Además, el objetivo de establecer una asociación genuina entre la web y el clima de desconexión utilizando instrumentos 3.0 entre las convenciones de actividad del objetivo. Esto para anticiparse o potencialmente distinguir, así como continuamente la pantalla lo que está sucediendo alrededor del objetivo constantemente, particularmente durante la presencia del vacacionista allí. El punto es que esto afecte efectivamente a la administración y el avance de las objeciones y en la última percepción del vacacionista.

Estas dos dificultades significativas legitiman la necesidad de que los lugares de vacaciones se desarrollen hacia un modelo sabio a la luz de la utilización de la innovación para trabajar en la administración de los datos y la información sobre su propio avance, considerando que ésta es una variable vital para la seriedad de los lugares hoy en día, de la que depende la mejora de su propuesta, el cumplimiento de los intereses y la sustentabilidad de sus activos, y, para decirlo claramente, la dinámica que influye en las diversas regiones de su administración.

### ***2.2.2 La innovación en los destinos inteligentes y el reto de la gobernanza turística***

Según (CONTEC, 2014), el avance tecnológico, relacionado con la utilización de la innovación con el fin de presentar cambios en las organizaciones, está conectado a causa de la administración de objetivos de la industria de viajes con el procedimiento de

promoción en la mayoría de los eventos, en particular en su perspectiva basada en la web, ya que esta es la región en la que las mejores empresas y mejoras innovadoras están ocurriendo. Sea como fuere, el desarrollo de la administración de objetivos no sólo se debe al avance de la innovación, sino también a numerosos elementos diferentes relacionados en su mayor parte con los artículos, las administraciones, los ciclos y las relaciones entre los especialistas.

En el caso de que los distintos modelos de desarrollo relacionados con las TIC e Internet se trasladen a la situación de las objeciones de los viajeros, todos ellos tienen una importancia específica. No obstante, teniendo en cuenta la expansión en la utilización de datos en línea y la utilización de las TIC por parte del interés de la industria de los viajes, la actualización consistente de la situación de dispersión de la industria de los viajes basada en la web y los nuevos ejemplos en las conexiones entre los especialistas objetivos y los vacacionistas debido a la utilización de nuevos dispositivos tecnológicos y entretenimiento virtual avanzado, es decir, los componentes primarios que describen el presente y el destino de la escena de la industria de los viajes, obviamente los lugares están obligados a coordinar el desarrollo innovador a través de las TIC e Internet, principalmente en la región de acompañamiento de su administración:

La preparación y los ejecutivos del objetivo, plenamente atentos a lograr otro modelo abierto, integrador y dinámico en las relaciones con los participantes y viajeros vitales del objetivo.

El perfeccionamiento de otra promoción en Internet a la luz del esfuerzo conjunto y la colaboración con el área y con los viajeros, en la vigilancia feroz, en el giro y la variación incesante de la propuesta y en la edad de un conocimiento agregado que beneficia tanto al objetivo como al interés.

Potenciar y apoyar la ejecución de acuerdos razonables de mejora del sector de los viajes con vistas a la utilización de la innovación tanto en los periodos funcionales como en los vitales de la administración de objetivos.

Por las razones anteriores, las objeciones de los viajeros se enfrentan a un escenario en el que el desarrollo y la innovación se encuentran entre los principales puntos de apoyo en los que se basa su seria mejora. Esto conlleva importantes dificultades a las que deben enfrentarse las objeciones, entre las que se encuentran, por un lado, la mejora de los datos y la información para satisfacer las necesidades de avance con respecto a la sociedad red; y, por otro, el avance del esfuerzo coordinado y la participación entre especialistas, relacionado con la idea de administración abierta.

En los dos casos, se trata de cuestiones que determinan en modelos o estándares, por ejemplo, el objetivo 3.0 o el objetivo savvy, que sin duda marcan la referencia del modelo hacia el que deben avanzar los lugares de vacaciones, una etapa hacia un modelo cooperativo, participativo y, eventualmente, abierto a los estándares de la industria del viaje y la administración astuta.

La administración y el modelo DTI se están construyendo de forma común, por lo que resulta atractivo que avancen juntos y de forma coordinada (Invattur, 2013) Según la perspectiva del DTI, la administración comprende una de sus cualidades esenciales (Rudolf Giffinger, 2007) centrada generalmente en el apoyo amistoso, la dirección y la franqueza. Se trata de puntos de vista principales que trabajan con la preparación y el tablero de un objetivo viajero de manera abierta y cooperativa, a la luz del pensamiento de los compromisos del agregado que estructura parte de la propia ubicación vacacional y tomando como premisa la utilización de Internet y las TIC.

La visión agregada de la multitud de especialistas del objetivo es la que crea la información y se convierte así en la fuerza motriz del entorno de la industria turística; para ello, construye nuevos elementos que rompen con lo establecido y conocido hasta ahora. El resultado es otro sistema biológico de cara a explotar el impacto de la organización, tanto en el interior, en su administración y en las conexiones entre los especialistas que la componen, como en el exterior, en las asignaciones de correspondencia y publicidad al cliente final.

No obstante, la verdad es que, aunque en los lugares de vacaciones, la combinación de las TIC y la Web 3.0 aborda un componente transversal que puede dinamizar y fortalecer el diseño interior de las relaciones entre los especialistas que las conforman (Hays et al., 2013) y así avanzar en la mejora del impacto de la organización por las objeciones, en la mayoría de las objeciones de los viajeros su utilización se ha centrado en la parte externa de la administración de la técnica de exhibición y no tanto en

avanzar en los elementos de desarrollo y movimiento de información a la luz de la cooperación entre los especialistas del objetivo. Ni las organizaciones ni los DMO han dado el paso de reforzar su administración con vistas a un esfuerzo conjunto y un avance abierto.

En los dos casos, esto se debe probablemente a la duda típica relacionada con la contención entre organizaciones y asociaciones, junto con los impactos de la participación informática, tal y como plantea (Oriol Miralbell, 2012), como los límites y problemas fundamentales con respecto a la asunción de desarrollos mecánicos para cultivar el esfuerzo conjunto y la era de la información agregada.

Las objeciones de la industria de los viajes están, por tanto, muy lejos de ser consideradas como una ilustración en cuanto a la administración dentro de la estructura del modelo ITD, es decir, de explotar las oficinas presentadas por el entorno continuo de la mejora innovadora para conseguir un nivel más notable de colaboración y participación entre los animadores públicos y confidenciales para garantizar la navegación participativa (Rhodes, 1997). Ésta es, sin duda, una más de las increíbles dificultades a las que se enfrentan los lugares de vacaciones.

### **2.3 Marco conceptual**

**Tecnologías emergentes.** Los avances emergentes también pueden caracterizarse como "Desarrollos lógicos que pueden crear otra industria o cambiar una actual.

Incorporan avances espasmódicos obtenidos a partir de desarrollos extremistas, así como innovaciones avanzadas adicionales enmarcadas debido a la combinación de partes de examen previamente separadas" (Gregory Day 2011), Management of Emerging Technologies referido en Medina (2012).

**Tecnologías inteligentes.** Las tecnologías inteligentes se llaman así porque utilizan Internet y altos niveles de automatización para rendir de manera eficaz y efectiva, y a menudo utilizan las experiencias y ajustes previos para tomar decisiones automatizadas (Revista Ingeniería Eléctrica, 2016).

**Gobernanza.** Busca fomentar una visión esencial que incluya a los animadores públicos y confidenciales bajo una metodología participativa, sencilla y competente, a través de un soporte especializado que permita a la ciudad de Bogotá consolidarse como un Destino Turístico Inteligente.(Instituto distrital de turismo, 2023).

**La innovación** como motor de cambio de la ciudad, centrada en la búsqueda de las mejores prácticas para planificar y ofrecer artículos y administraciones, la utilización de datos accesibles, los procedimientos de promoción y publicidad y las colusiones que permitan la preparación y el cambio informático del negocio. Esto bajo una regla llamada: desarrollar para nuestros factores reales.(Instituto distrital de turismo, 2023).

**La tecnología** a la luz de un marco de conocimiento, que busca conocer muy bien todo lo que se une en el objetivo de desarrollarlo aún más. Este marco debe estar

equipado para apilar, manejar e investigar datos que se transformen en información útil, aplicable, organizada y solicitada, para ponerla al servicio del administrador del objetivo y de cada uno de sus socios. La información del sector turístico es la razón de la competencia de las organizaciones y los dominios hacia un modelo de Destino Turístico Inteligente. (SEGITTUR, 2023).

**Sostenibilidad.** Incluye factores, por ejemplo, la preservación del legado, el giro financiero y social y el seguro ecológico, que aumentan el valor del objetivo y permiten crear una economía sólida y una conexión amistosa entre viajeros y residentes. La sustentabilidad de la industria de viajes considera las repercusiones monetarias, sociales y naturales actuales y futuras, para cumplir con los requerimientos del huésped, sin descartar la satisfacción personal de la población anfitriona.(Instituto distrital de turismo, 2023).

**Accesibilidad.** Se centra en el avance de "la industria de los viajes para todos", donde las administraciones y las condiciones de la industria de los viajes pueden ser utilizadas por las personas, independientemente de sus capacidades, eliminando o moderando las fronteras físicas y sociales, donde toda la cadena de valor asume las administraciones y los artículos disponibles.(Instituto distrital de turismo, 2023).

**OMT.** Organización Mundial de Turismo, es la entidad que valida el Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes como un importante modelo de gestión competitivo, con el fin de fortalecer las organizaciones de gestión de destinos (ODG). Este modelo se

sustenta en 5 pilares: gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, tecnología e innovación, donde estos pilares estratégicos y su interrelación, constituyen el elemento fundamental de la transformación de un destino, teniendo como centro de dicha transformación a las ODG (ALCALDÍA DE BOGOTÁ D.C., 2023).

**Gobernanza turística e inteligente.** Es incuestionable que la transversalidad de la industria turística requiere extremar la coordinación y concertación de las acciones a realizar en un lugar de vacaciones. Esta verdad no es menos evidente en el modelo de Destino Turístico Inteligente caracterizado por SEGITTUR, como se compartió con él en el Plan Nacional e Integral de Turismo y el Plan Nacional de Ciudades Inteligentes. Este modelo incorpora los prerrequisitos básicos para un objetivo explicado en cuatro áreas de actividad: apertura, desarrollo, mantenibilidad e innovación. A pesar de estas claves, es fundamental que el gobierno del barrio tenga la capacidad de crear confianza y supervisar los recursos públicos con autenticidad (administración) y que sea apto para administrar con el apoyo más extremo de los socios vitales, como las organizaciones de otros niveles regionales, el área confidencial, la sociedad anfitriona y los viajeros. Este mayor apoyo en la autoridad pública del objetivo es justo la posibilidad de la administración de la industria de viajes. Una acepción más del término administración aplicada a los objetivos la encontramos en la aparición de María Velasco en su obra "Administración de objetivos: ¿Administración del turismo o administración del objetivo?", en el que sostiene que éste debe ser percibido como los "ciclos dinámicos público-privados que trabajarán en la administración de las luchas que surgen inevitablemente del movimiento en el objetivo". (SEGITTUR, 2023).

Partiendo de las principales apariciones del término administración para sugerir otro tipo de administración pública, es interesante encontrar un curso de acción bien definido o el programa de la industria de viajes que no lo especifica. La idea es elegante y se sabe de la hipótesis, sin embargo ¿qué ocurre como regla general? A veces hay estancamiento, hermetismo, cortoplacismo, intereses contrapuestos, luchas sociales no resueltas y el objetivo "no barrido". Por suerte, cada vez son más las objeciones que se persuaden de la necesidad de unir voces, poner en común los activos y planificar de forma consensuada con un horizonte dibujado. Esta necesidad es, si cabe, mucho más concebible a cuenta de las objeciones vecinales, dadas las limitaciones y problemas de cercanía de la industria turística los ejecutivos, que son, entre otros, la ausencia de activos y capacidad en el campo. (SEGITTUR, 2023).

El modelo de Destino Turístico Inteligente se centra en el clima del barrio, por lo que la labor del organismo supervisor de un objetivo, ya sea en un distrito, territorio, zona, afiliación o algún otro tipo de sustancia cercana, será vital para la mejora de la industria turística en su espacio regional. En cualquier caso, el progreso de un plan de transformación de objetivos dependerá de la responsabilidad y visión unívoca de la multitud de animadores incluidos. Por ello, el sistema de evaluación de un Destino Turístico Inteligente de SEGITTUR otorga una importancia excepcional a los componentes y medidas que amplían el esfuerzo conjunto público y público-privado o el apoyo de los residentes y veraneantes, evaluando, por ejemplo, la presencia de organismos de colaboración en los que la zona está disponible, los ciclos de organización

consultiva, los dispositivos o escenarios de cooperación de los residentes o la combinación de los turistas en la cadena de estimación de la industria turística. Así pues, esta técnica estima la administración de un objetivo de forma enfática, hasta el punto de que, sin ella, un objetivo no podría pensarse como "inteligente". (Instituto distrital de turismo, 2023)

**Red de destino turístico inteligente.** Un Destino Turístico Inteligente - DTI es un "lugar de vacaciones creativo, combinado en un marco mecánico de vanguardia, que asegura el avance económico de la región de los viajeros, abierto a todos, que trabaja con la cooperación y la coordinación del huésped con el clima y construye la naturaleza de su participación con el lugar y trabaja en la satisfacción personal del ocupante"(SEGITTUR, 2019).

El modelo de Destinos Turísticos Inteligentes - DTI está impulsado por SEGITTUR, una secretaría de estado española que trabaja por el desarrollo y las innovaciones de la industria turística, dicha entidad es pionera a nivel mundial y su objetivo es llevar a cabo otro modelo para seguir desarrollando la seriedad y la mejora de la industria turística, a la luz de la coobligación de la administración y la industria turística en materia de objeciones(SEGITTUR, 2019).

La estrategia de Destinos Turísticos Inteligentes, fue apoyada con necesidades de diferentes sugerencias y folletos instructivos, para reunir lo más importante en cuanto a administración, avance, innovación, sustentabilidad y disponibilidad, es el medio por el

cual esta sustancia ha considerado las reglas dadas por organizaciones y metodologías, por ejemplo, La Organización Mundial del Turismo - OMT, Banco Interamericano de Desarrollo - BID, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE, Consejo Global de Turismo Sostenible, Foro Económico Mundial, Normativa Española UNE, Capital Europea del Turismo Inteligente, Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, Red Europea de Turismo Accesible, Unión Internacional de Telecomunicaciones y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (SEGITTUR, 2019).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) percibe que "los destinos turísticos brillantes son fundamentales para mantener el ritmo de los acontecimientos y contribuyen, no sólo a mejorar el sector de los viajes, sino también a la sociedad en general". La utilización de disposiciones innovadoras propuestas por el modelo de objetivos inteligentes ayuda a trabajar en la forma más común de perseguir opciones informadas, centrándose en las medidas y esperando situaciones futuras, lo cual es fundamental para la administración capaz de la industria de viajes y su efecto". Además, en sus líneas esenciales incorpora el modelo de Destino Turístico Inteligente para que actúe como ilustración de las buenas prácticas de administración y sugiere recordarlas para los planes públicos y además las recuerda para la Declaración de Nursultan para avanzar en los objetivos sabios.(SEGITTUR, 2019).

**Web 3.0.** La Web 3.0 es la tercera era de las administraciones de Internet para sitios y aplicaciones. Se centrará en la utilización de la comprensión de la información por parte de las máquinas para dar lugar a una Web semántica y datificada. Uno de los

objetivos definitivos de la Web 3.0 es crear sitios web más astutos, más asociados y más abiertos. (Telefonica, 2022).

Todavía no se ha llevado a cabo, por lo que no existe una definición inequívoca. Para tener una idea, hacer el cambio de la primera Web, la Web 1.0 a la Web 2.0, requirió más de una década. Teniendo en cuenta todo esto, es normal que se requiera una medida comparativa de inversión, aunque posiblemente no más, para ejecutar y rediseñar completamente la web con la 3.0. (Telefonica, 2022).

En cualquier caso, no todas las cosas tardarán tanto en aparecer. Hay algunas innovaciones que caracterizarán a esta nueva web que ya se están creando. Por ejemplo, las máquinas domésticas brillantes que utilizan organizaciones remotas y el IoT son ejemplos de lo que la Web 3.0 significa ahora para la innovación. (Telefonica, 2022).

Por último, si consideramos la Web 1.0 como un proveedor de datos estático en el que los usuarios leen las páginas del sitio, pero rara vez interactúan, y la Web 2.0 como una web inteligente y social que permite el esfuerzo conjunto entre los clientes, podemos esperar que la Web 3.0 cambie tanto la forma en que se hacen los sitios como la manera en que los individuos se comunican. (Telefonica, 2022)

## 2.4 Marco legal

La Constitución Política de Colombia establece la promoción del uso activo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como una herramienta para disminuir las desigualdades económicas, sociales y digitales en áreas como soluciones informáticas. Esto se refleja en la promulgación de los principios de justicia, equidad, educación, salud, cultura y transparencia.

El artículo 5, numeral 13 de la Ley 115 de 1994, conocida como la Ley General de Educación en Colombia, establece la promoción de la capacidad en las personas y la sociedad en general para crear, investigar y adoptar la tecnología necesaria en los procesos de desarrollo del país. Esto busca habilitar a los estudiantes para que puedan integrarse al sector productivo de manera efectiva (MCruz, 2001).

La Ley 1341 de 2009 en Colombia tiene por objeto definir los principios y conceptos relacionados con la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). Esta ley sienta las bases para la regulación y promoción de las TIC en el país, con el fin de fomentar su desarrollo y uso en beneficio de la sociedad (Funcionpublic, 2009).

El Decreto 1727 de 2009 en Colombia, también conocido como el Decreto Habeas Data, establece las pautas y procedimientos que deben seguir los operadores de bancos de datos de información financiera, crediticia, comercial, de servicios y de

información proveniente de terceros países al presentar información sobre los titulares de dicha información. Este decreto regula cómo se debe gestionar y proteger la información personal y financiera de los ciudadanos en el contexto de la protección de datos (Derecho del Bienestar Familiar, 2019).

La Ley 1437 de 2011 en Colombia, conocida como la Ley de Procedimiento Administrativo Electrónico, establece el uso de medios electrónicos en los procedimientos administrativos. Esta ley permite la realización de trámites y procedimientos administrativos a través de medios electrónicos, promoviendo la digitalización y agilización de los procesos administrativos (CONGRESO DE COLOMBIA, 2011a).

La Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor en Colombia, aborda cuestiones relacionadas con el comercio electrónico y la publicidad. En esta ley se incluye dentro de la definición de ventas a distancia aquellas que se realizan a través del comercio electrónico. Además, el artículo 26 de esta ley establece que la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) determinará las condiciones mínimas para la publicación de información de precios de productos ofrecidos a través de cualquier medio electrónico (CONGRESO DE COLOMBIA, 2011b). Esto tiene como objetivo proteger a los consumidores y garantizar la transparencia en las transacciones en línea.

La Constitución Política de Colombia reconoce y garantiza una serie de derechos constitucionales fundamentales en su compromiso de preservar la dignidad humana como un fin esencial del Estado. En el artículo 52 de la Constitución, se establece el derecho de todas las personas al disfrute de la recreación, el deporte y el uso de su tiempo libre. Asimismo, a lo largo de varios de sus artículos, la Constitución enfatiza la importancia de proteger el medio ambiente, la biodiversidad, las áreas de especial relevancia ecológica y los recursos naturales, al tiempo que permite la utilización y aprovechamiento de estos recursos dentro del marco del desarrollo sostenible. El artículo 79 de la Constitución profundiza en el derecho de los ciudadanos colombianos a disfrutar de un ambiente saludable y establece la obligación del Estado de garantizar condiciones ambientales adecuadas que permitan el ejercicio de otros derechos. Esto subraya la relevancia de la protección ambiental como un componente esencial de los derechos humanos y el bienestar de la sociedad en su conjunto. (Manuel Restrepo Abondano et al., n.d.).

El disfrute del ambiente no solo implica la protección y conservación de la naturaleza, sino también el placer y la apreciación estética que las personas experimentan al interactuar con entornos naturales o áreas urbanas que están en armonía con los recursos naturales. Por lo tanto, el artículo 95 de la Constitución, que establece los deberes de los ciudadanos, incluye la responsabilidad de proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la preservación de un entorno saludable (Manuel Restrepo Abondano et al., n.d.). Esto destaca la importancia de cuidar y valorar tanto los aspectos culturales como los naturales en beneficio de la sociedad y el bienestar general.

El capital natural de un país juega un papel fundamental en la promoción del bienestar humano y el desarrollo económico. Esto se evidencia a través de la creación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP), establecido mediante el Decreto 2372 de 2010 y posteriormente compilado en el Decreto 1076 de 2015. El propósito de este sistema es cumplir con los objetivos generales de conservación del medio ambiente y los recursos naturales del país. Estos objetivos incluyen: i) asegurar la continuidad de los procesos ecológicos y evolutivos naturales para mantener la diversidad biológica; ii) garantizar la oferta de bienes y servicios ambientales esenciales para el bienestar humano; y iii) En resumen, el SINAP refleja el compromiso de Colombia con la conservación de su capital natural como un recurso esencial para el bienestar de su población y el desarrollo sostenible del país (Manuel Restrepo Abondano et al., n.d.)

El Estado colombiano ha establecido una serie de procedimientos, responsabilidades y directrices para garantizar la diversidad y la integridad del medio ambiente, con el objetivo fundamental de asegurar que los procesos de desarrollo sean sostenibles a lo largo del tiempo. Esto se refleja en el artículo 80 de la Constitución Política, que asigna a las instituciones del Estado una serie de condiciones y responsabilidades en relación con la planificación y la gestión de los recursos naturales. El propósito es "garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución". Además, el Estado colombiano tiene la responsabilidad de prevenir y controlar el deterioro del medio ambiente y de implementar los procedimientos sancionatorios necesarios para proteger tanto el medio ambiente como los diversos ecosistemas del país (Manuel Restrepo Abondano et al., n.d.). Estas acciones y medidas

institucionales son fundamentales para mantener un equilibrio adecuado entre el desarrollo económico y la conservación del entorno natural.

La Constitución Política de Colombia reconoce la importancia de la empresa como motor del desarrollo y promueve la libertad económica, pero al mismo tiempo establece límites y responsabilidades, especialmente en lo que respecta al medio ambiente. En el artículo 333 de la Constitución, se señala que el ejercicio de la libertad económica debe llevarse a cabo dentro de los límites establecidos por el medio ambiente. Esto significa que las actividades económicas deben realizarse de manera que no causen daños significativos al entorno natural. Además, la Constitución establece que la propiedad privada conlleva una función ecológica inherente, como se indica en el artículo 58. Esto implica que los propietarios de bienes y recursos naturales tienen la responsabilidad de cuidar y preservar el medio ambiente en el ejercicio de sus derechos de propiedad. En resumen, la Constitución colombiana reconoce que el desarrollo de las actividades económicas debe realizarse de manera sostenible y responsable, teniendo en cuenta la protección del medio ambiente y la función ecológica de la propiedad privada (Manuel Restrepo Abondano et al., n.d.).

Principios ambientales para el crecimiento económico. Siguiendo la línea anterior, el artículo 1 de la Ley 99 de 1993, en su primer punto, enfatiza que el avance económico y social del país debe basarse en los principios del desarrollo sostenible que se encuentran en la declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre el medio ambiente y el progreso. Además, en sus puntos 2, 4 y 8, la ley establece que es esencial proteger y

utilizar la biodiversidad, los ecosistemas y el paisaje de manera sostenible. Por último, en sus puntos 9 y 12, subraya que la gestión y la preservación del medio ambiente en el país deben ser descentralizadas, participativas y coordinadas en colaboración entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado.(Manuel Restrepo Abondano et al., n.d.)

Turismo y desarrollo sostenible. De acuerdo con los marcos legales y constitucionales mencionados, el turismo se considera tanto un medio para el ejercicio del derecho a la recreación como una industria fundamental para el progreso nacional. Además, se percibe como una vía de desarrollo económico con un propósito social que requiere una protección especial por parte del Estado (según el artículo 1 de la Ley 300 de 1996. En particular, la Ley 1558 de 2012 establece que el fomento, desarrollo y promoción del sector turístico deben lograrse mediante la implementación de medidas necesarias para crear, conservar, proteger y aprovechar los recursos y atractivos turísticos nacionales, asegurando al mismo tiempo la sostenibilidad del desarrollo (Manuel Restrepo Abondano et al., 2018), Dado que los recursos naturales y paisajísticos son componentes esenciales de la oferta turística del país, las instituciones gubernamentales tienen la responsabilidad de planificar la gestión y el uso de estos recursos de manera que se garantice su desarrollo sostenible (Manuel Restrepo Abondano et al., n.d.).

## Capítulo 3. Diseño metodológico

### 3.1 Tipo de investigación

La investigación se enmarco dentro de la investigación descriptiva de carácter cuantitativo. Una vez expuestos los objetivos de la exploración, los temas y las diversas especulaciones propuestas, es importante fomentar exhaustivamente la estructura estratégica utilizada, con un punto definitivo de mostrar los instrumentos utilizados para el examen del tema de la exploración, es decir, a qué tipo de investigación se ha expuesto el tema y qué técnicas y procedimientos se han utilizado.

Por regla general, el material bibliográfico fue contemplado y elegido para ayudar, impulsar y guiar el ciclo de exploración. No obstante, es importante separar la estrategia aplicada para el avance del sistema hipotético y para la investigación del caso, que, a pesar de estar asociados entre sí, existen contrastes a destacar.

Debido a la importancia de caracterizar un modelo de exploración, se utilizó para este examen la estrategia Descriptiva, sostenida por la técnica de investigación, el sistema claro busca retratar el objeto de estudio, trayendo a colación sus créditos y propiedades. Este tipo de exploración propone un diseño metódico de las sustancias comprometidas con el examen y funcionará como una razón clave para futuras exploraciones (Hernández Sampieri et al., 2014).

El perfeccionamiento de esta exploración contará con una metodología cuantitativa, que incluirá un conjunto de ciclos para el surtido de información, plausible de tener un tratamiento medible; el examen cuantitativo es un enfoque organizado para reunir y diseccionar información obtenida de diversas fuentes. El examen cuantitativo incluye la utilización de dispositivos de PC, mediciones y matemáticas para obtener resultados; es decisivo en su motivación, ya que busca evaluar el tema y comprender cuán involuntarios son los resultados proyectados a una población mayor (Hernández Sampieri et al., 2014).

### **3.1 Población y muestra**

#### ***3.1.1 Población***

La población objeto de estudio, estará conformada por la información de las fuentes primarias como lo son los dueños o administradores de los atractivos turísticos encontrados en Ocaña, la Playa y Abrego.

#### ***3.1.2 Muestra***

La muestra estará conformada por 109 atractivos turísticos repartidos de la siguiente manera:

61 en Ocaña, 20 en la Playa de Belén y 13 en Abrego. Todos considerados como destinos turísticos de gran interés (Camara de comercio de ocaña, 2016).

## Capítulo 4. Resultados

### 4.1 Análisis de las dinámicas del turismo inteligente, a través de una revisión sistemática de literatura y relaciones entre diferentes actores que se benefician de este paradigma.

Se abordarán las dinámicas del turismo inteligente tras una visión general del turismo actual y su evolución hacia el futuro. Se comparan el turismo tradicional y el inteligente, analizando sus componentes y características, explorando cómo el turismo inteligente puede solucionar deficiencias del tradicional.

Los artículos revisados sobre turismo tradicional presentan temas similares y relacionados entre sí. Estos patrones temáticos, que reflejan enfoques tendencia, son el foco de nuestro proyecto. Por lo tanto, hemos identificado las variables clave en este tipo de turismo, que se discutirán a continuación.

**Tabla 1**

*Variables del turismo tradicional*

	<b>Destinos Populares</b>	<b>Sistemático</b>	<b>Masificado</b>	<b>Estacional</b>	<b>Paquetes rígidos</b>
Benita Salazar (2020)	<b>X</b>	<b>x</b>	<b>x</b>		<b>x</b>
Weaver (2006)	<b>X</b>	<b>x</b>	<b>x</b>		<b>x</b>

Buhalis, D., y Costa, C. (2007)		<b>x</b>	<b>x</b>		<b>x</b>
Maria salcedo (2012)	<b>X</b>	<b>x</b>	<b>x</b>		<b>x</b>
Maribel Osorio (2018)	<b>X</b>		<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

*Nota.* Propiedad del autor.

El cuadro anterior exhibe las principales variables del turismo tradicional, exploradas por autores en sus artículos y libros dedicados al tema. Es evidente la interrelación entre estas variables y cómo los enfoques de los autores convergen para definir el carácter tradicional del turismo.

Dentro del turismo tradicional uno de sus pilares es el turismo cultural, independientemente de lo que se hable acerca del turismo tradicional la insignia de este rubro es el turismo en base a conocer de primera mano las creencias, costumbres y formas de pensar de determinada región (Salazar Dzul et al., 2020), lo que conlleva a una contribución social de los turistas y entidades que vienen a determinados lugares a explorar los diferentes factores que caracterizan la idiosincrasia de una determinada región. A partir de la premisa expuesta, existen diferentes factores que pueden contribuir de forma positiva y a veces negativa en esta clase de turismo, dentro de los dos factores que abordan el debate desde el punto de vista de muchos investigadores y autores esta la pérdida de la identidad cultural debido a la mezcla cultural producto de los mismos turistas, del otro lado hay quienes apoyan este factor, quienes alegan que

dar a conocer la cultura de una región es dar un reconocimiento a la misma para que esta no se extinga y obviamente dar lucro a la misma para que se preserve.

La masificación de los planes turísticos en el ámbito cultural son un claro ejemplo de las variables que componen este tipo de turismo.

Según (Dimitrios Buhalis, 2007), aborda el turismo sostenible bajo el enfoque del turismo tradicional contemporáneo, el cual muestra pretende representar una perspectiva global, ya que lo representa como una especie de turismo en masas, debido a los paradigmas que lo conforman. Este modelo o tipo de turismo es de cuidado debido a sus factores, dentro de sus pros se encuentran, la generación de empleos, el incremento de la economía local y la promoción de la cultura. En un primer vistazo en sus inicios era bien recibido, debido a su auge y ventajas, pero luego se evidencian aspectos negativos como el impacto medio ambiental, el impacto de las comunidades locales y la pérdida de su autenticidad, dichos problemas provocados en la mayoría de los casos a poca planificación o logística de las autoridades en la recepción de los turistas.

Siguiendo la premisa del turismo sostenible tradicional donde una de las premisas principales que expone (Dimitrios Buhalis, 2007), en su libro, también aborda detalles que son bastantes destacables y de los cuales podemos evidenciar implícitamente, el turismo de masas se caracteriza también por tener paquetes rígidos los cuales son causales de la gran cantidad de

turistas que saturan los lugares o medios transportes apegándose al plan establecido y siendo este una fila de dominós que produce un evento en cascada.

Ahora abordando otro aspecto importante dentro del turismo tradicional que a veces dejamos pasar, es el denominado turismo de negocios el cual da un gran aporte en el desarrollo de una región, generando empleos e industria siendo dos de sus pilares más importantes.

El turismo de negocios según (Dimitrios Buhalis, 2007), en su libro fronteras del negocio turístico: consumidores productos e industria, enfatiza que el turismo global cada vez más se va expandiendo y volviéndose más complejo lo cual hace que los involucrados deban tener un vasto conocimiento del negocio y los temas involucrados. Por otro lado, comenta que se debe buscar nuevos productos e industrias para ser frente a los nuevos retos, dando el siguiente paso, saliendo del turismo tradicional, en el que se encuentra como zona de confort, que según en palabras del mismo (Dimitrios Buhalis, 2007), se quiere brindar al gerente del mañana la capacidad de mirar más allá de los horizontes de planificación normales, e identificar oportunidades potenciales a partir de estos cambios.

El turismo como industria es un fenómeno que ha logrado una presencia creciente en la dinámica económica internacional. Para muchas naciones y regiones del mundo constituye una de sus principales actividades generadoras de ingreso, empleo y desarrollo (Patricia et al., 2012).

Por lo tanto, el turismo sustentable se integra de manera inherente con las ofertas culturales, religiosas y gastronómicas. La disminución de la autenticidad de las culturas, causada por la propagación y los procesos sistemáticos, emerge como un asunto de gran relevancia, por el impacto ambiental y social que genera.

Maribel Osorio (Maribel Osorio, 2008), en su artículo Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna, se fundamenta liza en la concepción de lo que es hoy por hoy el turismo tradicional, visto a través de los medios de comunicación masivos, los cuales han apoyado en la creación de dos modelos: el turismo de masas y el alternativo, estos no son necesariamente consecutivos aunque sí presentan paquetes rígidos en sus propuestas, los cuales en el sistema económico de cada región son impulsados a través de la lógica de sus comunidades, estos son inherente en la forma de pensar, y por consecuencia se adaptan para sobrellevar la modernidad de los tiempos.

A partir de lo anteriormente expuesto y con la finalidad de identificar las características distintivas del turismo tradicional, es posible analizar cómo el avance tecnológico ha dado lugar a un ecosistema de conectividad que ha generado un punto de inflexión en los procesos turísticos tradicionales, llevándolos a una dimensión inteligente. En este sentido, se hace evidente que existe una brecha entre el turismo tradicional y el turismo inteligente, siendo este último capaz de producir resultados eficientes que pueden contribuir significativamente a mejorar tanto la competitividad como el desarrollo de un país en su conjunto.

En esta revisión sobre el turismo inteligente, se ha realizado un análisis de varios artículos relacionados con el mismo, abordado temas muy similares y correlacionados entre sí, la cual surgen un patrón común en la temática del turismo. En este proyecto, nos hemos enfocado en estudiar las tendencias más relevantes en este tipo de turismo, identificando algunas de las variables más importantes que se presentan. A continuación, se describen estas variables definidas por algunos autores.

**Tabla 2**

*Variables del turismo inteligente*

	Accesible	Sostenible	Personalización	Innovación	Conectividad	Inclusión
(Gómez et al., 2017)			x	x	x	x
(Organización mundial del turismo, 2013)	x	x	x	x	x	x
(Ulises Castro, 2017)		x		x	x	
(Buhalis & Amaranggana, 2015)			x		x	x
(Gretzel et al., 2015)	x	x	x	x	x	
(Femenia-Serra & Navarro-	x	x	x		x	x

---

Ruiz,  
2017)

---

*Nota.* Propiedad del autor.

En el cuadro anterior se muestran las variables más destacadas del turismo inteligente abordadas por diversos autores en artículos y libros sobre el tema. Resulta que existe una estrecha relación entre estas variables, y los autores han aportado diferentes enfoques para establecer una definición del turismo inteligente.

(Martínez-Barea, 2014) en su más reciente obra "El mundo que viene" publicada en 2014, se destacan tres importantes tendencias que transformarán aún más el mundo. En primer lugar, la Hiperconectividad, que ya se percibe gracias al uso masivo de dispositivos móviles de diferentes capacidades, que están al alcance de una gran parte de la población global. En segundo lugar, la aceleración tecnológica en campos como la biotecnología, robótica y nanotecnología. Y, en tercer lugar, la incorporación de 4000 millones de nuevos ciudadanos al mundo, que se unirán en el futuro cercano a estos esquemas tecnológicos y tendrán acceso a información y conocimiento desde cualquier lugar del mundo, lo que generará nuevas oportunidades, modificará los mercados existentes y creará nuevos por demandas aún desconocidas.

En este contexto, surge el concepto de "destinos turísticos inteligentes" (DTI) o "Smart Destinations", como una innovadora y competitiva estrategia en los mercados turísticos globales. El objetivo principal es aumentar la productividad y la competitividad mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para crear una inteligencia colectiva que

integre a los diferentes actores públicos y privados que dinamizan la ciudad, buscando el beneficio de la población local, como factor clave en la globalización, para la creación de nuevos escenarios en los mercados de consumo, dando lugar a tendencias mundiales inéditas. (Ulises Castro, 2017).

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) desempeñan un papel crucial en el turismo inteligente, como se menciona en la definición dada por (Femenia-Serra & Navarro-Ruiz, 2017), la cual es basada en la integración de datos recopilados de infraestructuras físicas, conexiones sociales, fuentes gubernamentales/organizacionales y cuerpos/mentes humanas en combinación con el uso de tecnologías avanzadas. Estos datos son transformados en experiencias y propuestas de valor empresarial, enfocados en la eficiencia, la sostenibilidad, la innovación, la inclusión y el enriquecimiento de la experiencia del turista. Por lo tanto, se puede afirmar que las TIC son esenciales tanto para la conceptualización como para el desarrollo del turismo inteligente, creando sistemas de apoyo a la toma de decisiones, sistemas de recomendación, sistemas sensibles al contexto, agentes autónomos que buscan y extraen fuentes web, inteligencia ambiental y sistemas que crean realidades aumentadas.

Siguiendo la premisa de la definición de las TIC, el autor (Salazar Dzul et al., 2020) sostiene que un Destino Turístico Inteligente se caracteriza por su capacidad de incorporar tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en la estructura digital de ciudades inteligentes, lo que permite crear y desarrollar ecosistemas para ofrecer servicios personalizados

en el ámbito turístico y cultural, así como fomentar la participación activa de los usuarios a través de metodologías de co-creación. Para este canal de comunicación digital para intercambiar información de manera rápida y sencilla entre los usuarios (visitantes o residentes) y los diferentes elementos de interés, como el patrimonio cultural, el comercio o la hostelería.

Siguiendo la secuencia de las variables claves para el comienzo y preparación de un destino turístico, tiene que ver con la recolección y el análisis de datos ya que proporcionan información valiosa que puede ser utilizada para entender mejor a los turistas y sus necesidades, y mejorar la experiencia turística en general. Es por esto que según el autor (Patricia et al., 2012), menciona que la innovación de un destino turístico está basada en un enfoque de planificación radicado en el análisis de la aparición masiva de datos de diversa tipología ('big data') que ofrecen un conocimiento más exhaustivo de múltiples realidades y que, por tanto, pueden ayudar en la toma de decisiones con el objetivo de mejorar la eficiencia y la sostenibilidad del sector turístico, así como la experiencia del turista.

Y en definición del beneficio del turismo inteligente según el autor del libro (6), menciona que el objetivo principal es mejorar la experiencia turística al ofrecer productos y servicios más personalizados que satisfagan las necesidades y preferencias únicas de cada visitante. En la actualidad, comprender las necesidades, deseos y anhelos de los viajeros es crucial para la competitividad de los destinos. Para lograrlo, es necesario llevar la inteligencia a los destinos turísticos e interconectar dinámicamente a las partes interesadas a través de una

plataforma tecnológica que permita intercambiar información relacionada con las actividades turísticas de manera instantánea.

Por esta razón, el autor (Dimitrios Buhalis, 2007), expone en su artículo la relevancia de desarrollar una metodología específica para la implementación de Destinos Turísticos Inteligentes, que involucra la colaboración entre los sectores público y privado, así como la participación activa de la comunidad local. Esta metodología busca promover y cumplir con los requisitos característicos que definen a un destino inteligente, tales como la innovación, la tecnología, la sostenibilidad, la accesibilidad, la cultura y el patrimonio, así como la gobernanza. La implementación de esta metodología implica el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para mejorar la calidad de vida de los residentes, la experiencia del visitante, la sostenibilidad y la competitividad del destino. En resumen, se ha desarrollado una metodología específica para la implementación del Destino Turístico Inteligente, que involucra la colaboración entre los sectores público y privado, así como la participación activa de la comunidad local, y que tiene como objetivo cumplir con los requisitos que definen a un destino inteligente.

**4.2 Identificar las herramientas tecnológicas de transformación digital y que son un medio directo para el fomento de destinos turísticos inteligentes, por medio de la estructuración del estado del arte y formando así una perspectiva clara acerca de las tecnologías inteligentes que podrían incorporarse a la red dispuesta para el municipio de Ocaña.**

A través de una revisión sistémica de literatura, se pueden identificar las dinámicas y relaciones entre los diferentes actores que se benefician del turismo inteligente, algunas de las herramientas tecnológicas que podemos encontrar que se incluyen dentro del paradigma del turismo inteligente son:

**Internet de las cosas (IoT).** La tecnología IoT puede ser utilizada para crear destinos turísticos inteligentes al conectar dispositivos y sensores para recopilar y analizar datos en tiempo real sobre el comportamiento de los turistas y las condiciones ambientales, lo que permite a los destinos turísticos tomar decisiones informadas y ofrecer servicios personalizados (Rojas Pérez, 2019).

Un ejemplo sería la instalación de sensores IoT en una playa turística para monitorear en tiempo real la calidad del agua, la temperatura, la ocupación de las áreas de descanso y la disponibilidad de estacionamientos. Estos datos pueden ayudar a los turistas a tomar decisiones

informadas y a los gestores del destino a optimizar los recursos y mejorar la experiencia del visitante.

**Big Data y análisis de datos:** El procesamiento y análisis de grandes volúmenes de datos generados por turistas, redes sociales, sistemas de reserva y otras fuentes pueden proporcionar información valiosa para la toma de decisiones. Mediante técnicas de análisis de datos, como el análisis de patrones de comportamiento y la segmentación de clientes, es posible obtener información sobre preferencias, tendencias y necesidades de los turistas, lo que permite ofrecer servicios más personalizados y adaptados (Dimitrios buhalis, 2015).

Un ejemplo sería el análisis de grandes volúmenes de datos generados por sistemas de reserva, portales de opiniones, redes sociales y encuestas de satisfacción para identificar patrones de comportamiento de los turistas. Esto permitiría a los gestores del destino obtener información valiosa sobre las preferencias de los visitantes, las tendencias turísticas y las áreas de mejora en la oferta de servicios.

**Inteligencia artificial (IA):** La IA puede aplicarse en diferentes áreas de los destinos turísticos inteligentes. Por ejemplo, chatbots y asistentes virtuales impulsados por IA pueden brindar información y atención al cliente de manera eficiente y en múltiples idiomas. También se pueden utilizar algoritmos de aprendizaje automático (machine learning) para personalizar

recomendaciones y ofrecer experiencias turísticas más adaptadas a los gustos individuales (Gretzel et al., 2015).

Un ejemplo sería el uso de chatbots impulsados por IA en un sitio web o aplicación móvil turística. Estos chatbots pueden brindar información en tiempo real sobre lugares de interés, eventos, recomendaciones gastronómicas y servicios disponibles. También pueden responder preguntas frecuentes y proporcionar asistencia virtual a los turistas las 24 horas del día.

**Realidad virtual y aumentada.** Estas tecnologías pueden ser utilizadas para crear experiencias inmersivas para los turistas, permitiéndoles explorar destinos turísticos en línea antes de visitarlos, o para proporcionar información en tiempo real sobre lugares de interés durante su visita.

Un ejemplo sería una aplicación móvil que utiliza AR para superponer información adicional sobre monumentos, edificios históricos o puntos de interés en tiempo real mientras los turistas exploran una ciudad. También se puede utilizar VR para ofrecer experiencias inmersivas, como visitas virtuales a museos, atracciones turísticas o recorridos por paisajes naturales.

**Aplicaciones móviles.** Las aplicaciones móviles pueden ser utilizadas para proporcionar información turística, guías de viaje, mapas interactivos, itinerarios personalizados y recomendaciones de lugares para visitar y cosas que hacer.

Un ejemplo sería una aplicación móvil turística que ofrece información detallada sobre rutas turísticas, eventos culturales, opciones de transporte y recomendaciones personalizadas según las preferencias del usuario. Además, las plataformas digitales como TripAdvisor o Airbnb permiten a los turistas acceder a reseñas, comentarios y opciones de alojamiento proporcionados por otros viajeros.

**Sistemas de gestión integral de destinos (DMIS).** Estas herramientas permiten a los destinos turísticos gestionar y coordinar sus recursos turísticos, incluyendo alojamiento, transporte, actividades, eventos y servicios, para proporcionar una experiencia turística más integrada y personalizada (Mauro Balazero, 2008).

Un ejemplo sería la implementación de un sistema centralizado que integre información sobre infraestructuras, servicios turísticos, eventos, movilidad y sostenibilidad en un destino turístico. Este sistema permitiría a los gestores del destino tomar decisiones basadas en datos, coordinar esfuerzos entre diferentes actores y mejorar la planificación y gestión del turismo.

Con respecto a las anteriores herramientas mencionadas están estrechamente relacionadas con la gobernanza de TI, debido a su composición lógica referente a las decisiones sobre el uso de dicha tecnología de la información que impulsan la transformación digital del sector turístico.

Un ejemplo de la implementación de las tecnologías de la información en el sector turístico, es la que lleva el gobierno de España, y su enfoque de gobernanza que ha brindado resultados, en su búsqueda por fomentar el turismo digital en sus principales ciudades. Un ejemplo de ello tenemos al Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015, que fue creado para fomentar la competitividad y sostenibilidad del sector turístico español, incluyendo, la implementación de tecnologías y soluciones digitales.

Ahora en el contexto de lo que España ha realizado al sector del turismo inteligente, está el caso de la ciudad de Andalucía, la cual fue destinado un presupuesto de 161 millones de euros a través de planes de sostenibilidad turística en Destino (PSTD). En dicho plan destaca la transformación y modernización de sus destinos turísticos, esto con el fin de dar un aire nuevo a lo que puede ofrecer la ciudad y así atraer viejos y nuevos turistas, renovando su experiencia. Sus principales objetivos dentro de los planes de sostenibilidad están el plan de comunicación y de marketing que aborda lo que llamamos lo que conocemos como los sistemas de gestión de destinos turísticos, en su aplicabilidad a estas características de turismo relacionado a la gobernanza de TI.

La implementación de herramientas tecnológicas para el sector turismo está ligada más que todo a sus necesidades particulares ya lo que pueden ofrecer las ciudades a implementar. Arusha, es una ciudad ubicada al norte de Tanzania, su principal atractivo turístico son sus hermosos parques nacionales de fama mundial, y recientemente fue calificada como la “Capital del turismo verde de África Oriental”. A pesar de todo lo que ofrece esta ciudad, se han visto en la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos, es por esto que los Shapers proponen adoptar un nuevo enfoque del turismo para abordar desafíos como el desempleo, los impuestos excesivos y la infraestructura ineficiente. El arusha hub está creando una propuesta de turismo digital para implementar políticas e iniciativas que respaldan las 6A del turismo: atracciones, accesibilidad, servicios, paquetes disponibles, actividades y servicios auxiliares (Organización mundial del turismo, 2013).

Los formadores tienen como objetivo capacitar y equipar a las autoridades de la ciudad para incorporarlos en la industria tecnológica que crece a un ritmo acelerado. Además, los sharper tendrán como objetivo conectar la infraestructura electrónicamente a través de una red de IoT. Con la tecnología integrada en los edificios y dentro de las entidades, los destinos utilizarán la sinergia entre la tecnología de detección y los componentes sociales para respaldar la experiencia turística.

La implementación de herramientas tecnológicas para el sector turístico de una región, no es de uso exclusivo solamente del foráneo de paso, sino también de utilidad para la misma

población que pueden hacer uso de estas herramientas para facilitar su día a día, un ejemplo de esta dinámica es la llevada a cabo por la ciudad de Barcelona, en España que ha implementado un sistema de sensores en contenedores de basura para optimizar la recolección de residuos. Los SENSdumpster, solución tecnológica de la empresa sayme basada en redes de sensores inalámbricos de ultra bajo consumo, llegó a Barcelona para mejorar la eficiencia en los procesos de recogida de residuos urbanos con el objetivo de ofrecer mejor servicio a la ciudadanía, con una área metropolitana más limpia y ordenada (Interempresas, 2016)

De las premisas anteriores podemos observar un patrón de comportamiento en el cual, determinamos que la mejor manera de implementar las tecnologías de la información es por medio del estudio de las necesidades que presenta el turista y la oferta de la zona o región que lo componen, suena un poco obvio, pero es algo que hay que tener muy en cuenta esto porque la implementación de estas estrategias va encaminada a surtir efecto en gran medida.

Además, el hecho de implementar una solución tecnológica conlleva también grandes desafíos a nivel logístico y técnico que demandan dichas herramientas para perdurar en el tiempo proyectado.

**4.3 Estructurar los componentes del modelo de gobernanza, a partir de las revisiones e identificaciones desarrolladas, generando así una estrategia que orienta los procesos de mejora continua en el sector del turismo de Ocaña Norte de Santander.**

#### **4.3.1 *Revisiones e identificaciones***

A pesar de su naturaleza acogedora, el municipio de Ocaña se encuentra entre las zonas consideradas como de alta complejidad debido a la violencia, un factor que ha influido de manera significativa en su avance. Sin embargo, a pesar de estos desafíos, Ocaña está preparado para recibir a un gran número de turistas con el objetivo de fomentar su industria turística. El municipio cuenta con una gama de opciones de alojamiento, desde hoteles spa hasta acogedoras residencias, y dispone de todos los servicios necesarios, incluyendo puestos de salud, variedad de oferta gastronómica, servicios de transporte, opciones de restaurantes y diversas zonas de alojamiento, como principal enfoque para brindar la atención una buena atención al turista.

No obstante, para el municipio de Ocaña es necesario establecer un modelo de gobernanza ya que resulta fundamental para crear un marco claro y efectivo que facilite la implementación de iniciativas y proyectos enfocados en la mejora continua del sector turístico implicando la combinación de liderazgo, procesos y prácticas de mejora continua, colaboración, medición y evaluación, así como comunicación y transparencia, favoreciendo la implementación de un enfoque de turismo inteligente para la ciudad de Ocaña.

Bajo esta premisa se realiza un análisis exhaustivo de la situación actual del sector turístico en Ocaña con el fin de identificar aspectos que requieren mejoras, recopilando información relevante en diferentes áreas.

Como recurso disponible se identifican los recursos naturales, culturales e históricos de la región como potencial turístico de Ocaña, Norte de Santander como se evidencia en la tabla 3.

**Tabla 3**

*Destinos turísticos*

	Ocaña	Abrego	Playa de belén
<b>Turismo religioso</b>			
<b>Lugares Sagrados</b>	Santuario del agua de la virgen	N/A	N/A
<b>Iglesias y catedrales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedral santa ana</li> <li>• Iglesia de san francisco de asis</li> <li>• Capilla la torcoroma</li> <li>• Capilla Jesús cautivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Templo parroquial de Santa Bárbara.</li> <li>• Iglesia Divino Niño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iglesia San jose de la playa.</li> </ul>
<b>Gastronomía local</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pan ocañero.</li> <li>• La barbatusca.</li> <li>• Cebollitas Ocañera.</li> <li>• Masato.</li> <li>• Las cocotas.</li> <li>• Bolegancho.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arifuque.</li> <li>• Tamales.</li> <li>• La arepa con queso criollo.</li> <li>• El ajiaco con ruyas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arequipes y brevas.</li> <li>• Chicha</li> <li>• La horchata - masato</li> <li>• El guarapillo</li> </ul>

- Arepa con queso.
- (plato tipo ocañero) y sus variedades.

---

### Histórico y culturales

---

<b>Monumentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monumento a la santa cruz</li> <li>• Columna Libertad de Esclavos</li> <li>• Monumento de Cristo Rey</li> <li>• Monumento a José Eusebio Caro</li> <li>• Monumento a los cafeteros</li> <li>• Monumento a la Virgen del Carmen</li> <li>• Monumento a Antón García de Bonilla</li> <li>• Monumento a la Virgen de la Torcoroma</li> <li>• Monumento a la Vida</li> <li>• Busto de Francisco de Paula Santander</li> <li>• Busto de Simón Bolívar</li> <li>• Busto de Margario Quintero Jácome</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monumento a la Inmaculada Concepción.</li> <li>• Monumento a la cebolla.</li> <li>• Busto de Francisco de Paula Santander.</li> <li>• Monumento de mercedes abrego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro histórico de la playa de Belén.</li> <li>• Monumento a la Virgen del Carmen</li> <li>• Monumento a la Santa Cruz</li> </ul>
<b>Festividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnavales</li> <li>• Semana Santa</li> <li>• Fiesta de la Santa Cruz</li> <li>• Fiesta de San Antonio de Padua</li> <li>• Fiesta de la Virgen de Torcoroma</li> <li>• Fiesta de Jesús Cautivo</li> <li>• Desfile de los Genitores</li> <li>• Conmemoración de la fundación de Ocaña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiesta de Jesús Misericordioso</li> <li>• Fiesta de la Virgen del Carmen</li> <li>• Fiesta de San Antonio</li> <li>• Festividad de Santa Bárbara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Festival del Retorno</li> <li>• Fundación de La Playa</li> <li>• Fiesta de Santa Catalina de Alejandría</li> <li>• Fiesta de San Antonio de Padua</li> <li>• Media Maratón La Playa de Belén</li> </ul>

---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas patronales</li> <li>• Fiesta de la Virgen del Carmen</li> <li>• Semana Santa</li> </ul>
<b>Plazas y parques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plazuela de la Gran Convención</li> <li>• Plaza Parque 29 de mayo</li> <li>• Plazuela de San Agustín</li> <li>• Plazuela de San Francisco</li> <li>• Colegio Nacional José Eusebio Caro</li> <li>• Palacio Municipal</li> <li>• Hacienda Villa Barbosa</li> <li>• Monasterio de Monjas Dominicanas</li> <li>• Instituto de Cultura y Bellas Artes Jorge Pacheco Quintero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Principal "Guillermo Quintero Calderón"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Ángel Cortés</li> </ul>
<b>Museos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo de La Gran Convención</li> <li>• Museo de La Ciudad de Ocaña Antón García de Bonilla</li> </ul>	N/A	N/A
<b>Turismo ecológico</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reserva Ecológica Ave Hormiguero</li> <li>• Río Algodonal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pozo del Burro</li> <li>• Represa el oroque.</li> <li>• Piedras negras.</li> <li>• Pozo las pailas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área natural única los estoraques.</li> <li>• Parque principal de la playa de Belén.</li> <li>• Glamping tavolandia.</li> </ul>

*Nota.* Propiedad del autor.

En el análisis de los recursos turísticos disponibles en Ocaña, se destacan diversos aspectos que hacen del destino un lugar atractivo para visitar, como su rica historia, cultura, gastronomía y belleza natural son puntos destacados que pueden cautivar a los turistas. No obstante, durante este análisis, también se han identificado algunas deficiencias y limitaciones en el sector turístico actual, tales como servicios turísticos de calidad variable, infraestructura que requiere mejoras, una promoción turística que puede ser fortalecida y una accesibilidad limitada a la información turística.

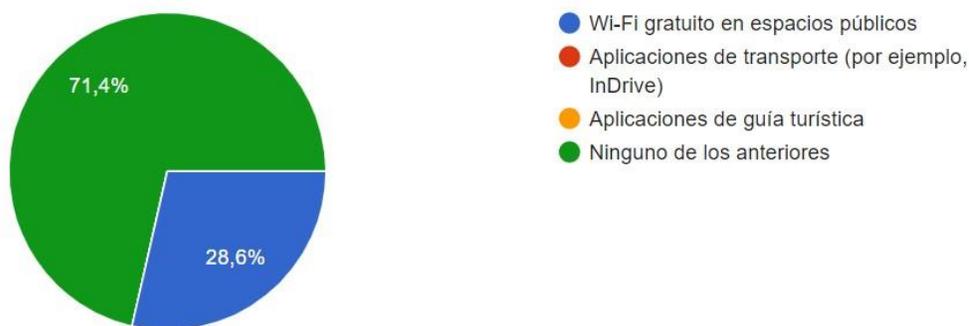
Se han analizado las tendencias y oportunidades actuales en el sector turístico de Ocaña y se destaca un creciente interés en el turismo cultural, con visitantes que buscan sumergirse en la riqueza histórica y cultural de la región. Además, se observa una creciente demanda de turismo de naturaleza, que resalta la belleza natural y los entornos únicos de la zona. Asimismo, se vislumbra una interesante oportunidad para el turismo de aventura, donde los viajeros buscan emocionantes experiencias y actividades al aire libre.

Mediante una encuesta dirigida a los visitantes, tenemos como objetivo detectar posibles deficiencias o áreas de mejora en cuanto a la transformación digital en el ámbito del turismo en Ocaña y sus municipios. A través de 13 preguntas, se recopila información para comprender la interacción de los municipios con la tecnología, la innovación, la sostenibilidad y la accesibilidad, esto con el propósito de impulsar la creación de un enfoque turístico más inteligente y eficiente.

## Figura 1

*Servicios tecnológicos que han utilizado.*

¿Qué tipo de servicios tecnológicos has utilizado durante tu visita a nuestra ciudad?



*Nota.* Propiedad del autor.

Con respecto a los resultados arrojados en cuanto a los servicios tecnológicos prestados en el municipio de Ocaña, vemos que hay un 28,6% que han utilizado el servicio de wifi, a su vez vemos que predomina el inexistente uso de las herramientas tecnológicas.

## Figura 2

*Tecnología inteligente en espacios de la ciudad*

¿Has experimentado algún tipo de tecnología inteligente en los espacios públicos de la ciudad?



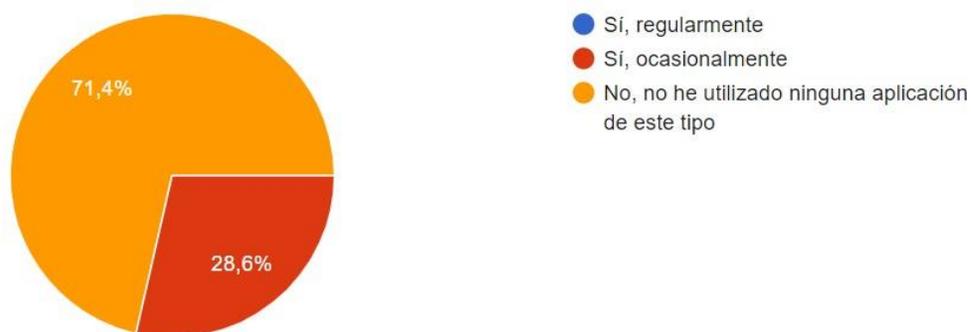
*Nota.* Propiedad del autor.

Vemos que el municipio de Ocaña no cuenta con tecnologías inteligentes implementadas en espacios públicos, o dirigidas al público en general.

### Figura 3

*Uso de aplicaciones web y móviles para acceder a información turística.*

¿Has utilizado aplicaciones móviles/web específicas de la ciudad para acceder a información turística sobre atracciones, eventos o actividades en la ciudad??

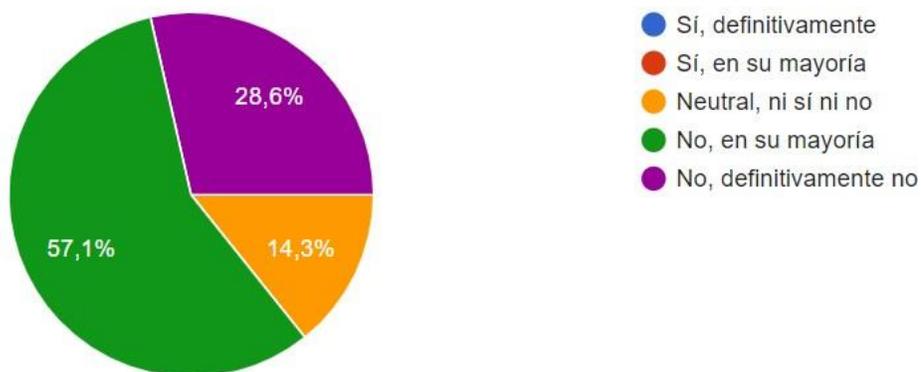


*Nota.* Propiedad del autor.

Un 71,4% de las personas encuestadas, dice que no ha utilizado aplicaciones web o móviles, que le ayuden a acceder a la información turística sobre atracciones o actividades que se desarrollen en la ciudad, mientras que el 28,6% afirman que lo han hecho ocasionalmente, en lo cual la tendencia dominante es la no utilización de este tipo de herramientas.

**Figura 4***La ciudad ofrece información tecnológica*

¿Crees que la ciudad ofrece suficiente información tecnológica para ayudarte a navegar y aprovechar al máximo tu visita?

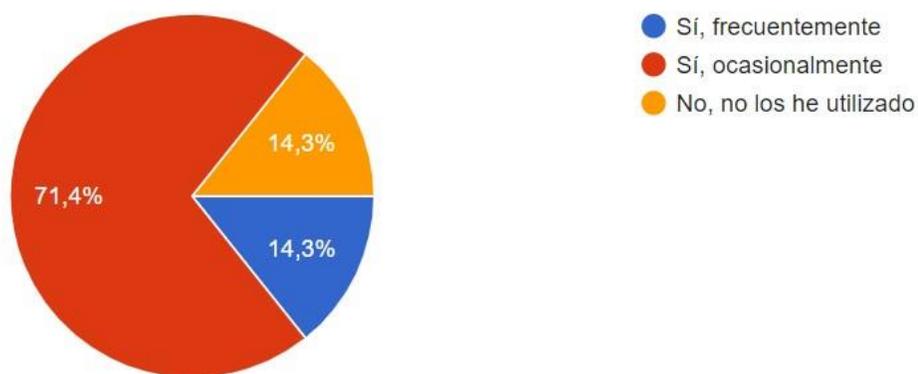


*Nota.* Propiedad del autor.

En la mayoría de las personas encuestadas vemos que hay una tendencia o en su mayoría opinan que no hay suficiente información tecnológica que ayude al visitante a navegar y aprovechar al máximo su visita en la ciudad, donde el 28,6%, respondió que <<no, definitivamente no>> y <<no, en su mayoría>>, el 14,3% es neutral, ni sí ni no, esta parte se entiende que desconocen de esta información.

**Figura 5***Medios de pago en la ciudad*

¿Has utilizado servicios de pago electrónico en lugares como tiendas, restaurantes, hoteles, bares o atracciones turísticas?



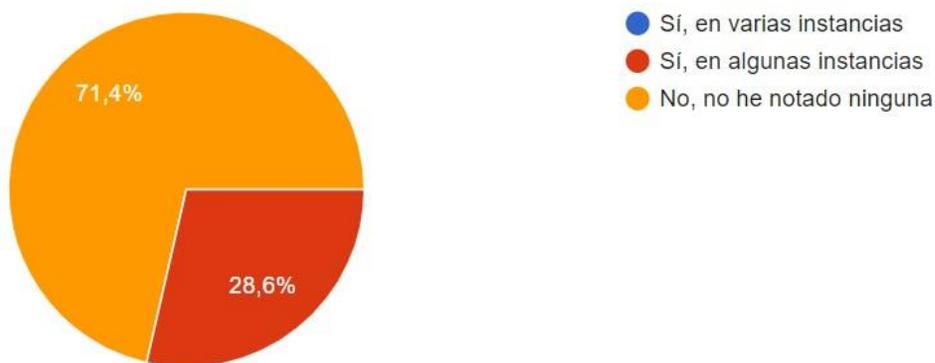
*Nota.* Propiedad del autor.

La mayoría de las personas encuestadas dice que ocasionalmente utilizan medios de pago electrónicos para realizar sus compras, el 14,3% demuestra que frecuentemente ha realizado dichas transacciones a través de estos medios, pero su contraparte con un 14,3% dice que no los ha utilizado.

**Figura 6**

*En la ciudad hay soluciones tecnológicas para la sostenibilidad ambiental.*

¿Has notado la presencia de soluciones tecnológicas destinadas a mejorar la sostenibilidad ambiental en la ciudad? Por ejemplo, presencia de contenedores de reciclaje en lugares públicos o turísticos



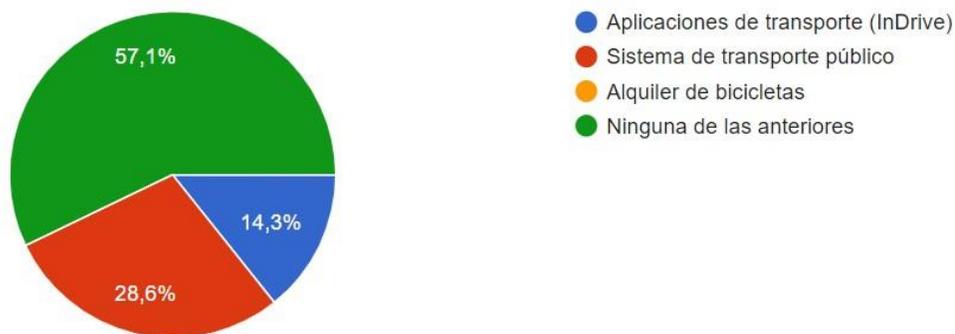
*Nota.* Propiedad del autor.

El 71,4% de las personas encuestadas no han notado ninguna herramienta tecnológica encaminada a mejorar la sostenibilidad ambiental, luego el 28,6% de las personas comenta que en algunas ocasiones se ha topado con estas soluciones en pro del medio ambiente.

**Figura 7**

*Tipos de transporte utilizados con medios tecnológicos.*

¿Que tipos de transportes has utilizado haciendo uso de medios tecnológicos durante tu visita?

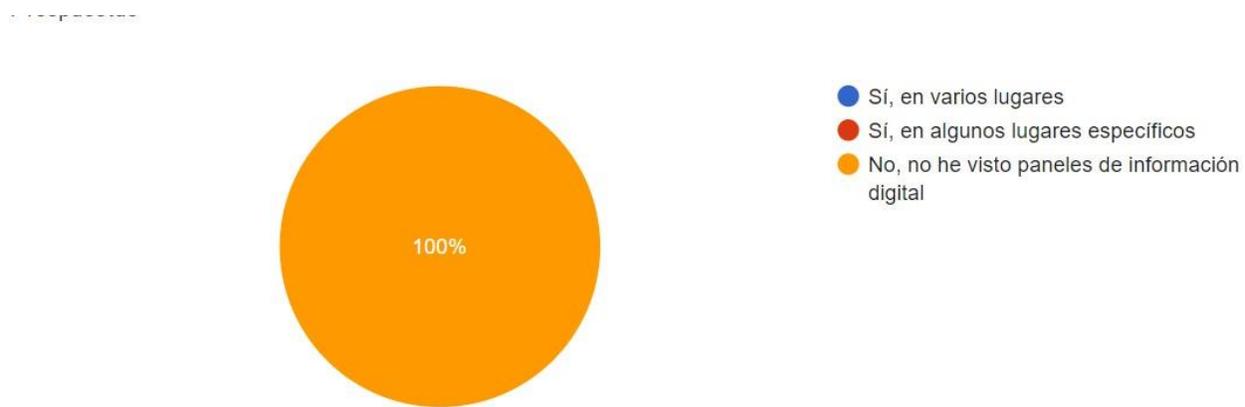


*Nota.* Propiedad del autor.

El 57,1% dice que no ha utilizado medios tecnológicos para buscar los diferentes medios de transporte de la ciudad, el 28,6% ha utilizado medios digitales para buscar transporte público y el 14,3% han utilizado aplicaciones como inDrive. De este modo vemos que una gran parte de los encuestados usan aplicaciones tecnológicas para buscar transporte, pero más de la mitad, no las ha utilizado, eso quiere decir, que no hay medios tecnológicos que faciliten la búsqueda y movilidad dentro de la ciudad.

**Figura 8***Implementación de paneles de información digital*

¿Has visto la implementación de paneles de información digital en áreas turísticas clave?



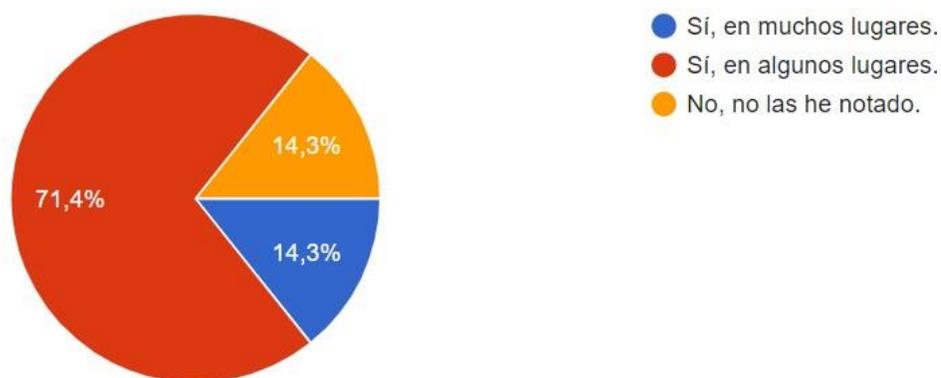
*Nota.* Propiedad del autor.

El 100% de los encuestados manifiesta que el uso de paneles digitales no se encuentra en la ciudad. Esta ausencia de tecnología de visualización digital podría representar una oportunidad para mejorar la comunicación y la experiencia en la ciudad, así como para implementar iniciativas de turismo inteligente en el futuro.

**Figura 9**

*Presencia de cámaras de seguridad en lugares públicos.*

¿Has notado la presencia de cámaras de seguridad en lugares públicos durante tu estancia en la ciudad?



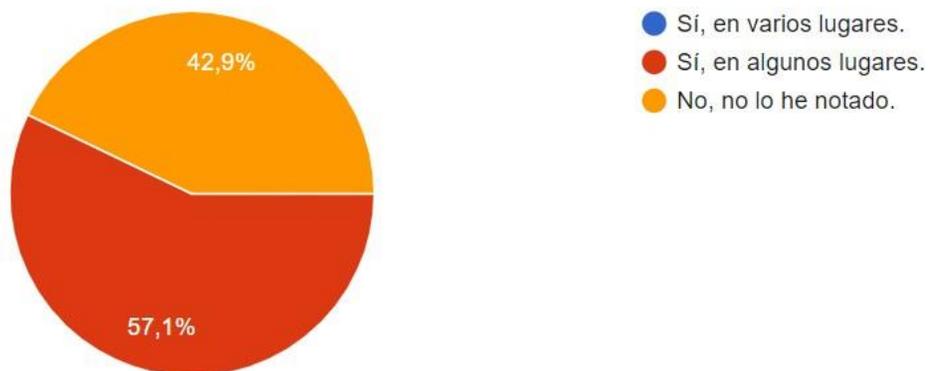
*Nota.* Propiedad del autor.

Garantizar la seguridad de los visitantes y promover la confianza en el destino es un papel crucial para la creación de un turístico inteligente. En este contexto, un 71,4% de los encuestados informan que en ciertos lugares de la ciudad se emplea esta tecnología para supervisar espacios con el propósito de proteger a los visitantes.

**Figura 10**

*Presencia policial o de seguridad en lugares turísticos.*

¿Has visto presencia policial o de seguridad en lugares turísticos o céntricos de la ciudad?

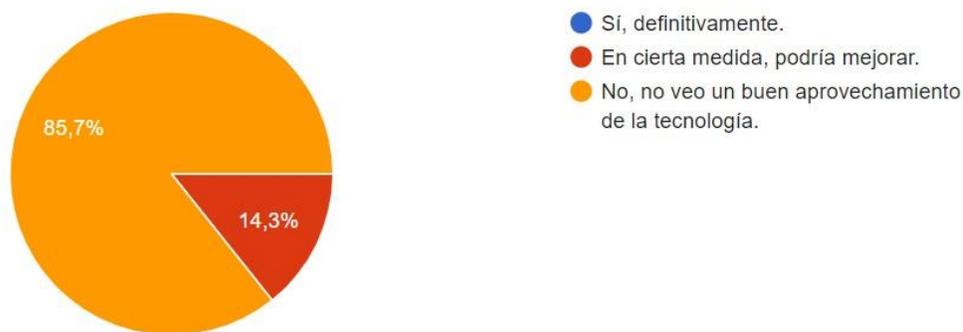


Nota. Propiedad del autor.

Las personas encuestadas en un 57,1% manifiesta haber visto presencia policial o de seguridad en algunos lugares turísticos o céntricos de la ciudad, el 42,9%, dicen no haber notado la presencia de las autoridades en dichos lugares. Estos datos reflejan la variabilidad en la percepción de seguridad de los ciudadanos y sugieren la importancia de mantener y reforzar la visibilidad de las autoridades en áreas turísticas para promover la confianza y el bienestar de los residentes y visitantes.

**Figura 11***Aprovechamiento de las tecnologías para los visitantes*

¿Crees que la ciudad está aprovechando eficazmente la tecnología para enriquecer la experiencia de los visitantes?

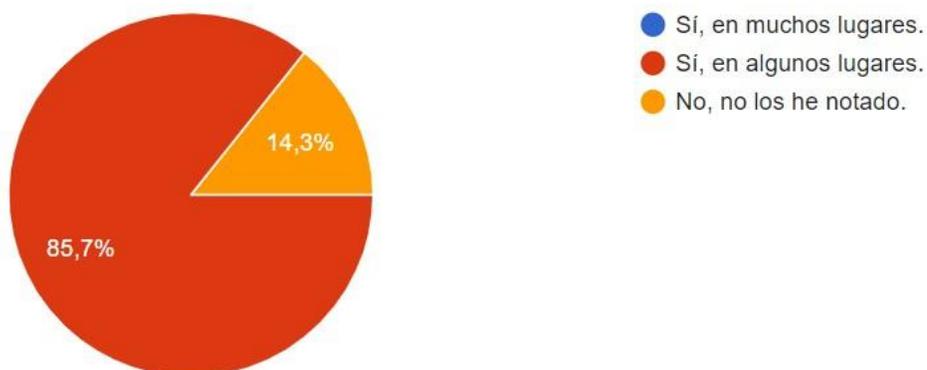


*Nota.* Propiedad del autor.

El 85,7% de los encuestados apuntan a que ven que no hay un buen aprovechamiento de la tecnología, el 14,3% en cierta medida, podría mejorar el aprovechamiento de la tecnología en la ciudad. Esto destaca la necesidad de desarrollar e implementar estrategias y soluciones tecnológicas más efectivas en la ciudad para brindar beneficios a sus residentes y visitantes.

**Figura 12***Aplicación de medidas específicas para personas con discapacidades*

¿Has notado la presencia de medidas específicas para personas con discapacidad, como rampas, pasamanos, señalización táctil o espacios reservados, en espacios públicos de la ciudad?



*Nota.* Propiedad del autor.

El 85,7% de los encuestados afirman que la ciudad carece de accesibilidad, medios y espacios adecuados para ofrecer una experiencia genuina a personas con discapacidad. Esta situación representa una considerable desventaja, ya que limita la inclusión de personas con discapacidad en diversos contextos y escenarios urbanos.

También hemos considerado la influencia de factores externos en el desarrollo turístico de la región, aspectos como cambios en la legislación turística, condiciones económicas variables, la competencia con otros destinos turísticos, así como posibles eventos o crisis

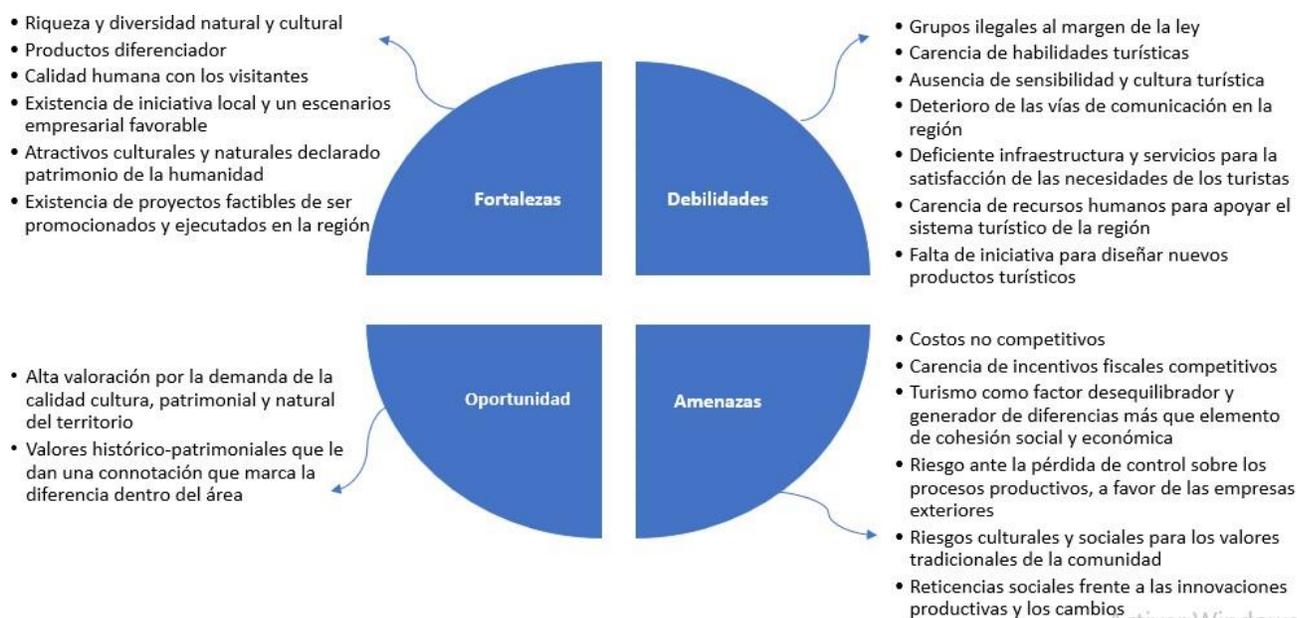
políticas y sociales, son elementos que se deben tener en cuenta al planificar el crecimiento del turismo en Ocaña.

Este análisis completo y detallado permitirá tomar decisiones informadas para el desarrollo de estrategias y acciones que impulsen el crecimiento sostenible y mejoren la experiencia turística en Ocaña. Al reconocer los puntos fuertes y las oportunidades, y abordar las debilidades y amenazas, se puede lograr un turismo más exitoso y beneficioso tanto para los visitantes como para la comunidad local.

Con el fin de sintetizar la información anteriormente mencionada, se elabora la siguiente matriz DOFA, de lo que actualmente tiene Ocaña, Norte de Santander.

**Figura 13**

*Matriz DOFA turismo en ocaña*



*Nota.* Propiedad del autor.

El análisis de los desafíos actuales del turismo en Ocaña ha revelado diversas áreas de mejora. La falta de promoción efectiva afecta la visibilidad del destino y dificulta atraer a más turistas. Se reconoce la necesidad de mayor capacitación en servicios turísticos para ofrecer experiencias satisfactorias a los visitantes.

Un desafío importante es la escasa diversidad de productos turísticos. Para ser competitivos, es necesario desarrollar una oferta variada y atractiva, que abarque aspectos culturales, históricos, gastronómicos y naturales, atrayendo diferentes segmentos de turistas y prolongando su estadía en la región.

Los impactos negativos asociados al turismo también se identifican. La congestión por el aumento de visitantes puede afectar la calidad de la experiencia turística. La pérdida de autenticidad cultural surge del turismo masivo no sostenible, comprometiendo tradiciones locales e identidad cultural.

Además, la degradación de recursos naturales es un desafío, afectando el atractivo para los visitantes. El conflicto armado interno ha dejado una herencia de inseguridad, obstaculizando el desarrollo del turismo y la confianza de los visitantes.

En conclusión, el sector turístico en Ocaña requiere soluciones efectivas para enfrentar estos desafíos. Es esencial mejorar la promoción, la capacitación en servicios, diversificar la oferta turística y gestionar de manera sostenible los impactos negativos. También se debe

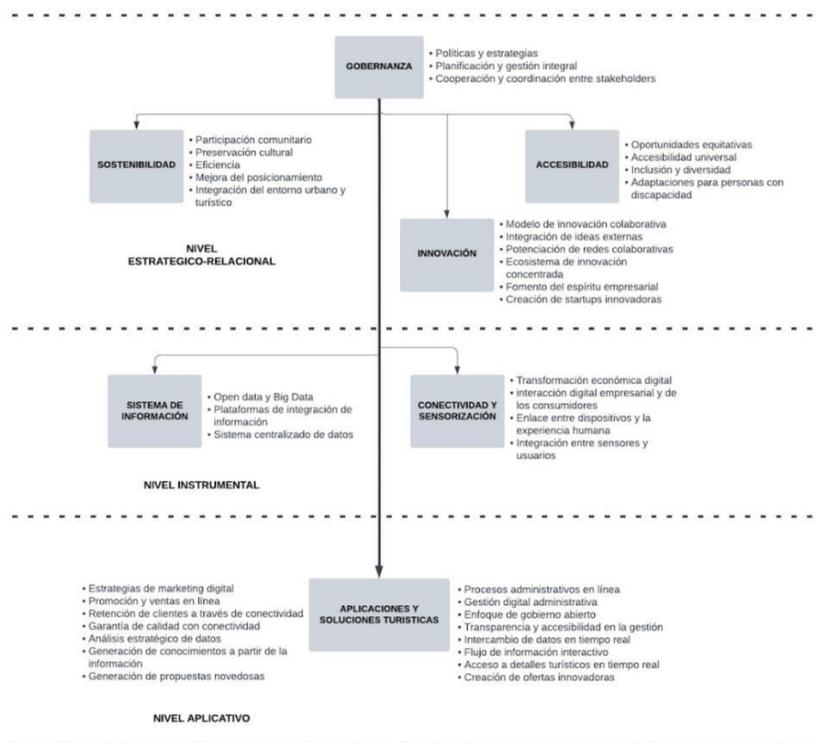
trabajar en la construcción de paz y seguridad, para crear un ambiente propicio que preserve la autenticidad cultural y los recursos naturales.

#### ***4.3.2 Componentes del modelo de gobernanza***

La esencia de un destino turístico inteligente radica en adoptar una perspectiva global y sistémica del destino, sus actores y sus conexiones, con el fin de impulsar una transformación auténtica en la gestión de los espacios turísticos. Respondiendo a esta finalidad, se presenta el modelo propuesto por (Ivars-Baidal et al., 2017), que se organiza en tres niveles interconectados (Figura 2), este permite lograr tener una percepción más amplia y genérica, siendo esta una herramienta valiosa para planificar, implementar y medir la evolución hacia un enfoque más inteligente, sostenible e innovador en el turismo.

**Figura 14**

*Modelo de referencia de destinos turísticos inteligentes*



*Nota.* Propiedad del autor.

El nivel inicial, denominado estratégico-relacional, establece las condiciones primordiales que configuran la capacidad de acción del destino y la extensión de la estrategia mediante una gobernanza adecuada. En esta etapa, se define la estrategia, la colaboración entre los involucrados en el destino (stakeholders) y los recursos requeridos para la administración. La estrategia del destino incorpora los fundamentos de la sostenibilidad en el modelo urbano-turístico, la accesibilidad universal y la estructuración de un sistema local de innovación abierta.

El nivel instrumental abarca la infraestructura de conectividad y sonorización que facilita el progreso de la economía digital y la implementación de soluciones inteligentes. Este ámbito se

encuentra íntimamente conectado con el sistema de información, el cual se abastece de diversas fuentes (datos estadísticos, análisis web, plataformas sociales, sensores, entre otros). Esta fuente de información resulta crucial para la toma de decisiones tanto en el nivel estratégico como en el aplicado, tanto en términos generales como en la gestión del marketing del destino.

Finalmente, el nivel de aplicación posibilita la creación de soluciones en diversas áreas: provisión de información, potenciación de la vivencia turística, marketing, administración de recursos y visitantes, así como la inteligencia del destino.

#### **4.3.3 Estructura organizativa**

Define los roles y funciones en la estructura de TI, que tienen responsabilidades en la toma de decisiones de TI.

Según Jose Domingo, la implantación de la gobernanza de TI afecta a todos los niveles de responsabilidad de la organización. Estos niveles se pueden observar en la siguiente tabla.

**Tabla 4**

*Niveles de responsabilidad*

<b>Nivel</b>	<b>Descripción</b>
Estratégico	Que concierne al consejo de administración (Comité de dirección).

Táctico	Que corresponde al nivel ejecutivo (jefes de servicio).
Operativo	Donde están involucrados los gerentes de negocio. (directores de servicio de TI).

---

*Nota.* Tomado de (Domingo & Verdún, n.d.).

Luego definido los niveles de responsabilidad podremos desglosar la estructura que esta sea eficaz y eficiente, dicha estructura debe tener al menos dos elementos que son:

- **La estructura formal.** que tenga asignada las responsabilidades en la toma de decisiones.
  
- **Coordinación de expertos e influencias informales.** que son ajenos a la estructura formal, pero aportan su conocimiento para tener en cuenta en la toma de decisiones.

Es así que nos centraremos en la estructura formal debido a su directa implicación en el funcionamiento de la estrategia de TI y la organización de la misma. Por esto mismo la estructura formal, debe llevar a cabo dos tipos de coordinación, de los cuales es necesario tener en cuenta para la identificación de los roles y los actores que hacen parte de la estructura organizacional.

- **Coordinación vertical.**

Liderada por el ejecutivo responsable de la información (CIO). Este se responsabilizará de los recursos y servicios que se encuentren a su cargo y que estos funcionen de manera adecuada.

- **Coordinación horizontal.**

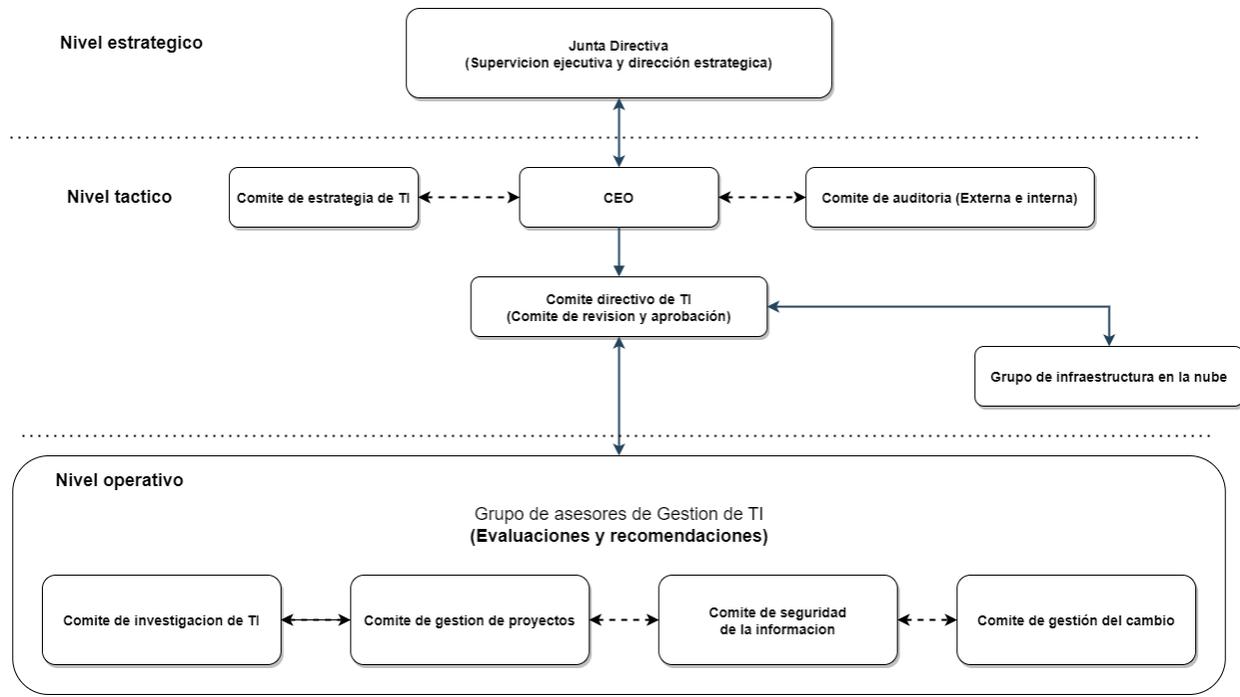
Incluye la capacidad de coordinar e integrar estructuras de toma de decisiones formales e informales dentro de la comunidad de TI y de negocio.

Ahora recopilando dicha información teniendo en cuenta los niveles de responsabilidad, que contiene una estructura formal, es de vital importancia saber qué roles desempeña cada actor dentro de la estructura organizacional de gobierno de TI, definiendo sus acciones y de que parte de la coordinación del esquema que lo componen hace parte, si bien de la vertical u horizontal.

Es así como hemos determinado el siguiente esquema que subdivide los actores que hemos visto implícitamente, para tener un mejor panorama de los responsables para implementar estrategias de las TI.

**Figura 15**

*Estructura organizativa de gobierno de TI*



*Nota.* Propiedad del autor.

El planteamiento de esta estructura jerárquica, fue tomado como pivote a través de textos enfocados en la gobernanza de TI en el sector turístico. Estos fueron analizados para ser aplicados en Ocaña y sus municipios circunvecinos, cabe aclarar que esta estructura jerárquica es establecida para ser aplicada en cualquier de los mencionados municipios.

Abordando más acerca de esta estructura jerárquica, tenemos lo siguiente.

- **Nivel estratégico**

El nivel estratégico se enfoca en establecer las directrices que guiarán todas las acciones y decisiones relacionadas con el turismo inteligente. Aquí se definen las políticas y estrategias globales que orientarán el desarrollo del sector y marcarán la dirección hacia la cual se desea llevar al destino turístico en el futuro.

En cuanto a la estructura, la cabeza principal de este modelo es la Junta Directiva, encargada de supervisar y liderar de manera ejecutiva los proyectos y procesos destinados a implementar soluciones de tecnologías de la información (TI) en el ámbito del turismo. Es fundamental que en estos procesos participen actores tanto del sector público (autoridades gubernamentales, organismos turísticos) como del privado (empresas turísticas, asociaciones empresariales), y cada miembro de la junta debe representar los intereses de ambos sectores. Esto asegura el establecimiento de un objetivo común, siendo esencial que el número de integrantes sea equitativo entre el sector público y privado.

- **Nivel táctico**

Es uno de los niveles de toma de decisiones y planificación que se encuentra entre el nivel estratégico y el nivel operativo. Es decir, es el nivel intermedio en el que se traducen las estrategias generales y directrices del nivel estratégico en acciones y planes concretos que se llevarán a cabo en el nivel operativo.

**CEO.** La posición central en el nivel táctico recae en el responsable de asegurar el funcionamiento efectivo de la gobernanza de TI en nuestra organización. Esta persona debe contar con experiencia en gestión turística y un sólido conocimiento en tecnologías de la información. Bajo su dirección, se establecen áreas de comunicación bilateral, como el Comité de Estrategia de TI y el Comité de Auditoría, que desempeñan roles específicos en la implementación de las políticas y proyectos relacionados con el turismo inteligente.

**Comité de estrategia TI.** Tiene como objetivo asesorar a la junta directiva en la definición de la estrategia actual y futura de tecnologías de la información (TI) garantizar decisiones estratégicas sólidas y alineadas con los objetivos del turismo inteligente. Está conformado por profesionales con habilidades complementarias en tecnología, sostenibilidad y seguridad.

**Comité de Auditoría.** Se encarga de garantizar una clara segregación de responsabilidades entre la definición de la estrategia de TI y la aprobación de inversiones, además de supervisar la efectividad de estas decisiones. Está compuesto por profesionales especializados en auditoría y control, quienes aseguran la transparencia y la correcta gestión de recursos en el ámbito de tecnologías de la información.

**El Comité Directivo de TI.** Este comité se encarga de supervisar la gestión de operaciones e implementación de proyectos de TI, asegurando la efectividad en la ejecución de la estrategia definida. Está integrado por profesionales con experiencia en tecnologías de la información, quienes aseguran una implementación eficiente y exitosa de las iniciativas en este ámbito.

**Grupo de infraestructura en la nube.** Este está conformado por un grupo selecto de individuos que tengan un gran dominio de infraestructura en la nube, y sean especialmente arquitectos en la realización de los proyectos, donde aportan desde su conocimiento en la ejecución de los proyectos planteados, y del consejo en la viabilidad de los mismos, apoyando al comité directivo de TI, en su revisión y aprobación.

- **Nivel Operativo**

El nivel operativo está compuesto por un grupo de asesores de gestión de TI, quienes forman comités interconectados para cumplir su importante propósito de evaluar y mejorar los procesos. Estos comités trabajan en conjunto para garantizar un funcionamiento eficiente de las operaciones relacionadas con la tecnología de la información, optimizando cada paso del camino para lograr la excelencia en nuestro desempeño.

Este nivel se encuentra conformado por los siguientes comités:

**Comité de investigación de TI.** Lo conforma un cuerpo técnico encargado de investigar y proponer avances en materia de desarrollo tecnológico, que permita estar a la vanguardia y dar soluciones de TI para el mantenimiento y realización de nuevos proyectos.

**Comité de gestión de proyectos.** Se encarga principalmente de la administración de los proyectos, coordinando en el nivel operativo la realización de los proyectos de TI, encaminándolos para su ejecución y puesta en escena.

**Comité de seguridad de la información.** Vela por la integridad de las plataformas y dispositivos que comprenden todo el sistema de red y cómputo en la nube.

**Comité de gestión del cambio.** Se encarga de supervisar los cambios y el valor agregado al software, y demás componentes de la infraestructura, debe realizar el análisis a los cambios que se implementaran y el impacto que estos ejerzan sobre las herramientas.

#### **4.4 Estrategia de mejora continua**

Se establecen objetivos claros y específicos para mejorar el sector turístico de Ocaña, incluyendo el aumento de visitantes, la calidad de los servicios, la participación comunitaria y la diversificación de productos. Estos objetivos buscan identificar áreas que necesitan mejoras

estratégicas para promover el crecimiento sostenible del turismo en la región. A continuación, se detallan los objetivos propuestos:

- Aumentar el número de visitantes anuales: Este objetivo busca incrementar la afluencia de turistas a Ocaña, lo que contribuirá al desarrollo económico local y a la promoción de los atractivos turísticos de la región.

Para alcanzar estos objetivos, es esencial desarrollar un plan integral de marketing y promoción, fortaleciendo las alianzas con agencias de viajes y operadores turísticos, y mejorando la infraestructura para ofrecer experiencias atractivas a los turistas. En este sentido, es crucial contar con un sitio web y un blog optimizado a través de técnicas de SEO (Search Engine Optimization), lo que permitirá aumentar significativamente la visibilidad de nuestra marca en los motores de búsqueda y, en consecuencia, atraer la atención de potenciales clientes de manera altamente efectiva.

- Mejorar la calidad de los servicios turísticos mediante la implementación de un sistema de certificación de calidad y capacitación para los proveedores de servicios: Este objetivo se centra en elevar la calidad de los servicios ofrecidos a los turistas.

Se propone mejorar la calidad en el sector turístico mediante la implementación de una certificación basada en normas como la ISO 9001 para hoteles, restaurantes y empresas recreativas. También se enfatiza la capacitación continua del personal para brindar un servicio excepcional y una experiencia memorable. La utilización de IoT para la gestión de calidad ofrece

beneficios como mayor eficiencia y control en sectores como la industria alimentaria, fortaleciendo la confianza del cliente en los productos.

- Incrementar la participación de la comunidad local en el desarrollo turístico a través de la creación de un programa de colaboración con emprendedores locales: Este objetivo busca involucrar activamente a la comunidad local en el turismo, reconociendo su papel como actores clave en el desarrollo sostenible del sector. Se propone establecer un programa de colaboración con emprendedores locales para impulsar el turismo comunitario. Esto involucra proporcionar recursos, capacitación y apoyo para desarrollar emprendimientos turísticos auténticos y enriquecedores. Para lograrlo, se implementarán medidas como:

- Plataformas de participación ciudadana: Se crearán plataformas en línea para que la comunidad pueda expresar sus opiniones y preocupaciones sobre el desarrollo turístico, asegurando que las decisiones consideren sus voces.

- Aplicaciones móviles para turismo comunitario: Desarrollo de aplicaciones móviles que proporcionen información sobre experiencias locales, eventos culturales y servicios de emprendedores locales, facilitando el acceso a la información y la participación de los turistas.

- Plataformas de comercialización y reservas en línea: Se utilizarán plataformas digitales para promocionar los productos y servicios de los emprendedores locales, permitiendo a los turistas realizar reservas directas y aumentando las oportunidades de negocio.

- Plataformas de capacitación en línea: Se ofrecerá formación en línea sobre gestión empresarial, sostenibilidad, promoción turística y conservación del patrimonio, beneficiando tanto a los emprendedores como a la comunidad en general.

- Aumentar la diversidad de los productos turísticos mediante el desarrollo de nuevos paquetes turísticos temáticos que resaltan el patrimonio cultural y natural de la región: Este objetivo busca ampliar la oferta turística de Ocaña, atrayendo a diferentes segmentos de mercado.

Se proponen paquetes turísticos temáticos resaltando el patrimonio cultural y natural de la región, como tours arqueológicos, rutas gastronómicas y actividades de turismo de naturaleza, entre otros. Para enriquecer la experiencia, se sugiere utilizar tecnologías avanzadas como geolocalización y realidad aumentada a través de una aplicación móvil o sitio web. Estas herramientas permitirán a los turistas acceder a información relevante y contenido interactivo mientras exploran los lugares de interés.

- Mejorar la infraestructura turística: Este objetivo se enfoca en la mejora y ampliación de la infraestructura turística en Ocaña. Puede incluir la construcción o renovación de hoteles, restaurantes, centros de información turística, miradores, senderos y otros elementos que contribuyan a la comodidad y seguridad de los visitantes.

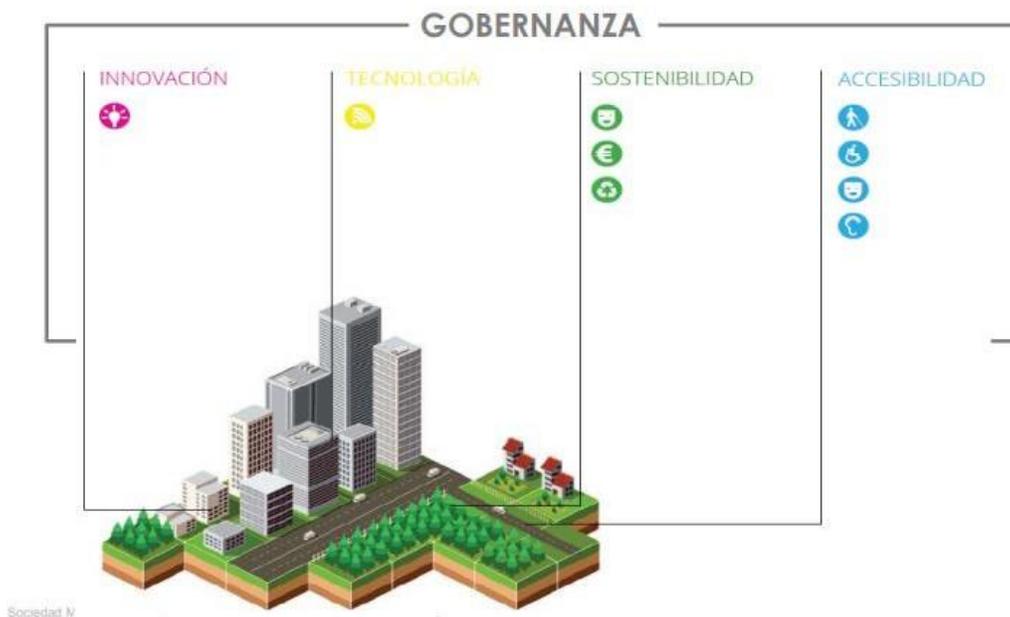
- Fomentar el turismo sostenible: Este objetivo busca promover prácticas turísticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental, respeten la cultura local y beneficien a las comunidades. Se pueden establecer políticas y programas para la gestión responsable de los recursos naturales, la conservación del patrimonio cultural, la promoción de la economía local y el fomento del turismo responsable, implementando el uso de energías limpias y transporte sostenible cuyas políticas promueven el uso de energías renovables y el transporte público o ecológico en zonas turísticas. Esto reducirá las emisiones de carbono y el impacto ambiental del turismo.
- Fortalecer la promoción y el branding de Ocaña como destino turístico: Este objetivo se centra en mejorar la promoción y la imagen de Ocaña como destino turístico a nivel regional, nacional e internacional. Se pueden desarrollar campañas de marketing, participar en ferias y eventos turísticos, fortalecer la presencia en medios digitales y colaborar con influencers y medios de comunicación para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de Ocaña como un destino atractivo.
- Impulsar la cooperación público-privada: Este objetivo busca fomentar la colaboración entre el sector público y privado para impulsar el desarrollo turístico de Ocaña. Se pueden establecer alianzas estratégicas, incentivos y mecanismos de colaboración para promover inversiones privadas en el sector turístico, facilitar la participación conjunta en proyectos de desarrollo y promover la innovación y el emprendimiento turístico.

- **Mejorar la accesibilidad y la conectividad:** Este objetivo se centra en facilitar el acceso a Ocaña y mejorar la conectividad tanto a nivel local como regional. Puede incluir la mejora de las vías de acceso, la promoción del transporte público y la conectividad digital, así como la accesibilidad para personas con discapacidad.
- **Fomentar el turismo cultural:** Este objetivo busca resaltar y promover el rico patrimonio cultural de Ocaña. Se pueden desarrollar actividades culturales, festivales, visitas guiadas a sitios históricos y la conservación y puesta en valor de los monumentos y sitios de interés cultural de la región.

Bajo estas propuestas mencionadas anteriormente, podemos resumirlo en un diagrama de turismo inteligente para Ocaña basado en los ejes estratégicos según (Antonio de Ávila, 2015).

**Figura 16**

*Metodología de diagnóstico: ejes estratégicos*



*Nota.* Tomado de (SEGITTUR, 2019).

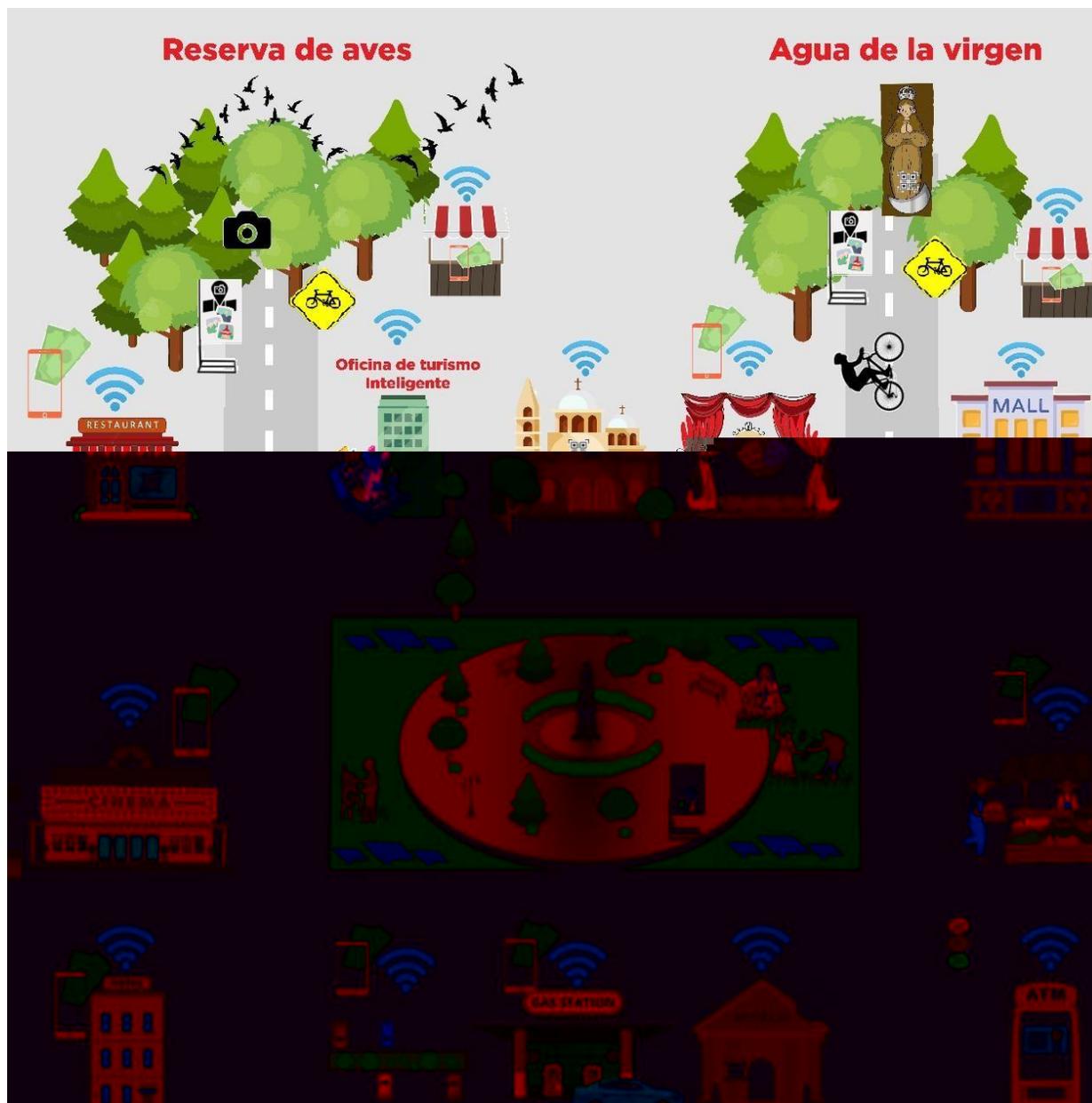
Estos ejes principales permiten la creación de una ciudad inteligente en Ocaña en la que implica una planificación estratégica holística que abarque diversos aspectos para lograr un entorno urbano más eficiente, sostenible y conectado.

La ilustración que sigue representa la visión de un Ocaña y sus municipios circundantes interconectados en un único ecosistema, con el objetivo de establecer una red integral que incluya todos los servicios públicos, como farmacias, centros de salud, restaurantes, centros comerciales, bares, cines, museos, áreas naturales y otros elementos. La meta principal de esta estrategia es facilitar la organización y clasificación de todos los elementos necesarios para ofrecer una experiencia completa y detallada de Ocaña a través de aplicaciones y soluciones turísticas. Esto abarca los municipios, sus puntos de interés, los servicios, la gastronomía, las festividades y todo lo relacionado que impulse el desarrollo local.

Este enfoque tiene como objetivo lograr una transformación digital mediante la conectividad y la sonorización, lo que permitirá la creación de un sistema centralizado de datos capaz de recopilar toda la información necesaria para satisfacer las necesidades de todos los turistas que visiten la región.

**Figura 17**

*Infografías de destino turístico ocaña*



*Nota.* Propiedad del autor.

**Figura 18**

*Infografías de destino turístico la playa y Abrego*



*Nota.* Propiedad del autor.

La infografía resalta la sinergia entre los pilares estratégicos que abarca la gobernanza: tecnología, innovación, sostenibilidad y accesibilidad. Estos elementos se entrelazan en una red de interconexión que une a los visitantes y a la comunidad local en un tejido común, enriqueciendo su experiencia en un entorno de mayor conectividad. El propósito es impulsar la tecnología como motor principal para lograr la transformación de nuestro enfoque turístico tradicional hacia uno inteligente. Este nuevo enfoque se alinea con la sociedad del conocimiento y la economía digital, buscando una adaptación eficiente y una evolución hacia un modelo más avanzado y moderno.

## Capítulo 5. Conclusiones

En el transcurso de esta investigación, se lograron satisfactoriamente los objetivos establecidos. Estos objetivos fueron cuidadosamente diseñados para abordar la problemática planteada y proporcionar una comprensión profunda de las necesidades que mantiene el crecimiento del turismo a un ritmo lento, debido a la poca explotación de sus atractivos turísticos, a la situación de orden público, violencia de grupos armados y a la estigmatización generalizada por el resto del país, lo cual conlleva un gran reto en mejorar la imagen y en ofrecer esos atractivos para llamar la atención del turista y aprovechar en gran medida las herramientas tecnológicas y la estructura organizativa del modelo de gobernanza a implementar.

Los resultados obtenidos a lo largo de esta investigación han arrojado luz sobre cuestiones de gran relevancia, como el paradigma vigente en el turismo y su evolución a lo largo del tiempo. Se han explorado los componentes esenciales y las características que definen un punto de inflexión en la sociedad actual, marcando un antes y un después en lo que respecta al turismo. Además, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de cómo la transformación digital ha desempeñado un papel fundamental en la creación de destinos turísticos inteligentes. Esta revisión detallada ha permitido examinar en profundidad las herramientas tecnológicas que han permitido tener una visión más clara para impulsar el turismo inteligente en Ocaña y sus municipios.

Del mismo modo, a través de una encuesta aplicada a alrededor de 50 visitantes procedentes de diversos municipios, se ha confirmado que Ocaña y sus alrededores no están aprovechando al máximo las oportunidades que la tecnología actual ofrece. Esto ha dado lugar a un rezago en el progreso de los municipios y a una limitada difusión de los puntos turísticos estratégicos existentes.

Por tanto, el enfoque central de este estudio radica en explorar, analizar y diseñar una red de turismo inteligente. Esta exploración no solo apunta a potenciar las oportunidades presentes en Ocaña y sus municipios adyacentes, como Abrego y la Playa de Belén, sino también a garantizar la satisfacción del visitante durante sus experiencias turísticas. Además, la promoción de un turismo inteligente tiene como fin resaltar y aprovechar la rica cultura, la gastronomía y la historia única que define la región. Esto se realiza con el propósito de atraer a los visitantes y ofrecerles una experiencia enriquecedora mediante servicios y herramientas que atiendan sus necesidades durante su estancia y exploración del municipio, dejando una impresión positiva y duradera en ellos.

De esta misma manera, los beneficios tanto para el visitante como para la comunidad, genera un impacto positivo en la economía local, la comunidad y la identidad cultural, al mismo tiempo que enriquece la experiencia de los visitantes, a través de servicios y herramientas que satisfagan la estancia y la exploración del municipio.

Con el propósito de mejorar la experiencia de los visitantes en Ocaña, ubicado en Norte de Santander, y sus municipios circundantes, se analiza bajo el enfoque de gobernanza construcción de un modelo de gobernanza tecnológica sólido y participativo, buscando maximizar los beneficios que la tecnología puede brindar al turismo local, al mismo tiempo que asegurar una gestión eficiente y sostenible de los recursos y la preservación de la identidad cultural, se busca desarrollar una visión compartida que se traduce en la implementación de soluciones tecnológicas que atiendan a las necesidades y expectativas de los visitantes y la comunidad local.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Con base en los hallazgos y análisis presentados en este estudio, se sugiere enfáticamente la implementación de una estrategia integral de promoción y difusión del destino turístico. Este plan estratégico debería abarcar la diversificación de las ofertas turísticas, la mejora de la infraestructura, la adopción de prácticas sostenibles y la implementación de estrategias de marketing efectivas, centrándose en la creación y gestión activa de contenidos atractivos y relevantes en plataformas digitales, redes sociales y sitios web especializados.

Para garantizar la efectividad de esta estrategia, se propone la formación de un equipo multidisciplinario compuesto por profesionales en marketing, comunicación y tecnología, que trabajen de manera conjunta en la elaboración y ejecución de campañas atractivas. Asimismo, la creación de alianzas estratégicas con instituciones educativas y empresariales locales para el fortalecimiento de la capacitación y la innovación en la industria turística, permitiendo elevar la calidad de los servicios ofrecidos y asegurar experiencias memorables para los visitantes. Se recomienda la asignación de un presupuesto adecuado para la promoción, destinado tanto a actividades en línea como a eventos y ferias turísticas locales.

Es vital considerar la retroalimentación de los visitantes y el análisis constante de métricas y datos relacionados con la promoción y desarrollo turístico. Para ello, se sugiere establecer indicadores de desempeño y realizar evaluaciones periódicas de la efectividad de las

estrategias implementadas. Esta información permitirá ajustar y optimizar las acciones promocionales en función de los resultados obtenidos.

En última instancia, la implementación de esta estrategia de promoción no solo contribuirá a aumentar la visibilidad del destino, sino también a fortalecer la identidad y reconocimiento del mismo en el mercado turístico. Se espera que estas recomendaciones sirvan como guía para la planificación y ejecución exitosa de las acciones de promoción en beneficio del desarrollo turístico sostenible de la región

## Referencias

- ALCALDÍA DE BOGOTÁ D.C. (2023). *Red de Destinos Turísticos Inteligentes para Iberoamérica en Colombia* | *Bogota.gov.co*. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/turismo/red-de-destinos-turisticos-inteligentes-para-iberoamerica-en-colombia>
- Antonio de Ávila, E. L. S. G. A. A. B. G. N. M. (2015). *Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro*.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 377–389. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9\\_28](https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28)
- Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2009). *Smart cities in Europe*.
- CONGRESO DE COLOMBIA. (2011a). *Ley 1437 de 2011 - Gestor Normativo - Función Pública*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41249>
- CONGRESO DE COLOMBIA. (2011b). *Ley 1480 de 2011 - Gestor Normativo - Función Pública*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>
- CONTEC. (2014). *Informe Cotec 2014 sobre Tecnología e Innovación en España - Revista Cloud Computing*. <https://www.revistacloudcomputing.com/2014/07/informe-cotec-2014-sobre-tecnologia-e-innovacion-en-espana/>

Derecho del Bienestar Familiar. (2019). *MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO*

*PÚBLICO*. [https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/decreto\\_1727\\_2009.htm](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/decreto_1727_2009.htm)

Dimitrios buhalis, aditya A. (2015). (PDF) *Buhalis, D., Amaranggana, A., 2015, Smart*

*Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of*

*Services, in Tussyadiah, I., and Inversini, A., (eds), ENTER 2015 Proceedings,*

*Lugano, Springer-Verlag, Wien, ISBN:9783319143422, pp.377-390 | Dimitrios*

*Buhalis and Aditya Amaranggana - Academia.edu.*

[https://www.academia.edu/10985885/Buhalis\\_D\\_Amaranggana\\_A\\_2015\\_Smart\\_Tourism\\_Destinations\\_Enhancing\\_Tourism\\_Experience\\_through\\_Personalisation\\_of\\_Services\\_in\\_Tussyadiah\\_I\\_and\\_Inversini\\_A\\_eds\\_ENTER\\_2015\\_Proceedings\\_Lugano\\_Springer\\_Verlag\\_Wien\\_ISBN\\_9783319143422\\_pp\\_377\\_390](https://www.academia.edu/10985885/Buhalis_D_Amaranggana_A_2015_Smart_Tourism_Destinations_Enhancing_Tourism_Experience_through_Personalisation_of_Services_in_Tussyadiah_I_and_Inversini_A_eds_ENTER_2015_Proceedings_Lugano_Springer_Verlag_Wien_ISBN_9783319143422_pp_377_390)

[urism\\_Destinations\\_Enhancing\\_Tourism\\_Experience\\_through\\_Personalisation\\_of\\_Services\\_in\\_Tussyadiah\\_I\\_and\\_Inversini\\_A\\_eds\\_ENTER\\_2015\\_Proceedings\\_Luga](https://www.academia.edu/10985885/Buhalis_D_Amaranggana_A_2015_Smart_Tourism_Destinations_Enhancing_Tourism_Experience_through_Personalisation_of_Services_in_Tussyadiah_I_and_Inversini_A_eds_ENTER_2015_Proceedings_Lugano_Springer_Verlag_Wien_ISBN_9783319143422_pp_377_390)

[no\\_Springer\\_Verlag\\_Wien\\_ISBN\\_9783319143422\\_pp\\_377\\_390](https://www.academia.edu/10985885/Buhalis_D_Amaranggana_A_2015_Smart_Tourism_Destinations_Enhancing_Tourism_Experience_through_Personalisation_of_Services_in_Tussyadiah_I_and_Inversini_A_eds_ENTER_2015_Proceedings_Lugano_Springer_Verlag_Wien_ISBN_9783319143422_pp_377_390)

[no\\_Springer\\_Verlag\\_Wien\\_ISBN\\_9783319143422\\_pp\\_377\\_390](https://www.academia.edu/10985885/Buhalis_D_Amaranggana_A_2015_Smart_Tourism_Destinations_Enhancing_Tourism_Experience_through_Personalisation_of_Services_in_Tussyadiah_I_and_Inversini_A_eds_ENTER_2015_Proceedings_Lugano_Springer_Verlag_Wien_ISBN_9783319143422_pp_377_390)

Dimitrios Buhalis, C. C. F. F. (2007). *Tourism Business Frontiers - Dimitrios Buhalis,*

*Carlos Costa, Francesca Ford - Google Libros.*

[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=nPRyPrFrNBcC&oi=fnd&pg=P2&dq=Tourism+Business+Frontiers:+Consumers,+Products+and+Industry.+Butterworth-Heinemann.&ots=nEaofZx05b&sig=mlXoCX7ipN-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=nPRyPrFrNBcC&oi=fnd&pg=P2&dq=Tourism+Business+Frontiers:+Consumers,+Products+and+Industry.+Butterworth-Heinemann.&ots=nEaofZx05b&sig=mlXoCX7ipN-yodX8wuLwP3xDce8#v=onepage&q&f=true)

[worth-Heinemann.&ots=nEaofZx05b&sig=mlXoCX7ipN-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=nPRyPrFrNBcC&oi=fnd&pg=P2&dq=Tourism+Business+Frontiers:+Consumers,+Products+and+Industry.+Butterworth-Heinemann.&ots=nEaofZx05b&sig=mlXoCX7ipN-yodX8wuLwP3xDce8#v=onepage&q&f=true)

[yodX8wuLwP3xDce8#v=onepage&q&f=true](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=nPRyPrFrNBcC&oi=fnd&pg=P2&dq=Tourism+Business+Frontiers:+Consumers,+Products+and+Industry.+Butterworth-Heinemann.&ots=nEaofZx05b&sig=mlXoCX7ipN-yodX8wuLwP3xDce8#v=onepage&q&f=true)

[yodX8wuLwP3xDce8#v=onepage&q&f=true](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=nPRyPrFrNBcC&oi=fnd&pg=P2&dq=Tourism+Business+Frontiers:+Consumers,+Products+and+Industry.+Butterworth-Heinemann.&ots=nEaofZx05b&sig=mlXoCX7ipN-yodX8wuLwP3xDce8#v=onepage&q&f=true)

Domingo, J., & Verdún, C. (n.d.). *Estructuras y relaciones en la gobernanza de TI.*

Femenia-Serra, F., & Navarro-Ruiz, S. (2017). *IDENTIFICACIÓN DE FUENTES DE*

*DATOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO ENFOQUE DE*

*PLANIFICACIÓN DE DESTINOS INTELIGENTES.*

Fernández-Macho, J., & González, P. (2009). Evaluación de Territorios Inteligentes en la Sociedad del Conocimiento. *UPV/EHU Books*.

<https://ideas.repec.org/b/ehu/ehuboo/12.html>

Funcionpublic. (2009). *Ley 1341 de 2009 - Gestor Normativo - Función Pública*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913>

Gómez, A., Server, M., Jara, A. J., & Smart Cities, : Turismo Inteligente Y Patrimonio

Cultural: Un Sector A Explorar En El Desarrollo De Las. (2017). TURISMO

INTELIGENTE Y PATRIMONIO CULTURAL: UN SECTOR A EXPLORAR EN

EL DESARROLLO DE LAS SMART CITIES. *International Journal of Scientific*

*Management and Tourism*, 3, 389–411. <http://organicity.eu/>

Gregory Day, P. S. (2011). *Tecnologías emergentes*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas\\_emergentes](https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_emergentes)

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and

developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. [https://doi.org/10.1007/S12525-](https://doi.org/10.1007/S12525-015-0196-8/TABLES/2)

[015-0196-8/TABLES/2](https://doi.org/10.1007/S12525-015-0196-8/TABLES/2)

Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool:

its use by national tourism organisations.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>, 16(3), 211–239.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & del Pilar Baptista Lucio, M. (2014).

*Metodología de la investigación, 5ta Ed.* [www.FreeLibros.com](http://www.FreeLibros.com)

Instituto distrital de turismo. (2023). *Destino Turístico Inteligente | Instituto Distrital de*

*Turismo - IDT - Bogotá*. <https://www.idt.gov.co/es/destino-turistico-inteligente>

Interempresas. (2016). *Éxito en la implantación de sensores SENSdumpster en Barcelona - Equipamiento urbano.*

[https://www.interempresas.net/Equipamiento\\_Municipal/Articulos/156106-Exito-en-la-implantacion-de-sensores-SENSdumpster-en-Barcelona.html](https://www.interempresas.net/Equipamiento_Municipal/Articulos/156106-Exito-en-la-implantacion-de-sensores-SENSdumpster-en-Barcelona.html)

Invattur. (2013). *Red DTI-CV | Invattur.* <https://invattur.es/sobre-la-red-de-destinos-turisticos-inteligentes.html>

Ivars Baidal, J. S. G. S. (2016). *RUA: Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes.*

<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/54852>

Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J. N., & Perles-Ivars, Á. F. (2017).

Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? *Https://Doi.Org/10.1080/13683500.2017.1388771*, 22(13), 1581–1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>

Josep Ivars, F. S. (2018). (PDF) *La construcción del destino turístico inteligente: avances en investigación y gestión.*

[https://www.researchgate.net/publication/368570143\\_La\\_construccion\\_del\\_destino\\_turistico\\_inteligente\\_avances\\_en\\_investigacion\\_y\\_gestion](https://www.researchgate.net/publication/368570143_La_construccion_del_destino_turistico_inteligente_avances_en_investigacion_y_gestion)

Manuel Restrepo Abondano, J., GUERRERO OROZCO Viceministro de Turismo, J.,

Arbeláez Restrepo, C., Bravo, A., Turismo -Jenny Paola Gallo, del, Catherine

Sánchez, L., Jonathan Pardo, L., & Javier Rivera, F. (n.d.). *Política de Turismo*

*Sostenible Asesora del Despacho del Viceministro de Turismo Equipo de trabajo.*

Manuel Restrepo Abondano, J., GUERRERO OROZCO Viceministro de Turismo, J.,

Arbeláez Restrepo, C., Bravo, A., Turismo -Jenny Paola Gallo, del, Catherine

- Sánchez, L., Jonathan Pardo, L., & Javier Rivera, F. (2018). *Política de Turismo Sostenible Asesora del Despacho del Viceministro de Turismo Equipo de trabajo*.
- Maribel Osorio. (2008). *Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna*.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352010000100010](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000100010)
- Márquez, L. A. M., & Colmenares, S. del V. P. (2018). Revisión sobre capacidad de carga turística y la prevención de problemas ambientales en destinos emergentes. *Turismo y Sociedad*, 24, 77–100. <https://doi.org/10.18601/01207555.N24.04>
- Martínez-Barea, J. (2014). *El mundo que viene descubre por qué las próximas décadas serán las más apasionantes de la historia de la humanidad*.  
<https://www.planetadelibros.com/libro-el-mundo-que-viene/131631>
- Mauro Balazero. (2008). *Sistemas de gestión integral: su opción más rentable (Powerpoint)*. <https://www.monografias.com/trabajos109/sistemas-gestion-integral-su-opcion-mas-rentable/sistemas-gestion-integral-su-opcion-mas-rentable>
- McCann, P., & Ortega-Argilés, R. (2013). Smart Specialization, Regional Growth and Applications to European Union Cohesion Policy. *Https://Doi.Org/10.1080/00343404.2013.799769*, 49(8), 1291–1302.  
<https://doi.org/10.1080/00343404.2013.799769>
- Moreno, M. C. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135–158.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>

- Organización mundial del turismo. (2013). *International Tourism Highlights, 2019 Edition* | World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421152>
- Oriol Miralbell. (2012). *Webs de xarxes socials i intercanvi de coneixement. Anàlisi de l'adopció i l'ús dels membres de les comunitats virtuals professionals del turisme*. <https://www.uoc.edu/porta/es/escola-doctorat/aparador-tesis/tesis-doctorals/information-knowledge-society/oriol-miralbell.html>
- Patricia, M., Guzmán, S., San, F., & Reboloso, M. (2012). Turismo y sustentabilidad: paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. *Revista Gestión y Estrategia*, 41(41), 71–86. <https://doi.org/10.24275/UAM/AZC/DCSH/GYE/2012N41/SALCEDO>
- Revista Ingeniería Eléctrica. (2016). *Conceptos básicos | ¿Qué es una tecnología inteligente?* | Editores. [https://www.editores-srl.com.ar/revistas/ie/316/eua\\_automation\\_tecnologia\\_inteligente](https://www.editores-srl.com.ar/revistas/ie/316/eua_automation_tecnologia_inteligente)
- Rhodes, R. A. W. (1997). Understanding governance: policy networks, governance, reflexivity and accountability. *Organization Studies*, 20(3), 394–396.
- Rojas Pérez, L. (2019). *DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES UNA APROXIMACIÓN A CASTELLÓN COMO DESTINO INTELIGENTE*.
- Rudolf Giffinger. (2007). *Smart cities Ranking of European medium-sized cities*. [www.srf.tuwien.ac.at](http://www.srf.tuwien.ac.at)
- Salazar Dzul, B. R., González Damián, A., & Macías Ramírez, A. R. (2020). Cultural Tourism and its Social Constructions as a Contribution to the Sustainable

Management of Tourist Destinations. *Revista Rosa Dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 12(2), 406–428. <https://doi.org/10.18226/21789061.V12I2P406>

Secretaría de Estado de Turismo de España. (2018). *Qué es Red DTI - DTI*.

<https://www.destinosinteligentes.es/que-es/>

SEGITTUR. (2019). *Destinos turísticos inteligentes - SEGITTUR | Segittur.es*.

<https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>

Telefonica. (2022). *¿Qué es la Web 3.0 y cuáles son sus características? - Telefónica*.

<https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/que-es-la-web-3-0-y-cuales-son-sus-caracteristicas/>