



Análisis paralelo entre e-turismo y e-gobierno: evolución y tendencias

Nathalie Desplas

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Campus Chihuahua
México
nathalie.desplas@itesm.mx

Marta Mao

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Campus Chihuahua
México
marta.mao@itesm.mx

RESUMEN

Los rápidos desarrollos de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y la expansión del internet han transformado las relaciones de los consumidores con las empresas oferentes así como las de los ciudadanos con su gobierno. En los últimos 30 años, los países reconocidos como los mayores receptores y emisores de turismo las han utilizado para su posicionamiento. Hoy en día, tanto los países emergentes como los industrializados pretenden encontrar en su uso, la solución a la atracción de turistas y la promoción de su destino. Además, las estructuras completas de los sectores de bienes y servicios se han visto revolucionadas a nivel global por una interacción completamente novedosa entre los agentes involucrados. Por su parte, la construcción del gobierno electrónico requiere del sector privado soluciones técnicas, de desarrollo e implementación. Ambos sectores, turismo y gobierno, enfrentan retos y cambios de paradigma generados por el avance en el uso de las TICs por parte de consumidores y ciudadanos. El presente estudio presenta una perspectiva general de los principales aspectos que caracterizan el e-turismo y el e-gobierno a partir de una investigación exploratoria de la literatura especializada de la definición de los términos, su evolución, tendencias y beneficios para los consumidores y ciudadanos.

Palabras clave: TICs, turismo electrónico, gobierno electrónico

Fecha de recepción: 12-07-2013

Fecha de aceptación: 4-03-2014

Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Parallel analysis between e-Tourism and e-Government: evolution and trends

Nathalie Desplas

The Monterrey Institute of Technology and Advanced Studies
Chihuahua
México
nathalie.desplas@itesm.mx

Marta Mao

The Monterrey Institute of Technology and Advanced Studies
Chihuahua
México
marta.mao@itesm.mx

ABSTRACT

The accelerated development of Information and Communication Technologies (ICTs) and expansion of the Internet have transformed consumers' relationships with companies and suppliers and citizens' with their government. In the past 30 years, the outbound and inbound countries have used them for a better positioning. Nowadays, both emerging and industrialized countries use the ICTs to find solutions to attract tourists and promote their own destinations. In addition, the complete structures of the sectors of goods and services have been revolutionized globally by an innovative interaction between the agents involved. Therefore, the construction of e-government requires technical solutions of development and implementation from the private sector. Both sectors, tourism and government are facing challenges and a change in paradigm generated by the advance in the use of ICTs by consumers and citizens. This study presents an overview of the main features that characterize the e-tourism and e-government from an exploratory research in the literature on the definition of terms, its evolution, trends and benefits to consumers and citizens.

Keywords: ICTs, electronic commerce, electronic government

I. INTRODUCCIÓN

Los rápidos desarrollos de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y la expansión del internet han transformado las relaciones de los consumidores con las empresas oferentes así como la de los ciudadanos con su gobierno. El cambio de paradigma ha redefinido los roles de los actores (clientes, ciudadanos, empresas, gobiernos) al modificar procesos e integrar nuevas prácticas estratégicas y operacionales.

Los negocios electrónicos usan las herramientas Consumidor a Empresa (C2B), Empresa a Empresa (B2B) y Empresa a Consumidor (B2C). El modelo C2B permite al consumidor crear valor en función de sus necesidades y comunicarlo a las empresas para que ellas lo añadan a sus procesos para contrastar las necesidades con sus productos e incorporar valor a su negocio. Para ello, se comunica este valor a los oferentes turísticos y los tomadores de decisión para que las empaten con su oferta. El modelo B2B es una herramienta de negocios que promueve la información y la profesionalización de las empresas y el modelo B2C busca facilitar las transacciones del consumidor con el producto idóneo. Mientras tanto, la interacción entre los grupos de usuarios de la administración pública y el gobierno se clasifica en tres grupos: Gobierno-a-Gobierno (G2G), Gobierno-a-Empresa (G2B) y Gobierno-a-Ciudadano (G2C). En el primer grupo, se encuentran los procesos y procedimientos internos y las interacciones entre empleados, agencias, secretarías, ministerios y niveles de gobierno.

En el uso de la tecnología por parte del sector privado y del público, ciertos retos son similares y otros recalcan ciertas diferencias. Bozeman y Bretschneider (1986) y Melitski (2003) generan debates sobre la validez de una no diferenciación en la utilización de las TICs entre los dos sectores pero Holden *et al.* (2003) y Gil-García (2007) sugieren que existen suficientes elementos comunes para llevarlo a cabo a la par en las organizaciones privadas y en las instancias de gobierno.

El objetivo del presente trabajo es aportar a la identificación de tendencias comunes en los procesos de uso de TICs en la gestión turística y el gobierno. Dichas tendencias de interconexión público-privada marcan oportunidades para resaltar ventajas comparativas y competitivas para un mejor posicionamiento estratégico.

Las interacciones entre empresas turísticas y turistas así como entre gobierno y ciudadanos presentan similares desafíos. El reto principal se encuentra en la integración de las TICs en los procesos de la industria de servicio del e-turismo y del e-gobierno. Se trata de identificar y resolver la brecha digital existente que impide el acceso a las nuevas tecnologías y el desarrollo de capacidades por igual de todos los ciudadanos. En cuanto a la interconexión entre e-turismo y el e-gobierno, existe una voluntad deliberada de tecnificar los sectores para apoyar a las dimensiones de oferta/promoción y

comercialización. La relación entre los sistemas de gestión de destinos y las administraciones turísticas releva de imbricados esfuerzos hacia la visualización del acceso a las TICs como una prioridad transversal de gobierno que permitirá lograr un mayor desarrollo regional y adentrarse en el círculo virtuoso del efecto multiplicador económico. El consenso de los expertos en la literatura considera que, para los dos sectores, las TICs son el mayor impulso a un cambio organizacional e institucional (Laudon y Laudon, 2005).

Un reto adicional les es común: la resistencia al uso de las páginas de internet o sitios web del gobierno por parte de los ciudadanos y la falta de confianza en la promoción del producto turístico en línea por parte de los turistas extranjeros. Estas resistencias son función, entre otros factores, de la falta de confianza en el gobierno, en las empresas turísticas oferentes y de un pobre diseño de las páginas en sí que sean de gobierno o de promotores turísticos. Las autoras proponen relevar los problemas siguientes comunes a los dos sectores:

- Acercamiento a las TICs y autonomía del usuario. ¿Cómo utilizarlas para acercarse al turista/ciudadano y dar a conocer sus servicios? Estas tecnologías de “autoservicio” en línea del mercado electrónico parecen contradecir el desarrollo del concepto de proximidad empresarial para reconquistar ventajas competitivas y comparativas (Stockdale, 2007).
- Confianza en las TICs. ¿Cómo resolver la falta de confianza del turista/ciudadano al usar la página de Internet ya sea de gobierno o de un hotel lejano? Si el hotel reservado por Internet no ofrece lo prometido o si el pago gubernamental de un servicio no presenta la claridad necesaria, el usuario será más renuente a volver a intentar. Ello conlleva a buscar plena transparencia y/o rendición de cuentas en los procesos, por ejemplo, la necesidad de contar con un comprobante impreso de la transacción realizada. Para el caso del G2B y el G2C por ejemplo, la integración de las TICs en los procesos gubernamentales se enfrenta a cuestiones legislativas y regulatorias poco explicadas a la población.
- Percepción de las TICs. ¿Cómo sobrellevar la mala percepción en cuanto a un servicio de calidad por internet? En ocasiones, tanto las páginas de los gobiernos y empresas turísticas en general permanecen pobres en su contenido, carecen de medios para retroalimentar, o de posibilidad de diálogo. Muestran obsolescencia, falta de mantenimiento y hasta precios o cobros equivocados (Desplas y Sotelo, 2013)

Una similitud suplementaria entre los conceptos se ubica en las restricciones presupuestales que limitan los fondos a proyectos de gobierno electrónico por un lado y una inversión asimétrica geográficamente y económicamente que no apoya a la población por otro lado.

La principal divergencia entre los dos sectores reside en el hecho que el sector turístico es una industria altamente tecnificada basada en cooperación internacional (Fodor y Werthner, 2005) mientras que el gobierno, menos tecnificado, abarca un enfoque de descentralización a nivel nacional, que no siempre muestra colaboración entre los diferentes niveles de gobierno (local, regional y nacional).

En los últimos 30 años, los países reconocidos como los mayores receptores y emisores de turismo han utilizado las nuevas tecnologías como herramienta para el posicionamiento estratégico de su destino. Hoy en día, tanto los países emergentes como los industrializados pretenden encontrar en su uso, la solución a la atracción de turistas y la promoción de su destino. Además, las estructuras completas de los sectores de bienes y servicios se han visto revolucionadas a nivel global por una interacción completamente novedosa entre los agentes involucrados (Porter, 2001; Buhalis *et al.*, 2003; Buhalis, 2008). La evolución del e-turismo sienta las bases de las expectativas del nuevo turista y pretende ayudar a presentarle soluciones de elección en tiempo real. Ello exige una mayor eficiencia del oferente en cuanto a calidad, precios, competitividad y atención al cliente. Las tendencias globales de las TICs permiten visualizar el sentido de unas recomendaciones capaces de mejorar la operación y el proceso. Al igual que en el sector turismo, la tendencia que incorpora conceptos y nociones del mundo empresarial a la administración pública se inicia a partir de los años ochenta y se traduce en un enfoque gerencial de descentralización, reducción de costos, incorporación de la medición del desempeño y orientación a los clientes (Araya y Porrúa, 2004, citados por Mao, 2010), con el objetivo de que las nuevas tecnologías sean explotadas para hacer más efectivas, eficaces y democráticas las tareas del gobierno. El uso o usabilidad de los portales de e-gobierno es un factor crucial que debe considerarse en la búsqueda de una mejora en los servicios que se ofrecen a los ciudadanos (Marzoughi *et al.*, 2010). De acuerdo con Kuan *et al.* (2008), la percepción que tiene el usuario sobre la calidad de la información, servicio y sistema de la página web de una empresa, explica en un 70% por qué un usuario realiza una compra por primera vez. Factores como el diseño web, información completa, medidas de seguridad para el pago, comunicación eficaz entre usuario y página están positivamente correlacionadas con la satisfacción del cliente (Lim *et al.*, 2012). Finalmente, sabemos que la satisfacción del cliente está íntimamente ligada con la recompra, lo que permite que un negocio o industria sea redituable (Mitta y Kamakura, 2001).

II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación exploratoria pretende apoyar un mejor entendimiento de la evolución del desarrollo tecnológico y la explosión digital tanto del e-turismo como del e-gobierno. El método utilizado se basa en una revisión de la literatura especializada y de los bancos de datos en varias etapas: a) encontrando el criterio de e-turismo y e-gobierno en

los sitios de producción académica, b) estudiando su origen y evolución, c) comparando el uso de las TICs en el sector privado del e-turismo y sector gubernamental, d) analizando las tendencias a futuro de los conceptos estudiados; e) ofreciendo sugerencias de iniciativas sustentables para el desarrollo socioeconómico y tecnológico de los dos sectores analizados.

III. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL E-TURISMO Y DEL E-GOBIERNO

Los orígenes del comercio electrónico o e-comercio se encuentran en los años 70 al abrirse un mundo de oportunidades de negocio en el ámbito de las transacciones bancarias. La evolución encaminada hacia los intercambios electrónicos de datos permitió la aparición de procesos comerciales, como órdenes de compra o facturas. Sin embargo, no fue hasta los años 80 que surgió un nuevo modo de distribución: la venta por catálogo que incluía comunicación telefónica y tarjetas de crédito. En esta década, la práctica del turismo, sus estrategias así como sus estructuras a nivel global se vieron modificadas gracias al uso de sistemas de reservas y de distribución (Porter, 2001; Buhalis y Law, 2008).

La transformación más imponente de la industria se iba a dar en los años 90 con la introducción del Internet al sector (Buhalis, 2003). El incremento de las capacidades de almacenamiento y procesamiento, en combinación con la disminución del tamaño de los equipos y costos de las TICs, mejoraron la fiabilidad, la compatibilidad y la interconectividad de terminales y aplicaciones (Gupta, 2000). En esta década, las características únicas de la nueva tecnología como la ubicuidad y el alcance universal crearon un mercado de transacciones electrónicas (e-transacciones), mejoraron la conveniencia para el cliente con un lugar de mercado no territorial y una disminución de los costos. La personalización y la interacción entre los participantes de la tecnología permitieron en los años siguientes visualizar no sólo su prevalencia sino el reforzamiento del nuevo modelo tecnológico que había llegado para quedarse.

La interacción y la sinergia del turismo con la tecnología siguieron creciendo en el Siglo XXI con la Web 2.0 enfocada completamente a la creación de contenido por el mismo usuario. Conceptualizando la evolución de la terminología, se tiene que el comercio electrónico o e-comercio es el proceso de comprar y vender o intercambiar productos, servicios e información vía redes computarizadas incluyendo el Internet (Chung *et al.*, 2000). Debe implementarse con 4 fuerzas críticas: tecnología, capital, media e infraestructuras de políticas públicas (Jaworski y Rayport, 2002). Según Buhalis (2003), parte del e-comercio es el e-turismo y refleja la digitalización de todos los procesos y cadenas de valor en los sectores de turismo, viaje, hospitalidad y restauración. A un nivel táctico, el e-turismo aplica las TICs para maximizar la eficiencia y eficacia de las organizaciones de turismo. A un nivel estratégico, el e-turismo revoluciona todos los procesos de negocio, la cadena de valor completa.

El e-turismo ha transformado la gestión estratégica y operacional de las organizaciones y destinos turísticos y se representa por la aplicación de las TICs a la industria turística. En investigación sobre TICs en el sector turístico, O'Connors y Murphy (2004) revelan tres grandes áreas de estudio: los efectos del internet sobre los canales de distribución, los precios y las interacciones con el consumidor. Finalmente, según criterios de los expertos Garrido y Padilla (2011), las TICs son el *"soporte de la gestión de relaciones con clientes (CRM) que implica un rediseño de la organización y de sus procesos para orientar al cliente, de forma que, por medio de la personalización de su oferta, la empresa pueda satisfacer óptimamente las necesidades de esos clientes, generando relaciones de lealtad a largo plazo y mutuamente beneficiosas"*. Simplificando, las TICs en turismo son el e-turismo (Buhalis y Law, 2008) y su desarrollo más importante de las aplicaciones del e-turismo se encuentra en el nivel del destino (Buhalis *et al.*, 2003).

Reconociendo en esta creación interactiva que el turismo es un sector portador de retos y oportunidades, creador de empleos directos e indirectos de la cadena de valor y de suministro, la mayoría de los países y sus gobiernos buscan conseguir ventajas competitivas de mercado y atraer una gran cantidad de turistas a su territorio en función a estrategias que les son propias. Para ello, tienen sitios de Internet para promoción internacional de sus destinos y sus productos (Buhalis *et al.*, 2008). En el resultado resalta una contrastación de la oferta local con las exigencias dinámicas de una demanda nacional o internacional que permite aumentar la satisfacción del turista, mejorar la oferta, atenuar la pobreza y/o crear empleos para mejorar la vida de la comunidad local. Los dos lados económicos de la oferta y demanda se encuentran entonces favorecidos (Buhalis *et al.*, 2008; Crouch y Ritchie, 2003; Pike, 2005).

Una vez que las empresas incorporaron a sus estrategias y procesos operativos el uso de las TICs, se pensó que el sector público podría tomar esa experiencia del sector privado para aplicarla en la misma forma. No obstante, la complejidad de la estructura de objetivos del gobierno que debe proteger el bienestar y la vida de los ciudadanos y asegurar que ningún derecho básico sea amenazado, plantea una solución compleja con requerimientos igualmente complejos que no se presentan en la empresa privada. (Rivera, 2006)

Esta complejidad abarca desde el establecimiento de la definición del concepto de e-gobierno hasta su evolución y transformación. Según un artículo de Rivera (2006), el término "gobierno digital" se definió inicialmente como la entrega de servicios gubernamentales en línea, para luego convertirse en gobierno electrónico o e-gobierno e incluir cuestiones de reingeniería de estructuras y cambios de cultura organizacional que faciliten a los ciudadanos el acceso en línea a la información y a los servicios del gobierno. Esto conlleva la transformación de todo el gobierno y un cambio de paradigma de la gestión gubernamental que fusiona el uso intensivo de las TICs con las funciones del

gobierno para optimizar el uso de los recursos en el logro de los objetivos gubernamentales (Naser y Concha, 2011).

Es así que la evolución y transformación de las interacciones del gobierno con los ciudadanos transita por diferentes etapas de desarrollo o modelos de evolución basados en el nivel de madurez de las iniciativas de e-gobierno. Estas etapas inician con una presencia emergente donde sólo se presenta información básica a través de internet, para luego agregar interacción a través de búsquedas o correo electrónico (presencia ampliada), a lo que se añade el llenado y envío de formularios electrónicos (interacción). De esta tercera etapa, se pasa a la etapa transaccional, donde el gobierno ofrece transacciones completas y seguras como: obtención de visas, pasaportes, certificados de nacimiento, actas de defunción, pago de multas e impuestos, personalización del sitio web, etc. Finalmente, la integración total requiere que los servicios de los diferentes niveles de gobierno (local, regional y nacional) se encuentren totalmente integrados además de permitir la participación ciudadana o e-democracia (Naser y Concha, 2011; Esteves, 2006).

Es decir, se transita de una etapa donde el ciudadano es receptor de la información que los sitios web del gobierno y sus dependencias presentan, a interactuar activamente ejecutando procesos y transacciones a través de internet, para finalmente, llegar a participar en la toma de decisiones a través del voto, o de los foros de consulta que los gobiernos ponen a su disposición.

IV. CONTEXTO DIGITAL: E-TURISMO vs. CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES Y E-GOBIERNO VS EL PAPEL TRADICIONAL DEL GOBIERNO HACIA SUS CIUDADANOS

El uso de internet ha permeado en todas las industrias y sectores económicos. Pero, ¿cuál es su efecto en el desarrollo económico? Según un estudio de la Fundación BBVA (2007), “en el debate internacional se ha discutido insistentemente sobre el impacto de las nuevas tecnologías sobre la producción, el empleo y la productividad”. Y si ese impacto se refleja no solamente en los sectores que producen TICs sino en los que las utilizan. Las respuestas pueden variar en los diferentes países, ramas industriales, comerciales y de servicios y niveles de gobierno. A continuación, se presentan los efectos de las TICs en el turismo y en el gobierno.

En el sector turismo, han adquirido gran relevancia en el negocio del viaje debido a la participación de sus intermediarios (Achbany *et al.*, 2007). En efecto, los sitios web de turismo que pueden competir con los tours operadores y agencias de viajes tradicionalmente establecidas son los que ofrecen información suficiente y servicios atractivos al consumidor.

En la edición 2009 de la publicación “Información y Comunicación para el Desarrollo” (IC4D) del Banco Mundial, Khalil, *et al.* (2009) señala que las actividades basadas en el conocimiento se han vuelto cada vez más importantes y omnipresentes en el mundo entero y son las TICs los fundamentos de este mundo del conocimiento pues permiten adquirir y compartir ideas, servicios y tecnologías, además de contribuir a la integración de la economía mundial.

Al igual que en todos los aspectos de la actividad humana, en el sector turismo y en la administración gubernamental, el advenimiento de las TICs han modificado la forma de comunicación e interacción entre los oferentes (empresas, municipios, ministerios, etc.) y los demandantes (consumidores, clientes, ciudadanos, grupos de interés, etc.) de información. La Tabla 1 presenta, una relación comparativa del efecto de las TICs en la comunicación/interacción del consumidor con la industria turística y de los ciudadanos con el gobierno.

Tabla 1. Facilitación de las TICs en el e-turismo y en el e-gobierno

Comunicación/interacción del consumidor con la industria turística	Comunicación/interacción del ciudadano con el gobierno
<p><i>Búsqueda de información sobre:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Destinos, atractivos, aerolíneas, hoteles y TTOO (Tours Operadores) • Precios y comparativos entre oferentes • Evaluación de ratio Calidad/Precios • Disponibilidad del producto • Visas y/o requerimientos del destino • Pronósticos de clima • Datos aleatorios: seguridad pública y ciudadana, desastres naturales, etc. <p><i>Ejecución de transacciones:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de contacto directo (chat o e-mail) • Solicitudes, requerimientos y exigencias especiales del viajero • Reservación • Confirmación • Pago por tarjetas bancarias • Quejas o retroalimentación (tripadvisor) • Recomendación (o no) en blogs o redes sociales para compartir la experiencia. 	<p><i>Búsqueda de información sobre:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Direcciones de dependencias y horarios de atención • Trámites y sus requisitos: pasaporte, permisos de conducir • Búsqueda de empleos • Avisos por desvíos por obras en construcción, calles cerradas, inundaciones, bloqueos • Servidores públicos y su trayectoria • Leyes y reglamentos <p><i>Ejecución de transacciones:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago de impuestos online • Denuncias a la policía • Solicitud de licencia de construcción, actas de nacimiento, matrimonio, defunción • Petición de citas médicas • Declaración de cambio de domicilio • Matriculación de vehículos • Actualización de carpeta ciudadana

Elaboración propia a partir de Comisión Europea, 2009, 2013; Marone, 2012; Buhalis, 2008; Desplas, 2010a; Esteves, 2006

Desde el surgimiento de las tecnologías de información y comunicación, la búsqueda de información sobre lugares y destinos turísticos ha sido uno de los mayores usos de internet en Europa (Comisión Europea, 2013). La misma Comisión pronostica para el futuro un cambio creciente en las exigencias hacia el mercado turístico. Dicha transformación en el comportamiento del viajero se aproximaría más a las macrotendencias turísticas detectadas en cuanto a mayor personalización de los viajes así como en el uso más intensivo del e-turismo (Buhalis, 2003 y 2008; Desplas, 2010b; Comisión Europea, 2013).

El reto de los oferentes turísticos y de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en particular, se encuentra en el internet y en su capacidad de adaptarse a dichas macrotendencias de e-comercio para el diseño de sus productos y servicios, su venta y promoción. La presión es fuerte para las pequeñas empresas de cualquier destino que, tradicionalmente, no han invertido en las TICs y en su red de distribución. Ellas ven, hoy en día, la necesidad de interconexión de los actores involucrados en la cadena de valor turística: tour operadores (TTOO), agencias, transportistas, hoteleros y otros- para ofrecer precios asequibles y paquetes atractivos (Comisión Europea, 2013).

Al igual que en el sector turístico, el inicio de la interacción de los ciudadanos con los gobiernos a través de las TICs se origina como un medio alternativo para la presentación de información sobre trámites, reglamentos, directorio de dependencias, funcionarios, avisos, etc., para luego transformarse en un medio para realizar transacciones y comunicación en ambos sentidos.

En la mayoría de los países, fueron los gobiernos y las dependencias federales quienes marcaron la pauta del gobierno electrónico. Pero, dado que son los gobiernos locales (municipios, alcaldías, entidades federativas, condados) los más cercanos a los ciudadanos, pronto se hizo evidente la necesidad de desarrollar plataformas, páginas de internet o sitios web, en los que estos gobiernos pudieran hacerse presentes a la población.

Es evidente, que Internet ha cambiado la manera de obtener información a nivel global en todos los sectores. Según Proyecto Internacional (WIP, 2012), las búsquedas de información más importantes en internet se refieren, en orden de importancia a salud, viajes, productos, verificación de una información o el significado de una palabra, y la búsqueda de empleo. En el caso que nos ocupa, se puede resaltar el uso sobresaliente para primero conseguir información de todo tipo, luego comprar en línea un bien (compra directa o por medio del banco) o un servicio (reservación en el sector turístico o pagar un impuesto en línea entre otros). En efecto, en México, según ITESM (2012), en el año 2012, los usuarios de internet buscan desarrollar las tareas siguientes: a) Obtener información de algún producto: 56%; b) Hacer compras en línea: 22%; c) Realizar reservaciones: 20%; d) Utilizar la banca por internet: 18%; e) Pagar impuestos: 11%; f) Pagar deudas: 7%; y g) Realizar inversiones: 3%. Para el sector del turismo Internet significa una transformación

de la manera en la cual las personas planean y adquieren sus vacaciones así como una exigencia en la necesidad de adaptación de los oferentes turísticos al diseñar y promover sus productos y actividades.

En cuanto al gobierno electrónico, un informe que compara los niveles de acceso a internet, uso de internet y uso del gobierno electrónico en seis diferentes países de Europa (Bélgica, Holanda, Noruega, Alemania, Suecia y el Reino Unido) establece que en 2009, los niveles de uso e-gobierno por parte de los ciudadanos variaron en un rango de 23% a 62%. (Vandenbussche, 2009) El informe presenta además el desglose de las principales actividades que los ciudadanos realizan por este medio entre las cuales están: a) Obtener información: entre 21% y 55%; b) Descargar formatos: entre 11% y 31%; y c) Subir formatos completados: entre 8% y 32%.

El acceso a las computadoras, Internet y la banda ancha, son elementos fundamentales del desarrollo del gobierno electrónico en cualquier país: cuando se trata del gobierno electrónico, la conectividad en banda ancha es decisiva, incluso en los países más desarrollados. (Naciones Unidas, 2013) Naciones en desarrollo como Malasia y Vietnam son un ejemplo de la correlación entre el uso de servicios de gobierno electrónico y la banda ancha. En 1990, Malasia anunció su iniciativa de e-gobierno. De entonces a la fecha, ha puesto en marcha programas como: el *e-Governance Flagship Applications* (aplicaciones emblemáticas de gobierno electrónico), la concesión de mayor autonomía a los órganos de poder estatales y locales y el establecimiento del Comité Gubernamental para las Tecnologías de la Información e Internet, un comité especial encargado de supervisar todas las iniciativas oficiales al respecto (Naciones Unidas, 2002: 35). En su paso hacia el desarrollo del gobierno electrónico, Malasia ha transitado por tres caminos: el primero centrado en proveer los recursos (infraestructura, acceso) pero no en la optimización de las operaciones de gobierno; el segundo, que conlleva optimizar la operación del gobierno pero sin un enfoque a los objetivos de la sociedad y los ciudadanos, y el tercer enfoque, que incluye una operación óptima del gobierno, que apoya el desarrollo humano y las capacidades de los ciudadanos, ha requerido del gobierno de Malasia el lanzamiento de un plan denominado "*Malasya Plan 10 (2010-2015)*" enfocado a servicios, infraestructura y tecnologías de información y comunicación (Alhabshi, 2008). Así como Malasia, los gobiernos de los países que utilizan las TICs han pasado de enfocarse únicamente a presentar información, prestar servicios e interactuar con el ciudadano, a tratar "de estimular la participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones, haciendo que el gobierno sea más responsable, transparente y eficaz." (UNESCO, 2004).

En el sector turismo, los países que apuestan al desarrollo y uso de las TICs se encuentran beneficiados. China pretende demostrarlo. El país tuvo un sector turístico en crecimiento fuerte y rápido en la última década que permitió a la Organización Mundial de

Turismo (OMT, 2004) proyectar que, para el 2020, será uno de los destinos predilectos de los viajeros y una gran fuente potencial de ingresos. Además, del 2006 al 2007, el aumento de usuarios de internet en China fue de 25 millones y del 2011 al 2012, de 51 millones alcanzando en 2012 un total de 564 millones de usuarios con una penetración del 42.1%. Simultáneamente, en el 2012, el número de usuarios pagadores por internet se elevó a 221 millones con un incremento de 53.9 millones de personas (32.3%) comparado con el 2011. El e-turismo cuenta con 112 millones de usuarios, es decir el 19.8% de total de usuarios contra un 8.2% en el 2011 recalando un aumento sustancial, según el Centro de Información, Internet y Redes de China (CINIC, 2013). Conforme va creciendo el número de usuarios de internet, los servicios digitales ofrecidos a través de las TICs demuestran su alto potencial. China está preparándose para ser el país líder en turismo en el 2020.

V. TENDENCIAS DEL E-TURISMO Y DEL E-GOBIERNO

A partir del surgimiento de las aplicaciones denominadas Web 2.0 (como Facebook, blogs, Twitter, YouTube, entre otras) así como del incremento de los usuarios de la telefonía móvil, se han introducido nuevos cambios en la relación entre los consumidores y las empresas y los ciudadanos y el gobierno.

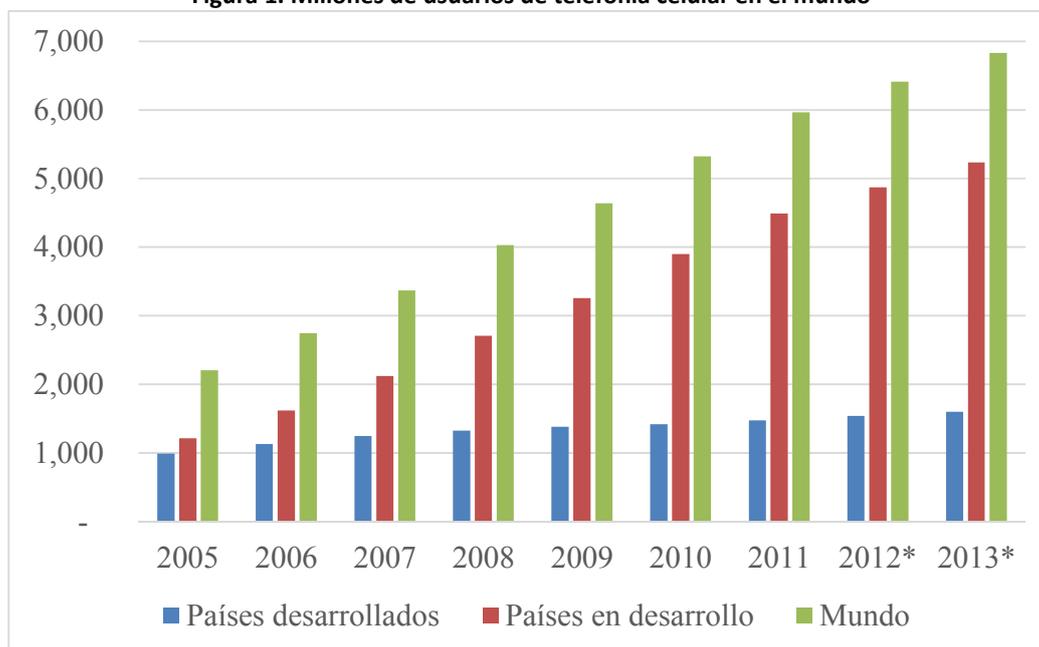
En la industria turística, se presentan en la actualidad los siguientes fenómenos: segmentación de las empresas oferentes de servicios turísticos que se traduce en poca cohesión y estructura; heterogeneidad de los turistas en función de atributos y nacionalidades; necesidad de más y mayores actores para satisfacer la demanda del mercado; falta de información y estadística segmentada por zona de destino, de origen o de tipología de turismo; baja adopción de procesos integrados de e-turismo y de tecnologías ad-hoc que permitan disminuir la brecha digital existente, así como carencia de visión a largo plazo para la elaboración de estrategias de promoción y oferta del producto y de planes de acción que apoyen, gracias a la tecnología, el desarrollo socioeconómico de cada destino.

Este panorama, se suma a una serie de tendencias que modifican el alcance de las estrategias de las empresas del sector: compras de último momento, viajes individuales y vacaciones cortas; creación de nichos de mercados específicos que generen experiencias auténticas a través de contacto con los locales, las tradiciones y la cultura del destino; nuevas y crecientes exigencias que ponen de manifiesto la relevancia de la sustentabilidad social, económica y ambiental de un turismo ético y responsable y un enfoque hacia la participación del turista en las decisiones de apoyo a la comunidad del destino seleccionado; desde la perspectiva del e-turismo, se tiende a la integración de empresas de menor tamaño a la cadena de suministro de la información por internet para uso turístico y a un aumento de la presencia B2C en línea (Comisión Europea, 2013; Marone, 2012; Desplas, 2010b).

Las implicaciones de las TICs en el sistema de distribución turístico se han discutido extensamente en la literatura (Buhalis *et al.*, 2003; O'Connors y Murphy, 2004). Las TICs y el internet han incrementado el número de opciones del consumidor en marcas y productos (Buhalis y Law, 2008). Hoy en día, las TICs juegan un papel preponderante en el éxito del sector hotelero (Claver *et al.*, 2006; Gloor, 2000; Luna Cortés, 2012).

Al igual que para el turismo, en el sector público las TICs presentan logros, oportunidades y retos no solo a los gobiernos de todos los niveles sino también a los ciudadanos. La identificación del mejoramiento de la calidad de los servicios públicos como un resultado potencial del gobierno electrónico (Naser y Concha, 2011) se confirma con los resultados del Estudio de las Naciones Unidas sobre el gobierno electrónico en 2012 que señala: "la situación actual del gobierno electrónico se caracteriza por una mejora en la prestación de servicios en línea" (Naciones Unidas, 2013), pero se añade en el mismo estudio que esa mejora de calidad no ha podido abatir la desigualdad en la brecha digital entre países desarrollados y países en desarrollo, generada por la falta de infraestructura electrónica y de la disponibilidad de ancho de banda para todos los ciudadanos (Naciones Unidas, 2013). Es decir, la permanencia de la brecha digital continúa como uno de los retos de e-gobierno. Esta brecha digital, definida por la OCDE en términos de acceso a computadoras e internet y de habilidades de uso de esas tecnologías (INEGI, 2003), se mantiene como una barrera para la inclusión y la equidad social derivada no solo de falta de infraestructura (la banda ancha por ejemplo) sino por la falta de destrezas y medios para acceder a la información (Naciones Unidas, 2013).

Por el lado de las oportunidades, el incremento en el uso de la telefonía móvil se presenta como un medio para ofrecer información y servicios a los ciudadanos a través de un canal que es utilizado por 96.2 de cada 100 habitantes a nivel mundial. (ITU, 2013) La necesidad de una oferta de servicios a través de múltiples canales (internet, telefonía y ventanilla) se ha visto impulsada por el incremento en el número de usuarios de telefonía celular (ver Figura 1). El desarrollo de las tecnologías de comunicación móviles han creado una nueva manera en que los gobiernos pueden llegar a un mucho mayor número de ciudadanos, y que éstos, puedan tener acceso a una gran gama de información y servicios, públicos y privados (ITU y OCDE, 2011).

Figura 1. Millones de usuarios de telefonía celular en el mundo

Elaboración propia en función de datos agregados de ITU, 2013

Existen otras dos tendencias que representan tanto retos como oportunidades para el avance del gobierno electrónico. Una es el surgimiento de las redes sociales y su impacto en la relación ciudadano-gobierno y la otra el nuevo enfoque de gobierno abierto y datos abiertos (Naciones Unidas, 2013; Purón-Cid y Gil-García, 2012). El incipiente impacto de las redes sociales en la relación gobierno-ciudadanos (Purón-Cid y Gil-García, 2012: 3) puede convertirse en una fuerza que ayude a promover una positiva percepción del gobierno a través de la disseminación de infomación y como una plataforma por medio de la cual el ciudadano y el gobierno interactúan (Magro, 2012). Pero así como las redes sociales digitales se tornan en un medio para llegar al ciudadano y construir una relación más cercana, directa e interactiva, proponen nuevos retos para el gobierno: una mayor responsabilidad y transparencia en la gestión de la información y la definición de nuevas políticas, regulaciones y estrategias con una visión de largo plazo (Mesa Torre, 2012).

El gobierno abierto, que se ha manifestado como una nueva tendencia también proveniente del sector privado, parte de paradigmas que tratan de introducir en el mundo de la política y el gobierno los principios que inspiran a la Web 2.0: transparencia, apertura y colaboración (Unidad de Gobierno Digital, 2013). Como un ejemplo de su importancia, en septiembre de 2011 se lanzó la Sociedad de Gobierno Abierto (OGP, por sus siglas en inglés) cuyos países miembros se comprometen a procurar una mayor transparencia, involucramiento de los ciudadanos y acceso a la tecnología (Mistretta, 2011).

El movimiento denominado gobierno abierto se da en paralelo con otros dos movimientos denominados Gobierno 2.0 y E-Gobernanza. Esta trilogía, busca llenar las necesidades de los ciudadanos en la búsqueda de un sector público más abierto, colaborativo y eficiente a través del uso de las nuevas tecnologías y los datos públicos (Harper, 2013) inspirados en los principios de transparencia, apertura y colaboración (Ramírez-Aluja, 2011: 102).

Internet es la tecnología más transformadora de los últimos tiempos y su desarrollo se ha visto beneficiado – desde sus inicios - por las asociaciones entre el gobierno y las empresas del sector privado (Broadband Commission, 2013). En este momento, el desarrollo sostenible es un tema de interés para todos los sectores en la mayoría de los países del mundo. Según el estudio de las Naciones Unidas sobre el gobierno electrónico 2012 existe una estrecha interrelación entre el desarrollo sostenible y el uso de las TICs, y se señala que uno de los desafíos clave en la creación de un marco de desarrollo sostenible recae en la definición del cómo emplear las tecnologías modernas para asegurar el desarrollo y la conservación de los recursos naturales (Naciones Unidas, 2013).

Este paradigma afecta a todos los sectores, y especialmente al sector turismo, en el que se manifiesta la relevancia de la sustentabilidad social, económica y medioambiental y en donde se habla ya de turismo ético. Los turistas se interesan cada vez más en el desarrollo sustentable de la zona que visitan, replanteando el uso de la tecnología digital hacia temas prioritarios (para ellos) de sustentabilidad, ética y responsabilidad. El tener un acceso más fácil a un rango amplio de oferta turística y especialmente a unos productos diferenciados y segmentados según los criterios anteriormente mencionados les permite tomar decisiones en función de sus exigencias (Marone, 2012).

En el caso del gobierno, la transición de los conceptos que caracterizan al gobierno electrónico se han transformado hacia la denominada gobernanza o gobernabilidad electrónica que establece que el desarrollo de los servicios electrónicos, está directamente vinculada con la participación activa de los ciudadanos y el sector privado en la prestación de esos servicios (Stoiciu, 2011). Esto requiere que los gobiernos se replanteen los aspectos de gobierno electrónico y gobernanza electrónica para hacer hincapié en la creación de sinergias entre las estructuras gubernamentales para un desarrollo sostenible inclusivo (Naciones Unidas, 2013).

VI. CONCLUSIONES

Si la oferta de productos y servicios turísticos demuestra más eficiencia y competitividad gracias a las herramientas tecnológicas, ¿el dinamismo de los actores proveedores será capaz de satisfacer las exigencias crecientes de la demanda turística e

inspirarle más confianza para su fidelización? La realidad parece aportar evidencia a favor de lo anterior. Los oferentes en el destino aprecian una mejora en la distribución de su producto, un incremento en su tasa de ocupación, reservación e ingreso así como una disminución de la estacionalidad (Marone, 2012). Se requiere además desarrollar sitios de Internet cuando se pretende evaluar la competitividad de un destino turístico (Mazanec *et al.*, 2007). Definiendo la gestión de los destinos turísticos como un proceso organizado de prestación de servicios responsables, competitivos, sostenibles y de alta calidad con cooperación y creación de esfuerzos entre los actores de las alianzas público-privadas (Sancho y Sanz, 2010), el estudio del e-gobierno y del e-turismo no genera solamente un paralelismo sino la imbricación necesaria para definir una propuesta competitiva de valor agregado para el uso de las TICs.

Los sistemas de gestión de destinos y las administraciones turísticas se esfuerzan para tecnificar el sector cerrando la brecha tecnológica entre los dos sectores. En cuanto a las convergencias, las dimensiones de promoción y oferta así como de comercialización y distribución son polos prioritarios de muchos gobiernos especialmente de países emergentes donde el turismo representa un gran porcentaje del PIB, importante derrama internacional o una relevante generación de empleos. Además, los procesos tecnológicos aplicados al gobierno y a las organizaciones tienen replicabilidad potencial en las acciones a realizar en pro de un acercamiento al usuario para conseguir la confianza en las TICs requerida y una buena percepción del cliente/ciudadano.

La sencillez en el uso potencial de las TICs permite denotar pocas barreras de entrada de las empresas a la industria trabajando en un modelo de competencia más amplia que resalta, además, una interconexión más sencilla entre empresas MiPyMEs y una mayor innovación en las de gran tamaño (Comisión Europea, 2013; Marone, 2012). El destino se ve favorecido por una promoción de escala internacional resaltando sus ventajas comparativas y competitivas en un posicionamiento estratégico. Se resalta una participación más activa en el desarrollo de las comunidades locales en las dimensiones económicas, sociales y medioambientales (turismo ético, sustentable y responsable así como una voluntad deliberada de cooperación de los empresarios a esta gran transformación). Los desarrollos de las TICs tienen impactos directos en la competitividad de las empresas entendiendo ventaja competitiva y diferenciación (Porter, 2001). Según Jogaratnam y Law (2005), las TICs pueden y deben ser parte del proceso de planeación estratégica de una empresa sólo cuando los directivos estén dispuestos a usarla plenamente. Finalmente, las soluciones en tiempo real en la distribución y el servicio de venta y post venta subrayan el cambio de paradigma en las nuevas prácticas tecnológicas y permiten un gran avance en la satisfacción del viajero.

El gobierno electrónico que lleva a una nueva forma de interacción entre ciudadanos y sector público, ha evolucionado y se sigue transformando para lograr la inclusión de todas las personas y eliminar la brecha digital, que permita promover la transparencia, combatir la corrupción, y robustecer la gobernanza (IFAI, 2013). El

desarrollo del gobierno electrónico y su variante más amplia que es la gobernabilidad digital (*e-governance*) debe ser abordado en forma interdisciplinaria entre expertos en temas de informática, ciencia política, administración pública, políticas públicas, comunicación, entre otros (Naser y Concha, 2011). El objetivo final de los proyectos, programas, estrategias y políticas públicas relacionadas con la interacción gobierno-ciudadano, en cualquier de sus formas y canales, debe ser la creación de valor público, es decir, el gobierno debe ofrecer a los ciudadanos servicios, productos e información, que le ayudan a mejorar su nivel de vida y a cambio de los cuales las personas están dispuestas a pagar con dinero, tiempo o un voto (Bertucci, 2005).

En este marco, la innovación en nuevas formas de gestión y las nuevas tendencias de las TICs como lo son el comercio electrónico (e-comercio), las transacciones electrónicas (e-transacciones), el e-turismo y el e-gobierno tienen una gran importancia económica, política y social. Sobre lo anterior y en un escenario internacional dinámico, se deben elaborar estrategias de calidad en la experiencia que sea turística o de gobierno. Además, la oferta de productos y su comercialización pasan por el fortalecimiento de la asociación entre los actores público-privados para un posicionamiento competitivo del destino (Sancho y Sanz, 2010), por una tecnificación más desarrollada que aporte soluciones a los retos del sector privado como público en materia de desarrollo regional. A este fin, los aportes de las nuevas tecnologías así como la transversalidad de sus impactos en las dimensiones de oferta y promoción, demanda y exigencias, educación y sociedad así como gestión y economía deben ser analizados a futuro para recalcar las ventajas comparativas y competitivas que permitan lograr un mejor posicionamiento estratégico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALHABSHI, S.M. (2008). E-government in Malaysia: Barriers and Progress, *Information Technology in Developing Countries*, vol. 18(3), octubre, 6-15. Disponible en: <http://www.iimahd.ernet.in/-egov/ifip/oct2008/sharifah-alhabshi.htm>.
- ACHBANY, Y., NEYSEN, N. y WAUTELET, Y. (2007). Intermédiation électronique et délégation de fonctions: comment dépasser l'hypothèse de réintermédiation? Une étude exploratoire de trois cas, XVIème conférence de l'Association Internationale en Management Stratégique (AIMS), Montreal, Canadá.
- ARAYA, R. y PORRUA, M. (2004). América Latina Puntogob. Casos y tendencias en gobierno electrónico. Santiago de Chile: FLACSO-Chile.
- BERTUCCI, G. (2005). Gobierno digital y valor público. *Política Digital*. 12-1
- BOZEMAN, B.; BRETSCHNEIDER, S. (1986) Public management information systems: theory and prescription. *PublicAdm*, 46, 475-487.
- BROADBAND COMMISSION. (2013). Planning for progress. Why national broadband plans matter. Ginebra: CISCO y ITU.

- BUHALIS, D. (2008). E-Tourism and Digital Government. En A. Anttiroiko (Ed.), *Electronic Government: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. Hershey: PA
- BUHALIS, D. (2003). *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. Gosport, UK, Prentice Hall.
- BUHALIS, D. y LAW, R. (2008). Process in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet –The state of eTourism research, *Tourism Management* 29, 609-623.
- BUHALIS, D.; LAW, R. y QI, S. (2008). Usability of Chinese destination management organization websites, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25 (2), 182-198.
- BUHALIS, D.; SONG H. y XIAOQIU, J. (2003). ICTs and Internet adoption in China's tourism industry, *Tourism Management*, 23, 451-467.
- CHUNG, H.; KING, D.; LEE, J. y TURBAN, E. (2000). *Electronic commerce: a managerial perspective*, Upper Saddle River: Prentice Hall
- CINIC (2013). Statistical report on the Internet development in China. China Internet Network Information Center, 2013. Disponible en <http://www.cnnic.cn/>.
- CLAVER, E., MOLINA J.F. y PEREIRA, J. (2006) *Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hotelero*, Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.
- COMISIÓN EUROPEA. (2009). *Indicadores e-Europe*". Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la SI. Disponible en: <http://www.ontsi.red.es/>
- COMISIÓN EUROPEA. (2013). *ICT & Tourism Business Initiative*. Sherpa expert group. Disponible en http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/ict/index_en.htm
- CROUCH, G.I. y RITCHIE, J.R. (2003). *The competitive destination*. Oxford: CABI Publishing.
- DESPLAS, N. (2010a). *La oferta turística de la Sierra Tarahumara: su caracterización y sus potencialidades para el turista europeo*, Chihuahua, México: Publicación Talleres Gráficos del Gobierno del Estado de Chihuahua.
- DESPLAS, N. (2010b). *La demanda turística europea: modelos económicos de su comportamiento en el caso de México y de la Sierra Tarahumara*, Chihuahua, México: Publicación Talleres Gráficos del Gobierno del Estado de Chihuahua.
- DESPLAS, N. y SOTELO, M. (2013). *Evaluación de la cultura de las TICs aplicada a las páginas de Internet del sector hotelero de la Sierra Tarahumara*, Chihuahua, México, en proceso de publicación.
- ESTEVEZ, J. (2006). Análisis del desarrollo del gobierno electrónico municipal en España. *Revista de Empresas*, vol. 15, 86-96.
- FODOR, O.; WERTHNER, H. (2005). Harmonise: A Step Toward an Interoperable E-Tourism Marketplace. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(2), 11-39.
- FUNDACIÓN BBVA. (2007). *El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el crecimiento económico español*. Cuadernos de Capital y Crecimiento, febrero, Madrid. Disponible en: <http://www.fbbva.es/TLFU/tlfu/esp/publicaciones/cuadernos/fichacuaderno/index.jsp?codigo=357>
- GARRIDO A. y PADILLA A. (2011). El CRM como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico en el sector hotelero español. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20 (2), 101-118

- GIL-GARCIA, J. R. (2007). Exploring E-Government Benefits and Success Factors. In A. Anttiroiko, & M. Malkia (Eds.) *Encyclopedia of Digital Government*, 803-811. Hershey, PA: Information Science Reference.
- GLOOR, P. (2000) *Making the e-business transformation: how to succeed in the e-commerce economy*, London Berlin, Heidelberg: London Springer-Verlag.
- GUPTA, U. (2000) *Information Systems: success in the 21st century*, Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- HARPER, L. (2013). A Citizen's Guide to Open Government, E-Government, and Government 2.0. UNC School of Government, 10 de junio. Disponible en: <http://onlinempa.unc.edu/a-citizens-guide-to-open-government-e-government-and-government-2-0/>
- HOLDEN, S.; NORRIS, D.; FLETCHER, P. (2003). Electronic government at the local level: Progress to date and future issues. *Public Performance & Management Review*, 26(4), 325-344.
- IFAI. (2013). Inician autoridades y organizaciones preparación de plan de acción 2013-2015 de la Alianza para el Gobierno Abierto. Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, 28 de junio. Disponible en: <http://inicio.ifai.org.mx/Comunicados/Comunicado%20IFAI-056-13.pdf>
- INEGI. (2003). La brecha digital, un concepto social con cuatro dimensiones. *Boletín de Política Informática*, vol. 6, 1-5. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/articulos/tecnologia/brecha.pdf>
- ITESM. (2012). Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre internet y diversas tecnologías asociadas, World Internet Project Mexico. Disponible en <http://www.wip.mx/>
- ITU y OCDE. (2011). Executive Summary. M-Government: Mobile Technologies for Responsive Governments and Connected Societies. International Telecommunication Union y Organization for Economic Co-operation and Development. Disponible en: <http://www.oecd.org/gov/public-innovation/49300932.pdf>
- ITU. (2013). World Telecommunication/ICT Indicators Database. International Telecommunication Union (ITU). Disponible en: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- JAWORSKI, B.J. y RAYPORT, J.F. (2002) *Introduction to e-commerce*, Irwin MarketplaceU: McGraw Hill
- JOGARATNAM, G. y LAW, R. (2005). A study of hotel information technology applications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(2), 170-180.
- KHALIL, M.; DONGIER, P. y ZHEN-WEI QIANG, C. (2009). Capítulo 1 Visión General. *Información y Comunicación para el Desarrollo (IC4D)*. Banco Mundial, 1-17. Disponible en: http://siteresources.worldbank.org/EXTIC4D/Resources/5870635-1242066347456/IC4D09_Overview_Spanish.pdf

- KUAN, H. H., BOCK, G. W., y VATHANOPHAS, V. (2008). Comparing the effects of website quality on customer initial purchase and continued purchase at e-commerce websites. *Behaviour & Information Technology*, 27(1), 3-16.
- LAUDON, K.; LAUDON, J. (2005) *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. United States: Prentice Hall. Recuperado en <http://www.slideshare.net/jes4791/sistemas-de-informacion-gerencial-12-edicion-kenneth-c-laud-on-jane-p-laudon>
- LIM, S. P., CHEONG, K. Y., DING, Y. Y., LOO, J. V. y TEH, Y. W. (2012). The importance of website quality dimensions in determining customer satisfaction: an empirical study on airline industry (Doctoral dissertation, UTAR).
- LUNA CORTÉS, G. (2012). Las Fuentes de información empleadas por los turistas vacacionales en los destinos turísticos, *Investigaciones turísticas* 4, 132-139.
- MAGRO, M.J. (2012). A Review of Social Media Use in E-Government. *Administrative Sciences*, vol. 2, 148-161.
- MAO CARNERO, M.E. (2010). Propuesta para evaluar los servicios de gobierno electrónico en la administración pública municipal de México. Universidad de La Habana.
- MARONE, P. (2012) Tourismlink, Linking tourism professionals with the digital market, en la reunion, Sherpa meeting on ICT and Tourism Initiative on 27 March 2012, Unión Europea y Sherpa group. Disponible en http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/ict-tourism-business-portal/sherpa-meeting-27-03-2012/06_tourismlink_en.pdf
- MARZOUGH, F.; MEHDI FARHANGIAN, M.; AHMADIZADEH, E.; CHAREJOO, F. y AGHASIAN, E. (2010). Modeling an e-government portal of tourism industry using two level factoring design. *IEEE International Conference on E-Business Engineering*, 421-427. Shangai. Disponible en: http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&arnumber=5704352&url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fxppls%2Fabs_all.jsp%3Farnumber%3D5704352
- MAZANEC, J., WÖBER, K. y ZYNS A. (2007). Tourism destination competitiveness: from definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46, 86-95.
- MELITSKI, J.(2003) Capacity and e-government performance: Analysys bases on early adopters of Internet technologies in New Jersey. *Public Performance and Management Review*, 26(4), 376-390.
- MESA TORRE, C. (2012). El gobierno electrónico y las redes sociales digitales. *Observatorio gobierno electrónico. e-gov Perú*, 7 de abril. Disponible en: <http://www.egov.pe/gobierno-electr%C3%B3nico-y-redes-sociales-digitales>
- MISTRETTA, M. (2011). México en el Open Government Partnership. *InformationWeek México*. 8 de noviembre. Disponible en: <http://www.informationweek.com.mx/columnas/mexico-en-el-open-government-partnership/>
- MITTAL, V., Y KAMAKURA, W. A. (2001). Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of marketing research*, 131-142.

- NACIONES UNIDAS. (2002). El gobierno electrónico: perfiles de países. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001276/127601s.pdf>
- NACIONES UNIDADES. (2013). Estudios de las Naciones Unidas sobre el Gobierno Electrónico, 2012. Gobierno Electrónico para el pueblo. Red de las Naciones Unidas sobre Administración Pública (UNPAN). Disponible en: http://workspace.unpan.org/sites/Internet/Documents/EGovSurvey2012_Spanish.pdf
- NASER, A. y CONCHA, G. (2011). El gobierno electrónico en la gestión pública. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Santiago de Chile. Disponible en: http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/43219/SGP_N73_Gobierno_electronic_o_en_la_GP.pdf
- O'CONNORS, P. y MURPHY, J. (2004). Research on information technology in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 23 (5), 473-484.
- OMT. (2004). Tourism market trends, China: a top tourist destination by 2020, Madrid, Reportes de la OMT.
- PIKE, S. (2005). Destination marketing organizations. Oxford: Elsevier
- PORTER, M. (2001). Strategy and the Internet, *Harvard Business Review* 79 (3), 63-78.
- PURÓN-CID, G. y GIL-GARCÍA, J.R. (2012). Gobierno abierto, tecnologías de información y análisis de políticas públicas: oportunidades y retos para América Latina y el Caribe. XVII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD), 1-20, Cartagena, Colombia.
- RAMÍREZ-ALUJA, Á.V. (2011). Gobierno abierto y modernización de la gestión pública. Tendencias actuales y el (inevitable) camino que viene. Reflexiones seminales. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, vol. IX(15), 99-125.
- RIVERA URRUTIA, E. (2006). Concepto y problemas de la construcción del gobierno electrónico. Una revisión de la literatura. *Gestión y Política Pública*, vol. XV(2), II semestre, 259-305. Disponible en: http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.XV_No.II_2dosem/Eugenio_Rivera.pdf
- ROCHELEAU, B.; WU, L. (2002) Public vs. Private Information Systems: Do they Differ in Important Ways: A Review and Empirical Test. *American Review of Public Administration*, 32(4), 379-397.
- SANCHO, A. y SANZ, E. (2010) La implementación de un sistema de gestión de destinos como estrategia de diferenciación y competitividad en destinos maduros. El caso de Gandía. Ponencia presentada en el VIII congreso de "Turismo y Tecnologías de la Información y las comunicaciones" Turitec 2010, Málaga.

- SIGALA, M. (2005). Customer Relationship Management in Hotel Operations: Managerial and Operational Implications, *International Journal of Hospitality Management*, 24 (3), 391-413.
- STOCKDALE, R. (2007) Managing customer relationships in the self-service environment of e-tourism, *Journal of Vacation Marketing*, 13 (3), 205-219.
- STOICIU, A. (2011). El papel de la gobernanza electrónica en la reducción de la brecha digital. *Crónica ONU*. Disponible en: <http://www.un.org/wcm/content/site/chronicle/lang/es/home/archive/issues2011/thedigitaldividend/theroleofegovernanceinbridgingthedigitaldivide>
- UNESCO. (2004). *Gobernabilidad Electrónica*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Disponible en: <http://portal.unesco.org/ci/fr/files/14896/11412266495e-governance.pdf/e-governance.pdf>
- UNIDAD DE GOBIERNO DIGITAL. (2013). Documento técnico sobre “Gobierno Abierto”. Secretaría de la Función Pública (SFP).
- VANDENBUSSCHE, L. (2009). “Comparing levels of internet access, internet use and e-government use in the SmartCities countries.” Smart Cities Project. Disponible en: <http://www.napier.ac.uk/research/centresandprojects/smartcities/publications/Documents/Smart-Cities-Research-Brief-Comparing-levels-of-internet-access-internet-use.pdf>
- WIP. (2012). *International Report*, EE.UU. Center for Digital Future. Disponible en <http://www.wip.mx/>