

---

# Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609

---



## Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades<sup>1</sup>

**Ana María Luque Gil**  
Universidad de Málaga  
España  
[geoana@uma.es](mailto:geoana@uma.es)

**Belén Zayas Fernández**  
Universidad de Málaga  
España  
[mzayfer@uma.es](mailto:mzayfer@uma.es)

**José Luis Caro Herrero**  
Universidad de Málaga  
España  
[jlcara@uma.es](mailto:jlcara@uma.es)

### RESUMEN

Este trabajo parte del convencimiento de que un destino turístico inteligente debe estar conformado por un territorio y un sistema turístico correctamente gestionados, por tanto, cualquier destino turístico inteligente debe ser un “territorio inteligente” y, dicha necesidad da razón de ser a este artículo ya que, desde finales de los años noventa, madura un enfoque científico, la “inteligencia territorial”, cuyo objetivo es constituir un conjunto de conocimientos pluridisciplinarios que aseguren un uso sostenible del territorio en la vertiente ambiental, económica y social. En la revisión teórica elaborada se atenderá tanto al concepto como a los objetivos, herramientas o elementos que forman parte del término “inteligencia territorial”, y a los vínculos que el mismo puede presentar con los nuevos “destinos turísticos inteligentes”, tratando de identificar oportunidades y desafíos en la relación entre ambos conceptos.

**Palabras clave:** Inteligencia territorial, destinos turísticos inteligentes, gobernanza, actores, tecnología, inteligencia turística

---

<sup>1</sup> Este trabajo se ha desarrollado en el marco del Proyecto de Investigación “Nuevos enfoques para la planificación y gestión del territorio turístico: conceptualización, análisis de experiencias y problemas. Definición de modelos operativos para destinos turísticos inteligentes” (Proyecto CSO2014-59193-R) del Programa Estatal de I+D+I del Ministerio de Economía y Competitividad.

---

# Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609

---



## The Smart Tourism Destination and the Territorial Intelligence: problems and opportunities

**Ana María Luque Gil**

Universidad de Málaga  
España  
[geoana@uma.es](mailto:geoana@uma.es)

**Belén Zayas Fernández**

Universidad de Málaga  
España  
[mzayfer@uma.es](mailto:mzayfer@uma.es)

**José Luis Caro Herrero**

Universidad de Málaga  
España  
[jlcaro@uma.es](mailto:jlcaro@uma.es)

### ABSTRACT

This paper starts from the belief that a smart tourism destination should be composed by a well-managed territory and tourist system. Therefore, any smart tourism destination should be a "smart place". Since the late nineties, a scientific approach called "Territorial Intelligence" was developed, being its aims to establish a set of multidisciplinary knowledge to ensure sustainable territories using environmental, economic and social aspects.

This paper analyzes both the concept and the objectives of "Territorial Intelligence", as well as tools and elements integrated in this approach and the links that it may have with the new "Smart Tourism Destination", trying to identify opportunities and challenges in the relationship between both concepts.

**Keywords:** Territorial Intelligence, smart tourism destination, governance, stakeholders, technology, sustainable development, tourism intelligence

## I. INTRODUCCIÓN

Cualquier “destino turístico inteligente” (“smart tourism destination”) debe promover el desarrollo de un sistema territorial y turístico inteligente. Desde los años noventa madura un enfoque científico, la “inteligencia territorial”, que podría servir de referente para la conceptualización de los “destinos turísticos inteligentes”, sin embargo, a día de hoy los destinos turísticos han sido escasamente atendidos por las herramientas y elementos propios de la “inteligencia territorial”, por las dificultades de partida que estos espacios presentan para implementar dichas técnicas (escalas, complejidad de los actores, etc.).

Desde un punto de vista metodológico, la revisión bibliográfica sirve para aportar algunas bases conceptuales y críticas en relación con la “inteligencia territorial” y los “destinos turísticos inteligentes”, que pueden resultar de utilidad para posteriores estudios aplicados y posibilitar el desarrollo de laboratorios de observación de los destinos turísticos, entendidos éstos como herramientas que posibilitarían una gestión eficiente y sostenible de los espacios turísticos.

En primer lugar cabría partir del planteamiento de qué es un destino turístico y aquí surge el problema de partida ya que, el destino, entendido como el espacio donde se realizan la mayor parte de las actividades de producción y consumo turístico (Saraniemi y Kylamen, 2011), no ha recibido la atención que merece y se ha venido definiendo de manera simplista, sin entender la repercusión que esto supone a la hora de plantear y abordar problemas del sector (Pearce, 2013).

Desde un punto de vista conceptual, es un término que ha sido atendido a lo largo de los años por diversas disciplinas como la geografía, economía, marketing, etc. (Leiper, 1995; Buhalis, 2000; Framke, 2002; Saraniemi y Kylamen, 2011), que han abordado su definición parcialmente, sin embargo, los intentos por desarrollar explicaciones ampliamente aceptadas han sido esquivos y tan sólo recientemente algunos autores han tratado de plantear el tema desde una perspectiva más amplia e integradora (Saraniemi y Kylamen, 2011; Pearce, 2013).

No resulta un objetivo prioritario de este trabajo entrar en disertaciones teóricas o conceptuales, no obstante y, entendiendo que gran parte de los autores conciben los destinos turísticos como espacios reales para los planificadores y gestores de los mismos, se va a utilizar la orientación geográfica del término. Desde esta perspectiva, el destino es entendido como una realidad sistémica compleja con una dialéctica propia donde se integran al mismo tiempo elementos que conforman el sistema turístico y elementos propios del sistema territorial así como, evidentemente, las relaciones que se establecen entre ellos.

Este modo de entender y de percibir la realidad turística hace que, en la consideración de un destino turístico inteligente se deba tener en cuenta desde un principio que el mismo supondrá un territorio y un sistema turístico, ambos inteligentes lo que, en última instancia, permitirá desarrollar un espacio con un uso turístico correctamente gestionado, forma muy básica de resumir lo que puede entenderse como un “smart tourism destination”.

En segundo lugar, habría que abordar el concepto inteligencia que, si utilizamos las diversas acepciones que la Real Academia Española (RAE) posee y aplicándola al fenómeno turístico-territorial, implica que un espacio turístico inteligente sea aquel donde:

- Se comprendan las variables y los fenómenos que lo integran (importancia de los procesos analíticos, bases de datos, gestión de la información, etc.).
- Sea capaz de resolver problemas (avanzados procesos de gestión).
- Pueda desarrollar habilidades, destrezas y expresiones que posibiliten los procesos anteriores (las herramientas se convierten en clave del sistema).

Partiendo de esto, en los siguientes epígrafes se va a tratar de clarificar qué es un territorio inteligente, cuáles son los rasgos que definen a un sistema turístico inteligente y, cómo se interrelacionan ambos términos.

## **II. BREVE APROXIMACIÓN A LA INTELIGENCIA TERRITORIAL**

### **2.1 Definición y elementos que la integran**

En su acepción más general, el término *territorio* según la RAE es una porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, etc. Algunos autores han profundizado sobre la definición de territorio y han añadido que se entiende por territorio “como el espacio geográfico en sentido amplio (terrestre, marítimo, aéreo, subterráneo) atribuido a un ser individual o a una entidad colectiva” (Zoido et al, 2000, 351). Pero si se atiende al concepto de territorio desde el enfoque más humano, se entiende como “el espacio manejado, adaptado a las necesidades del grupo o sociedad que lo ocupa y lo transforma de acuerdo con las necesidades cambiantes, en un continuo proceso de territorialización” (Zoido et al, 2000, 351).

Si a este concepto de territorio desde su enfoque humano le adjuntamos el de inteligencia, se obtienen espacios que deben estar en un proceso de aprendizaje continuo ya que, a partir de la unión de las inteligencias individuales, se deben desarrollar procesos colectivos de instrucción. Así los actores locales se convierten en pieza clave de todo el proceso tildado de “inteligente” ya que, tanto el concepto inteligencia como el de territorio que hemos señalado entienden al ser humano como el orquestador de todo el proceso.

En este marco surge la “inteligencia territorial”, desarrollada a partir de 1998 para dar dimensión científica a la experiencia *Catalyse*<sup>2</sup>, método de trabajo que cuenta con una serie de herramientas de diagnóstico, evaluación y observación, accesibles a los actores locales del desarrollo sostenible que empezó a desarrollarse en Francia y de aquí se extendió a otra serie de países europeos (España, Bélgica, Italia, Hungría, etc.). En la actualidad no es una disciplina como tal, es un enfoque científico cuyo objetivo es constituir un conjunto de conocimientos pluridisciplinarios, y que se puede resumir como “todo el conocimiento multidisciplinar que mejora el conocimiento de la estructura y dinámica del territorio” (Girardot, 2002).

Tal y como se recoge en la tabla 1, la “inteligencia territorial” posee toda una serie de objetivos básicos relacionados con el conocimiento de los recursos, desarrollo de instrumentos, gestión de la información, trabajo con los actores, etc., donde empiezan a aparecer conceptos clave en el enfoque (bases de datos, actores, instrumentos, etc.), entre los que destacan: la geografía, como ciencia a la que le corresponde establecer las bases teóricas y conceptuales para abordar los problemas territoriales atendiendo a los importantes cambios orquestados por la revolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; los territorios, que aparecen como objetos científicos, de conflicto y de poder; las herramientas, cuya papel es trascendental ya que permiten organizar y alinear la información, el tratamiento de los datos, etc., en definitiva, un control racional de las informaciones territoriales en toda su complejidad y diversidad (De Séde–Marceau, 2002, p. 42).

**Tabla 1. Objetivos de la “Inteligencia Territorial”**

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Coordinar las dimensiones económicas, sociales, políticas, medioambientales a la hora de intervenir</li><li>• Desarrollar el conocimiento de los recursos territoriales</li><li>• Implicar a los ciudadanos, con una mayor consulta y una participación más directa de la sociedad civil en los proyectos y en su ejecución</li><li>• Adaptar los datos, materia prima de la acción, para hacer una lectura más clara y coherente de cara a los objetivos de conocimiento, previsión y toma de decisión</li><li>• Organizar la difusión y el modo de compartir la información entre todos los actores</li><li>• Desarrollar instrumentos de medida y de evaluación que permitan conocer los estados iniciales de los territorios (normalmente en forma de indicadores) pero además para aplicar los principios del desarrollo sostenible y evaluar las acciones llevadas a cabo</li><li>• Precisar nuestra comprensión de los mecanismos del sistema territorial, en sus múltiples variantes a fin de favorecer los enfoques multidisciplinarios</li></ul> |
|--|

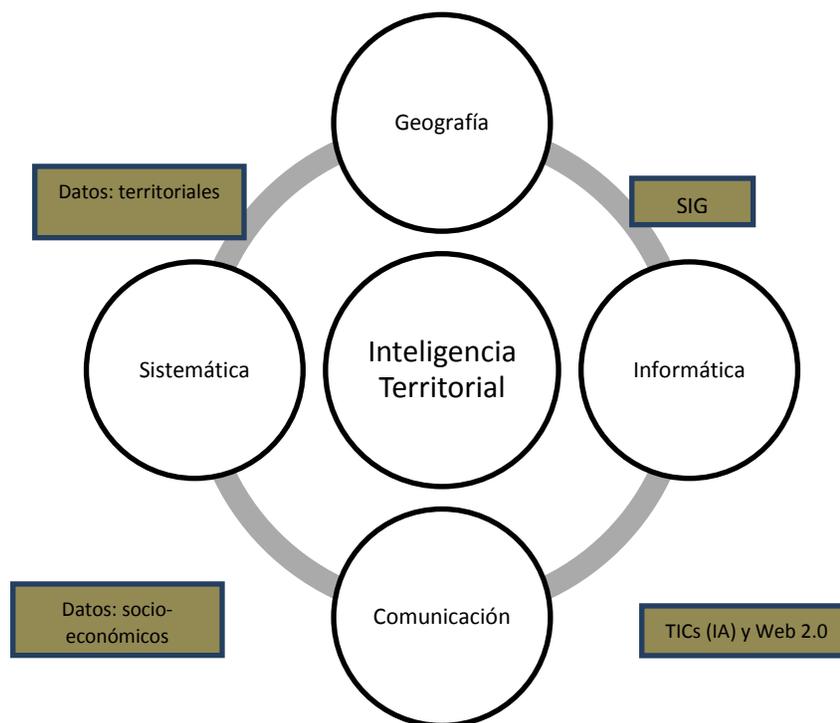
*Elaboración Propia a partir de De Séde–Marceau (2002)*

---

<sup>2</sup> El Método *Catalyse* fue creado en el año 1998 por el Grupo de Investigación Internacional “Red Internacional de Inteligencia Territorial (GDRI-INTI)”, que es una red de coordinación científica que integra cinco países (Francia, Bélgica, España, Italia y Argentina) y cuyo objetivo es integrar la investigación en Inteligencia Territorial para dar una dimensión internacional. El Método *Catalyse*, es un conjunto de herramientas de diagnóstico, evaluación y observación (principalmente el software *Pragma*, *Anaconda*, *Nuage* y el sistema de información *Sitra*) accesible para todos los actores del desarrollo territorial sostenible ([www.territorial-intelligence.eu](http://www.territorial-intelligence.eu)).

Es un concepto que integra diversos ejes interrelacionados: geografía, sistemática, informática y comunicación, que generan un continuo flujo de datos, representados en la figura siguiente.

**Figura 1. Elementos que integran la Inteligencia Territorial**



*Elaboración Propia*

La **Geografía**, entendida desde una perspectiva amplia como ciencia que estudia la superficie terrestre, las sociedades que la habitan y los territorios, paisajes y/o regiones que forman al relacionarse ambos conceptos entre sí.

La **Sistemática**, esfera básica a la hora de incluir la información. Proceso por el cual se deben detectar todos los actores del territorio que forman parte de la temática de análisis y capturar la información que los mismos generan y que resulta básica para la completa comprensión y correcta gestión del territorio. Los tres aspectos clave dentro de la sistemática son:

- **Actores:** el territorio se revela como un juego donde aparecen múltiples actores (De Séde–Marceau, 2002, p.32) como la administración, empresas, grupos de presión, ciudadanos, etc. En cualquier temática que se analice y que tenga relevancia sobre el territorio aparecen toda una serie de actores y dirigentes con diversas relaciones estructurales y funcionales que generan un sistema complejo (por ejemplo, si se atiende al hecho turístico, infinidad de

entidades públicas y privadas son generadoras de información, por ejemplo, desde un punto de vista público, la Secretaría General de Turismo, consejerías de turismo, las concejalías de turismo de los Ayuntamientos, las áreas de turismo de las diputaciones provinciales, etc.). El reconocimiento de fuertes conexiones entre el territorio y los actores del desarrollo se materializa a través de la emergencia de conceptos como: desarrollo sostenible (en su triple vertiente ecológica, social y económica); la noción de “*terroir*” (concepto francés que entiende el territorio como un producto social, el espacio construido por los actores) (Ormaux, 2010); la idea de “gobernanza”, entendida como el proceso de concertación que reúne actores privados, asociativos y públicos alrededor de un problema concreto (podría ser el turismo), para definir unos objetivos semejantes y coordinar sus capacidades, los principios de la gobernanza territorial proponen la coordinación de diferentes actores y la implicación de los ciudadanos en la gestión de su propio territorio. En la sistemática habrá que llevar a cabo un concienzudo trabajo con los actores del territorio: productores, consumidores, políticos, etc.

- Escala: término que se refiere a la relación que existe entre las dimensiones reales y la de un mapa que representa la realidad.
- Datos: al igual que para cualquier otro trabajo los datos constituyen la materia prima de todo proceso de descripción y análisis. En el caso de los análisis geográficos los datos vienen condicionados por el tipo de información geográfica utilizada. A partir de los mismos se generan potentes bases de información, bases de datos, que son el fruto de un proceso madurativo dentro del dominio de la investigación fundamental y la tecnología. La principal complejidad radica en elaborar un correcto “Modelo conceptual de datos”, ya que este debe servir para todos los actores. A partir de aquí se plantea la creación de una macro base de datos territorial.

La **Informática** referida al conjunto de algoritmos, aplicaciones implementadas, modelos de bases de datos así como modelos y técnicas de extracción de la información para el tratamiento, análisis, interpretación, difusión y almacenamiento de la información geográfica, económica, medioambiental, etc.

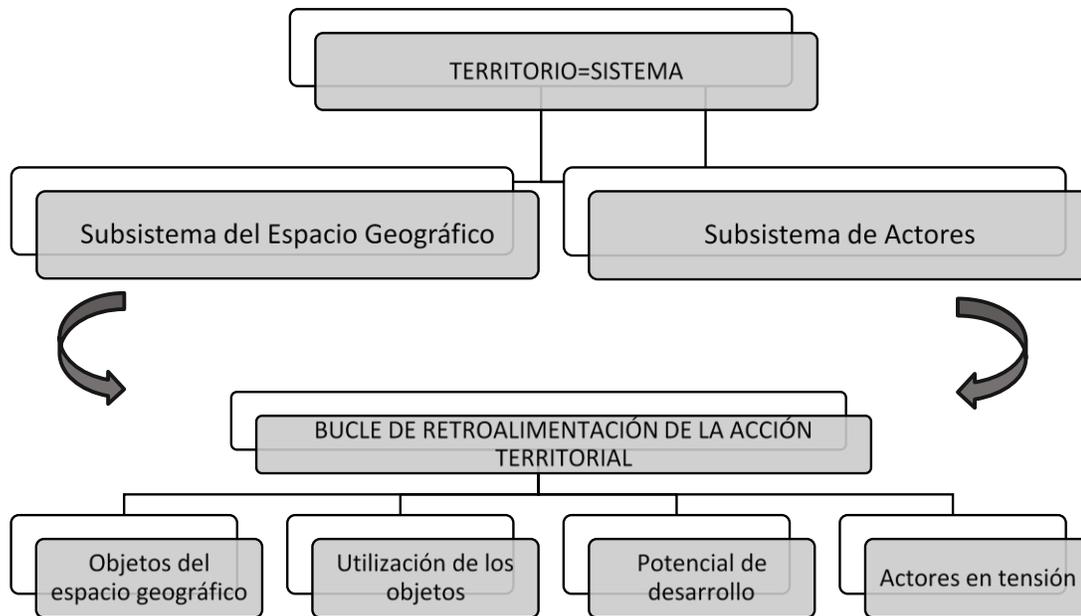
La **Comunicación**, la información espacial será útil siempre y cuando llegue a los usuarios de la misma (gestores del territorio, empresas, técnicos, habitantes, etc.), de este modo será un sistema que podrá retroalimentarse a partir de las propuestas de los usuarios. Los vínculos entre la comunicación y la geomática será la forma en que la información territorial llegue al gran público, esto es fundamental para que las herramientas que se elaboren sirvan para llevar a cabo la gestión del territorio. Por tanto, tiene que elaborarse una información de fácil acceso.

## 2.2 Herramientas de Inteligencia Territorial: Observatorios Territoriales

La “inteligencia territorial” se plasma, desde un punto de vista instrumental, en los observatorios territoriales. Éstos no son más que dispositivos de observación de los territorios, generados por uno o varios organismos, para estudiar la evolución de un fenómeno, zona o área, en resumen podrían definirse como “herramientas de comprensión y análisis de los territorios”. La mayoría de estos observatorios se presentan en forma de aplicaciones informáticas en las que se introducen los datos y son devueltos sintéticamente en forma de tablas, mapas y / o indicadores estadísticos (Almansa, 2010; Guzmán, 2013).

La creación de observatorios se fundamenta en la comprensión del territorio como un sistema que vincula el juego de actores y la organización del espacio, lo que ha sido denominado por los expertos como “el bucle de retroalimentación de la acción territorial” (figura 2). Este “bucle de retroalimentación” induce: conocer cuáles son los objetos del espacio geográfico, como se utilizan, cuales son los potenciales de desarrollo y los actores en tensión. Para ello es necesario crear indicadores y seguir su evolución, mediante la vinculación de la información que los actores reúnen en torno a la herramienta (Moine, 2004).

Figura 2. Elementos que componen un observatorio



*Elaboración propia a partir de Moine (2004)*

La dificultad del proceso estriba en que los dos subsistemas que componen el territorio son sumamente complejos, por un lado, el subsistema geográfico debe incluir todos aquellos elementos físicos y humanos que integran un espacio (clima, infraestructuras, etc.) además de tener que ser objetos cartografiables; por otro lado, el subsistema de actores debe albergar a todos aquellos actores que forman parte del área de estudio y que se encuentren implicados y afectados por la temática de análisis (estos observatorios a veces sirven de punto de reencuentro entre actores).

Los observatorios pueden ser muy versátiles, desde una plataforma de simple intercambio de información (importar y exportar datos entre los actores, etc.), a herramientas de observación que permitan diagnosticar, evaluar o desarrollar análisis prospectivos. Junto a esto, se pueden plantear otros usos como la generación de productos o de cartografía, desarrollo de bibliotecas y cartotecas, etc. (Moine, 2004). No obstante, la mayor parte de los denominados “observatorios” que han venido proliferando en los últimos decenios, se han configurado como macro bases de datos con contenido meramente estadístico, sin convertirse en verdaderas herramientas de observación y gestión de los complejos procesos territoriales y, mucho menos, como lugar de encuentro entre actores o herramientas de intervención para el desarrollo (Barrionuevo y Bricchetti, 2012).

Este escaso desarrollo de observatorios territoriales atendiendo a los subsistemas referidos, se ha debido a diversos frenos impuestos por el propio espacio geográfico (multiplicidad y heterogeneidad de datos, diversidad de escalas, etc.), la complejidad de trabajar con los actores (múltiples organismos que intervienen en el territorio, etc.) y limitaciones de otro tipo (competencia entre organismos, altos costes de coordinación, poco interés por parte de los dirigentes del proceso, etc.).

El CAENTI (*Coordination Action of European Network of Territorial Intelligence*), iniciativa europea pionera en la investigación-acción en el marco de la Inteligencia Territorial, ha impulsado en los últimos años toda una serie de observatorios territoriales, concentrados geográficamente en Europa y Sudamérica que, desde un punto de vista temático, abordan cuestiones que van desde observatorios muy genéricos del tipo observatorios socioeconómicos regionales, hasta algunos muy específicos relacionados con temas como los movimientos migratorios, el empleo, la pobreza o la discapacidad.

El turismo, sin embargo, ha sido un sector escasamente atendido por las metodologías propias de la Inteligencia territorial, tan sólo existen algunos proyectos en esta línea en Uruguay, Argentina y Marruecos, enmarcados en el desarrollo de herramientas para la promoción de iniciativas de turismo sostenible a escala local. No obstante, el nuevo paradigma de los “destinos turísticos inteligentes” abre nuevas posibilidades al desarrollo de aplicaciones y herramientas que vinculen la Inteligencia Territorial con los destinos turísticos.

### III. DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Los dos conceptos desarrollados en el apartado anterior, territorio e inteligencia, aparecen vinculados a un tercer término, turismo, en la expresión “destino turístico inteligente”. Este vocablo aparece en forma de proyecto<sup>3</sup> como una de las medidas recogidas en el Plan Nacional e Integral del Turismo (PNIT) 2012-2015, cuyo objetivo es mejorar el posicionamiento de España como destino turístico mundial. Este proyecto ha sido impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo y gestionado por SEGITTUR (Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas de la Secretaría de Estado de Turismo), ente que define los “destinos turísticos inteligentes” como *“destinos turísticos innovadores, consolidados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantizan el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilitan la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementan la calidad de su experiencia en el destino”*.

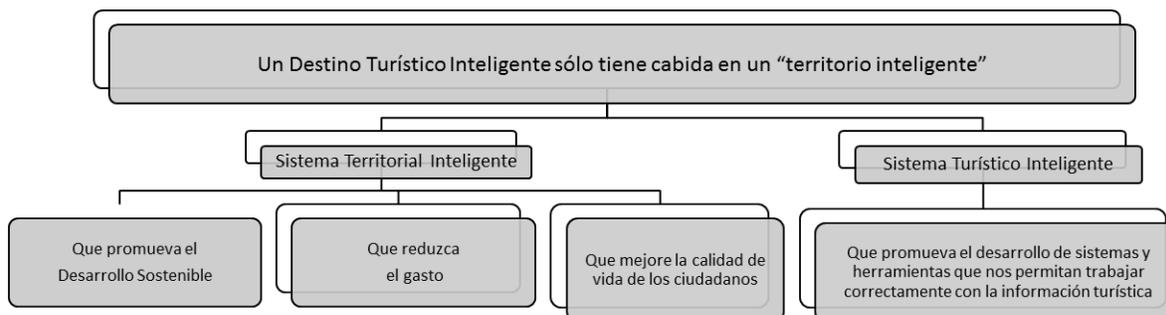
Desde un punto de vista espacial, China ha sido uno de los precursores para el desarrollo de los “destinos turísticos inteligentes” y ya, en el año 2009, el Consejo de Gobierno Central chino acuñó oficialmente esta iniciativa, al amparo de la cual un total de 33 ciudades del país comenzaron a participar en el proyecto *“smart tourism destination”*. Por otro lado, desde un punto de vista teórico, autores de renombre indican que los verdaderos antecedentes de los “destinos turísticos inteligentes” hay que vincularlos con la idea de destinos turísticos, internet de las cosas y ciudades inteligentes (Buhalis y Amaranggana, 2013).

En primer lugar y con respecto a la expresión destino turístico, con anterioridad se justificó la apuesta por una visión sistémica del destino, entendiendo éste como el enfoque más integrador y holístico entre las definiciones que tradicionalmente habían optado por tesis parciales (Lew, 1987; Asworth y Goodall, 1991; Buhalis, 2000). En consecuencia, un “destino turístico inteligente” obliga a que los dos sistemas que integran cualquier destino, tanto el territorial como el turístico, sean tildados de “inteligentes”, de ahí que se deba vincular el término con aspectos ya mencionados al caracterizar la “inteligencia territorial” en el apartado anterior, por ejemplo, las NTIC, el desarrollo sostenible o la gestión eficiente de los recursos (ver figura 3).

---

<sup>3</sup> Este proyecto busca además nuevos mecanismos para impulsar la innovación en los destinos, con el despliegue y desarrollo de las TICS, de forma que se puedan crear servicios diferenciales y altamente competitivos. Asimismo, se persigue crear un marco homogéneo que establezca los requisitos mínimos para clasificar los destinos turísticos como “Destinos Inteligentes” de forma alineada a las tendencias de las Ciudades Inteligentes, para ello dentro del Comité de Normalización de AENOR AEN/CTN 178 de Ciudades Inteligentes, presidido por la Secretaría de Estado de Turismo, se ha creado un subcomité para la normalización de “Destinos Turísticos”. En el mismo, funcionan 5 grupos de trabajo que tendrán en cuenta aspectos de sostenibilidad; innovación; tecnología; accesibilidad y gobernanza en la normalización de los destinos turísticos inteligentes. La puesta en marcha de este subcomité supone la primera iniciativa a nivel mundial para elaborar una norma de destinos turísticos inteligentes.

**Figura 3. Elementos que integran un Destino Turístico Inteligente**



*Elaboración propia a partir de SEGITTUR (2013)*

Con respecto al Internet de las cosas (*"Internet of Things"*), es una expresión que surge ante el propio proceso evolutivo de Internet que, en una primera fase estuvo centrado fundamentalmente en personas para, en un segundo y actual período, adquirir la capacidad de combinar datos con personas, procesos y objetos. Partiendo de sensores, redes avanzadas de comunicaciones y procesos analíticos basados en el *Big Data*, se están desarrollando aplicaciones que mejorarán la calidad de vida de las personas, el nivel de eficiencia de empresas y administraciones públicas, etc. (Roca, 2014)

En tercer lugar, el antecedente de los "destinos turísticos inteligentes" (DTI) son las *"Smart Cities"*, de hecho tal y como expresan López de Ávila y García Sánchez (2013) un DTI debe dotar de inteligencia a la infraestructura del destino para fomentar el desarrollo eficiente y sostenible, e incrementar la calidad de vida de los residentes, requisitos básicos de la ciudad inteligente, al que se le aportará el valor añadido del visitante como centro del proceso. Por tanto, los autores que hasta el momento han abordado la conceptualización de los DTI señalan a las características de las *"Smart Cities"* en su línea argumental como germen necesario para que surjan los DTI (Lamsfus y Alzur-Sorzabal, 2013; Zhu, Zhang y Li, 2014).

No existe una única definición de "ciudad inteligente" pero *grosso modo* se entienden como aquellas ciudades que, aprovechando las ventajas de las NTIC, mejoran la calidad de vida de los ciudadanos y generan espacios más eficientes y sostenibles. La gestión del tráfico, la programación de los transportes públicos, la gestión de residuos, el control de la contaminación o la prevención de amenazas a la seguridad, son algunos de los problemas a los que las *Smart Cities* tienen que hacer frente (Naphade et al., 2011).

Sin embargo, la mayoría de las ciudades que han abordado este proceso, lo han hecho de una forma espontánea y poco planificada, en este sentido, el desarrollo de un proceso estructurado permitiría rentabilizar el esfuerzo económico y humano y la obtención de mayores beneficios. A día de hoy, una de las principales críticas al desarrollo

de proyectos *Smart Cities*, tiene que ver con el trabajo con los actores del proceso ya que, en algunos casos éste ha sido prácticamente inexistente de hecho, la mayor parte de las actuaciones, se han centrado en aspectos relacionados con la movilidad y la ecoeficiencia<sup>4</sup>.

Los autores y organismos que han venido trabajando en la conceptualización de los DTI en nuestro país (López de Ávila y García Sánchez, 2013; SEGITTUR, 2013), identifican una serie de elementos diferenciales entre éstos y las *Smart City*: vinculados con el foco impulsor del proceso (en el caso de los DTI el sector turístico); el público objetivo (en el caso de los DTI los turistas); los límites geográficos del espacio (en el caso de los destinos con límites imprecisos); proceso de interacción con el espacio (que en el caso de los DTI abarca desde la anticipación, pasa por la experiencia y termina en la recreación una vez concluida la estancia); por último, los objetivos son en ambos conceptos ciertamente distintos ya que, en los “DTI están ligados al incremento de competitividad de los destinos y a la mejora de la experiencia del turista, mientras que las ciudades inteligentes están orientadas a mejorar la gobernabilidad de la misma y a incrementar la calidad de vida de los residentes” (López de Ávila & García Sánchez, 2013; Lamsfus y Alzur-Sorzabal, 2013).

Esta diferenciación es ciertamente difusa ya que, si la estructura de un DTI gira en torno a un eje central, un territorio con uso turístico, y sus dos pilares básicos son las NTIC y el desarrollo sostenible, en cualquier proceso de planificación y gestión de un destino es obligatorio mantener la visión territorial, por tanto, no se puede obviar el soporte de todo el proceso. Más que diferenciar dos conceptos habría que aceptar que un destino turístico nunca será “inteligente” si su sistema territorial no lo es también y este es el fin último, al menos desde un punto de vista teórico, de las ciudades inteligentes. Por tanto, la diferenciación entre *Smart City*, donde los beneficiarios de las actuaciones serían los ciudadanos en general, y los *Smart Tourism Destinations*, donde los beneficiarios sería los visitantes entendidos como ciudadanos a corto plazo (Lamsfus y Alzur-Sorzabal, 2013), a priori no tendría mucho sentido ya que ambos comparten un mismo espacio, siempre y cuando los límites geográficos entre destino turístico y ciudad sean coincidentes.

Sin embargo y, a pesar de que todo DTI deba sustentar su desarrollo en dos pilares básicos como son territorio-desarrollo sostenible, y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (SEGITTUR, 2013), la mayoría de las actuaciones que se han desarrollado al amparo de esta expresión se han centrado en la creación de sistemas turísticos tecnológicos, sin plantearse un sistema integral que aúne tanto los métodos que permiten mejorar la interacción e integración del turista con el destino, como el desarrollo de procesos que mejoren la calidad de vida de los residentes y fomenten la sostenibilidad, en una vertiente económica, ecológica y social.

---

<sup>4</sup> El IDC (*Internacional Data Corporation*) ha analizado el nivel de “inteligencia” de las ciudades españolas en función de 94 indicadores, concluyendo que tan sólo cinco ciudades pueden ser clasificadas dentro de la categoría de *Smart Cities*: Málaga (ecoeficiencia), Barcelona (movilidad), Santander (movilidad y medio ambiente), Madrid (servicios de emergencia) y San Sebastián (servicios y movilidad).

En resumen, si se acepta que un “destino turístico inteligente” debe desarrollarse en “territorios inteligentes” cabría cuestionarse si, las herramientas propias de la “inteligencia territorial”, podrían tener cabida en la creación y gestión de *Smart Tourism Destinations* y, para tratar de dar respuesta a esta disyuntiva, en el apartado siguiente se planteará de qué modo los instrumentos propios de la inteligencia territorial, entendidos como dispositivos de observación de los territorios, podrían servir para comprender, analizar y desarrollar “destinos turísticos inteligentes”.

#### **IV. LOS LABORATORIOS DE OBSERVACIÓN EN EL MARCO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**

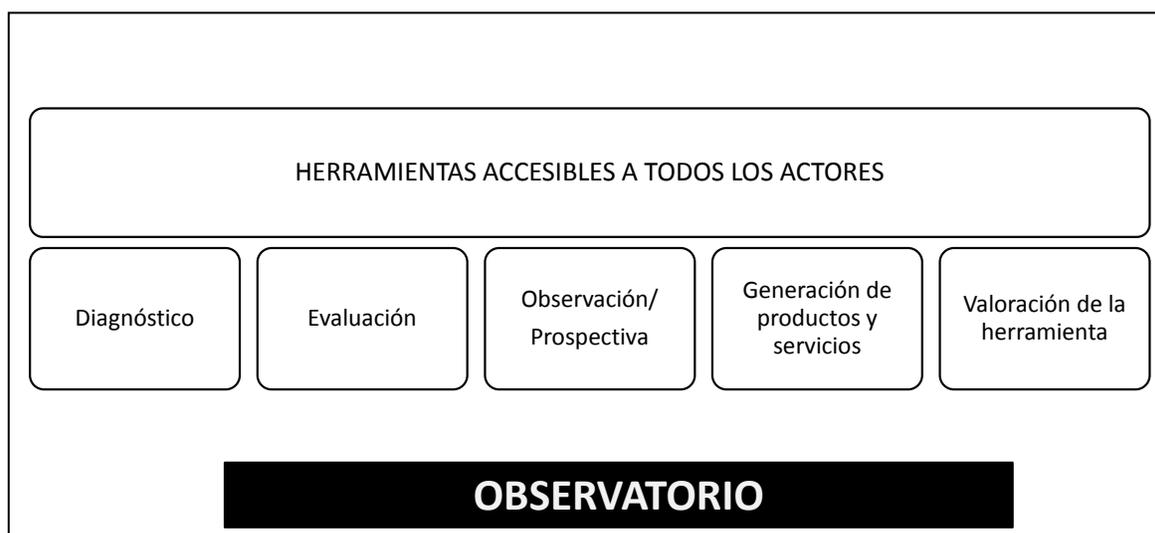
El desarrollo de “destinos turísticos inteligentes” demanda de herramientas de análisis de la información que son básicas para el correcto desarrollo del espacio, sin embargo, el diseño y puesta en marcha de estos instrumentos es algo muy complejo por diversos problemas relacionados con las escalas, los actores o el trabajo con múltiples y variadas bases de datos. Estas herramientas han de ser accesibles a todos los actores implicados en el destino y han venido denominándose observatorios.

A día de hoy se han desarrollado numerosos observatorios de la actividad turística, sin embargo, la mayor parte de ellos han planteado actividades semejantes y no han logrado convertirse en herramientas de prospección, análisis y de concertación entre los actores del hecho turístico (Blasco y Cuevas, 2013), a modo de ejemplo pueden consultarse los “Observatorios de turismo sostenible<sup>5</sup>” auspiciados por la OMT, ninguno de los cuales se ha desarrollado al amparo de las herramientas de Inteligencia Territorial, e implementados actualmente en varios destinos de China y Grecia y próximamente en la región del Danubio.

Varios autores han apuntado la necesidad por parte de todo destino turístico de contar con verdaderos observatorios, entendidos éstos como “herramientas de inteligencia turística estable, encargada de observar la realidad, analizar la dinámica, y proveer los resultados a todos los agentes de un destino” (Blasco y Cuevas, 2013). En este sentido, el destino turístico se conformaría como un laboratorio de investigación y observación, donde el territorio serviría como plataforma (SEGITTUR, 2013) (ver figura 4), de ahí la complejidad de desarrollar estos operativos.

---

<sup>5</sup> Con los “Observatorios de Turismo Sostenible”, la OMT persigue la creación de una red de observatorios a todos los niveles, mediante el uso de una aplicación sistemática de seguimiento, evaluación (indicadores del turismo sostenible) y técnicas de gestión de la información, como herramientas clave de la formulación y aplicación de políticas, estrategias, planes y procesos de gestión para un turismo sostenible” (OMT, 2014).

**Figura 4. Herramientas para desarrollar un “destino turístico inteligente”**

*Elaboración propia a partir de SEGITTUR (2013)*

Tal y como se ha apuntado con anterioridad, un observatorio territorial, en el marco de la “inteligencia territorial”, no es más que un dispositivo de observación para estudiar la evolución de un fenómeno, zona o área (a modo de ejemplo el cuadro adjunto recoge algunos observatorios territoriales desarrollados bajo el amparo del concepto de “inteligencia territorial”) y, al igual que otras temáticas, en este caso el fenómeno a investigar sería el turismo, o la zona o área, un destino turístico.

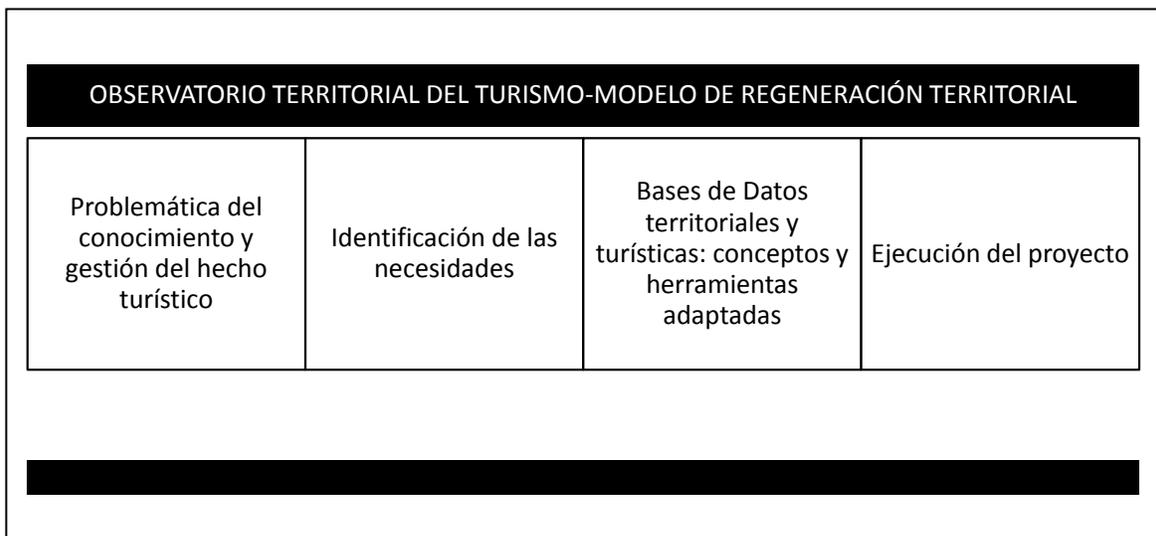
**Figura 5. Ejemplos de observatorios territoriales**

<b>OBSERVATORIO</b>	<b>Organismo</b>	<b>Web</b>
<i>Observatoire Socio-Économique en Réseau de la Haute-Saône</i>	Agence Régionale de Développement de Franche-Comté	<a href="http://www.oserfc.org/">http://www.oserfc.org/</a>
<i>Observatoire territorial inter massifs</i>	Direction à l'aménagement du territoire et à l'action régionale, Commissariat à l'Aménagement du Massif du Jura	
<i>Observatoire transfrontalier dans l'Arc jurassien franco-suisse</i>	Laboratoire ThéMA, projet Interreg IIIA	<a href="http://www.ostaj.org/">http://www.ostaj.org/</a>
<i>Direction régionale et départementale de l'équipement du Doubs</i>	Système d'Information Territorial de la Direction Régionale et Départementale de l'Équipement Franche-Comté/Doubs.	
<i>Direction régionale de l'environnement de Franche-Comté</i>	DIREN : gestionnaire de données géographique	

*Elaboración propia a partir de varios autores*

Sin embargo, el turismo es un fenómeno complejo que ha venido generando espacios específicos desde el siglo pasado de ahí que, para que un observatorio turístico suponga el basamento para el desarrollo de un DTI y promueva un modelo de regeneración territorial, su diseño y puesta en marcha debería abordar al menos cuatro fases: problemática del conocimiento y gestión del hecho turístico, identificación de necesidades, generación de las bases de datos y ejecución del proyecto (ver figura 6).

**Figura 6. Propuesta de un laboratorio de observación para un espacio turístico**



#### A/ Problemática del conocimiento y gestión del hecho turístico

En esta primera fase se procederá a conocer la oferta de servicios y productos turísticos que resulta la clave para llevar a cabo una correcta planificación y gestión territorial. No obstante, este resulta un proceso complejo por (De Séde–Marceau, M.H., 2002: 154):

- Los problemas de organización. El turismo se caracteriza por ser una actividad en la que intervienen múltiples gestores, administraciones públicas, agentes privados, turistas, etc. Cada uno de estos posee, según el tipo y su nivel de competencia, los elementos de comprensión necesarios para el conocimiento y la gestión del fenómeno turístico y de sus impactos.
- Los problemas ligados a la diversidad y heterogeneidad de los datos. Al ser un proyecto donde deben converger múltiples agentes, generar una base de datos fiable y útil es enormemente complejo.
- Ausencia de métodos y herramientas adaptados a la constitución de bases de datos territoriales

- Dificultad de generar herramientas adecuadas para analizar conjuntos de datos espaciales diversos y heterogéneos (localización, dinámicas, infraestructuras, gestión de conflictos por el uso, protección medioambiental, accesibilidad, etc.), que inserten la actividad turística dentro del contexto territorial donde se desarrolla.

#### B/ Identificación de necesidades

La temática turística no induce a priori necesidades específicas sino que se revela como un caso habitual de gestión y planificación territorial. En esta fase se deben detectar las necesidades del espacio y del hecho analizado (en este caso la actividad turística) que se suelen articular en torno a una serie de necesidades genéricas:

- En términos de gestión de información espacial, necesidades que resultan similares a las aplicaciones convencionales de gestión de equipamientos (equipamientos e infraestructuras turísticas).
- En términos de tratamiento y análisis de la información espacial (estudio de los impactos de la actividad, análisis multi-escalares, etc.).
- En términos de difusión y valoración de la información bruta o tratada (creación de atlas turísticos, producción de documentos para el gran público o actores especializados, etc.)
- En términos de intercambio de información entre los diversos actores y con bases de datos externas.

#### C/ Generación del Sistema de Información Territorial y Turístico

Las bases de datos generadas deben estar íntimamente relacionadas con un SIG que se encargue de la gestión y del análisis de los datos geográficos, conformándose un SIT (Sistema de Información Territorial). Por tanto, debe existir una íntima conexión entre el SIG y el SGBD, pudiendo completarse esta arquitectura con determinadas herramientas cartográficas y estadísticas. Desde un punto de vista puramente técnico este proceso implica:

- La concepción y la estructuración de una base de datos integrada por datos específicos del sistema turístico y por otra información de interés (datos demográficos, sociológicos, etc.).
- La construcción de una base de datos geográfica, integrando los objetos gráficos georreferenciados que reflejan características geográficas comunes (edificios e infraestructuras turísticas, límites de municipios, paradas de autobús, viario, etc.).

#### D/ Ejecución del proyecto

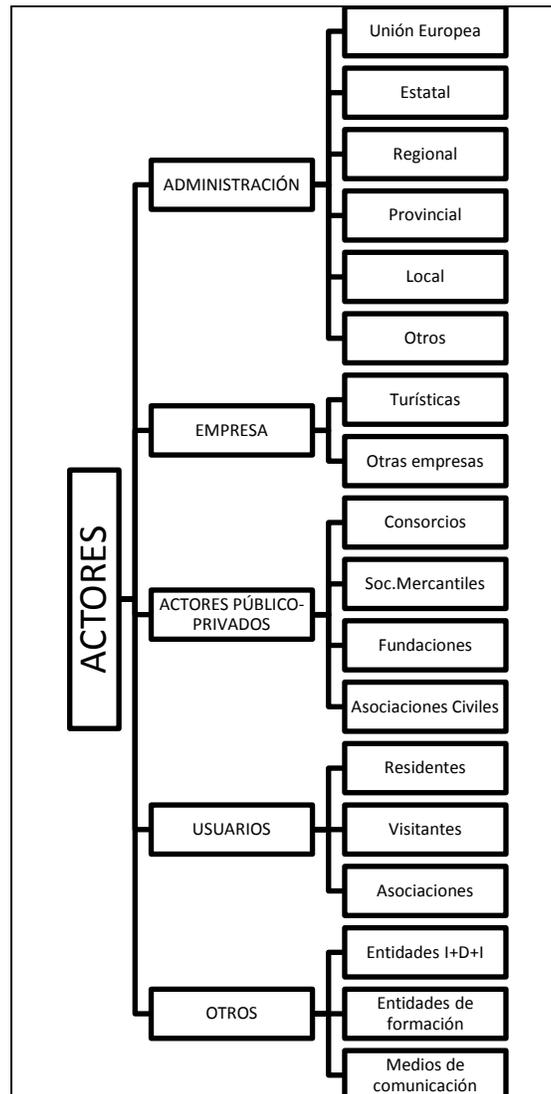
La ejecución del proyecto se plantea a partir de una serie de fases:

*Fase de análisis.* Esta primera fase va a permitir conocer y comprender el hecho turístico en todas sus dimensiones y complejidad. Como se planteó al inicio este tipo de análisis se enraíza en un enfoque de tipo sistémico, metodología que asimila el territorio (destino turístico), a un sistema complejo que alberga diversas percepciones. El enfoque sistémico tiene como principal objetivo contribuir a una mejor representación de la realidad, facilitando enormemente la introducción de múltiples percepciones subjetivas de un mismo objeto y los múltiples puntos de vista espacio-temporales de las entidades territoriales. Esta fase puede identificarse, dentro del esquema clásico de creación de bases de datos, con la fase de análisis, que precede a la elaboración de un modelo conceptual de datos (De Séde–Marceau, M.H., 2002).

Este análisis nos va a permitir la comprensión de la estructura y el funcionamiento del hecho turístico a escalas básicas, con las herramientas de apoyo de la sistemática que son (De Séde–Marceau, M.H., 2002):

- Los gráficos causales que van a permitir definir las relaciones entre las administraciones competentes en materia turística, infraestructuras, actores y entidades territoriales
- La desagregación por árboles jerárquicos que van a servir para identificar los diferentes niveles de comprensión del fenómeno turístico como las entidades básicas con las que tenemos que trabajar (ver figura 7), como paso previo a la definición de una ontología más compleja.

Figura 7. Ejemplo de árbol jerárquico del subsistema de actores en el territorio turístico



*Elaboración propia*

*Fase de modelado.* Es importante que exista una primera fase de modelado cuyo principal objetivo es hacer accesible a la información la complejidad del hecho turístico. Los trabajos clásicos con bases de datos conocen bien el interés de desarrollar una primera etapa de modelado conceptual antes de abordar la modelización lógica, a fin de expresar los detalles de la aplicación y conocer las necesidades básicas de los usuarios. Este proceso garantizará la flexibilidad y la “vida” de la aplicación mientras que proporciona una estructura eficaz para todos los datos (De Séde–Marceau, M.H., 2002).

Por tanto, habría que generar un modelo de interpretación del hecho turístico a partir de una serie de contextos territorializados. Partiendo del análisis sistémico se podrán identificar los principales componentes del sistema turístico (equipamientos,

usuarios, productos y todas sus interrelaciones). Esta modelización se puede convertir en una herramienta muy útil para responder a toda una serie de cuestiones en el ámbito del desarrollo territorial del hecho turístico.

*Fase de concepción.* La finalidad de esta fase es adaptar la herramienta a las necesidades de los actores. El paso de la fase de modelización a la fase de concepción se sustenta sobre una serie de herramientas lógicas y físicas (De Séde–Marceau, M.H., 2002):

- Formalización de los rasgos de las entidades.
- Transponer la información con las herramientas informáticas (tratando de ser lo más fiel a la realidad).
- Adaptación de la herramienta propuesta a las necesidades de los usuarios potenciales de la misma y a sus competencias informáticas. Esto supone el desarrollo de interfaces fáciles de utilizar con la idea de que la herramienta pueda ser útil para el público no especializado. Además resulta conveniente generar toda una serie de información gráfica y cartográfica muy visual para los usuarios en general.

Los observatorios así entendidos, diseñados e implementados, van a cumplir los requisitos que debe tener un instrumento de observación para promover la investigación y el aprendizaje continuo, tal y como recogen Marco et al. (2009), la diferencia con respecto a otros observatorios desarrollados radicará en que estos se constituirán como foros abiertos en los que los principales actores del territorio turístico (ciudadanos y visitantes), establecerán sus necesidades de información y tendrán la posibilidad de valorarla conjuntamente con vistas a tener un instrumento realmente valioso para ellos.

## **V. CONFLICTOS Y OPORTUNIDADES DE LA RELACIÓN ENTRE INTELIGENCIA TERRITORIAL Y DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**

Los procesos tildados de “inteligentes” que se prevén desarrollar a día de hoy, atienden a diversos espacios y actividades, entre las que se encuentra el turismo, no obstante y, a pesar de que en el proceso de transformación de un destino turístico a un *Smart Tourism Destination*, sea básico “elaborar y hacer efectivo un plan de acción integral que involucre otros aspectos, además del estrictamente turístico, como el tecnológico, económico, social, medioambiental, arquitectónico, jurídico, cultural, etc.” (López de Ávila y García Sánchez, 2013), las actuaciones llevadas a cabo en la mayoría de los destinos, se han vinculado con el desarrollo de aplicaciones tecnológicas aisladas, no implicadas en un proyecto sistémico.

En este marco adquiere relevancia la “inteligencia territorial” ya que, el empleo de las metodologías propias de esta expresión, supondría la generación de herramientas fundamentadas en un proyecto de investigación-acción cuya meta sería la gestión

sostenible de un destino turístico apoyándose en las NTIC, en resumen, una definición muy próxima a la de “destino turístico inteligente”.

Sin embargo, tanto la complejidad de la actividad como de los espacios configurados a partir de la misma, muchos de ellos surgidos de modo espontáneo sin ningún proceso de planificación previa, apuntan toda una serie de problemas en el diseño y explotación de laboratorios de observación territorial relacionados con la actividad turística:

En primer lugar cabría referir la diversidad y complejidad de destinos turísticos existentes a escala mundial, lo que apunta a que será necesario personalizar modelos de *Smart Tourism Destination*, es decir, en función de los rasgos que definan a cada uno de los destinos, detectar cuáles son las necesidades de los mismos y, a partir de aquí, identificar e implementar las soluciones NTIC que les sean necesarias.

A lo ya referido, habría que añadir la complejidad de los dos subsistemas que componen el destino turístico, por un lado, el subsistema geográfico debe incluir todos aquellos elementos físicos y humanos que integran un espacio turístico, es decir, no sólo elementos del sistema territorial (clima, relieve, infraestructuras, etc.) sino también los que forman parte del sistema turístico (infraestructuras de alojamiento, servicios, etc.). De hecho, uno de los verdaderos problemas supone la fabricación del modelo conceptual de datos ya que los datos constituyen la materia prima de cualquier trabajo de descripción y análisis. Este proceso es vital para organizar toda la información y debe ser útil para todos aquellos usuarios que luego vayan a utilizar la misma (habría que plantearse preguntas del tipo: qué usuario es, qué datos necesita para generar determinados indicadores o información, etc.). El desarrollo de bases de datos es fruto de una madurez dentro del dominio de la investigación fundamental y de la tecnología, de hecho numerosas administraciones cuentan con potentes bases de datos cuyo uso es cada vez más extendido (públicos y privados).

Por otro lado, el subsistema de actores relacionado con la temática turística supone el mayor freno a la utilización de herramientas propias de la “inteligencia territorial” en la configuración de “destinos turísticos inteligentes”, fundamentalmente por la multitud de agentes y las complicadas relaciones entre ellos (Aldebert et al., 2011), sobre todo en los destinos turísticos maduros.

El trabajo con los actores es básico en los procesos de Investigación-Acción, en los que se fundamenta la “inteligencia territorial” de hecho, las NTIC se ponen al servicio del interés general de los actores para generar herramientas y conocimientos. Este trabajo con los actores es tremendamente difícil en general y, mucho más en los espacios turísticos, sin embargo, algunos factores que pueden posibilitar el éxito de esta empresa son: la movilización de actores clave, la focalización sobre la dimensión humana y no técnica del proceso, la percepción de intereses políticos, la promoción de redes entre los

actores implicados en el proceso que favorezcan las conexiones público-privadas, etc. Por tanto, los procesos participativos vuelven a cobrar una importancia trascendental, al igual que en otras ocasiones donde los procesos han fracasado (Agendas Locales XXI, Planes de Desarrollo Sostenible, etc.), básicamente por ser procesos muy largos y con gran dificultad para gestionar el conocimiento generado que no revierte en muchos casos en el territorio, haciendo que los actores no perciban sus beneficios, de ahí que haya que trabajar bastante en esta línea.

También las escalas de trabajo generan cierta limitación al empleo de estas metodologías ya que, la mayor parte de los observatorios que se han desarrollado en el marco de la “inteligencia territorial” lo han hecho a escala detallada, sin embargo, gran parte de los destinos turísticos no coinciden con límites administrativos (Velasco, 2012), y, por tanto, son complejos los análisis a micro-escala.

Finalmente, aparecen otros frenos al desarrollo de estas herramientas vinculadas con los espacios turísticos como son las situaciones de competencia entre los organismos, el escaso interés del proceso por parte de los dirigentes, los altos costes de la coordinación, de las herramientas y de la información compartida, complejidad de trabajar con fenómenos sociológicos, etc., muchos de los cuales son genéricos en el desarrollo de observatorios territoriales.

Sin embargo, el debate sobre los “destinos turísticos inteligentes” debe dejar de ser meramente académico y convertirse en métodos de investigación-acción, aunque el verdadero inconveniente para esto suponga la multiplicidad de actores que se entrelazan en un destino turístico (sector privado, ciudadanos, visitantes, sector público, etc.) y la variedad y complejidad de los procesos que aquí se desarrollan. De hecho, los *Smart Tourism Destination*, no sólo deben entenderse en su vertiente meramente tecnológica ya que, si así fuese, deberían denominarse destinos turísticos tecnológicos, la inclusión del concepto inteligencia conlleva mucho más, al menos adquirir una visión conjunta de todos los elementos que integran un destino turístico y que afectan a la competitividad del mismo (actores y territorio), y es aquí donde las herramientas propias de la “inteligencia territorial” tienen cabida. Emplear estas metodologías en Destinos Turísticos Inteligentes, supone utilizar herramientas que ya han sido planteadas para dar solución a otras temáticas y actividades económicas (energías, medios de transporte, procesos migratorios, etc.), así como vincular dos conceptos que comparten ideas como el desarrollo sostenible, la gobernanza o el interés por las NTIC.

La clave de todo este sistema es la información, la gran cantidad de datos que se generarán demanda un buen sistema de almacenamiento, análisis y gestión de la información para hacer un aprovechamiento de la misma lo más eficiente posible, de hecho en la actualidad en los destinos turísticos, existe gran cantidad de información, pero fragmentada e incompleta, por ello, en el marco de un DTI, debería desarrollarse un

sistema estandarizado de recogida de datos y medición que haga la información accesible a todos los actores y que pueda ser utilizada para crear soluciones inteligentes en pro de un beneficio social, ambiental y económico (Falconer y Mitchell, 2012).

De hecho, en la actualidad existe la posibilidad de contar con importantes bases de datos geoespaciales que supondrán la centralización y distribución de la información geográfica y que van a permitir una continua actualización y personalización de la información, la colaboración entre los actores implicados, generación de cartografía dinámica, combinación de indicadores de interés, etc.

Toda esta información, correctamente organizada y gestionada, debe favorecer que los actores clave en el destino comprendan perfectamente el funcionamiento del mismo, se definan los objetivos del espacio y el papel de cada actor implicado en el proceso (administración, empresa y sociedad civil) y la promoción de redes de colaboración, presupuestos que, junto con la mejora de la experiencia turística, gestión eficiente de los recursos y la creación de plataformas de información más inteligentes (Buhalis y Amaranggana, 2013), suponen objetivos estratégicos en la creación de un “destino turístico inteligente”.

Los DTI suponen la evolución natural de las *Smart Cities*, de hecho ambos tienen objetivos semejantes, mejorar la gobernabilidad de los territorios y aumentar la calidad de vida de los residentes, a lo que un destino turístico inteligente añadiría el aumento de la competitividad del destino y la mejora de la experiencia turística. Ambos casos son buen ejemplo de lo que es capaz de dar de sí el “Internet de las Cosas”. En ellas, la combinación de dispositivos, sensores, redes de comunicaciones, capacidad de almacenamiento y de procesamiento y plataformas de gestión, harán posible que los destinos presten servicios de forma más eficiente y sostenible, mejorando la experiencia turística, la gestión de los recursos, la competitividad del destino y promoviendo la sostenibilidad (Buhalis y Amaranggana, 2013).

En la actualidad estamos en un momento crucial para llevar a cabo un proyecto de actuación conjunto en la definición y caracterización de los DTI, de hecho los *Smart Tourism Destination* no deberían enfocarse sólo y exclusivamente como espacios con tecnología punta relacionada con el sistema turístico (conexión de destinos, personas y cosas; interpretación del destino; creación de conexiones emocionales entre el visitante y el destino, etc.), sino que además deben trabajar en la mejora de los sistemas territoriales. De hecho, cualquier destino turístico que pretenda ser “inteligente” debe promover, además de la implementación de las TIC vinculadas con el sector turístico, avances en estudios relacionados con:

- La interoperabilidad de la oferta, por ejemplo, estudios de atributos de los turistas, identificación de actividades, estudio de unidades de consumo, etc.

- La componente territorial de los productos turísticos: perfil del destino, generación de microproductos a la “carta”, posicionamiento en términos de marketing, análisis de capacidades competitivas, creación de modelos predictivos, etc.
- El análisis comportamental de los visitantes: condicionantes en la toma de decisiones de los turistas, concreción de ocio-tipos, estudios de imagen del destino (anticipación/experiencia/recreación), etc.
- El conocimiento sobre mercados emisores: análisis de redes sociales, conectividad entre destinos, etc.
- La capacidad de carga, básicamente de los servicios en los destinos.
- La gestión de grandes bases de datos, en ocasiones heterogéneas, que almacenen un modelo de datos coherente para los Smart Tourism Destinations y su correspondiente información. Se deben implementar técnicas de Big Data para procesar los datos de forma coordinada, y así poder interrogar al sistema de información del destino y obtener unos resultados útiles para la toma de decisiones y, por tanto, asegurar la gestión inteligente del destino.

Los DTI podrían plantear determinados trabajo utilizando como referencia algunos de los procesos metodológicos propios de la “inteligencia territorial, como es el caso de los laboratorios de observación territorial. Para su desarrollo, deberían conformarse equipos multidisciplinares organizados en grupos de trabajo que planteasen el desarrollo metodológico y conceptual del proyecto, así como los cronogramas de actuación, entendiendo como básicas determinadas fases del proceso como la creación y estructuración de la macro base de datos geoespacial, basamento del observatorio, o la detección y caracterización de todos los actores implicados en el proceso.

Además de esto, habría que formalizar acuerdos entre los diferentes organismos públicos implicados en la creación de estas herramientas y buscar cobertura económica entre las empresas que, a posteriori, estarían muy interesadas en la utilización de la misma (medios de comunicación, empresas turísticas, etc.), por tanto, plantearlo como proyectos colaborativos entre la iniciativa pública, el sector privado, los visitantes, la ciudadanía y las entidades de formación e investigación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldelbert, B., Dang, R.J., Longhi, C. (2011): "Innovation in the tourism industry: the case of Tourism@". *Tourism Management*, 32, 1204-1213.
- Almansa, B. (2010): "Inteligencia territorial para una redefinición eficiente de las políticas públicas". *Revista Trabajo*, nº23, Universidad de Huelva.
- Ashworth, G. y Goodall, B. (1991): *Marketing Tourism places*. London and New York: Routledge.
- Barrionuevo, C. y Brichetti, P. (2012) "Aportes conceptuales para pensar los observatorios de inteligencia y desarrollo territorial", en XI INTI International Conference, La Plata. URL: <http://territoriosposibles.fahce.unlp.edu.ar>.
- Blasco, D. y Cuevas, T. (2013): "Observatorio en Turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino". *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR*, Penedo, vol.3, n.2, pp.25-34.
- Buhalis, D. (2000): "Marketing the competitive destination of the future". *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.
- Buhalis, D. y Amaranggana, A. (2013): "Smart tourism destinations", in *Information and Comunication Technologies in Tourism (2014)*, pp. 553-564.
- CEOT (1983): Carta Europea de Ordenación del Territorio. [https://www5.uva.es/guia\\_docente/uploads/2013/474/46059/1/Documento37.pdf](https://www5.uva.es/guia_docente/uploads/2013/474/46059/1/Documento37.pdf)
- De Séde-Marceu, M.H. (2002): *Géographie, territoires et instrumentation: etat de lieux, reflexions épistémologiques et perspectives de recherche*. Mémoire de Habilitation. Université de Franche-Comté, Laboratoire THEMA, Inédito.
- Falconer, G. y Mitchell, S. (2012): *Smart City Framework: a systematic process for enabling smart +connected communities*. URL: <http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/ps/motm/Smart-City-Framework.pdf>.
- Framke, W. (2002): *The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory*. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 92-108.
- Girardot, J.J. (2002): *L'intelligence territoriale*. Mélanges Jean-Claude WIEBER. *Annales Littéraires de Franche-Comté*. Besançon.
- Guzmán Peña, A.R. (2013): "Proposal of a model of territorial intelligence". *Journal of Technology Management and Innovation*, Vol. 8, 76, 83.
- Lamsfus, C. y Alzur-Sorzabal, A. (2013): "Theoretical framework for a tourism internet of things: Smart destinations". *TourGUNE Journal of tourism and human mobility*, issue0, pág. 15-21.
- Leiper, N. (1995): *Tourism Management*. Melbourne: RMIT Press.
- Lew, A. (1987). *A framework of tourist attraction research*. *Annals of Tourism Research*, 14(4) 553-575: doi: 10.1016/0160-7383(87)90071-5.
- López Ávila, A. y García Sánchez, S. (2013): "Destinos turísticos inteligentes". *Harvard Deusto business review*, 224, 56-67.

- Ormaux, S. (2012). "Products of terroir, between environment, culture and territorial development". International Conference of Territorial Intelligence. Papers of Culture of Development (Conférence plénière). Salerne.
- Pearce, D. (2013): Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. *Journal of Travel Research*, 53(2), 141-153.
- Marco, B., García, F. y Sabater, V. (2009): "Metodología a seguir para la creación y desarrollo de un Observatorio Turístico de la Provincia de Alicante", en III Congreso Internacional de Turismo de Leiria y Oeste (Portugal). URL: <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16569/1/LEIRIA-COMUNICACION.pdf>.
- Moine, A. (2004) : Comprendre et observer les territoires: l'indispensable apport de la systémique. Mémoire présenté dans le cadre de l'Habilitation á Diriger des Recherches (inérito).
- Naphade, M., Banavar, G., Harrison, C., Paraszczak, J., y MORRIS, R. (2011). "Smarter cities and their innovation challenges", *Computer*, 44(6), 32-39.
- Roca, J.M. (2014): ¿Qué es el internet de las cosas?. URL: <http://www.informeticplus.com>.
- Saraniemi, S. y Kylanen, M. (2011): Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research*, 133-143.
- SEGITTUR (2013): Destinos turísticos inteligentes. URL: <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Tursticos-Inteligentes.pdf>.
- Velasco, M. (2012): "Gobernanza del turismo: retos y estrategias de las redes de destinos turísticos", en XV Congreso AECIT (2010): Dinámicas de transformación del turismo en el siglo XXI, Tenerife, 24-26 noviembre.
- Wang, D., Li, X., Li, Y. (2013): China's "smart tourism destination" initiative: a taste of the service-dominant logic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 59-61.
- Zhu, W., Zhang, L., Li, N. (2014): "Challenges, function changing of government and enterprises in Chinese smart tourism". In ENTER, 2014 (<http://www.enter2014.org/>).
- Zoido, F., De La Vega, S., Morales, G., Mas, R. y Lois, R. (Grupo Aduar) (2000): Diccionario de Geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio, Ariel, Barcelona.