



## Hacia la construcción de un destino turístico inteligente: el caso de Tijuana, Baja California, México

## Towards the construction of a smart tourist destination: the case of Tijuana, Baja California, Mexico

### Ricardo Verján Quiñones

Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Universidad Autónoma de Baja California, México

[ricardoverjan@uabc.edu.mx](mailto:ricardoverjan@uabc.edu.mx)

ORCID: 0000-0001-6624-0873

### Omaira Cecilia Martínez Moreno

Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Universidad Autónoma de Baja California, México

[omairam@uabc.edu.mx](mailto:omairam@uabc.edu.mx)

ORCID: 0000-0002-9562-1840

### José Gabriel Ruiz Andrade

Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Universidad Autónoma de Baja California, México

[gabruiz@uabc.edu.mx](mailto:gabruiz@uabc.edu.mx)

ORCID: 0000-0001-7019-112X

## Resumen

La expectativa actual de las ciudades para captar flujos turísticos importantes, supone diseñar estrategias que rindan frutos y genere calidad de vida a residentes y calidad de experiencias a visitantes. La ciudad de Tijuana, por su ubicación geográfica, tiende a desarrollarse y convertirse en uno de éstos, gracias a la diversificación turística que posee e impacto en su dinámica social, económica y cultural. La investigación busca generar información que permita elaborar un diagnóstico sustentado en los criterios del Manual Operativo para Configurar Destinos Turísticos Inteligentes (2015). El análisis sugiere fortalecer la gestión del destino desde el conocimiento del residente local.

**Palabras clave:** destino turístico, innovación, accesibilidad, calidad de vida

## Abstract

The current expectation of cities to capture important tourist flows, involves designing strategies that generate quality of life for residents and quality of experiences for visitors. The city of Tijuana, due to its geographic location, tends to develop and become one of these, thanks to the tourist diversification it possesses and its impact on its social, economic and cultural dynamics. The research seeks to generate information that allows the elaboration of a diagnosis based on the criteria of the Operational Manual for Configuring Smart Tourism Destinations (2015). The analysis suggests strengthening destination management based on the knowledge of local residents.

**Keywords:** tourist destination, innovation, accessibility, quality of life.

---

## 1. Introducción

La ciudad de Tijuana es una ciudad relativamente nueva que por su ubicación geográfica, tiende a desarrollarse y convertirse en un polo turístico de gran afluencia, gracias a la diversificación de la rama turística que hoy tiene impacto en la misma.

Sin embargo, existe una política pública orientada a la gestión de destinos con grandes áreas de oportunidad, que abordadas a la luz de los modelos contemporáneos, podrían mejorar considerablemente su imagen y posicionamiento a nivel nacional e internacional, ya que éstos sugieren la conformación de un grupo colegiado o comité de representantes constituido por líderes que agrupan miembros de diferentes procedencias vinculadas con la ciudad, normalmente consideradas como *stakeholders* o grupos de interés.

Zamudio, Castro y Durán (2021) establecen que desde la teoría del marketing territorial se le considera como estrategia de desarrollo endógeno a la necesidad de construir una identidad propia para las regiones. Esta identidad se logra a través del estudio de su historia, cultura, economía, trayectoria, productos y potencialidades de desarrollo. Adicionalmente, debe considerar el diseño de constructos simbólicos para atraer inversionistas, turistas y generar demandas específicas.

Con respecto a la gestión, se requiere la participación de un ente del gobierno que dinamice el aporte de la academia, los empresarios, los representantes de la cultura y de las tradiciones de la comunidad. Además, este acompañamiento debe complementarse con estudios centrados en la realidad de los habitantes, su historia y las acciones que impulsaron el desarrollo regional (Zamudio, Castro y Durán, 2021).

Considerando a los actores que se involucran, los autores señalan que las ciudades deben contar con socios estratégicos que estén unidos en el propósito de diseñar su marca ciudad, siendo éste un modelo de planificación participativa con base en una representación simbólica y un plan de medios que les garantice la identificación como un territorio con valores y ventajas competitivas.

El objetivo de la presente investigación busca generar información que permita elaborar un diagnóstico sustentado en los criterios utilizados en Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes (2015) como un elemento del sistema de gestión de destino de la ciudad de Tijuana.

López de Ávila y García (2015) señalan que un destino turístico inteligente (DTI) es “un espacio turístico innovador, accesible a todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes”.

---

Los destinos turísticos inteligentes (*smart city*) son desarrollados a partir de la competitividad, el capital humano y social, la gobernanza, el transporte, las tecnologías de información y comunicación (TIC), los recursos naturales y la calidad de vida de los residentes locales (ver figura 1).

**Figura 1**

*Características y factores de una Smart City*

CARACTERÍSTICAS Y FACTORES DE UNA SMART CITY	
<b>SMART ECONOMY (Competitividad)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espíritu innovador</li> <li>• Emprendeduría</li> <li>• Marcas e imagen económica</li> <li>• Productividad</li> <li>• Flexibilidad del mercado de trabajo</li> <li>• Arraigo internacional</li> <li>• Capacidad de transformarse</li> </ul>	<b>SMART PEOPLE (Capital Humano y Social)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de cualificación</li> <li>• Afinidad con la formación permanente</li> <li>• Pluralidad étnica y social</li> <li>• Flexibilidad</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Cosmopolitismo/ Mentalidad abierta</li> <li>• Participación en la vida pública</li> </ul>
<b>SMART GOVERNANCE (Participación)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en la toma de decisiones</li> <li>• Servicios públicos y sociales</li> <li>• Gobernanza transparente</li> <li>• Perspectivas y estrategias políticas</li> </ul>	<b>SMART MOBILITY (Transporte y TICs)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad local</li> <li>• Accesibilidad (inter)nacional</li> <li>• Disponibilidad de infraestructuras de TICs</li> <li>• Sistema de transporte sostenible, innovador y seguro</li> </ul>
<b>SMART ENVIRONMENT (Recursos naturales)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivo de las condiciones naturales</li> <li>• Contaminación</li> <li>• Protección ambiental</li> <li>• Gestión sostenible de los recursos</li> </ul>	<b>SMART LIVING (Calidad de vida)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructuras culturales</li> <li>• Condiciones de salud</li> <li>• Seguridad individual</li> <li>• Calidad de las viviendas</li> <li>• Infraestructuras educativas</li> <li>• Atractivo turístico</li> <li>• Cohesión social</li> </ul>

**Fuente: Giffiger et al. 2007**

Fuente: Manual operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes (2015).

La implementación de las TIC en el DTI, favorece al sector turístico para incrementar la competitividad y, por lo tanto, el posicionamiento del destino; a su vez, permite la obtención de datos sobre los turistas, los residentes y el mercado, con el objetivo de prevenir y reducir errores. Al mismo tiempo, los avances tecnológicos y su implementación en el sector turístico, brindan oportunidades para el desarrollo de la actividad turística de forma más sostenible, teniendo en consideración la conservación de los recursos, facilitando el acceso a la información, mejorando la experiencia de los turistas y la calidad de vida de los residentes (Ramos y Campo, 2022).

El modelo de DTI surge en un contexto cambiante, producto de la globalización, que ha generado una movilidad sin precedentes de personas, capitales, bienes, culturas y principalmente de información. Como consecuencia de esos procesos, los turistas están más informados, interconectados, conscientes de las consecuencias negativas que la actividad turística puede generar; son más exigentes respecto a los servicios y productos demandados. Se observa además con mayor frecuencia, turistas que prefieren destinos ambientalmente planificados y socialmente responsables, por lo que el sector turístico se debe adaptar a esos cambios, ya que la oferta se ha diversificado, al tiempo que se ha especializado en segmentos concretos (Fernández et al., 2017).

A la vez que el sector turístico evoluciona constantemente y a gran velocidad, también lo hacen las tecnologías, y con ellas las necesidades e intereses de las personas. Es en ese sentido, donde la gestión tradicional de un destino queda obsoleta y es ineficiente al momento de complacer al turista; es necesario por tanto, una evolución en la forma de entender el turismo y expandir los límites de lo conocido, y desarrollar soluciones inteligentes a problemas actuales, como son principalmente entre otros factores: la estacionalidad, la masificación, la falta de estructuración del destino, la insuficiente colaboración entre grupos de interés y el éxito insuficiente de las acciones de mercadotecnia (Herrero, Gutiérrez y García, 2019).

De esa forma, al momento de planificar el desarrollo de la actividad turística en un destino turístico, se deben atender las esferas ecológicas, socioculturales, políticas y económicas del territorio. En ese contexto, surge un nuevo modelo de planificación y gestión de destinos: los DTI, cuyo modelo de referencia son las *Smart City* o Ciudades Inteligentes, en la medida en que los destinos son esencialmente espacios urbanos (Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, 2015). Cabe señalar que la temática ha sido abordada por numerosos estudios (Luque et al., 2015; Castro et al., 2017; Ivars-Badial, 2016; Ivars-Baidal et al. 2016; Flores et al., 2018; López, 2016).

Con el propósito de caracterizar a Tijuana como un posible destino turístico inteligente, se realiza el análisis de cada uno de los elementos que integran los factores que deben trabajarse de manera permanente a partir del inicio de los seis procesos de transformación requeridos.

## 1. Competitividad (Smart Economy)

Puede considerarse que la ciudad tiene un espíritu innovador, pero falta el desarrollo de las estrategias que lo consoliden, a través de política pública consistente.

El emprendimiento caracteriza a la población de Tijuana; sin embargo, debe trabajarse en la formalización del trabajo.

Las marcas y la actividad económica deben rescatarse y generar valor para la ciudad a través de la comunicación efectiva. Generar sentido de orgullo e identidad a partir de la producción local de lo que se hace bien.

La flexibilidad en el mercado de trabajo: La diversidad laboral de la ciudad es una fortaleza, ya que existe la industria, comercio, servicios de todo tipo, turismo. Existe flexibilidad en opciones y oportunidades.

Arraigo internacional: Requiere de construcción el sentido de arraigo hacia la gestión internacional una vez que se han sentado las bases de la nacional.

---

Con respecto a la capacidad de transformarse, se considera que, al ser una ciudad nueva, puede generarse una transformación paulatina, misma que sería bien aceptada por la comunidad.

## 2. Capital humano y social (Smart people)

Nivel de cualificación; la ciudad de Tijuana tiene diversos centros universitarios que forman profesionistas capaces, generando oportunidades educativas y de desarrollo en la población. Destacan la UABC, el Instituto Nacional de México, Universidad Iberoamericana, Cety's Universidad, UPN, entre otros.

Con respecto a la diversidad social, se considera que debe reforzarse el sentido de comunidad multicultural como una característica que fortalece la identidad local y su riqueza cultural. Misma que está asociada a la pluralidad étnica y social, ya que se considera una comunidad generada por la migración tanto de nacionales como de extranjeros que han desarrollado tolerancia y respeto.

Con respecto a la flexibilidad y la creatividad, son elementos que deben considerarse en desarrollo y con potencial de generación de ideas de cambio positivas.

El cosmopolitismo y mentalidad abierta están presentes en la comunidad, sin embargo, se considera que no se ha evidenciado la importancia de la multiculturalidad y la posibilidad de convivencia a partir de valores compartidos por las diversas razas y orígenes de las personas que la habitan.

Participación en la vida pública, un reto a vencer es la participación social propositiva y en favor del cuidado de las comunidades, ya que hasta el momento se identifica apatía y falta de compromiso comunitario. El desarrollo de estrategias de comunicación con fines de integración de la comunidad deberá estar presente en el desarrollo de la sociedad tijuanaense del futuro cercano.

## 3. Participación (gobernanza)

La participación en la toma de decisiones es una prioridad de las comunidades que buscan integrarse y donde las decisiones compartidas generan un sentido de pertenencia y relevancia. Las consultas públicas bien elaboradas pueden sentar las bases de la participación social en beneficio de la comunidad local.

Servicios públicos y sociales, hace falta construir el sentido de pertenencia en relación a los servicios que son de todos, donde los beneficiados del cuidado o descuido son todos los residentes de una localidad. Por lo tanto,

---

el apropiarse de los espacios públicos, los servicios y las organizaciones sociales deben generar un sentido de apropiación, cuidado y respeto por lo que se tiene.

Gobernanza transparente, es un reto que sin duda se encuentra en proceso, pero se considera que ya se han sentado las bases a través la observancia en la función pública; perspectivas y estrategias políticas. Se está transitando hacia un gobierno más participativo y plural.

#### 4. Transporte y TIC (*smart mobility*)

Tijuana tiene grandes áreas de oportunidad en lo referente al transporte público, derivado de la falta de organización de los gremios que lo manejan. El transporte efectivo es una asignatura pendiente por parte del sector gubernamental en colaboración con el sector privado y gremial.

El acceso a las comunicaciones por vía aérea es una realidad derivada de la ampliación del Aeropuerto Internacional de Tijuana, el acceso a la ciudad a través de tres garitas internacionales y carreteras federales libres y de cuota que dotan a la región con vías de acceso variadas y en buenas condiciones.

La disponibilidad de infraestructura de soporte a las TIC es favorable gracias a que existen en la ciudad una red de telefonía e Internet amplia. Sin embargo, se desconocen los alcances en capacidad; sistema de transporte sostenible innovador y seguro que podría considerarse una necesidad evidente por resolver.

#### 5. Recursos naturales (*smart environment*)

La zona no cuenta con recursos naturales en abundancia, por lo que las estrategias de preservación y cuidado del agua deben ser una constante, los programas de cuidado y protección del ambiente deben proveer con alternativas para el cuidado de los bienes que son escasos.

Se debe procurar bajar los índices de contaminación del suelo, el agua y el aire, en beneficio de toda la comunidad.

Generar una gestión ambiental eficiente en lo referente al manejo integral de desechos, cuidado y protección del ambiente y los recursos existentes.

#### 6. Calidad de vida (*smart living*)

---

En lo referente a la infraestructura cultural, la ciudad cuenta con recintos culturales como el CECUT, la Casa de la Cultura, el Centro Estatal de las Artes, entre otros; siendo insuficientes al momento. Se requiere un programa cultural más orientado a la generación de comunidad y pertenencia.

Condiciones de salud, deberán de adaptarse una mayor cantidad de espacios públicos para fomentar las actividades comunitarias de salud y bienestar social en las colonias. Procurar que las comunidades generen espacios de interacción social y participativa.

En seguridad individual, se requiere desarrollar una estrategia transversal donde se integren los tres órdenes de gobierno para impactar de manera significativa en la disminución de los índices de violencia que son elevados.

En lo relacionado a la calidad de las viviendas, existe una diversidad de ellas a lo largo de toda la ciudad, desde grandes residencias de lujo, condominios exclusivos, multifamiliares de interés social, fraccionamientos populares y asentamientos irregulares que requieren de acciones de control urbano y mejora de las viviendas como alternativa de desarrollo para todos.

En infraestructura educativa, la ciudad cuenta con una diversidad de escuelas para la educación básica en buenas condiciones en general. Se cuenta con lo básico en la mayoría de los casos en la educación pública, la privada es variada y relevante. Todos los centros escolares de educación media superior y superior cuentan con edificios adecuados para la enseñanza.

En atractivo turístico, la ciudad ha generado a lo largo de su historia atractivos singulares que le dan características únicas como lo son la Avenida Revolución, el CECUT, la línea divisoria que entra al mar en Playas de Tijuana, la gastronomía, los colectivos gastronómicos, la cerveza artesanal, entre otros. Son elementos importantes a la hora de impulsar, desarrollar y/o consolidar el turismo de salud, negocios y eventos.

Se debe fomentar la cohesión social, es decir, que se debe desarrollar el sentido de comunidad, la participación social y el logro de acuerdos en beneficio de la ciudad. Deberá existir un programa que desarrolle el sentido de pertenencia e identidad local a partir de la multiculturalidad y la riqueza manifiesta a través de la diversidad local.

### **1.1. Diagnóstico FODA como Destino Turístico Inteligente**

Con base en la descripción realizada en los puntos 1 al 6, se elabora el diagnóstico en las tablas 1 a 6, que utiliza como referentes los criterios utilizados en el Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes (2015).

---



**Tabla 1**

*Competitividad (Smart Economy)*

Aspecto	Elementos
Fortalezas	<p>La ciudad tiene un espíritu innovador.</p> <p>El emprendimiento caracteriza a la población de Tijuana</p> <p>Diversidad laboral de la ciudad.</p>
Debilidades	Falta de integración del encadenamiento productivo.
Oportunidades	<p>Desarrollo de las estrategias que la consoliden, a través de política pública consistente.</p> <p>Trabajarse en la formalización del trabajo (emprendimientos)</p> <p>Las marcas y la actividad económica deben rescatarse y generar valor para la ciudad a través de la comunicación efectiva.</p> <p>Generar sentido de orgullo e identidad a partir de la producción local “lo que hacemos bien”.</p> <p>Construcción el sentido de arraigo hacia la gestión internacional una vez que se han sentado las bases de la nacional.</p>
Amenazas	Que otros destinos turísticos sean más competitivos y ganen el mercado.

Elaboración propia con datos de la investigación de campo (2021).

---

**Tabla 2**

*Capital humano y social (Smart People)*

Aspecto	Elementos
Fortalezas	La ciudad de Tijuana tiene diversos centros universitarios que forman profesionistas capaces, generando oportunidades educativas y de desarrollo en la población.
Debilidades	Bajos salarios. Apatía para la participación social. Falta de compromiso comunitario
Oportunidades	Debe reforzarse el sentido de comunidad multicultural como una característica que fortalece la identidad local y su riqueza cultural.  La diversidad social, se considera que está asociada a la pluralidad étnica y social, ya que es una comunidad generada por la migración tanto de nacionales como de extranjeros que han desarrollado tolerancia y respeto.  No se ha evidenciado la importancia de la multiculturalidad y la posibilidad de convivencia a partir de valores compartidos por las diversas razas y orígenes de las personas que la habitan.  Con respecto a la participación en la vida pública, un reto a vencer es la participación social propositiva y en favor del cuidado de las comunidades.
Amenazas	Pérdida de capital humano por migración.  Falta de capacitación en áreas prioritarias de desarrollo laboral.

Elaboración propia con datos de la investigación de campo (2021).

---

**Tabla 3**

*Participación (Gobernanza)*

Aspecto	Elementos
Fortalezas	Se está transitando hacia un gobierno más participativo y plural.
Debilidades	Poca participación ciudadana en la toma de decisiones.
Oportunidades	<p>construir el sentido de pertenencia en relación a los servicios que son de todos, donde los beneficiados del cuidado o descuido son todos los residentes de una localidad.</p> <p>Las consultas públicas bien elaboradas pueden sentar las bases de la participación social en beneficio de la comunidad local.</p> <p>Apropiación de los espacios públicos, los servicios y las organizaciones sociales deben generar un sentido de apropiación, cuidado y respeto por lo que se tiene.</p>
Amenazas	Falta de transparencia y rendición de cuentas.

Elaboración propia con datos de la investigación de campo (2021).

**Tabla 4**

*Transporte y TICS (Smart Mobility)*

Aspecto	Elementos
Fortalezas	<p>Infraestructura de transporte aéreo moderno y eficiente.</p> <p>El acceso a la ciudad a través de tres garitas internacionales y carreteras federales libres y de cuota dotan a la región con vías de acceso variadas y en buenas condiciones.</p>
Debilidades	Falta transporte público moderno y bien organizado.
Oportunidades	<p>Existe en la ciudad una red de telefonía e internet amplia. Se desconocen los alcances en capacidad.</p> <p>Mejorar la capacidad instalada.</p>
Amenazas	Que otros destinos avancen con mayor celeridad.

Elaboración propia con datos de la investigación de campo (2021).

---

**Tabla 5**

*Recursos naturales (Smart Environment)*

Aspecto	Elementos
Fortalezas	Condición geográfica.
Debilidades	La zona no cuenta con recursos naturales en abundancia
Oportunidades	que las estrategias de preservación y cuidado del agua deben ser una constante  bajar los índices de contaminación del suelo, el agua y el aire en beneficio de toda la comunidad.  Generar una gestión ambiental eficiente en lo referente al manejo integral de desechos, cuidado y protección del ambiente y los recursos existentes.
Amenazas	Contaminación generalizada.  Daños generales a los recursos naturales.

Elaboración propia con datos de la investigación de campo (2021).

**Tabla 6**

*Calidad de vida (Smart Living)*

Aspecto	Elementos
Fortalezas	La ciudad cuenta con recintos culturales como el CECUT, la Casa de la Cultura, el Centro Estatal de las Artes  Se cuenta con una diversidad de escuelas para la educación básica en buenas condiciones en general y con lo básico en la mayoría de los casos en la educación pública, la privada es variada y relevante.  Todos los centros escolares de educación media superior y superior cuentan con edificios adecuados para la enseñanza.  Atractivo turístico: La ciudad ha generado a lo largo de su historia atractivos singulares que le dan características únicas como lo son la Avenida Revolución, el CECUT, la línea divisoria que entra al mar en Playas de Tijuana, la gastronomía, los colectivos gastronómicos, la cerveza artesanal, entre otros. Destino importante para el turismo de salud, negocios y eventos.

Debilidades	Faltan más espacios para actividades culturales y recreativas. Faltan programas de apoyo a actividades culturales y recreativas.
Oportunidades	Se necesita un programa cultural más orientado a la generación de comunidad y pertenencia. Adaptar una mayor cantidad de espacios públicos para fomentar las actividades comunitarias de salud y bienestar social en las colonias. Procurar que las comunidades generen espacios de interacción social y participativa. Existe una diversidad de vivienda en la ciudad, desde grandes residencias de lujo, condominios exclusivos, multifamiliares de interés social, fraccionamientos populares y asentamientos irregulares que requieren de acciones de control urbano y mejora de las viviendas como alternativa de desarrollo para todos. Se debe desarrollar el sentido de comunidad, la participación social y el logro de acuerdos en beneficio de la ciudad. Deberá existir un programa que desarrolle el sentido de pertenencia e identidad local a partir de la multiculturalidad y la riqueza manifiesta a través de la diversidad local.
Amenazas	Falta de interés por mejorar la calidad de vida.

---

Elaboración propia con datos de la investigación de campo (2021).

## 2. Método de investigación

El presente estudio se desarrolla utilizando el enfoque cualitativo y basado en un estudio de caso.

Si bien las TIC son un pilar fundamental en el proceso, no basta con la variable tecnológica para la conversión de un destino turístico convencional a un DTI.

La presente investigación que está en proceso, se centra en el análisis de los elementos que contempla el manual operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes en la ciudad de Tijuana, a fin de evaluar su potencialidad en la transformación en un DTI.

---

### **3. Discusión**

Una vez realizado el diagnóstico, se evidencian las oportunidades para la ciudad al adoptar los criterios para convertir a la ciudad de Tijuana, primero en una ciudad inteligente y como consecuencia, en un destino turístico inteligente, que permita que a través de su desarrollo se fortalezcan los atractivos de la ciudad a partir de la mejora en las condiciones de vida de sus residentes.

Sin embargo, para lograrlo es necesario fortalecer la gestión del destino a partir del conocimiento del residente local, para que a partir de la generación de información pertinente se vuelva promotor del bienestar social, y esto redunde en la mejora en la calidad de vida, permitiendo con ello mejores espacios públicos, el cuidado de la infraestructura y el medio ambiente.

Se deberán fortalecer los elementos característicos de la ciudad en términos de valor social y cultural, preservar el patrimonio y amalgamar la riqueza social generada por la migración en beneficio de la imagen percibida con respecto a la marca ciudad.

La generación de experiencias turísticas a partir del conocimiento de las comunidades que las generan, le da un mayor valor al destino turístico.

La gestión de destino turístico deberá incorporar los elementos de las ciudades inteligentes en un esfuerzo por dignificar una ciudad que ha lidiado con retos de inseguridad, tráfico de drogas y prostitución, como parte de un pasado que es innegable, pero que ha evolucionado y presenta características valiosas pero que no siempre son conocidas por la comunidad.

---

## Referencias

- Castro, U., González, J. A. y Maldonado, L. M. (2017). Destinos turísticos inteligentes: ¿Estrategia para el desarrollo local en países pobres? *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 22, 1-22.
- Fernández, A. et al. (2017). Innovación y destinos inteligentes: Oportunidad para el know how turístico español. *Estrategia e internacionalización de la empresa turística*, 894.
- Flores, D., Perogil, J. y Miedes, B. (2018). ¿Destinos turísticos inteligentes o territorios inteligentes? Estudios de casos en España. *Revista de Estudios Regionales*, 113, 193-219.
- Herrero, C., Gutiérrez, H. y García, M. (2019). Servicios "Smart" y valor de los destinos turísticos inteligentes: Análisis desde la perspectiva de los residentes. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, 45, 77-91.
- Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (2015). Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes. Valencia: Generalitat Valenciana.
- Ivars-Badial, J. (2016). Nuevos enfoques en la gestión turística: ¿Hacia destinos turísticos inteligentes? *Canelobre*, 66, 427-433.
- Ivars-Baidal, J., Solsona, F. J. y Giner, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anlisi Geografica*, 2016, (62)2, 327-346.
- López de Ávila, A. y García, S. (2015). *Destinos turísticos inteligentes*, Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S. A. (SEGITTUR), dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo, 61-69.
- López, F. (2016). Turismo y TIC. Notas sobre los procesos recientes de tecnificación de los destinos turísticos. En J. F. Vera Rebollo; J. Olcina Cantos y M. Hernández Hernández (Coords.). *Paisaje, cultura territorial y vivencia de la geografía. Libro homenaje al profesor A. Morales Gil*, 563-583. San Vicente del Raspeig: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Luque, A., Zayas, B. y Caro, J. L. (2015). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*, (10), 1-25.
- Manual operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes (2015). Recuperado de: <https://www.thinktur.org/media/Manual-de-destinos-tur%C3%ADsticos-inteligentes.pdf>
- Ramos, A. y Campo, L. (2022). Destinos Turísticos Inteligentes: Las tecnologías y el turismo en el destino Tandil, Argentina. *Ayana Revista de Investigación en Turismo*, 2(2), 1-15.
- Zamudio, M. T., Castro, Y. G., & Durán, O. M. (2021). Methodological elements to design a city branding with the use of grounded theory. *Management Letters/Cuadernos de Gestión*, 21(1).
-