



Banco Interamericano de Desarrollo

Estudio

Identificar los determinantes de adhesión por parte de los actores privados a los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), con objeto de incrementar su participación en la Red DTI de Latinoamérica



Gabriel Schneider

gshneider@sicdes.com.ar

Consultor

Junio 2024

Contenido

Siglas.....	3
Resumen Ejecutivo.....	4
Recomendaciones.....	6
Rol de los Organismos Internacionales.....	6
Antecedentes.....	7
Metodología del Estudio.....	8
Resultados de la Encuesta sobre Destinos Turísticos Inteligentes y de las Entrevistas con Informantes Clave.....	14
Conclusiones y Recomendaciones.....	31
Conclusiones.....	31
Recomendaciones.....	33
Rol de los Organismos Internacionales como el BID en los DTI.....	35
Anexos.....	37
Anexo A. Entrevistas con Informantes Clave.....	38
Resumen de la Entrevista con Teresa Solis de Deloitte.....	38
Resumen Entrevista con Cesar Castellana sobre Experiencia en San Miguel de Allende y León.....	41
Resumen Entrevista con Lourdes Prieto - Grupo Presidente y Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET).....	46
Resumen Entrevista Ana García-Sotoca. Cluster Turístico La Romana Bayahibe	50
Resumen Entrevista Arturo Constantini Consejero de ciudades inteligentes para la Federación de Empresarios Turísticos (FETUR).....	53
Resumen Entrevista con Sergio Severo Ex Representante de Lenovo para ALAC	56
Anexo B.....	59
1 Formulario de Encuesta.....	59
2. Guía Preguntas Entrevistas Informantes Clave DTI.....	62
Anexo C. Respuesta a Preguntas Abiertas de la Encuesta a Empresarios.....	63

Siglas

ALAC: América Latina y el Caribe
APP: Aplicación para teléfonos inteligentes
BBVA: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria
BI: Inteligencia de Negocios (Business Intelligence)
BID: Banco Interamericano de Desarrollo
C4: Centro de Comando, Control, Comunicaciones y Cómputo
CNET: Consejo Nacional Empresarial Turístico
DMO: Organización de Gestión del Destino (Destination Management Organization)
DTI: Destinos Turísticos Inteligentes
FETUR: Federación de Empresarios Turísticos
GIS: Sistemas de Información Geográficos
HP: Hewlett-Packard (empresa tecnológica)
IA: Inteligencia Artificial
INAH: Instituto Nacional de Antropología e Historia
IoT: Internet de las Cosas (Internet of Things)
LATAM: Latinoamérica
RDTI: Red Latinoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes
SAP: Sistemas, Aplicaciones y Productos (empresa de software empresarial)

Resumen Ejecutivo

El presente estudio trata de identificar los factores que influyen en la participación del sector privado en el desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en Latinoamérica. Este informe destaca los antecedentes, la metodología utilizada, los hallazgos clave y las recomendaciones para fomentar un mayor compromiso del sector privado en los DTI.

Antecedentes

Los DTI han sido impulsados principalmente por las municipalidades y otras entidades públicas tanto en España como en Latinoamérica. Sin embargo, la participación y la inversión del sector privado en estos proyectos han sido limitadas. Esta situación se debe en parte al desconocimiento de lo que es un DTI y sus beneficios tanto directos como indirectos. La comunicación sobre los DTI ha estado dominada por las prioridades del sector público, y la participación del sector privado en las organizaciones de gestión del destino (DMO) suele ser restringida, limitándose a roles de validación y consulta sin una contribución significativa de recursos. A pesar de estas limitaciones, la inversión privada es esencial para asegurar la sostenibilidad económica de los DTI en Latinoamérica.

El objetivo de este estudio es identificar y sistematizar los principales determinantes de la participación y la inversión privada en el contexto de los DTI, proponiendo alternativas de política y estrategias de comunicación para superar las barreras existentes.

Metodología del Estudio

El estudio se desarrolló en tres etapas principales:

1. Diseño del Cuestionario y Guía de Entrevistas: Se elaboraron cuestionarios específicos para los actores turísticos privados de los destinos miembros de la Red Latinoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes (RDTI) y una guía de entrevistas para informantes clave.
2. Aplicación del Cuestionario y Realización de Entrevistas: Se realizó una prueba piloto de los cuestionarios y se ajustaron según los comentarios recibidos. Posteriormente, se seleccionaron los encuestados y se llevaron a cabo las entrevistas con los informantes clave, haciendo un seguimiento de los envíos digitales.
3. Redacción del Informe: Se elaboró un informe borrador que fue ajustado con base en los comentarios recibidos, además de preparar una presentación de los resultados en formato de diapositivas.

El cuestionario fue enviado a 400 destinatarios, de los cuales 115 respondieron, considerándose suficientes para un estudio cualitativo. Las respuestas provienen de una amplia gama de sectores dentro de la industria turística, incluyendo agencias de viajes, hoteles, cámaras de turismo, guías turísticos, eventos y actividades recreativas, alimentación, transporte, instituciones públicas, cámaras de comercio, ONGs, consultorías, comercios locales, aseguradoras, tecnología, y educación.

Las respuestas a la encuesta provinieron de varios países y ciudades en Latinoamérica, proporcionando una amplia cobertura geográfica. Los países representados incluyen Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. A nivel de ciudades, se obtuvieron respuestas de 44 destinos diferentes, destacándose Arequipa y Lima en Perú, Villa Carlos Paz en Argentina, San Salvador, Ushuaia, Trujillo La Libertad, Jalisco Tequila, San José, Montevideo, Ahuachapán y Medellín.

Además de las encuestas, se realizaron entrevistas en profundidad con seis informantes clave para obtener una comprensión más detallada y cualitativa de los temas. Los entrevistados fueron Teresa Solis de Deloitte, Cesar Castellana asesor sobre Experiencia en San Miguel de Allende y León, Lourdes Prieto del Grupo Presidente y Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), Ana García-Sotoca del Cluster Turístico La Romana Bayahibe, Arturo Constantini consejero de ciudades inteligentes para la Federación de Empresarios Turísticos (FETUR), y Sergio Severo, ex representante de Lenovo para ALAC

Conocimiento y Comprensión del Concepto de DTI

El estudio reveló que una mayoría significativa de los encuestados está familiarizada con el concepto de DTI, aunque un porcentaje considerable todavía no tiene certeza sobre su conocimiento. Este hallazgo resalta la necesidad de campañas de educación y concienciación para asegurar que todos los actores comprendan el potencial y las ventajas de los DTI. Las entrevistas

Estudio para Identificar los determinantes de adhesión por parte de los actores privados a los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), con objeto de incrementar su participación en la Red DTI de Latinoamérica

también indican que, aunque el concepto es conocido, a menudo se confunde con el de ciudades inteligentes, lo que sugiere una necesidad de diferenciación y claridad en la comunicación.

Barreras para la Inversión Privada

Las barreras más significativas para la inversión del sector privado en DTI incluyen la ausencia de modelos de negocio claros, los altos costos de inversión, la incertidumbre sobre el retorno de la inversión y la falta de apoyo financiero y técnico. Además, se identificaron problemas de infraestructura tecnológica y una debilidad en el liderazgo tanto del sector público como privado. Estas barreras deben abordarse de manera integral para fomentar una mayor participación del sector privado.

Beneficios Percibidos por los Empresarios Turísticos

Los empresarios turísticos identificaron varios beneficios clave de formar parte de un DTI. Entre estos se encuentran la posibilidad de diferenciarse de los competidores mediante la adopción de tecnologías innovadoras, un mejor manejo de la información y datos sobre el comportamiento de los turistas, marketing y ventas más efectivos, y la optimización de la gestión de recursos. Estos beneficios sugieren que, una vez superadas las barreras iniciales, los empresarios perciben un alto valor en la transformación hacia un DTI.

Resultados Esperados de un DTI

Para fomentar la participación activa de los empresarios turísticos en un DTI, es esencial ofrecer resultados tangibles y beneficios claros. Los resultados esperados más valorados incluyen el acceso a financiamiento e inversión, la reducción de costos y la orientación personalizada para el acceso a tecnología, así como el acceso a capacitaciones y nuevos mercados. Estos resultados destacan la importancia de ofrecer beneficios concretos y medibles.

Preferencias de Aprendizaje

Los entrevistados mostraron una fuerte preferencia por los seminarios web y talleres en línea, seguidos de videos educativos y artículos en línea. Esta preferencia por formatos digitales y visuales sugiere que las iniciativas de capacitación futuras deberían centrarse en estos métodos para maximizar el alcance y la efectividad.

Formas de Participación Privada en un DTI

Las formas más factibles de participación privada incluyen el apoyo en especie, el pago por servicios concretos como la formación, y las donaciones puntuales. Estas formas reflejan la disposición de las empresas a contribuir con recursos y tiempo, así como su interés en recibir capacitación específica para apoyar las iniciativas de DTI.

Tecnologías y Estrategias Urgentes para Implementar en un DTI

Entre las tecnologías y estrategias consideradas urgentes se encuentran la creación de comités de gobernanza, la realización de diagnósticos sobre el potencial del destino, y el desarrollo de planes estratégicos específicos. La sensorización para medir flujos de visitantes y el uso de sistemas de analítica de datos y Big Data también son vistos como esenciales para una gestión eficiente y sostenible del turismo.

Participación en Iniciativas Locales

La disposición a participar en iniciativas locales para transformar áreas geográficas en DTI es alta entre los encuestados, con un 90.5% indicando interés en participar o colaborar. Esto sugiere que, con una adecuada planificación, comunicación y apoyo, se puede lograr una participación significativa del sector privado en estos proyectos.

Estrategias de Comunicación

Para incentivar la inversión en DTI, una campaña de comunicación efectiva debe incluir la demostración de beneficios tangibles y casos de éxito, capacitación y formación continua, información detallada sobre financiamiento y apoyo económico, y testimonios de empresas líderes en el sector. Estos elementos son cruciales para diseñar una campaña que no solo informe, sino que también motive y facilite la inversión del sector privado.

Términos Más Utilizados

Los términos más utilizados en el informe reflejan los temas y conceptos clave discutidos: desarrollo, sostenibilidad, gobernanza, colaboración, tecnología, turismo, formación, inversión, infraestructura, innovación, planificación, capacitación, estrategias, eficiencia, comunidad, integración, políticas, retorno, financiero, público, privado, destinos, análisis, datos, gestión, proyecto, seguridad, movilidad, participación, accesibilidad y liderazgo.

Recomendaciones

El desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes en Latinoamérica enfrenta varios desafíos, pero también ofrece numerosas oportunidades. Basado en el análisis de las entrevistas, los datos recopilados y el informe del BID, se han identificado una serie de recomendaciones para superar las barreras y maximizar los beneficios de los DTI:

1. Fortalecimiento de la Gobernanza y la Coordinación: Establecer estructuras de gobernanza sólidas que incluyan la participación de todos los actores relevantes. Asegurar la continuidad de las políticas y proyectos más allá de los ciclos políticos mediante la implementación de planes a largo plazo que sean resilientes a los cambios administrativos. Fomentar la transparencia y la rendición de cuentas.
2. Desarrollo de Modelos de Negocio Claros y Sostenibles: Crear modelos de negocio que demuestren un retorno de inversión tangible. Desarrollar estudios de caso y ejemplos de éxito que muestren los beneficios económicos y operativos de los DTI. Explorar modelos de financiamiento mixto que combinen recursos públicos y privados.
3. Capacitación y Formación Continua: Desarrollar programas de formación en nuevas tecnologías y prácticas sostenibles. Ofrecer talleres, seminarios web y cursos en línea dirigidos a operadores turísticos, empresarios y funcionarios gubernamentales. Enfocarse en las tecnologías clave para los DTI, como el IoT, Big Data y los sistemas de información geográfica (GIS).
4. Mejora de la Infraestructura Tecnológica: Invertir en la actualización y expansión de la infraestructura tecnológica existente. Implementar sensores para monitorear flujos de visitantes, tráfico y condiciones ambientales. Garantizar la disponibilidad de internet público de alta velocidad en todas las áreas turísticas.
5. Fomento de la Colaboración Público-Privada: Desarrollar proyectos conjuntos que involucren a ambos sectores desde la planificación hasta la ejecución y el monitoreo. Promover la creación de redes y alianzas internacionales para el intercambio de mejores prácticas y lecciones aprendidas.
6. Sensibilización y Educación de la Comunidad: Implementar campañas de sensibilización que informen sobre los beneficios y las oportunidades asociadas con los DTI. Utilizar una variedad de formatos, incluyendo seminarios web, videos educativos y publicaciones

Rol de los Organismos Internacionales

Los organismos internacionales, como el BID, desempeñan un papel crucial en el desarrollo y la implementación de DTI. Su participación puede proporcionar el apoyo necesario en varias áreas clave, facilitando la colaboración entre el sector público y privado, y asegurando la sostenibilidad y éxito de estos proyectos. El BID puede ofrecer financiamiento a largo plazo, asistencia técnica, desarrollo de modelos de negocio claros, promoción de buenas prácticas, facilitación de redes y alianzas internacionales, sensibilización y educación, así como apoyo en la adopción de tecnologías avanzadas.

Antecedentes

Los DTI, tanto en España como en Latinoamérica, han sido impulsados desde el sector público, municipalidades en su mayoría, dejando un espacio limitado a la participación y la inversión por parte del sector privado.

Hasta la fecha, el sector privado no ha visualizado las oportunidades ofrecidas por la figura DTI, a pesar de que las autoridades de los destinos traten de impulsar los mismos productos turísticos que los privados. Parece que esta situación se debe, en parte, al desconocimiento de lo que es un DTI y sus beneficios directos e indirectos. En general, la comunicación acerca de los DTI ha venido enmarcada por las prioridades del sector público. Además, cuando el sector privado participa en algún tipo de organización de gestión del destino (DMO por siglas en inglés), su rol suele limitarse al de validación y consulta, por lo que la contribución de recursos privados es muy restringida.

Sin embargo, en LATAM es necesaria la inversión del sector privado para poder otorgar sostenibilidad económica al desarrollo de los DTI.

El presente estudio busca identificar y sistematizar los principales determinantes de la participación y la eventual inversión privada en el contexto DTI.

Los objetivos del estudio son:

- a) Identificar los obstáculos reales (falta de incentivos, desconocimiento del concepto DTI y su potencial, falta de modelos de negocio), que impiden la participación e inversión del sector privado turístico en los DTI.
- b) Conocer los detonantes de las percepciones limitativas por parte del sector privado.
- c) Proponer alternativas de política para superar los determinantes que inhiben la participación e inversión privada en los DTI, así como una estrategia de comunicación fundamentada para abordar al colectivo privado en los destinos DTI miembros de la Red Latinoamericana (RDTI).

El estudio tuvo tres etapas:

- (1) Diseño del cuestionario a aplicar a los actores turísticos privados de los destinos miembros de la RDTI así como de una guía de entrevistas con actores clave.
- (2) Aplicación del cuestionario y realización de entrevistas:
 - Prueba Piloto de cuestionarios y ajuste de estos.
 - Selección de los encuestados y entrevistados.
 - Realzar seguimiento a los envíos realizados por medios digitales y llevar adelante las entrevistas con informantes clave.
- (3) Redacción de informe borrador, ajuste de este con comentario recibidos así como ppt para presentación de resultados.

Metodología del Estudio

A continuación se presenta la metodología llevada adelante para realizar el estudio.

Diseño de Instrumentos

Se diseñó el formulario de encuesta el que es fruto del trabajo en conjunto del consultor con el equipo del BID y de la RDTI -Red Latinoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes- cuyo representante para el presente estudio es Federico De Arteaga. El formulario de encuesta se encuentra en el Anexo B.1 del Informe.

Además del formulario de encuesta se elaboró una Guía de Entrevista con Informantes Clave sobre DTI. Esta Guía se encuentra en el Anexo B.2 del informe.

Prueba Piloto

Luego del diseño del cuestionario se realizó una prueba piloto con cinco empresarios turísticos ligados a los DTI para que validen el mismo, sugieran mejoras y se pueda analizar si las respuestas obtenidas apuntaban a los objetivos del estudio.

A partir de este piloto se realizaron ajustes al formulario de encuesta que es el que se encuentra en el Informe 1 de la consultoría.

Selección de los encuestados y Entrevistados

Se mantuvieron entrevistas con informantes clave y se informó a los mismos sobre el alcance del estudio, solicitando que envíen la encuesta a los asociados y vinculados a las organizaciones.

Por otra parte la RDTI procedió a enviar un correo electrónico a sus asociados para que completen la encuestas y también la envíen a las empresas, organizaciones y otros relacionados con DTI.

Además de lo anterior se tomó contacto con organizaciones relacionadas con el turismo para que respondan a la encuesta sobre DTI así como sus asociados.

Este estudio es del tipo cualitativo, buscando sondear la opinión de informantes de varios países, ciudades y sectores relacionados al turismo.

El cuestionario fue enviado a 400 destinatarios de los cuales 115 respondieron. El sondeo fue aplicado en los siguientes subsectores:

- Alojamiento para visitantes
- Industria de provisión de alimentos y bebidas
- Transporte
- Agencias de viajes y otros servicios de reserva
- Industria cultural
- Industria deportiva y recreativa
- Comercio minorista de bienes característicos del turismo específicos de cada país

Mayor apertura:

- Agencias de Viajes y Tour Operadores
- Alimentación y Bebidas
- Alojamiento
- Atracciones Turísticas
- Comercio y Compras
- Consultoría y Servicios Profesionales
- Cultura y Patrimonio
- Educación y Formación Turística
- Eventos y Conferencias
- Guías Turísticos y Servicios de Información
- ONGs y Asociaciones Empresariales
- Transporte Turístico
- Turismo de Salud y Bienestar

- Servicios

En materia de cobertura se enviaron mails a la mayor parte de los países de América Latina de habla hispana, además de Brasil.

Los cuestionarios se enviaron a partir del 21 de abril de 2024 y se recibieron hasta el 14 de mayo de 2024.

Seguimiento a los envíos

Se realizó el seguimiento de las respuestas, enviando recordatorios y pedidos de apoyo en la respuesta al cuestionario.

Se obtuvieron 115 respuestas, las que se consideran suficientes para el estudio, por tratarse de un sondeo cualitativo, que no tiene la expectativa de una encuesta representativa con muestreo aleatorio.

Las opiniones recibidas provienen de los siguientes sectores:

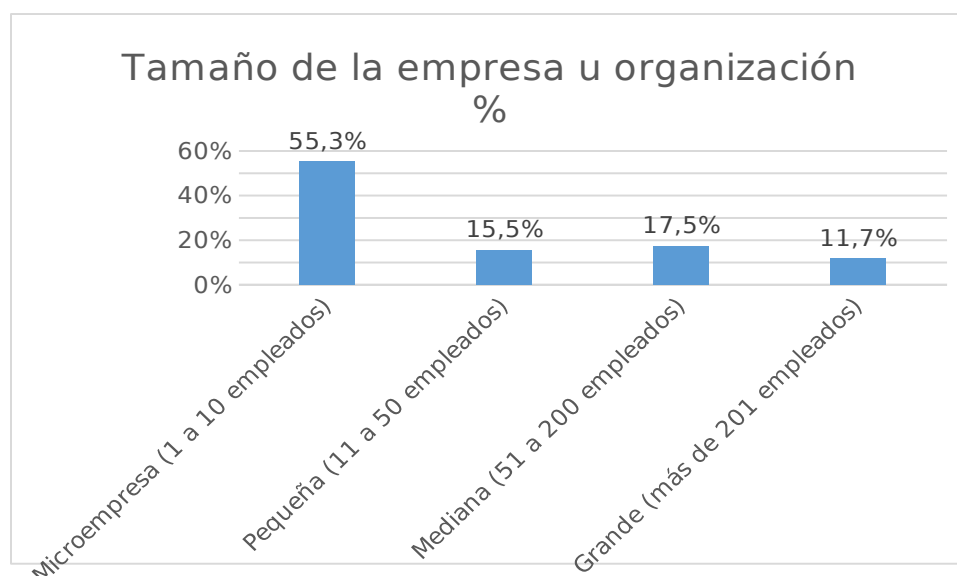
Sector dentro de la industria turística del encuestado

Sector dentro de la industria turística:	%
Agencia de viajes y Tour Operadores	35,8%
Hoteles y Alojamiento	26,3%
Cámara de Turismo	27,4%
Guías Turísticos	22,1%
Eventos, Atracciones Turísticas y Actividades Recreativas	18,9%
Alimentación	14,7%
Transporte	8,4%
Institución pública	7,4%
Cámara de Comercio	5,3%
ONG	2,1%
Consultoría	4,2%
Comercios locales céntricos	1,1%
Aseguradora	1,1%
Tecnología	1,1%
Institución Educativa	1,1%
Educación	1,1%

Tamaño de la empresa u organización encuestada

El cuestionario indaga sobre el tamaño de las empresas u organizaciones de los encuestados, proporcionando una visión sobre la escala de operaciones dentro de la industria turística. Los resultados son los siguientes:

- Microempresa (1 a 10 empleados): 55,3%
- Pequeña (11 a 50 empleados): 15,5%
- Mediana (51 a 200 empleados): 17,5%
- Grande (más de 201 empleados): 11,7%



País y ciudad o región del Encuestado

El cuestionario proporciona información geográfica sobre los encuestados, detallando el país y la ciudad o región donde operan. A continuación, se muestra un resumen de los resultados:

Países Representados

País	%
Argentina	20,2%
Bolivia	3,7%
Brasil	7,3%
Colombia	4,6%
Costa Rica	3,7%
El Salvador	10,1%
Honduras	0,9%
Latinoamérica	0,9%
México	6,4%
México	0,9%
Panamá	0,9%
Paraguay	0,9%
Perú	31,2%
República Dominicana	1,8%
Uruguay	5,5%
Venezuela	0,9%

Análisis de la Distribución Geográfica

A nivel de ciudades hemos obtenido respuestas de 44 destinos diferentes. encontramos la repetición de ciudades como Arequipa y Lima en Perú, Villa Carlos Paz en Argentina, etc.

Ciudad	% Respuestas
Arequipa	17,1%
Lima	9,8%
Villa Carlos Paz	6,1%
San Salvador	3,7%
Chirn, Distrito de Pachangara	3,7%
Ushuaia	3,7%
Trujillo, La Libertad	3,7%
Jalisco, Tequila	3,7%
San José	2,4%
Montevideo	2,4%
Ahuachapán	2,4%
Medellín	2,4%

Años que lleva su empresa u organización operando en la industria turística

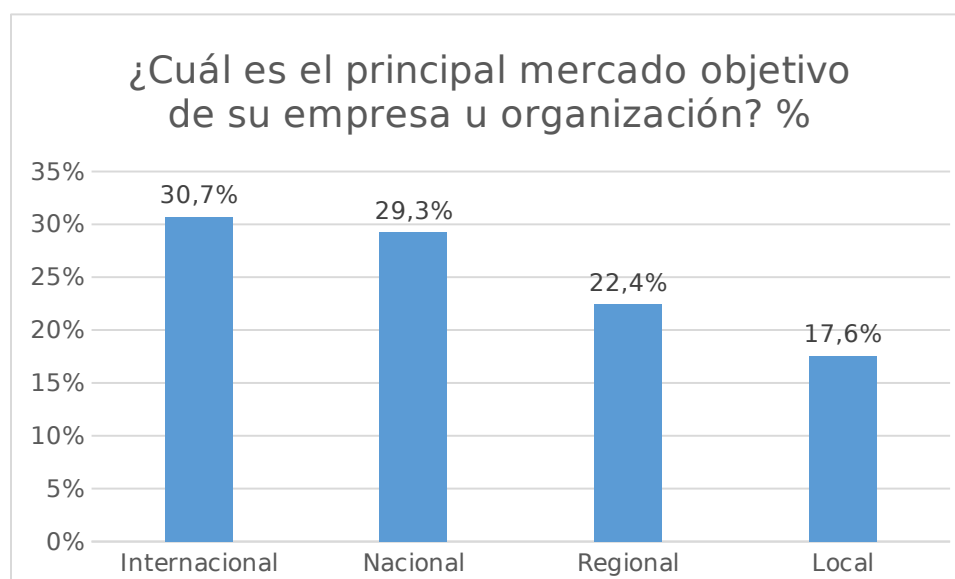
La pregunta busca conocer la antigüedad de las empresas u organizaciones en la industria turística, proporcionando una perspectiva sobre la experiencia y estabilidad en el sector. Los resultados son los siguientes:

¿Cuántos lleva su empresa u organización operando en la industria turística?	%
0 a 5	11,7%
6 a 10	13,6%
11 a 20	34,0%
21 a 30	22,3%
31 a 40	9,7%
más de 41	8,7%



Principal mercado objetivo de su empresa u organización

La pregunta indaga sobre el mercado objetivo principal de las empresas u organizaciones, lo cual es crucial para entender la orientación de sus estrategias de negocio. Los resultados son los siguientes:



La mayor parte de los encuestados dieron respuestas múltiples de orientación a la pregunta. Detallado esto encontramos lo siguiente:

¿Cuál es el principal mercado objetivo de su empresa u organización?	%
• Internacional solamente	22,4%
• Local • Nacional • Regional • Internacional	18,7%
• Nacional solamente	13,1%
• Nacional • Internacional	12,1%
• Regional solamente	10,3%
• Local solamente	6,5%
• Local • Nacional • Regional	3,7%
• Nacional • Regional	3,7%
• Nacional • Regional • Internacional	2,8%
• Regional • Internacional	1,9%
• Local • Nacional	1,9%
• Local • Regional	1,9%
• Local • Internacional	0,9%

Cargo o función tiene en la empresa u organización?

La pregunta explora los cargos o funciones que ocupan los encuestados dentro de sus respectivas empresas u organizaciones, proporcionando una visión sobre la estructura organizativa y la distribución de roles. Los resultados son los siguientes:

Cargo	%
Gerente	32,4
Presidente	12,4
Director	12,4
Propietario	7,6

Socio	7,6
CEO	6,7
Asesor	4,8
Coordinador	3,8
Analista	3,8
Guía	1,9
Técnico	1,9
Apoderado	1,9
Encargado	1,9
Secretaria	1,9

Entrevistas con Informantes Clave - Selección de los Entrevistados

A partir de las reuniones mantenidas con el equipo del BID y de la RDTI se estableció una lista de personas con alto potencial de ser informantes clave para este estudio. Se tomó contacto con varios de ellos y se llevaron adelante entrevistas a profundidad con seis de los seleccionados.

Entrevistas

Se aplicó la guía de entrevistas que se incluyó en el Anexo B.2, la que relevó información clave de los siguientes entrevistados:

- Teresa Solis de Deloitte ex Subsecretaria de Planeación y Política Turística de México.
- Cesar Castellana, asesor, sobre Experiencia en San Miguel de Allende y León.
- Lourdes Prieto - Grupo Presidente y Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET).
- Ana García-Sotoca. Cluster Turístico La Romana Bayahibe.
- Arturo Constantini Consejero de ciudades inteligentes para la Federación de Empresarios Turísticos (FETUR).
- Sergio Severo Ex Representante de Lenovo para ALAC.
- José Decumex ex IBM México.

En el Anexo A del estudio se presenta un resumen extenso de cada entrevista llevada adelante.

Resultados de la Encuesta sobre Destinos Turísticos Inteligentes y de las Entrevistas con Informantes Clave

Aplicamos la encuesta que se encuentra en el Anexo B.2 a empresarios turísticos de varios países de América Latina a partir de referencias de los integrantes de la RDTI, contactos de los informantes clave y otras fuentes de datos. Obtuvimos 115 respuestas a la encuesta. A continuación se presentan los resultados. Además realizamos entrevistas a profundidad con informante clave que permiten dar respuesta a una serie de interrogantes que a continuación se intenta dar respuesta.

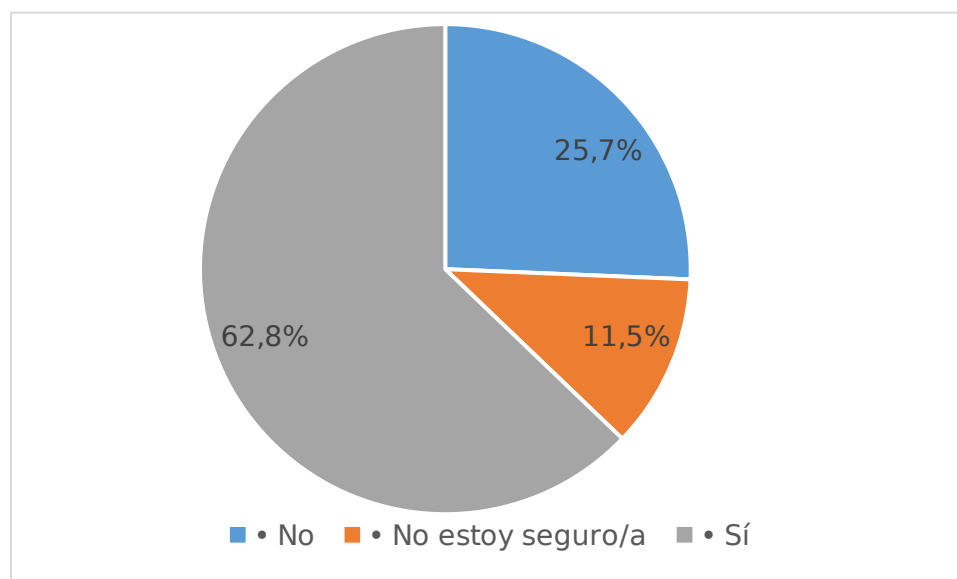
Conocimiento del Concepto de DTI

Una parte fundamental de la encuesta se centró en evaluar el conocimiento de los encuestados sobre los Destinos Turísticos Inteligentes. La pregunta "Antes de esta encuesta, ¿había escuchado sobre el concepto de destino turístico inteligente -DTI-?". Esta pregunta arrojó los siguientes resultados:

Sí: 62,8%

No: 25,7%

No estoy seguro/a: 11,5%



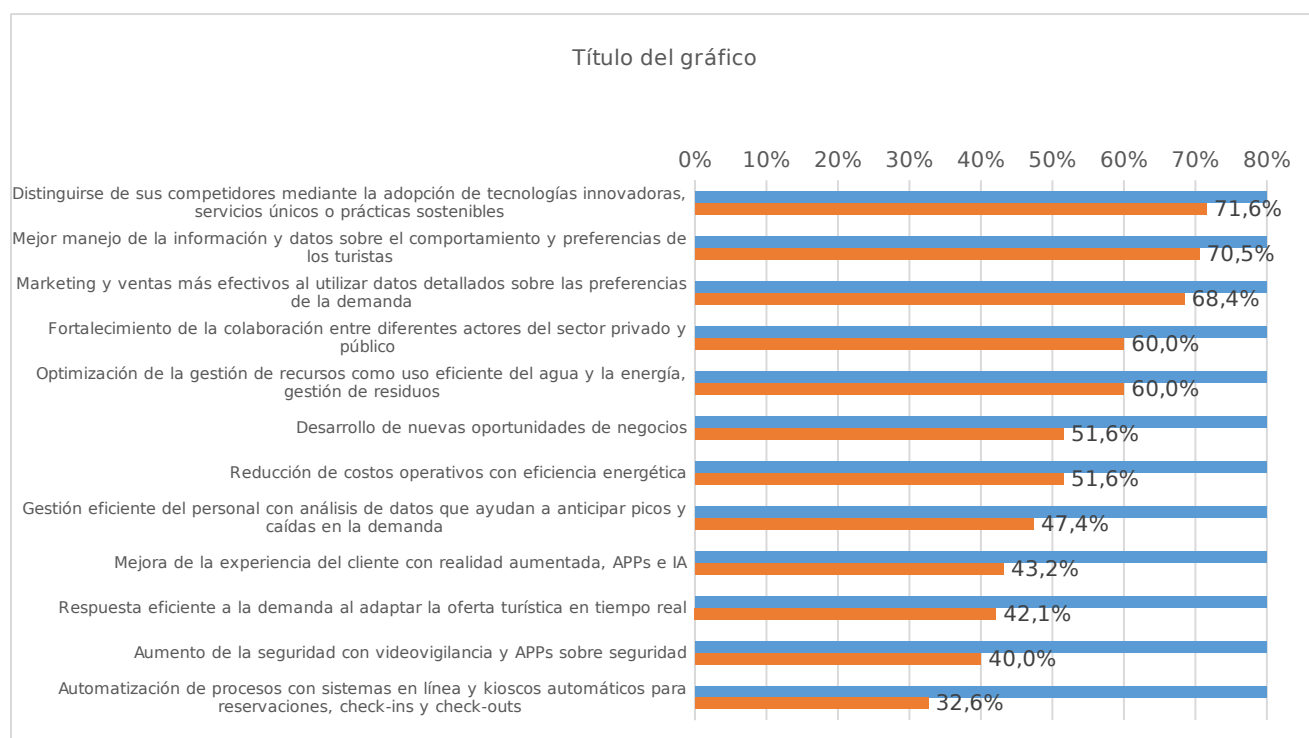
Estos resultados muestran una notable familiaridad con el concepto de DTI, aunque también revelan que aproximadamente un 37,2% de los encuestados no están completamente al tanto de este concepto o no tienen certeza sobre su conocimiento. Esto subraya la necesidad de más campañas de educación y concienciación para asegurar que todos los actores relevantes comprendan el potencial y las ventajas de los DTI.

De las entrevistas con informantes clave surge que la gran mayoría tenía amplio conocimiento del concepto de destino turístico inteligente, aunque en algunos casos se tiende a mezclar con el de ciudades inteligentes que tiene bastante similitud y amplia difusión.

Beneficios Percibidos por los Empresarios Turísticos

Los empresarios turísticos encuestados identificaron varios beneficios clave asociados con formar parte de un DTI. Entre los principales beneficios mencionados se encuentran (el % expresa la frecuencia en que esa opción fue seleccionada por los encuestados):

- Distinguirse de sus competidores mediante la adopción de tecnologías innovadoras, servicios únicos o prácticas sostenibles: 71,6%
- Mejor manejo de la información y datos sobre el comportamiento y preferencias de los turistas: 70,5%
- Marketing y ventas más efectivos al utilizar datos detallados sobre las preferencias de la demanda: 68,4%
- Fortalecimiento de la colaboración entre diferentes actores del sector privado y público: 60,0%
- Optimización de la gestión de recursos como uso eficiente del agua y la energía, gestión de residuos: 60,0%
- Desarrollo de nuevas oportunidades de negocios: 51,6%
- Reducción de costos operativos con eficiencia energética: 47,7%
- Gestión eficiente del personal con análisis de datos que ayudan a anticipar picos y caídas en la demanda: 43,2%
- Mejora de la experiencia del cliente con realidad aumentada, APPs e IA: 43,2%
- Respuesta eficiente a la demanda al adaptar la oferta turística en tiempo real: 42,1%
- Aumento de la seguridad con videovigilancia y APPs sobre seguridad: 40,0%
- Automatización de procesos con sistemas en línea y kioscos automáticos para reservaciones, check-ins y check-outs: 32,6%



De las entrevistas realizadas con informantes clave, se pueden identificar varios beneficios percibidos por los empresarios turísticos en la implementación de destinos turísticos inteligentes (DTI). Estos beneficios se agrupan en diversas áreas clave, como la inversión, la colaboración público-privada, la sostenibilidad, la tecnología y la

gobernanza. A continuación, se detallan los beneficios más destacados, rankeados por importancia que surgen de las entrevistas:

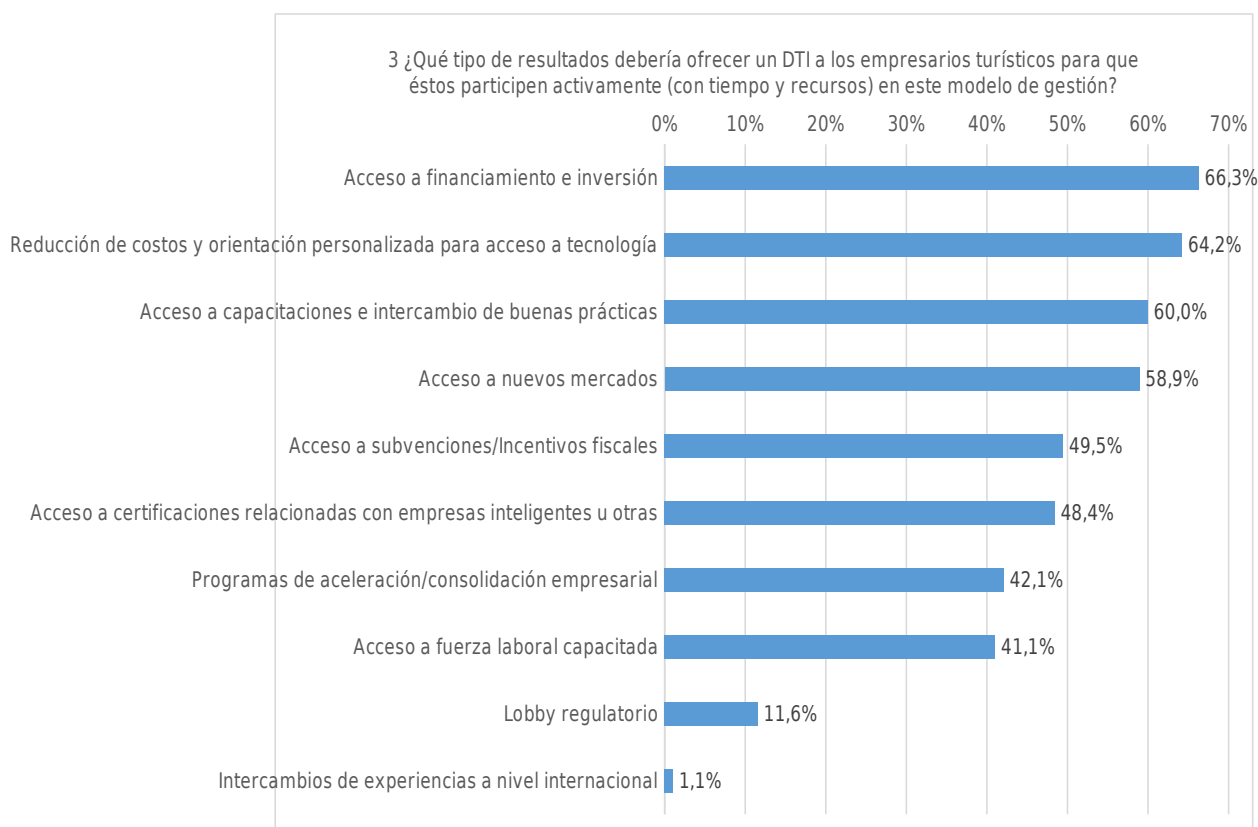
1. Mejora de la Competitividad y Rentabilidad:
 - o Retorno de la Inversión: Los empresarios perciben que invertir en DTI puede ser altamente rentable debido a la mejora en la experiencia del turista y la eficiencia operativa, lo cual incrementa el retorno de la inversión.
 - o Atractivo Financiero: Proyectos bien estructurados y atractivos financieramente son más propensos a atraer capital privado, beneficiando así a toda la cadena de valor del turismo.
2. Colaboración y Coordinación:
 - o Participación Activa: La colaboración entre el sector público y privado facilita la implementación de infraestructuras y servicios esenciales que benefician tanto a los turistas como a la comunidad local.
 - o Gobernanza Eficaz: Una estructura de gobernanza sólida y a largo plazo asegura la continuidad y eficacia de las políticas y proyectos, evitando los problemas asociados con los ciclos políticos cortos.
3. Seguridad y Sostenibilidad:
 - o Mejora en Seguridad: La inversión en sistemas de videovigilancia y gestión de contingencias mejora la seguridad en los destinos turísticos, lo cual es fundamental para atraer y retener visitantes.
 - o Prácticas Sostenibles: La adopción de prácticas sostenibles y la obtención de certificaciones ambientales no solo cumplen con las regulaciones actuales sino que también mejoran la imagen del destino, haciéndolo más atractivo para un turismo responsable.
4. Adopción de Tecnologías y Digitalización:
 - o Transformación Digital: La digitalización de operaciones y servicios turísticos mejora la eficiencia operativa y la experiencia del cliente, lo cual es un incentivo fuerte para la adopción de tecnologías avanzadas.
 - o Big Data y Análisis: El uso de Big Data permite una mejor gestión de los destinos turísticos, optimizando la planificación urbana y respondiendo proactivamente a las necesidades y comportamientos de los turistas.
5. Redes y Compartición de Conocimientos:
 - o Mejores Prácticas: Participar en redes de DTI permite a los empresarios compartir mejores prácticas y evitar la duplicación de esfuerzos, aprendiendo de los éxitos y errores de otros destinos.
 - o Innovación Continua: La colaboración y el intercambio de conocimientos fomentan la innovación continua, adaptando soluciones específicas a las características de cada destino turístico.

Resultados Esperados de un DTI

Para que los empresarios turísticos participen activamente en un DTI, es esencial que vean resultados tangibles y beneficios claros. Los resultados esperados más valorados incluyen:

- Acceso a financiamiento e inversión: 66,3%
- Reducción de costos y orientación personalizada para acceso a tecnología: 64,2%

- Acceso a capacitaciones e intercambio de buenas prácticas: 60,0%
- Acceso a nuevos mercados: 58,9%
- Acceso a subvenciones/Incentivos fiscales: 49,5%
- Acceso a certificaciones relacionadas con empresas inteligentes u otras: 48,4%
- Programas de aceleración/consolidación empresarial: 42,1%
- Acceso a fuerza laboral capacitada: 41,1%
- Lobby regulatorio: 11,6%
- Intercambios de experiencias a nivel internacional: 1,1%



Los entrevistados han señalado varios resultados esperados clave para que los empresarios turísticos participen activamente en un Destino Turístico Inteligente (DTI). Estos resultados se centran en beneficios tangibles y claros que pueden mejorar la competitividad, la sostenibilidad y la eficiencia operativa. A continuación se resumen estos puntos:

1. Acceso a Financiamiento e Inversión:
 - o Blend Financing y Apoyo Internacional: Se espera que los DTI puedan atraer financiamiento mixto (público y privado) y obtener apoyo de instituciones internacionales como el BID, facilitando la ejecución de proyectos ambiciosos y sostenibles.
 - o Incentivos Fiscales: Implementar incentivos fiscales y reformas legales que promuevan inversiones sustentables, como la Ley de la Bolsa Mexicana de Valores que fomenta las inversiones en proyectos sostenibles.
2. Reducción de Costos y Orientación Personalizada para Acceso a Tecnología:
 - o Adopción de Big Data y Sensores: Utilizar tecnologías avanzadas como sensores y sistemas de Big Data para monitorear y gestionar eficientemente la demanda turística, la planificación urbana y los flujos de visitantes.

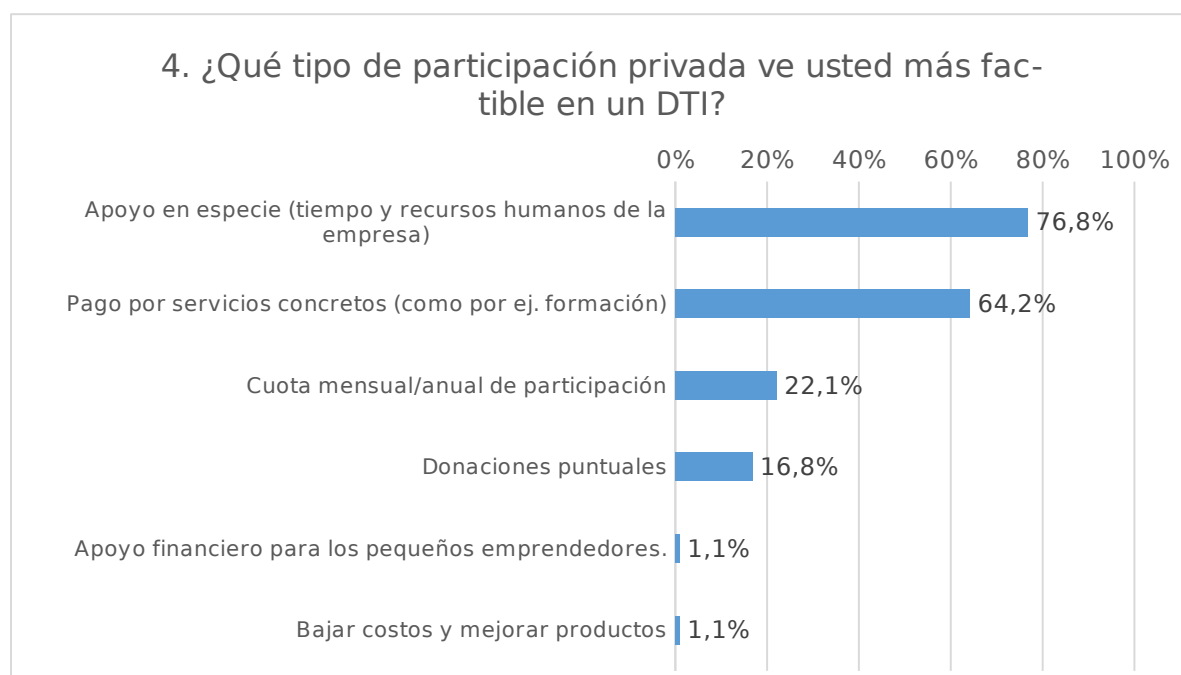
- o Modelos de Negocio Flexibles: Crear modelos de negocio que se adapten a las necesidades específicas de las empresas tecnológicas y que demuestren claramente el retorno de la inversión y los beneficios económicos.
3. Acceso a Capacitaciones e Intercambio de Buenas Prácticas:
- o Capacitación en Nuevas Tecnologías: Invertir en la capacitación de los colaboradores en el uso de nuevas tecnologías y prácticas sustentables es esencial para que todos en la organización comprendan y apoyen estas iniciativas.
 - o Formación y Capacitación: Ofrecer programas de formación y capacitación para profesionales del turismo y la gestión urbana es clave para el desarrollo de habilidades necesarias en DTI.
4. Acceso a Nuevos Mercados:
- o Sostenibilidad y Accesibilidad: La mejora en la sostenibilidad y la accesibilidad no solo cumple con las regulaciones ambientales, sino que también mejora la imagen del destino, haciéndolo más atractivo para un turismo responsable y accesible.
5. Acceso a Certificaciones y Bonos Temáticos:
- o Certificaciones y Bonos Verdes: Adoptar certificaciones y etiquetados que reconozcan las prácticas sustentables puede facilitar el acceso a financiamiento con mejores condiciones y mejorar la competitividad del destino.
6. Programas de Aceleración/Consolidación Empresarial:
- o Centros de Innovación y Excelencia: Establecer centros de innovación que fomenten la colaboración entre arte, ciencia y tecnología, promoviendo el desarrollo de habilidades necesarias para la implementación de tecnologías inteligentes.
7. Lobby Regulatorio:
- o Colaboración Público-Privada: Fomentar una mayor coordinación entre el sector privado y el gobierno para establecer políticas y protocolos que apoyen la sustentabilidad y la creación de DTI.
8. Intercambios de Experiencias a Nivel Internacional:
- o Mejores Prácticas Internacionales: Participar en redes internacionales de DTI para acceder a mejores prácticas y lecciones aprendidas, ayudando en la implementación de soluciones adaptadas a las características específicas de cada destino turístico.
 - o Participación en Redes Internacionales: Unirse a redes internacionales de DTI para acceder a mejores prácticas y lecciones aprendidas, ayudando en la implementación de soluciones adaptadas a las características específicas de cada destino turístico.

Tipos de Participación Privada en un DTI

La encuesta también exploró las formas más factibles de participación privada en los DTI. Las opciones más valoradas incluyen:

- Apoyo en especie (tiempo y recursos humanos de la empresa): 76,8%
- Pago por servicios concretos (como por ej. formación): 64,2%
- Cuota mensual/anual de participación: 22,1%
- Donaciones puntuales: 16,8%

- Apoyo financiero para los pequeños emprendedores: 1,1%
- Bajar costos y mejorar productos: 1,1%



De las entrevistas surgen una serie de temas relacionados con la forma de participación del sector privado en los DTI:

Apoyo en Especie (Tiempo y Recursos Humanos de la Empresa):

- Varios entrevistados mencionan la importancia de involucrar a altos ejecutivos y expertos de la industria en los proyectos de DTI para asegurar su éxito. Esto implica un compromiso significativo en términos de tiempo y recursos humanos por parte de las empresas.

Pago por Servicios Concretos (Como Formación):

- La capacitación en nuevas tecnologías y prácticas sostenibles es un área clave. Las empresas están dispuestas a pagar por servicios concretos como la formación para asegurar que sus colaboradores entiendan y apoyen las iniciativas de DTI.

Donaciones Puntuales:

- Las donaciones puntuales pueden ser facilitadas mediante la presentación de proyectos insignia bien estructurados y con un impacto claro y medible. Los entrevistados sugieren que demostrar casos de éxito y evidencias de retorno puede incentivar este tipo de apoyo.

Apoyo Financiero para los Pequeños Emprendedores:

- Apoyar financieramente a pequeños emprendedores es visto como una forma de responsabilidad social empresarial. Las grandes empresas podrían financiar certificaciones y poner fondos significativos para asegurar la sustentabilidad de los DTI.

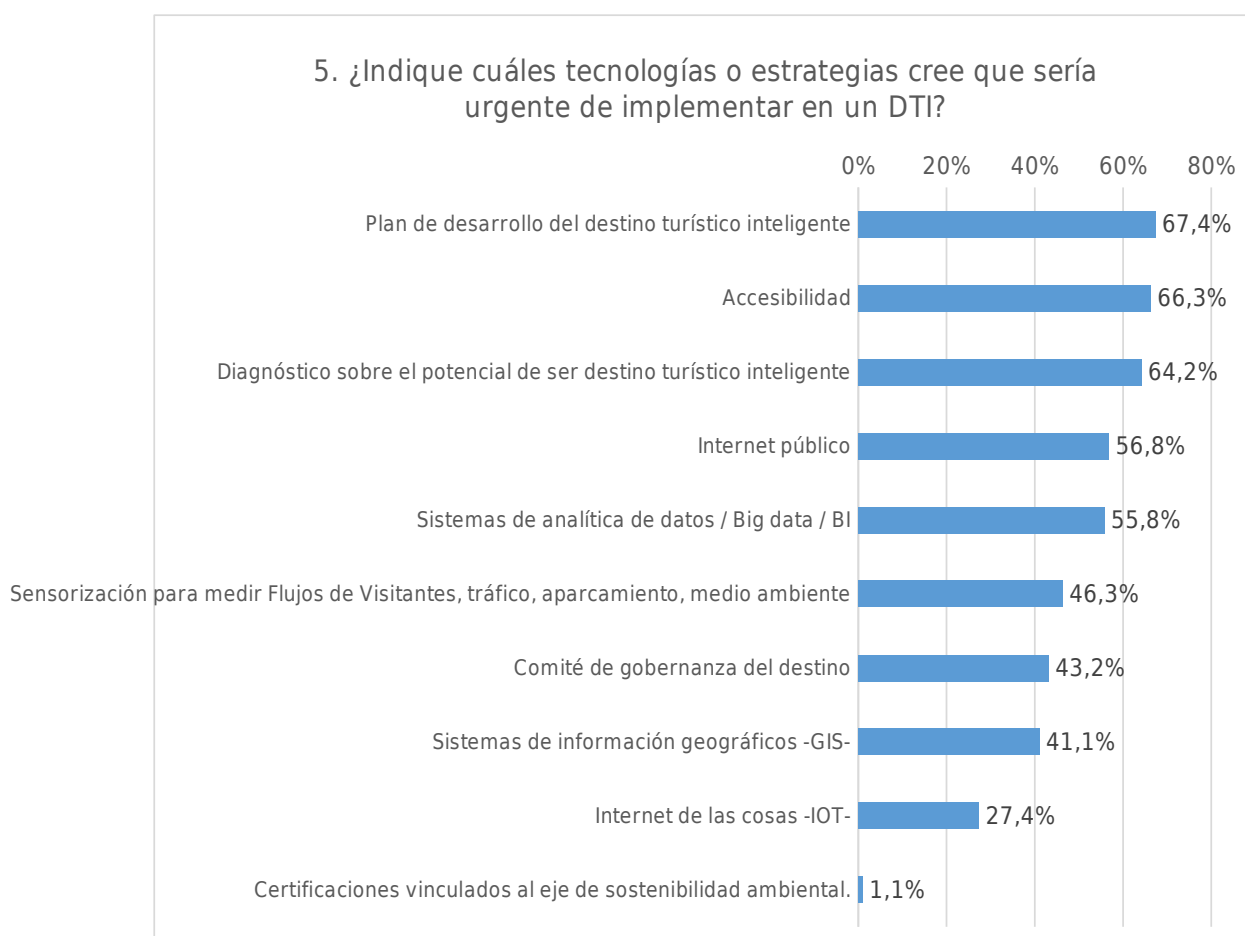
Bajar Costos y Mejorar Productos:

- Invertir en tecnologías avanzadas y modelos de negocio innovadores puede ayudar a reducir costos y mejorar productos. Los entrevistados destacan la necesidad de adoptar tecnologías como sensores y sistemas de Big Data para mejorar la eficiencia operativa y la planificación urbana en los destinos turísticos .

Tecnologías y Estrategias Urgentes para Implementar en un DTI

Para maximizar el impacto de los DTI, es esencial implementar ciertas tecnologías y estrategias de manera urgente. Las más prioritarias según la encuesta son:

- Plan de desarrollo del destino turístico inteligente: 67,4%
- Accesibilidad: 66,3%
- Diagnóstico sobre el potencial de ser destino turístico inteligente: 64,2%
- Internet público: 56,8%
- Sistemas de analítica de datos / Big data / BI: 55,8%
- Sensorización para medir flujos de visitantes, tráfico, aparcamiento, medio ambiente: 46,3%
- Comité de gobernanza del destino: 43,2%
- Sistemas de información geográficos (GIS): 41,1%
- Internet de las cosas (IoT): 27,4%
- Certificaciones vinculadas al eje de sostenibilidad ambiental: 1,1%



De acuerdo con las entrevistas, se pueden priorizar las tecnologías y estrategias de la siguiente manera, basándose en la frecuencia y el énfasis con que fueron mencionadas por los informantes clave:

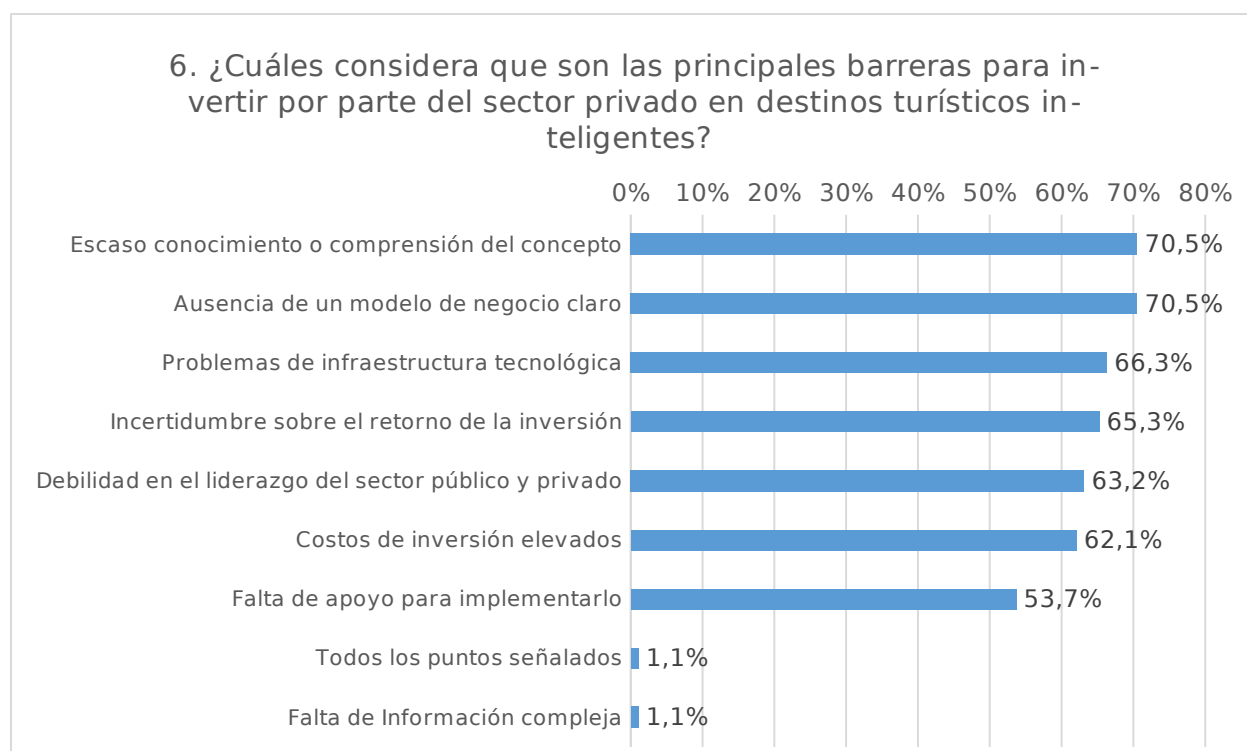
1. Comité de Gobernanza del Destino:
 - o La gobernanza eficaz es vista como fundamental para la cooperación y coordinación entre todos los actores involucrados en el destino turístico. La formación de comités y consejos con representantes del gobierno, el sector privado y la comunidad local es prioritaria para asegurar una planificación y ejecución coherente y sostenible.
2. Diagnóstico sobre el Potencial de Ser Destino Turístico Inteligente:

- o Realizar diagnósticos detallados para identificar las necesidades específicas y el potencial del destino es importante para una planificación efectiva y alineada con los principios de un DTI.
3. Plan de Desarrollo del Destino Turístico Inteligente:
 - o Desarrollar un plan estratégico específico para el destino turístico inteligente es crucial. Este plan debe incluir todas las áreas de intervención y asegurar la coherencia y sostenibilidad de las acciones a largo plazo, alineando las inversiones existentes con los principios de un DTI.
 4. Accesibilidad:
 - o Mejorar la accesibilidad en todo el destino, no solo en hoteles, es considerado una prioridad para hacer que el destino sea amigable para personas con discapacidad. Iniciativas como la colaboración con la organización Open Doors (acuerdo firmado por el Cluster Turístico Romana Bayahibe de la Rep. Dominicana) buscan implementar cambios significativos en este aspecto.
 5. Sensorización para Medir Flujos de Visitantes, Tráfico, Aparcamiento, Medio Ambiente:
 - o Implementar sistemas de tráfico y movilidad inteligentes para mejorar el flujo vehicular y reducir la congestión es crucial. La sensorización permite un monitoreo eficiente y una gestión proactiva de los recursos del destino.
 6. Sistemas de Analítica de Datos / Big Data / BI:
 - o Utilizar sistemas de analítica de datos y Big Data es esencial para optimizar la gestión de destinos turísticos y responder de manera proactiva a las necesidades y comportamientos de los turistas. Esto permite una planificación más informada y eficaz.
 7. Internet Público:
 - o Mejorar la conectividad y cobertura de internet en todo el destino es una prioridad para asegurar que los visitantes tengan acceso a información y servicios digitales de manera eficiente.
 8. Sistemas de Información Geográficos (GIS):
 - o Emplear sistemas de información geográfica para la planificación y gestión eficiente del territorio es importante, pero se menciona con menor frecuencia que las tecnologías y estrategias anteriores.

Principales Barreras para la Inversión Privada en DTI

Identificar y superar las barreras para la inversión es crucial para el desarrollo de los DTI. Las principales barreras identificadas por los encuestados son:

- Escaso conocimiento o comprensión del concepto: 70,5%
- Ausencia de un modelo de negocio claro: 70,5%
- Problemas de infraestructura tecnológica: 66,3%
- Incertidumbre sobre el retorno de la inversión: 65,3%
- Debilidad en el liderazgo del sector público y privado: 63,2%
- Costos de inversión elevados: 62,1%
- Falta de apoyo para implementarlo: 53,7%
- Todos los puntos señalados: 1,1%
- Falta de información compleja: 1,1%



De las entrevistas realizadas con informantes clave, se identifican las siguientes barreras principales para la inversión del sector privado en destinos turísticos inteligentes (DTI), ordenadas por la frecuencia y el énfasis con que fueron mencionadas:

1. Ausencia de un Modelo de Negocio Claro:

- o La falta de modelos de negocio claros y flexibles que alineen los objetivos de las empresas tecnológicas con los principios de los DTI se menciona como una de las principales barreras. Es crucial que los proyectos demuestren claramente el retorno de inversión y los beneficios económicos a largo plazo.
- o Incompatibilidad de Modelos de Negocio: Se indica que los modelos de negocio tradicionales no se alinean bien con los objetivos de corto plazo de las empresas tecnológicas. Es crucial desarrollar modelos económicos claros y flexibles que demuestren el retorno de la inversión y los beneficios económicos.

2. Costos de Inversión Elevados:

- o Los costos de implementación de un DTI, especialmente siguiendo modelos internacionales como el de Segittur de España, pueden ser prohibitivos para muchos destinos. La falta de subsidios y recursos adecuados es una barrera significativa.

3. Incertidumbre sobre el Retorno de la Inversión:

- o Existe una incertidumbre considerable sobre el retorno de la inversión en proyectos de DTI, lo que desalienta a las empresas privadas a comprometer recursos significativos sin una clara evidencia de beneficios económicos.

- o La desconfianza hacia el sector turístico por parte de las empresas tecnológicas, que prefieren invertir en sectores más sólidos por ej. como salud y seguridad, es una barrera significativa.

4. Falta de Apoyo para Implementarlo:

- o La falta de apoyo tanto financiero como técnico para la implementación de DTI es una barrera crítica. Se destaca la necesidad de financiamiento mixto y apoyo de instituciones internacionales para superar estas dificultades.

5. Debilidad en el Liderazgo del Sector Público y Privado:

- o La debilidad en el liderazgo y la falta de continuidad en las políticas públicas dificultan la implementación exitosa de DTI. Cambios frecuentes en la administración y la falta de una visión a largo plazo son problemas recurrentes.

6. Escaso Conocimiento o Comprensión del Concepto:

- o El desconocimiento y la falta de comprensión del concepto de DTI entre los empresarios y funcionarios públicos impiden que se aprovechen las oportunidades y beneficios de estos proyectos.

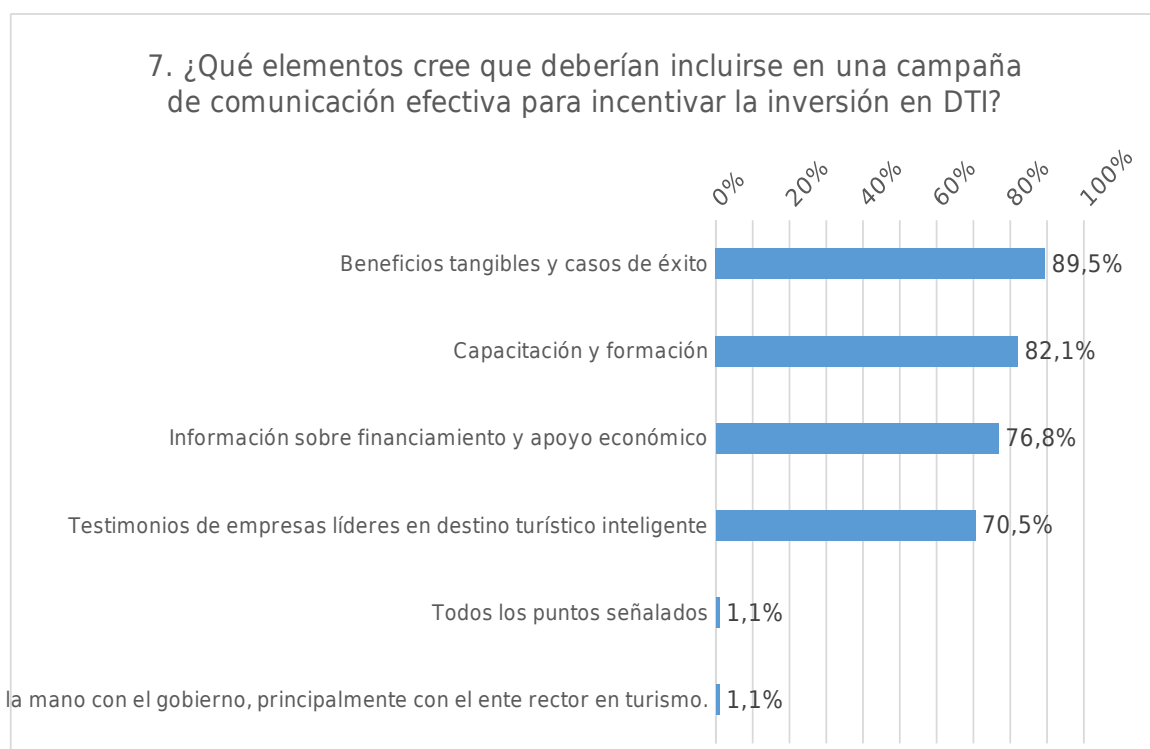
7. Problemas de Infraestructura Tecnológica:

- o Las dificultades en la infraestructura tecnológica, como la necesidad de interoperabilidad entre diferentes sistemas y equipos, también se mencionan como barreras importantes.

Elementos Clave para una Campaña de Comunicación Efectiva para incentivar la inversión en DTI?

Para incentivar la inversión en DTI, es fundamental diseñar una campaña de comunicación efectiva. Los elementos más importantes identificados en la encuesta son:

- Beneficios tangibles y casos de éxito: 89,5%
- Capacitación y formación: 82,1%
- Información sobre financiamiento y apoyo económico: 76,8%
- Testimonios de empresas líderes en destino turístico inteligente: 70,5%
- Todos los puntos señalados: 1,1%
- Trabajar de la mano con el gobierno, principalmente con el ente rector en turismo: 1,1%



De las entrevistas realizadas, se destacan varios elementos clave que deberían incluirse en una campaña de comunicación efectiva para incentivar la inversión en Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Aquí se presentan estos elementos ordenados según su prioridad en las entrevistas:

1. Beneficios Tangibles y Casos de Éxito:

- o Evidencia de Retorno: Mostrar casos de éxito de otras ciudades que han implementado DTI y demostrar el retorno de inversión y los beneficios alcanzados es fundamental para convencer a las grandes corporaciones tecnológicas.
- o Casos Comprobados: Resaltar cómo los proyectos de DTI pueden ser innovadores y, al mismo tiempo, sostenibles y rentables, asegurando que las empresas tecnológicas vean el valor a largo plazo.

2. Capacitación y Formación:

- o Capacitación en Nuevas Tecnologías: Invertir en la capacitación de los colaboradores en el uso de nuevas tecnologías y prácticas sustentables para asegurar que todos en la organización comprendan y apoyen estas iniciativas.
- o Educación y Sensibilización: Aumentar la conciencia y comprensión entre los empresarios y funcionarios gubernamentales sobre los beneficios y la importancia de los DTI.

3. Información sobre Financiamiento y Apoyo Económico:

- o Blend Financing y Apoyo Internacional: Explorar modelos de financiamiento mixto y obtener apoyo de instituciones internacionales para facilitar la ejecución de proyectos de DTI.
- o Incentivos Fiscales y Bonos Verdes: Aprovechar incentivos fiscales y la emisión de bonos sociales, verdes y sustentables para fomentar inversiones sustentables en proyectos de DTI.

4. Testimonios de Empresas Líderes en Destino Turístico Inteligente:

- o Participación de Líderes del Sector: Involucrar a altos ejecutivos y representantes de empresas que han tenido éxito en la implementación de DTI para compartir sus experiencias y resultados.
 - o Casos de Empresas Ancla: Mostrar cómo empresas ancla han liderado proyectos de DTI exitosamente y los beneficios obtenidos.
5. Otro:
- o Gobernanza y Colaboración Público-Privada: Fomentar la formación de comités de gobernanza y la colaboración entre el sector público y privado para asegurar la alineación de objetivos y la sostenibilidad a largo plazo de los proyectos de DTI.
 - o Diagnósticos y Planificación: Realizar diagnósticos detallados y desarrollar planes de acción claros para identificar las necesidades específicas y alinear las inversiones existentes con los principios de un DTI.

Temas generales que le preocupan de su destino turístico que están obstaculizando su desempeño empresarial

Los encuestados respondieron la pregunta abierta con diversas menciones. Agrupadas de manera de poder sistematizarlas, arroja el siguiente resultado (En el Anexo C se amplía esta organización de las respuestas):

Resumen de Temas Generales y Comentarios Adicionales sobre Destinos Turísticos Inteligentes

1. Accesibilidad y Conectividad

Preocupa la falta de personal capacitado, la mala conectividad tecnológica y aérea, y las deficiencias en la infraestructura básica y vial.

Hay obstáculos en la implementación de transporte accesible debido a problemas de infraestructura y equipamiento.

2. Capacitación y Educación

Se identificó una falta general de capacitación en temas tecnológicos y de información, así como una necesidad de educación en el manejo de nuevas tecnologías y redes sociales.

Es esencial fortalecer las capacidades tecnológicas y proporcionar formación continua.

3. Infraestructura y Desarrollo Urbano

La infraestructura urbana es deficiente, incluyendo problemas de drenaje, seguridad y conservación del patrimonio.

Se necesita mayor inversión en servicios básicos y una mejor planificación urbana para evitar problemas como el tráfico y la falta de caminos adecuados.

4. Financiamiento y Economía

Hay dificultades para acceder a financiamiento y recursos financieros, además de altos costos laborales y fiscales que afectan a los emprendedores.

La temporada turística corta y la falta de inversión afectan negativamente la rentabilidad.

5. Gobernanza y Políticas Públicas

Se observa una falta de compromiso y continuidad en las políticas públicas, así como problemas con la burocracia y la normativa.

De las entrevistas realizadas con informantes clave surge información relevante en esta temática, que se presenta ordenada por priorización en las respuestas:

1 Desconocimiento y Percepción de Inversión como Gasto:

- Los pequeños empresarios no comprenden completamente los beneficios de invertir en iniciativas que transformen el destino en un DTI. Ven cualquier inversión como un gasto en lugar de una oportunidad para mejorar la competitividad y obtener un retorno.

2 Debilidad Institucional y Falta de Gobernanza:

- En algunos destinos, hay una falta general de institucionalidad y cooperación entre diferentes actores y niveles de gobierno, lo que afecta la capacidad de implementar y mantener proyectos de DTI de manera efectiva.
- Es crucial fortalecer la estructura de gobernanza para asegurar la participación y la cooperación entre todos los actores del clúster turístico.

3 Falta de Coordinación y Conexión:

- Muchas inversiones en sostenibilidad y accesibilidad ya se están realizando, pero de manera unilateral. No están coordinadas bajo una estructura común de DTI, lo que impide maximizar los beneficios potenciales.

4 Seguridad:

- Las empresas están haciendo inversiones significativas en su propia seguridad debido a la falta de garantías por parte de los municipios o la parte gubernamental, lo cual es indispensable para la actividad turística.

5 Recursos Limitados y Prioridades Desalineadas:

- Aunque hay inversiones en sostenibilidad, accesibilidad y otras áreas, no siempre están alineadas con las prioridades y metodologías específicas de los DTI. Esto puede resultar en inversiones que no contribuyen directamente a los objetivos de un DTI.

6 Problemas de Infraestructura Tecnológica:

- La falta de interoperabilidad entre diferentes sistemas y equipos es una barrera importante. Es necesario un plan de interoperabilidad tecnológica para garantizar la compatibilidad y eficiencia.

7 Incertidumbre sobre el Retorno de la Inversión:

- La desconfianza hacia el sector turístico por parte de las empresas tecnológicas, que prefieren invertir en sectores más sólidos como salud y seguridad, es una barrera significativa.

8 Necesidad de Diagnóstico y Planificación:

- Es fundamental realizar diagnósticos detallados y desarrollar planes de acción claros para identificar las necesidades específicas y alinear las inversiones existentes con los principios de un DTI.

9 Educación y Sensibilización:

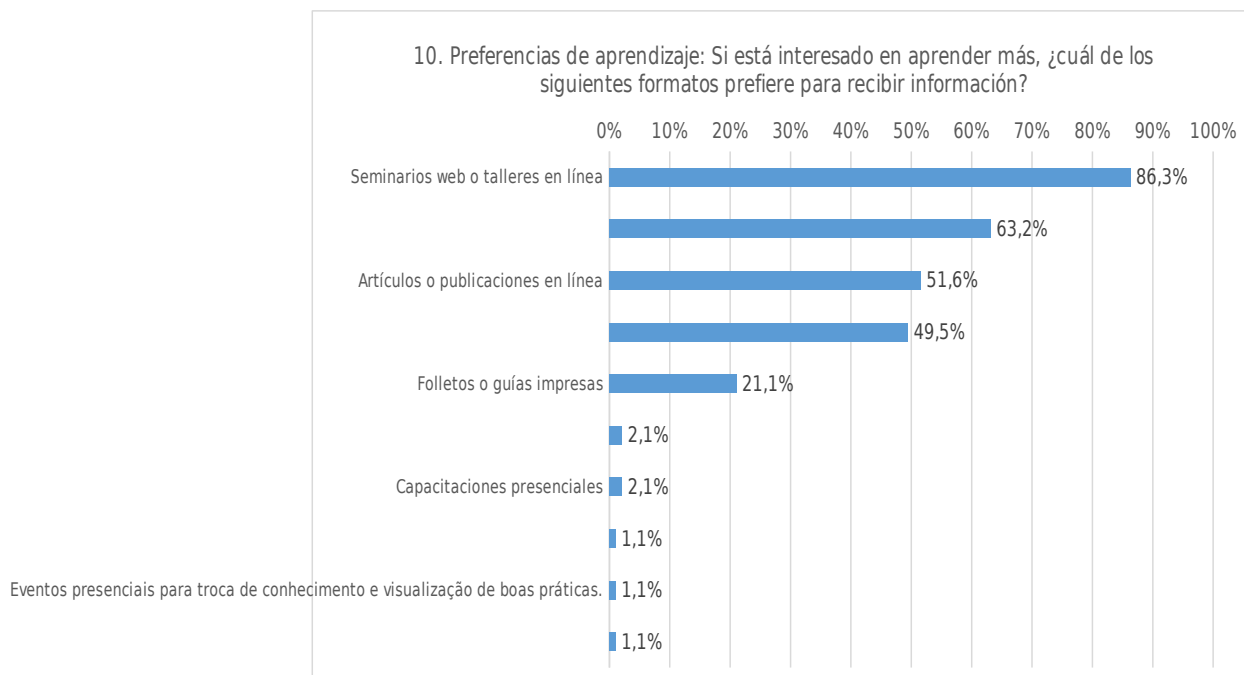
- Hay una necesidad de educar y sensibilizar a todos los actores involucrados sobre los beneficios y la importancia de los DTI. Esto incluye tanto al sector privado como a las autoridades gubernamentales.

Preferencias de Aprendizaje

Comprender las preferencias de aprendizaje de los empresarios es crucial para diseñar programas educativos efectivos. Según la encuesta, las preferencias son:

- Seminarios web o talleres en línea: 86,3%

- Videos educativos: 63,2%
- Artículos o publicaciones en línea: 51,6%
- Foros: 49,5%
- Folletos o guías impresas: 21,1%
- Talleres presenciales: 2,1%
- Capacitaciones presenciales: 2,1%
- Asesoramiento personalizado RNT: 1,1%
- Eventos presenciales para intercambio de conocimiento: 1,1%
- Capacitación online: 1,1%



Las respuestas de los entrevistados sobre esta temática indica las siguiente preferencias:

Seminarios Web o Talleres en Línea:

- Alta Preferencia: Los entrevistados muestran una fuerte preferencia por los seminarios web y talleres en línea como formato de aprendizaje. Este formato permite la participación interactiva y ofrece flexibilidad en términos de tiempo y ubicación.

Capacitación y Formación:

- Importancia de la Capacitación: Se enfatiza la importancia de la capacitación continua para todos los niveles de la organización, desde los colaboradores hasta los directivos. La formación en nuevas tecnologías y prácticas sustentables es crucial para asegurar la comprensión y apoyo a las iniciativas de DTI.

Artículos o Publicaciones en Línea:

- Acceso a Información Actualizada: Los artículos y publicaciones en línea son valorados por su accesibilidad y la posibilidad de mantenerse actualizado con las últimas tendencias y prácticas en DTI.

Videos Educativos:

- Formatos Visuales y Atractivos: Los videos educativos son mencionados como una herramienta efectiva para transmitir información de manera visual y atractiva, facilitando el aprendizaje a través de ejemplos prácticos y demostraciones.

Foros:

- Intercambio de Experiencias: Los foros permiten el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre diferentes actores del sector turístico, fomentando la colaboración y el aprendizaje mutuo.

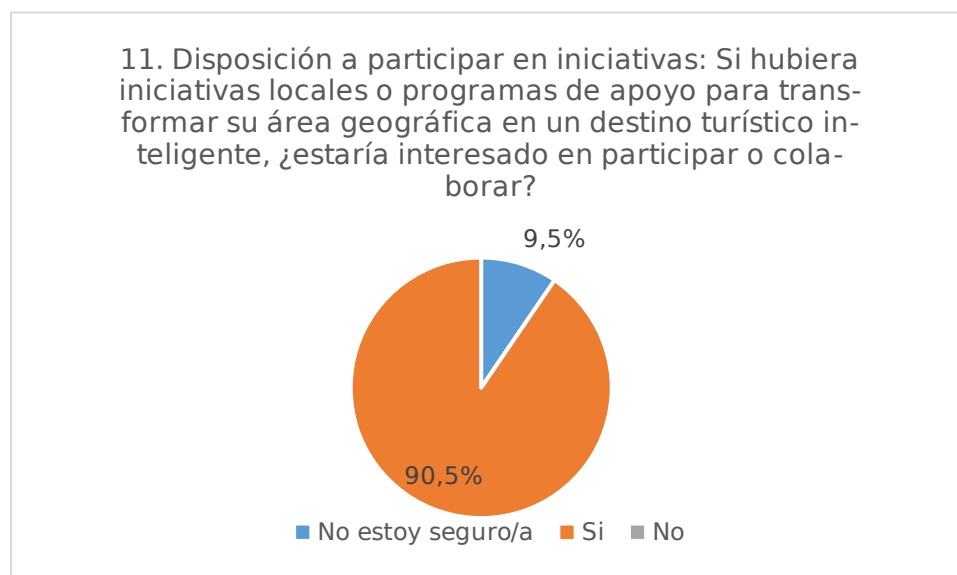
Otro (Gobernanza y Colaboración Público-Privada):

- Colaboración y Gobernanza: Se destaca la importancia de establecer estructuras de gobernanza y colaboración entre el sector público y privado para asegurar la efectividad de los programas de aprendizaje y la implementación de DTI.

Disposición a Participar en Iniciativas de DTI

La disposición a participar en iniciativas locales o programas de apoyo es alta entre los encuestados:

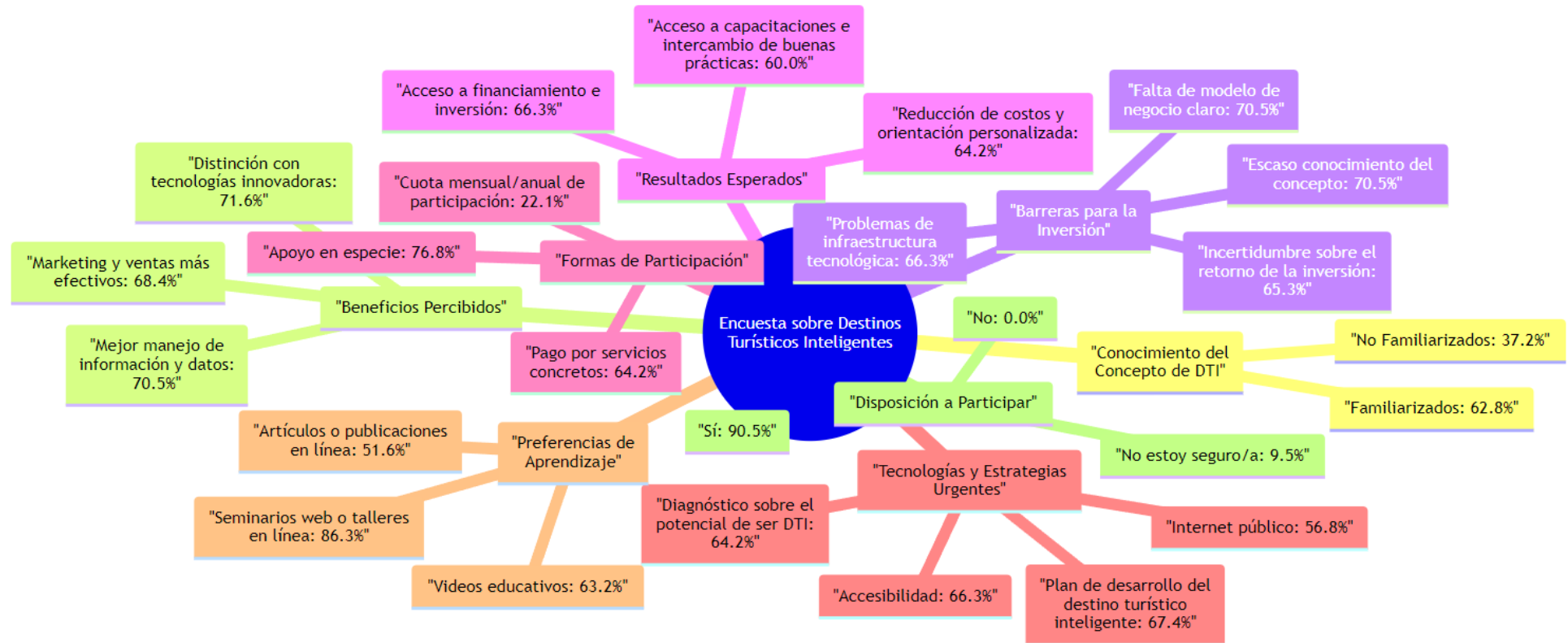
- Sí: 90.5%
- No estoy seguro/a: 9.5%
- No: 0.0%



En general, la mayoría de los informante clave entrevistados muestran una disposición positiva hacia la participación en iniciativas locales para transformar sus áreas en Destinos Turísticos Inteligentes. Algunos indican un interés condicionado a ciertos factores como la claridad del modelo de negocio y el apoyo institucional. Esto sugiere que con una adecuada planificación, comunicación y apoyo, es probable que se pueda conseguir una participación significativa del sector privado en estos proyectos.

Estudio para Identificar los determinantes de adhesión por parte de los actores privados a los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), con objeto de incrementar su participación en la Red DTI de Latinoamérica

Resumen de los Resultados de la Encuesta



Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

El estudio sobre Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) llevado a cabo por el Banco Interamericano de Desarrollo ha revelado una serie de conclusiones fundamentales sobre los factores que determinan la participación del sector privado en estos proyectos en Latinoamérica. A continuación, se presentan las principales conclusiones del estudio, organizadas por temas clave.

Conocimiento y Comprensión del Concepto de DTI

El estudio mostró que, aunque una mayoría significativa de los encuestados (62.8%) está familiarizada con el concepto de DTI, todavía existe un considerable porcentaje (37.2%) que no está completamente al tanto o no tiene certeza sobre su conocimiento. Esto subraya la necesidad de más campañas de educación y concienciación para asegurar que todos los actores relevantes comprendan el potencial y las ventajas de los DTI. Las entrevistas con informantes clave también indican que, aunque el concepto es conocido, a menudo se confunde con el de ciudades inteligentes, lo que sugiere una necesidad de diferenciación y claridad en la comunicación.

Barreras para la Inversión Privada

Las principales barreras identificadas para la inversión del sector privado en DTI incluyen la ausencia de modelos de negocio claros, los altos costos de inversión, la incertidumbre sobre el retorno de la inversión y la falta de apoyo tanto financiero como técnico para la implementación de estos proyectos. Además, la debilidad en el liderazgo del sector público y privado y los problemas de infraestructura tecnológica se mencionan como obstáculos críticos. Estas barreras deben abordarse de manera integral para fomentar una mayor participación del sector privado en el desarrollo de DTI.

Beneficios Percibidos

Los empresarios turísticos encuestados identificaron varios beneficios clave asociados con formar parte de un DTI. Entre los principales beneficios mencionados se encuentran la posibilidad de distinguirse de sus competidores mediante la adopción de tecnologías innovadoras, un mejor manejo de la información y datos sobre el comportamiento y preferencias de los turistas, marketing y ventas más efectivos, y la optimización de la gestión de recursos. Estos beneficios indican que, una vez superadas las barreras iniciales, los empresarios perciben un alto valor en la transformación hacia un DTI.

Resultados Esperados de un DTI

Para que los empresarios turísticos participen activamente en un DTI, es esencial que vean resultados tangibles y beneficios claros. Los resultados esperados más valorados incluyen el acceso a financiamiento e inversión, la reducción de costos y la orientación personalizada para el acceso a tecnología, el acceso a capacitaciones e intercambio de buenas prácticas, y la posibilidad de acceder a nuevos mercados. Estos resultados demuestran la importancia de ofrecer beneficios concretos y medibles para fomentar la participación activa del sector privado.

Preferencias de Aprendizaje

En cuanto a las preferencias de aprendizaje, los entrevistados mostraron una fuerte inclinación por los seminarios web y talleres en línea, seguidos de videos educativos y artículos o publicaciones en línea. Esta preferencia por los formatos digitales y visuales sugiere que las futuras iniciativas de capacitación deberían centrarse en estos métodos para maximizar el alcance y la efectividad.

Formas de Participación Privada

Las formas de participación privada más factibles en los DTI, según los encuestados, incluyen el apoyo en especie (tiempo y recursos humanos de la empresa), el pago por servicios concretos como la formación, y las donaciones puntuales. Estas formas de participación reflejan la disposición de las empresas a contribuir con recursos y tiempo, así como su interés en recibir capacitación específica para apoyar las iniciativas de DTI.

Tecnologías y Estrategias Urgentes

Las tecnologías y estrategias consideradas urgentes de implementar en un DTI incluyen la creación de un comité de gobernanza del destino, la realización de diagnósticos sobre el potencial de ser un destino turístico inteligente, y el desarrollo de un plan estratégico específico para el destino. La sensorización para medir flujos de visitantes y el uso de sistemas de analítica de datos y Big Data también son vistos como esenciales para la gestión eficiente y sostenible del turismo.

Participación en Iniciativas Locales

La disposición a participar en iniciativas locales para transformar áreas geográficas en DTI es alta entre los encuestados, con un 90.5% indicando interés en participar o colaborar. Esto sugiere que, con la adecuada planificación, comunicación y apoyo, es probable que se pueda conseguir una participación significativa del sector privado en estos proyectos.

Estrategias de Comunicación

Para incentivar la inversión en DTI, una campaña de comunicación efectiva debe incluir la demostración de beneficios tangibles y casos de éxito, capacitación y formación continua, información detallada sobre financiamiento y apoyo económico, y testimonios de empresas líderes en el sector. Estos elementos son cruciales para diseñar una campaña que no solo informe, sino que también motive y facilite la inversión del sector privado en el desarrollo de DTI.

Nube de las principales palabras mencionadas en el estudio:



Principales términos del estudio: Desarrollo, sostenibilidad, gobernanza, colaboración, tecnología, turismo, formación, inversión, infraestructura, innovación, planificación, capacitación, estrategias, eficiencia, comunidad, integración, políticas, retorno, financiero, público, privado, destinos, análisis, datos, gestión, proyecto, seguridad, movilidad, participación, accesibilidad, liderazgo.

Recomendaciones

De los problemas principales a las soluciones concretas:

Problemas	Recomendaciones
1. Falta de Inversión del Sector Privado	Fomentar la Inversión del Sector Privado
Los pequeños empresarios no entienden el valor de invertir en DTI.	Capacitar a los pequeños empresarios sobre los beneficios de los DTI y proporcionar modelos de negocio claros.
Las empresas invierten en sus propios productos, no en infraestructura pública.	Coordinar esfuerzos entre los actores, buscando sinergias, Existe inversión pero del privado hacia su competencia pero aislada.
Altos costos de certificación de DTI CEGITUR en algunos destinos.	Desarrollar normas técnicas accesibles para la certificación de DTI en Latinoamérica.
2. Desconexión y Falta de Coordinación	Mejorar la Coordinación y la Integración
Iniciativas aisladas y falta de integración tecnológica.	Realizar diagnósticos detallados y desarrollar planes de interoperabilidad tecnológica.
Desconexión entre diferentes actores y falta de colaboración.	Fomentar la colaboración entre diferentes actores a través de redes y congresos internacionales.
Falta de continuidad en proyectos debido a cambios políticos.	Implementar estructuras de gobernanza que aseguren la continuidad de los proyectos a largo plazo.
3. Accesibilidad y Gobernanza	Promover la Accesibilidad y la Gobernanza
Dificultades para promover la participación activa de los actores locales.	Ampliar las iniciativas de accesibilidad para incluir todos los servicios turísticos.
Necesidad de mejorar la accesibilidad en áreas turísticas.	Fortalecer las estructuras de gobernanza local y promover la participación activa de todos los actores.
Falta de estructuras de gobernanza que aseguren la continuidad de los proyectos.	Implementar planes de acción detallados con mecanismos de seguimiento.
4. Necesidad de Capacitación y Concienciación	Desarrollar Programas de Capacitación y Concienciación
Falta de comprensión del concepto y beneficios de DTI.	Lanzar programas de educación y concienciación sobre los beneficios y prácticas de los DTI.
Necesidad de programas de educación y capacitación sobre tecnología y sostenibilidad.	Fomentar la colaboración con universidades y centros de investigación para desarrollar y evaluar proyectos.
Falta de colaboración con el sector académico.	Implementar programas de capacitación continua para empleados y directivos sobre tecnología y sostenibilidad.
5. Tecnología y Sostenibilidad	Integrar Tecnología y Sostenibilidad
Inversiones tecnológicas no alineadas con necesidades específicas.	Realizar estudios de viabilidad para asegurar que las soluciones tecnológicas sean sostenibles y adaptables.
Falta de integración de la sostenibilidad en todas las áreas del destino.	Promover la integración de la sostenibilidad en todas las áreas del destino turístico.
Necesidad de demostrar beneficios tangibles de prácticas sostenibles.	Desarrollar y presentar casos de estudio que muestren los beneficios tangibles de las prácticas sostenibles y tecnologías inteligentes.

El desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en Latinoamérica enfrenta varios desafíos pero también ofrece numerosas oportunidades. Basado en el análisis de las entrevistas, los datos recopilados y el informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se han identificado una serie de recomendaciones para superar las barreras y maximizar los beneficios de los DTI. A continuación, se presentan estas recomendaciones organizadas desde los temas más prioritarios.

1. Fortalecimiento de la Gobernanza, Coordinación y Certificación

Establecer estructuras de gobernanza sólidas que incluyan la participación de todos los actores relevantes: gobiernos, sector privado y la comunidad local. Se requiere coordinación público privada en materia de inversiones, de forma que las mismas apunten a un mismo objetivo. Hay inversión privada que aporta a la construcción de un

DTI sin que se tenga un norte para esto. Normas técnicas, pre auditorias y certificaciones del destino puede alinear objetivos de todos los participantes. Hay avances que se toman en cuenta en la certificación. Desarrollar acuerdo con SEGITUR donde la Red tiene un rol clave en materia de certificación.

2. Desarrollo de Modelos de Negocio Claros y Sostenibles

Para atraer la inversión del sector privado, es esencial desarrollar modelos de negocio claros y sostenibles que demuestren un retorno de inversión tangible. Esto incluye la creación de estudios de caso y ejemplos de éxito que muestren los beneficios económicos y operativos de los DTI. Los modelos de negocio deben ser flexibles y adaptarse a las necesidades específicas de las empresas tecnológicas y turísticas, asegurando que las inversiones se alineen con sus prioridades estratégicas. También es importante explorar modelos de financiamiento mixto que combinen recursos públicos y privados, así como obtener apoyo de instituciones financieras internacionales para reducir los riesgos asociados con la inversión en DTI.

3. Capacitación y Formación Continua

Desarrollar programas de formación general en DTI, así como en nuevas tecnologías y prácticas sostenibles, que incluyan talleres, seminarios web y cursos en línea. Estos programas deben estar dirigidos no solo a los operadores turísticos y empresarios, sino también a los funcionarios gubernamentales y la comunidad local. La Red puede tener un rol clave en difusión, capacitación y certificación de competencias en DTI.

4. Mejora de la Infraestructura Tecnológica

La infraestructura tecnológica es un pilar fundamental de los DTI. Es necesario invertir en la actualización y expansión de la infraestructura tecnológica existente para asegurar la interoperabilidad y la eficiencia de los sistemas. Esto incluye la implementación de sensores para monitorear flujos de visitantes, tráfico y condiciones ambientales, así como el uso de sistemas de análisis de datos y Big Data para optimizar la gestión de los destinos turísticos. Además, se debe garantizar la disponibilidad de internet público de alta velocidad en todas las áreas turísticas para facilitar el acceso a la información y los servicios digitales por parte de los visitantes.

5. Fomento de la Colaboración Público-Privada

La colaboración entre el sector público y privado es esencial para el éxito de los DTI. Se deben desarrollar proyectos conjuntos que involucren a ambos sectores desde la planificación hasta la ejecución y el monitoreo. Esta colaboración puede incluir acuerdos de inversión, proyectos de desarrollo de infraestructura y programas de formación y capacitación. Además, se debe promover la creación de redes y alianzas internacionales que permitan el intercambio de mejores prácticas y lecciones aprendidas, facilitando la adopción de soluciones innovadoras y adaptadas a las características específicas de cada destino turístico.

6. Sensibilización y Educación de la Comunidad

La sensibilización y la educación de la comunidad local son cruciales para asegurar el apoyo y la participación activa en los proyectos de DTI. Se recomienda implementar campañas de sensibilización que informen sobre los beneficios y las oportunidades asociadas con los DTI, destacando cómo estos proyectos pueden mejorar la calidad de vida de la comunidad y atraer un turismo más sostenible y responsable. Estas campañas deben utilizar una variedad de formatos, incluyendo seminarios web, videos educativos y publicaciones en línea, para llegar a un público amplio y diverso.

7. Evaluación y Monitoreo Continuo

Finalmente, es esencial establecer mecanismos de evaluación y monitoreo continuo para medir el progreso y los impactos de los proyectos de DTI. Esto incluye la recopilación y análisis de datos en tiempo real sobre el rendimiento de los sistemas tecnológicos, la satisfacción de los turistas y el impacto en la comunidad local. Los resultados de estas evaluaciones deben utilizarse para ajustar y mejorar las estrategias y acciones,

asegurando que los proyectos de DTI sean sostenibles y generen beneficios a largo plazo.

Rol de los Organismos Internacionales como el BID en los DTI

Los organismos internacionales, como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), pueden desempeñar un papel crucial en el desarrollo y la implementación de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en Latinoamérica. A continuación se detalla el rol que puede jugar el BID en estos temas:

1. Financiamiento y Apoyo Económico

El BID puede proporcionar financiamiento a largo plazo y en condiciones favorables para los proyectos de DTI. Esto incluye la financiación directa, así como la movilización de recursos a través de asociaciones con otros organismos internacionales y bancos de desarrollo. Además, el BID puede ofrecer garantías y otros instrumentos financieros que reduzcan el riesgo para los inversores privados, incentivando así su participación en los proyectos de DTI.

2. Asistencia Técnica y Capacitación

El BID puede proporcionar asistencia técnica para el diseño y la implementación de proyectos de DTI. Esto incluye la elaboración de estudios de viabilidad, diagnósticos y planes de acción detallados. Además, el BID puede organizar programas de capacitación y formación para funcionarios gubernamentales, empresarios y otros actores relevantes, asegurando que todos los involucrados comprendan las tecnologías y prácticas necesarias para un DTI exitoso.

3. Desarrollo de Modelos de Negocio

El BID puede ayudar en la creación de modelos de negocio claros y sostenibles que demuestren el retorno de la inversión y los beneficios económicos a largo plazo. Esto incluye asesoría en la estructuración financiera de los proyectos y en la identificación de fuentes de ingresos que aseguren la viabilidad económica de los DTI.

4. Promoción de Buenas Prácticas y Gobernanza

El BID puede fomentar la adopción de buenas prácticas y fortalecer la gobernanza en los proyectos de DTI. Esto implica la creación de comités de gobernanza que incluyan a representantes del gobierno, el sector privado y la comunidad local, asegurando una coordinación eficaz y una ejecución coherente de los proyectos. El BID también puede promover la transparencia y la rendición de cuentas en todas las etapas del proyecto.

5. Facilitación de Redes y Alianzas Internacionales

El BID puede facilitar la participación de los destinos turísticos en redes internacionales de DTI, permitiendo el acceso a mejores prácticas, lecciones aprendidas y experiencias exitosas de otros países. Esto incluye la organización de conferencias, seminarios y talleres internacionales, así como la creación de plataformas de intercambio de conocimientos y colaboración entre los actores de diferentes países.

6. Sensibilización y Educación

El BID puede liderar campañas de sensibilización y educación para aumentar la comprensión y el apoyo hacia los DTI entre los empresarios, funcionarios gubernamentales y la comunidad en general. Estas campañas pueden incluir la difusión de información sobre los beneficios de los DTI, casos de éxito, y la importancia de la sostenibilidad y la tecnología en el desarrollo turístico.

7. Innovación y Tecnología

El BID puede apoyar la adopción de tecnologías avanzadas como el Internet de las Cosas (IoT), Big Data y sistemas de información geográfica (GIS). Esto incluye la financiación de

Estudio para Identificar los determinantes de adhesión por parte de los actores privados a los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), con objeto de incrementar su participación en la Red DTI de Latinoamérica

la infraestructura tecnológica necesaria y la promoción de la innovación en la gestión de destinos turísticos.

Anexos

Anexo A. Entrevistas con Informantes Clave

Resumen de la Entrevista con Teresa Solis de Deloitte

Introducción

La entrevista aborda el tema de los destinos turísticos inteligentes y la participación del sector privado en su desarrollo. Teresa Solis y otros participantes discuten las barreras y oportunidades para la inversión privada en este ámbito, así como la necesidad de una gobernanza eficaz y una visión a largo plazo para el desarrollo de infraestructuras y servicios.

Puntos Clave de Teresa Solis

1. Inversión del Sector Privado

- **Motivaciones:** El sector privado invierte en oportunidades rentables con buen retorno de inversión. Su enfoque está en empresas que ofrecen servicios a lo largo de la cadena de valor del turismo (transporte, hospitalidad, intermediación, etc.).
- **Limitaciones:** No están interesados en resolver problemas de bienes comunes, planificación turística, ni en desarrollar infraestructuras que beneficien a la comunidad en general.

2. Rol del Sector Público

- **Desafíos:** El sector público ha estado ausente en financiar y desarrollar infraestructura pública esencial para las comunidades turísticas debido a la falta de recursos.
- **Necesidad de Liderazgo:** Se requiere un liderazgo fuerte para crear una visión común y prospectiva que integre los cambios tecnológicos y las necesidades de talento.

3. Gobernanza y Continuidad

- **Problemas Actuales:** Los esfuerzos aislados y la falta de continuidad en las políticas públicas generan frustración. Los ciclos políticos cortos no coinciden con la necesidad de una visión a largo plazo.
- **Soluciones:** Es crucial generar esquemas de gobernanza de largo plazo y asegurar que las políticas implementadas perduren más allá de una administración.

4. Financiamiento y Blend Financing

- **Enfoque Actual:** Se está explorando el "blend financing" para proyectos que no dependan solo de subsidios o generación de deuda. Esto implica dar señales correctas para que el capital privado apoye las inversiones.
- **Proyectos de Largo Plazo:** Se necesita una planificación a 30 o 50 años, con portafolios de proyectos públicos y privados bien estructurados.

5. Seguridad

- **Relevancia:** La seguridad es fundamental para los destinos turísticos. Las empresas invierten en su propia seguridad debido a la falta de garantías por parte del sector público.

6. Transformación Digital

- **Ecosistemas Empresariales:** Grandes empresas están invirtiendo en digitalización para mejorar operaciones y experiencias de clientes, aunque esto se limita a su propia empresa.
- **Limitaciones:** Estas inversiones no necesariamente benefician a la comunidad local ni a los residentes cercanos.

7. Colaboración y Conocimiento

- Importancia de la Colaboración: Es esencial la planificación colaborativa y el consenso sobre el rumbo a seguir.
- Acumulación de Conocimiento: Es crucial acumular y utilizar el conocimiento adquirido en estudios previos para avanzar en la implementación de proyectos.

8. Redes y Compartición de Mejores Prácticas

- Intercambio de Conocimientos: Redes de ciudades y destinos inteligentes permiten compartir mejores prácticas y evitar la duplicación de esfuerzos.
- Ejemplos Internacionales: Casos de éxito en otros países pueden servir de guía para implementar soluciones en destinos turísticos.

Nube de palabras entrevista Teresa Solis



Conclusión

Teresa Solis resalta la importancia de la gobernanza eficaz, la visión a largo plazo y la colaboración entre sector público y privado para desarrollar destinos turísticos inteligentes. También destaca la necesidad de adaptar las políticas y estrategias a las características específicas de los destinos turísticos para maximizar su impacto y sostenibilidad.

Recomendaciones

De la entrevista con Teresa Solis de Deloitte, se desprenden varias recomendaciones clave para impulsar el desarrollo de destinos turísticos inteligentes, especialmente en cuanto a la participación del sector privado y la gobernanza a largo plazo. Aquí están las principales recomendaciones:

1. Fomentar la Inversión Privada en Proyectos Rentables:

Rentabilidad: El sector privado está dispuesto a invertir en oportunidades que ofrezcan un buen retorno de inversión. Es crucial identificar y desarrollar proyectos que sean financieramente atractivos.

Cadena de Valor del Turismo: Las inversiones deben abarcar todos los eslabones de la cadena de valor del turismo, desde el transporte y la hospitalidad hasta la distribución de viajes.

2. Desarrollo de Infraestructura Pública y Servicios Comunitarios:

Colaboración Público-Privada: Es fundamental fomentar la colaboración entre el sector público y privado para desarrollar infraestructura y servicios que beneficien tanto a los turistas como a los residentes locales.

Financiamiento: Explorar modelos de financiamiento mixto (blend financing) para proyectos que no dependan exclusivamente de subsidios o deuda pública. Crear incentivos para atraer capital privado.

3. Visión a Largo Plazo y Gobernanza Eficaz:

Planificación a Largo Plazo: Desarrollar planes maestros con una visión de 30 a 50 años, que incluyan dinámicas demográficas, económicas, sociales y ambientales.

Continuidad en las Políticas Públicas: Establecer mecanismos que aseguren la continuidad de las políticas y proyectos más allá de los ciclos políticos cortos, evitando esfuerzos aislados y dispares.

4. Fortalecimiento del Liderazgo Local:

Liderazgo Fuerte: Necesidad de un liderazgo fuerte y comprometido que pueda guiar la creación de una visión común y coordinar las acciones entre diferentes actores y niveles de gobierno.

Visión Común: Involucrar a todos los stakeholders en la creación de una visión compartida para el desarrollo turístico, asegurando que las metas y responsabilidades estén claramente definidas.

5. Seguridad y Sostenibilidad:

Seguridad: Mejorar la seguridad en los destinos turísticos mediante el uso de tecnologías y sistemas de gestión de contingencias e incidentes.

Sostenibilidad: Promover la sostenibilidad en las operaciones turísticas, incluyendo la gestión de recursos naturales y la infraestructura necesaria para manejar flujos turísticos fluctuantes.

6. Transformación Digital y Uso de Datos:

Digitalización: Fomentar la digitalización en las empresas turísticas para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

Big Data: Utilizar el análisis de datos para optimizar la gestión de destinos turísticos y responder de manera proactiva a las necesidades y comportamientos de los turistas.

7. Colaboración y Compartición de Mejores Prácticas:

Redes y Alianzas: Participar en redes de ciudades y destinos inteligentes para compartir mejores prácticas y evitar la duplicación de esfuerzos.

Aprendizaje Colectivo: Crear plataformas para el aprendizaje colectivo y la innovación continua, adaptando las soluciones a las características específicas de cada destino turístico.

Estas recomendaciones buscan crear un entorno favorable para el desarrollo sostenible y eficiente de destinos turísticos inteligentes, beneficiando tanto a los turistas como a las comunidades locales.

Resumen Entrevista con Cesar Castellana sobre Experiencia en San Miguel de Allende y León

Resumen Extenso de la Entrevista a César Castellana, Experto en Destinos Turísticos Inteligentes

La entrevista con César Castellana, un destacado experto en Destinos Turísticos Inteligentes revela varios aspectos cruciales sobre la implementación de tecnologías avanzadas en ciudades con alto valor histórico y cultural, como San Miguel de Allende. La conversación se centró en los desafíos y soluciones en la creación de destinos turísticos inteligentes, la integración de tecnologías sin afectar la estética y el patrimonio, y los planes futuros para mejorar la experiencia turística y la gestión urbana.

Contexto y Origen del Proyecto

César Castellana inició su trabajo en San Miguel de Allende hace 11 años, donde originalmente había llegado por un proyecto de corta duración. Desde entonces, se ha quedado en la ciudad, involucrándose profundamente en su desarrollo tecnológico. San Miguel de Allende, una ciudad colonial muy valorada tanto por turistas como por residentes extranjeros, especialmente estadounidenses, enfrenta retos particulares debido a su patrimonio protegido.

Desafíos y Soluciones en San Miguel de Allende

Movilidad y Patrimonio

Uno de los principales desafíos en San Miguel de Allende fue la instalación de sistemas inteligentes sin alterar su apariencia colonial. La implementación de fibra óptica y sistemas de movilidad inteligentes, como semáforos adaptativos, se realizó de manera cuidadosa para no dañar las calles empedradas y las fachadas históricas. Se utilizaron micro repetidoras escondidas en las fachadas y un cuidadoso soterramiento de cables con la autorización del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Seguridad y Videovigilancia

San Miguel de Allende se convirtió en la ciudad más videovigilada de México, superando incluso a la Ciudad de México en cámaras por habitante. Esto fue esencial para garantizar la seguridad de los numerosos turistas y residentes, incluidos actores y personas famosas que visitan la ciudad. El enfoque en la seguridad se integró dentro del plan maestro denominado "Miguel el Astuto", que también incluyó mejoras en la infraestructura y servicios públicos.

Innovación y Participación Privada

César enfatizó la importancia de la colaboración público-privada en el desarrollo de destinos inteligentes. El Consejo Turístico, formado por representantes del gobierno y del sector privado, jugó un papel crucial en la generación de ideas y la implementación de proyectos. Esto aseguró que las iniciativas no solo fueran económicamente viables, sino que también se alinearan con las necesidades de la comunidad y el sector turístico.

Proyectos Futboleros y Eventos

San Miguel de Allende también se benefició de proyectos específicos como la mejora de la infraestructura para eventos. Por ejemplo, el festival de globos aerostáticos más grande del mundo se celebra anualmente en León, atrayendo a medio millón de visitantes en tres días. El análisis y gestión de estos eventos se apoyaron en la adquisición de datos anonimizados de Movistar para comprender mejor el flujo de turistas y ajustar los servicios en consecuencia.

León: Un Caso de Estudio Contrastante

La ciudad de León, con 18 millones de habitantes y conocida como la capital mundial del calzado, presentó un escenario completamente diferente. Aquí, los problemas de movilidad eran más complejos debido a la alta densidad vehicular y la extensión territorial. Se implementaron soluciones de movilidad inteligente, incluidos sistemas de transporte público mejorados y el uso de inteligencia artificial para gestionar el tráfico. El apoyo del Banco Mundial fue crucial para financiar y monitorear estos proyectos, asegurando su éxito y sostenibilidad.

Proyecto Futuro: Centro de Prosperidad

César también compartió un proyecto futuro ambicioso, la creación de un Centro de Prosperidad en San Miguel de Allende. Este centro tiene como objetivo fomentar la colaboración entre el arte, la ciencia y la innovación. Inspirado en el Basque Culinary Center de España, el centro buscará atraer a líderes y expertos para eventos de alto impacto, promoviendo la educación y la excelencia gastronómica. El proyecto ya cuenta con financiamiento y apoyos significativos, incluyendo colaboraciones con entidades como el Banco Santander y la Cámara de Comercio de España en México.

Reflexiones y Filosofía

La filosofía detrás de los proyectos de César se basa en la idea de que la prosperidad de la comunidad se logra mediante la colaboración y el apoyo mutuo. Esta visión ha guiado sus iniciativas en San Miguel de Allende y León, enfocándose en mejorar la calidad de vida de los residentes y visitantes mediante el uso de tecnologías inteligentes y la gestión eficiente de los recursos.

En resumen, la entrevista con César Castellana ofrece una visión detallada de los retos y logros en la implementación de tecnologías inteligentes en destinos turísticos históricos. Su enfoque en la colaboración público-privada, la innovación y la planificación estratégica ha permitido transformar ciudades como San Miguel de Allende y León en modelos de destinos turísticos inteligentes y sostenibles.

Las principales medidas implementadas por César Castellana y su equipo en San Miguel de Allende y León incluyen diversas estrategias para integrar tecnologías inteligentes mientras se preserva el patrimonio y se mejora la calidad de vida de los residentes y visitantes. Aquí se detallan algunas de las medidas clave:

San Miguel de Allende

1. Movilidad Inteligente:

- **Semáforos Adaptativos:** Implementación de semáforos inteligentes que ajustan el tiempo de luz verde según el flujo de tráfico, reduciendo la congestión y mejorando la movilidad.
- **Planificación del Tráfico:** Rediseño de rutas y sistemas de señalización para mejorar el flujo vehicular sin alterar la infraestructura histórica.

2. Soterramiento de Cables:

- **Infraestructura Oculta:** Soterramiento de cables de fibra óptica y servicios eléctricos en el casco histórico para preservar la estética colonial.
- **Micro Repetidoras:** Instalación de pequeñas antenas ocultas en las fachadas para mejorar la cobertura celular sin instalar estructuras visibles.

3. Videovigilancia:

- **Cámaras de Seguridad:** San Miguel de Allende se convirtió en la ciudad más videovigilada de México en términos de cámaras por habitante, mejorando significativamente la seguridad.

- Sistema de Monitoreo: Implementación de un sistema de monitoreo centralizado para gestionar la seguridad y la movilidad.

4. Colaboración Público-Privada:

- Consejo Turístico: Formación de un consejo integrado por representantes del gobierno y del sector privado para coordinar y supervisar proyectos turísticos y de infraestructura.

5. Conectividad y Cobertura:

- Cobertura Celular Mejorada: Aumento de la cobertura de red celular mediante la instalación de repetidoras discretas en el centro histórico.
- Red de Fibra Neutra: Establecimiento de una red de fibra óptica neutra controlada por operadores para garantizar la calidad del servicio.

León

1. Movilidad y Tráfico:

- Sistema de Transporte Público: Mejora del transporte público mediante la implementación de rutas optimizadas basadas en estudios de movilidad.
- Inteligencia Artificial para Tráfico: Uso de inteligencia artificial para gestionar el tráfico y ajustar los sistemas de control de tráfico en tiempo real.

2. Gestión de Eventos:

- Análisis de Datos: Uso de datos anonimizados de operadores móviles para analizar y gestionar el flujo de visitantes durante grandes eventos, como el festival de globos aerostáticos.
- Adaptación de Infraestructura: Modificación dinámica de la infraestructura y los servicios públicos durante eventos importantes para acomodar grandes volúmenes de visitantes.

3. Financiamiento y Monitoreo:

- Apoyo del Banco Mundial: Obtención de financiamiento del Banco Mundial para proyectos de movilidad e infraestructura, con monitoreo continuo para asegurar la correcta implementación y resultados.
- Ingeniería Financiera: Implementación de modelos financieros innovadores para financiar mejoras urbanas de manera sostenible.

Proyecto Futuro en San Miguel de Allende

1. Centro de Prosperidad:

- Basque Culinary Center: Planificación de un centro de excelencia gastronómica y cultural inspirado en el Basque Culinary Center de España.
- Espacios para Eventos de Alto Impacto: Creación de espacios para eventos que promuevan la colaboración entre líderes de diferentes sectores.

2. Filosofía de Colaboración:

- Prosperidad Compartida: Promoción de una filosofía de colaboración y apoyo mutuo para generar prosperidad en la comunidad, involucrando tanto al sector público como privado.

Estas medidas demuestran un enfoque integral en la gestión urbana y turística, combinando tecnología, colaboración y planificación estratégica para mejorar la calidad de vida y la experiencia turística en ciudades con un rico patrimonio histórico.

Nube de palabras entrevista Cesar Castellana



Recomendaciones

César Castellana recomienda una serie de medidas para la implementación de destinos turísticos inteligentes, basadas en su experiencia en ciudades como San Miguel de Allende y León. Estas recomendaciones se centran en la integración de tecnología, la colaboración público-privada, y la preservación del patrimonio cultural. A continuación, se detallan las medidas sugeridas:

1. Planificación y Diseño Estratégico

- Estudios Previos: Realizar estudios detallados de las necesidades y características del destino, incluyendo análisis de movilidad, infraestructura y expectativas de los visitantes.
- Plan Maestro: Desarrollar un plan maestro que incluya todas las áreas de intervención, asegurando la coherencia y sostenibilidad de las acciones a largo plazo.

2. Integración Tecnológica

- Movilidad Inteligente: Implementar sistemas de tráfico y movilidad inteligentes, como semáforos adaptativos y rutas optimizadas, para mejorar el flujo vehicular y reducir la congestión.
- Videovigilancia y Seguridad: Instalar sistemas de videovigilancia avanzados para aumentar la seguridad de residentes y visitantes, con un enfoque en áreas clave y eventos importantes.

3. Infraestructura Discreta

- Soterramiento de Cables: Realizar el soterramiento de cables de fibra óptica y eléctricos en zonas históricas para preservar la estética del lugar.
- Micro Repetidoras: Utilizar micro repetidoras discretas para mejorar la cobertura de red celular sin afectar la apariencia del patrimonio.

4. Colaboración Público-Privada

- Consejos y Comités: Formar consejos y comités que incluyan representantes del gobierno, sector privado y comunidad local para la toma de decisiones y supervisión de proyectos.
- Financiamiento Mixto: Buscar financiamiento mixto de fuentes públicas y privadas, incluyendo apoyo de instituciones internacionales como el Banco Mundial.

5. Gestión de Eventos

- Análisis de Datos: Utilizar datos anonimizados de operadores móviles y otras fuentes para analizar el comportamiento de los visitantes y optimizar la gestión de eventos.
- Infraestructura Adaptativa: Adaptar la infraestructura y servicios públicos de manera dinámica durante eventos importantes para manejar grandes volúmenes de personas.

6. Innovación y Educación

- Centros de Innovación: Establecer centros de innovación y excelencia, como el propuesto Centro de Prosperidad, que fomenten la colaboración entre arte, ciencia y tecnología.
- Formación y Capacitación: Ofrecer programas de formación y capacitación para profesionales del turismo y la gestión urbana, promoviendo el desarrollo de habilidades necesarias para la implementación de tecnologías inteligentes.

7. Sostenibilidad y Preservación del Patrimonio

- Proyectos Sostenibles: Diseñar proyectos que sean ambientalmente sostenibles y que respeten el patrimonio cultural del destino.
- Regulación y Normativa: Asegurar que todas las intervenciones cumplan con las regulaciones locales y nacionales, especialmente en áreas protegidas por instituciones como el INAH.

8. Participación Ciudadana

- Involucrar a la Comunidad: Involucrar a la comunidad local en el proceso de planificación y ejecución, asegurando que las necesidades y preocupaciones de los residentes sean consideradas.
- Transparencia y Comunicación: Mantener una comunicación transparente y constante con todos los stakeholders, informando sobre los avances y beneficios de los proyectos.

9. Monitoreo y Evaluación

- Indicadores de Desempeño: Establecer indicadores de desempeño claros para medir el impacto de las iniciativas y realizar ajustes según sea necesario.
- Auditorías Regulares: Realizar auditorías regulares para asegurar que los proyectos se estén implementando de acuerdo con los planes y estándares establecidos.

Estas recomendaciones buscan crear destinos turísticos que no solo sean atractivos y eficientes, sino que también respeten y preserven el patrimonio cultural, mejoren la calidad de vida de los residentes y ofrezcan una experiencia enriquecedora a los visitantes.

Resumen Entrevista con Lourdes Prieto – Grupo Presidente y Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

En la entrevista con Lourdes Prieto, se abordan varios temas relacionados con los Destinos Turísticos Inteligentes y la sustentabilidad en la industria del turismo en México. A continuación, un resumen detallado de los puntos más importantes discutidos:

Contexto Profesional de Lourdes Prieto

Lourdes Prieto tiene un rol dual, trabajando en el Grupo Presidente, una cadena hotelera intercontinental, en el área de Sustentabilidad y Relaciones Institucionales, y también como presidenta ejecutiva del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET). En este último, se reúne el 96% de la industria privada turística del país, incluyendo agencias de viajes, hoteles, marinas, parques de diversiones y museos.

Concepto de Destinos Turísticos Inteligentes

Prieto admite que en México no se ha desarrollado ampliamente el concepto de Destinos Turísticos Inteligentes. Lo entiende como una extensión de las ciudades inteligentes, implicando economía circular, sustentabilidad y colaboración. Destaca que en su conocimiento actual no hay ejemplos claros de destinos turísticos inteligentes en México.

Interés y Exigencias en Sustentabilidad

Existe un creciente interés en la industria privada por la sustentabilidad, que pronto podría convertirse en un requisito fiscal. Menciona una reforma reciente en la Ley de la Bolsa Mexicana de Valores que fomenta inversiones sustentables. Esto incluye la taxonomía de inversiones sustentables, que podría llevar a beneficios fiscales para empresas que demuestren prácticas sustentables.

Avances y Retos en la Sustentabilidad

Algunas subindustrias turísticas, como las aerolíneas y ciertos hoteles, ya están tomando medidas significativas en sustentabilidad, como el monitoreo de la huella de carbono y la implementación de energías más limpias. Prieto señala que, aunque hace unos años la sustentabilidad era una moda, ahora es una necesidad regulatoria, con muchas empresas estableciendo áreas de sustentabilidad.

Educación y Capacitación en Tecnología y Sustentabilidad

Prieto enfatiza la necesidad de educar tanto a empresarios como a autoridades gubernamentales sobre los beneficios y la implementación de Destinos Turísticos Inteligentes. Subraya la importancia de la capacitación para que los colaboradores comprendan y apoyen las nuevas tecnologías y prácticas sustentables. Comenta que cada área de una empresa, desde finanzas hasta operaciones, debe entender y valorar la sustentabilidad.

Coordinación Público-Privada

Destaca la necesidad de una colaboración estrecha entre el sector público y privado para implementar prácticas sustentables y desarrollar destinos turísticos inteligentes. Pone

Estudio para Identificar los determinantes de adhesión por parte de los actores privados a los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), con objeto de incrementar su participación en la Red DTI de Latinoamérica

como ejemplo la coordinación durante la pandemia de COVID-19 entre aeropuertos y hoteles para cumplir con los protocolos de salud.

Capacitación y Tecnología

Lourdes Prieto menciona que hay interés en la adopción de nuevas tecnologías, como sensores y Big Data, para mejorar la gestión de destinos turísticos. Sin embargo, señala que primero es necesario invertir en capacitación para que todos los colaboradores entiendan y puedan aprovechar estas tecnologías.

Encuesta y Participación Empresarial

Finalmente, Prieto muestra disposición para colaborar en la difusión de una encuesta del BID sobre el conocimiento y el interés en destinos turísticos inteligentes entre los empresarios del sector. Esto ayudaría a obtener una visión más clara sobre el grado de interés y las posibles áreas de mejora en la industria turística mexicana.

Nube de palabras más utilizadas



Conclusión

Lourdes Prieto destaca que, aunque el concepto de Destinos Turísticos Inteligentes aún no está plenamente desarrollado en México, hay un creciente interés en la sustentabilidad y en la adopción de nuevas tecnologías. Sin embargo, para avanzar significativamente, es crucial una mayor educación, tanto en el sector privado como en el público, y una estrecha colaboración entre ambos.

Recomendaciones

De la entrevista con Lourdes Prieto, surgen varias recomendaciones clave para avanzar en el desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes y la sustentabilidad en la industria turística. Estas recomendaciones son tanto para el sector privado como para el sector público y se enfocan en la educación, la colaboración y la adopción de nuevas tecnologías. A continuación, se detallan las recomendaciones más importantes:

1. Educación y Concientización

- Sector Privado: Lourdes Prieto enfatiza la necesidad de una mayor educación y concientización sobre lo que significa ser un Destino Turístico Inteligente. Esto incluye entender los beneficios tangibles y las ventajas competitivas que ofrece.
- Sector Público: También recomienda educar a los funcionarios gubernamentales sobre el concepto y los beneficios de los Destinos Turísticos Inteligentes, ya que la colaboración público-privada es esencial.

2. Capacitación en Nuevas Tecnologías

- Colaboradores: Invertir en la capacitación de los colaboradores en el uso de nuevas tecnologías y prácticas sustentables. Esto asegurará que todos en la organización comprendan y apoyen estas iniciativas.
- Directivos: Personalizar la capacitación para diferentes áreas de la empresa (finanzas, operaciones, ventas) para que cada departamento entienda cómo puede beneficiarse de la tecnología y la sustentabilidad.

3. Colaboración Público-Privada

- Políticas y Protocolos: Fomentar una mayor coordinación entre el sector privado y el gobierno para establecer políticas y protocolos que apoyen la sustentabilidad y la creación de Destinos Turísticos Inteligentes.
- Proyectos Comunes: Desarrollar proyectos conjuntos que involucren tanto a empresarios como a autoridades, asegurando que las políticas públicas y las iniciativas privadas estén alineadas.

4. Implementación de Prácticas Sustentables

- Incentivos Fiscales: Aprovechar los incentivos fiscales y las reformas legales, como la Ley de la Bolsa Mexicana de Valores, que fomentan las inversiones sustentables.
- Certificaciones y Bonos Verdes: Adoptar certificaciones y etiquetados que reconozcan las prácticas sustentables, lo que puede facilitar el acceso a financiamiento con mejores condiciones.

5. Adopción de Tecnología y Big Data

- Sensores y Big Data: Implementar tecnologías avanzadas como sensores y sistemas de Big Data para monitorear y gestionar eficientemente la demanda turística, la planificación urbana y los flujos de visitantes.
- Demostración de Beneficios: Mostrar claramente los beneficios tangibles de estas tecnologías a los empresarios para incentivar su adopción.

6. Desarrollo de Áreas de Sustentabilidad

- Estructuras Internas: Establecer áreas de sustentabilidad dentro de las empresas turísticas que trabajen de manera transversal con todas las áreas de la organización.
- Regulación y Voluntad: Reconocer que la sustentabilidad ya no es una opción sino una necesidad regulatoria, y actuar en consecuencia para cumplir con las normativas y expectativas del mercado.

7. Difusión y Participación en Encuestas

- Encuestas y Estudios: Participar en encuestas y estudios como los del BID para obtener datos sobre el grado de conocimiento y las necesidades en relación con los Destinos Turísticos Inteligentes.

Estudio para Identificar los determinantes de adhesión por parte de los actores privados a los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), con objeto de incrementar su participación en la Red DTI de Latinoamérica

- **Compartir Información:** Difundir los resultados de estos estudios entre los empresarios y las autoridades para fomentar una mayor comprensión y acción en esta área.

Conclusión

Las recomendaciones de Lourdes Prieto se centran en la educación, la colaboración y la adopción de nuevas tecnologías para desarrollar Destinos Turísticos Inteligentes y promover la sustentabilidad en el sector turístico. Estas acciones no solo beneficiarán a las empresas turísticas, sino también a las comunidades locales y al medio ambiente, creando un modelo más sostenible y eficiente para el turismo en México.

Resumen Entrevista Ana García-Sotoca. Cluster Turístico La Romana Bayahibe

En la entrevista con Ana García-Sotoca sobre Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), se abordan diversos temas clave para el desarrollo y la implementación de este concepto en el contexto del clúster turístico La Romana-Bayahibe. A continuación, se presenta un resumen extenso de los puntos más importantes discutidos:

Contexto y Participación

Ana García-Sotoca, directora del clúster turístico La Romana-Bayahibe, comenta que lleva trabajando en la región desde 2010, enfocándose en cómo hacer que la experiencia turística beneficie a toda la cadena de valor y genere una experiencia única. El clúster agrupa a hoteles, restaurantes, excursiones, transporte y el sector público, con un fuerte enfoque en la sostenibilidad y la accesibilidad.

Definición de Destino Turístico Inteligente

Para Ana, un DTI es un destino donde la información es accesible de manera fácil y clara, y donde los servicios pueden ser gestionados y reservados a través de aplicaciones móviles, conectando todo el destino al teléfono del usuario. Sin embargo, Federico De Arteaga amplía esta definición destacando que un DTI incluye cinco pilares fundamentales: gobernanza, innovación, sostenibilidad, accesibilidad y tecnología. Subraya que la mayor parte de un DTI es inteligencia no tecnológica, y que la tecnología es una consecuencia de otros factores.

Gobernanza y Coordinación

Ana señala que uno de los mayores desafíos en La Romana-Bayahibe es la falta de participación e involucramiento de los pequeños empresarios, quienes a menudo ven las inversiones como gastos y no como oportunidades para mejorar su competitividad. Además, destaca la importancia de una estructura de gobernanza sólida que facilite la cooperación y la participación activa de todos los actores involucrados.

Sostenibilidad y Accesibilidad

El clúster trabaja intensamente en la sostenibilidad, manejando áreas protegidas, gestión del agua y residuos, y obteniendo certificaciones internacionales. También se enfocan en la accesibilidad, habiendo firmado un acuerdo con la organización Open Doors para hacer de Bayahibe un destino más amigable para personas con discapacidad. Ana menciona que la accesibilidad no debería limitarse solo a los hoteles, sino extenderse a todo el destino.

Inversión y Retorno Económico

Federico De Arteaga explica que en otros destinos, como Tequila, el sector privado ha visto un retorno económico significativo al invertir en la implementación de DTI. Sin embargo, Ana comenta que en su región, las inversiones ya se están haciendo, aunque de manera unilateral y no necesariamente bajo una estructura coordinada de DTI. Resalta que podría ser útil un diagnóstico y un plan de acción para alinear las inversiones existentes con los principios de un DTI.

Redes y Colaboración Internacional

Ana menciona que el clúster participa en eventos puntuales como ferias turísticas y cumbres de turismo accesible, pero no forma parte de redes específicas de DTI. Federico sugiere que unirse a redes como la Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes podría proporcionar acceso a mejores prácticas, lecciones aprendidas y apoyo en la implementación de DTI.

Nube de palabras de la entrevista



Los términos clave de la entrevista, como "sostenibilidad", "accesibilidad", "destino", "turismo", "inversión", "gobernanza", "tecnología", "participación" y "clúster"

Limitantes para la Inversión en DTI

Según Ana García-Sotoca, las principales limitantes para la inversión en Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en La Romana-Bayahibe son:

1. Desconocimiento y Percepción de Inversión como Gasto

Pequeños Empresarios: Los pequeños empresarios no entienden completamente los beneficios de invertir en iniciativas que transformen el destino en un DTI. Ven cualquier inversión como un gasto en lugar de una oportunidad para mejorar la competitividad y obtener un retorno.

2. Falta de Coordinación y Conexión

Inversiones Unilaterales: Muchas inversiones en sostenibilidad y accesibilidad ya se están realizando, pero de manera unilateral. No están coordinadas bajo una estructura común de DTI, lo que impide maximizar los beneficios potenciales.

3. Participación y Compromiso

Involucramiento Limitado: Cuesta mucho lograr que la gente participe y se involucre en las iniciativas del clúster y la asociación de hoteles. Existe una mentalidad de esperar a ver qué hacen los demás en lugar de proactivamente contribuir al esfuerzo común.

4. Falta de Institucionalidad

Debilidad Institucional: En República Dominicana, hay una falta general de institucionalidad y cooperación entre diferentes actores y niveles de gobierno. Esto afecta la capacidad de implementar y mantener proyectos de DTI de manera efectiva.

5. Necesidad de Diagnóstico y Planificación

Falta de Planificación: No existe un diagnóstico y un plan de acción claro para identificar qué se necesita y cómo alinear las inversiones existentes con los principios de un DTI. Esto dificulta la sincronización y coordinación de esfuerzos.

6. Recursos Limitados y Prioridades Desalineadas

Inversiones Prioritarias: Aunque hay inversiones en sostenibilidad, accesibilidad y otras áreas, no siempre están alineadas con las prioridades y metodologías específicas de los

DTI. Esto puede resultar en inversiones que no contribuyen directamente a los objetivos de un DTI.

7. Necesidad de Incentivos Claros

Incentivos Económicos: Los empresarios necesitan ver incentivos claros, como el retorno económico y las ventajas competitivas, para estar dispuestos a invertir en iniciativas de DTI.

8. Educación y Sensibilización

Falta de Conciencia: Hay una necesidad de educar y sensibilizar a todos los actores involucrados sobre los beneficios y la importancia de los DTI. Esto incluye tanto al sector privado como a las autoridades gubernamentales.

Recomendaciones y Siguiendo Pasos

1. **Educación y Sensibilización:** Aumentar la conciencia y la comprensión entre los pequeños empresarios sobre los beneficios de los DTI y cómo pueden mejorar la competitividad.
2. **Gobernanza Efectiva:** Fortalecer la estructura de gobernanza para asegurar la participación y la cooperación entre todos los actores del clúster.
3. **Inversión Coordinada:** Realizar un diagnóstico y un plan de acción para alinear las inversiones existentes con los principios de los DTI y maximizar su eficiencia.
4. **Participación en Redes:** Unirse a redes internacionales de DTI para acceder a mejores prácticas y apoyo en la implementación.
5. **Promoción de Accesibilidad:** Continuar mejorando la accesibilidad en todo el destino, no solo en los hoteles, para atraer a un mayor número de visitantes.

La entrevista resalta la importancia de una visión integral y coordinada para la implementación de Destinos Turísticos Inteligentes. Aunque La Romana-Bayahibe ya está avanzando en sostenibilidad y accesibilidad, falta una estructura coordinada que permita maximizar el potencial del destino. La participación en redes y la adopción de una metodología clara podrían ser pasos cruciales para lograr estos objetivos.

Resumen Entrevista Arturo Constantini Consejero de ciudades inteligentes para la Federación de Empresarios Turísticos (FETUR)

En la entrevista con Arturo Constantini, consejero de ciudades inteligentes para la Federación de Empresarios Turísticos (FETUR), se abordan numerosos temas relacionados con el desarrollo y la implementación de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en México y Latinoamérica. A continuación, se presenta un resumen extenso de los puntos clave discutidos:

Contexto Profesional y Experiencia

Arturo Constantini tiene una vasta experiencia en la implementación de proyectos de DTI, habiendo trabajado en la Secretaría de Turismo de México y en consultoría privada. Su labor ha incluido la incorporación del uso de Big Data en estadísticas oficiales de turismo y la colaboración con diversas instituciones y empresas para desarrollar herramientas tecnológicas avanzadas.

Desarrollo e Implementación de DTI en México

1. Proyectos Iniciados

- Cozumel, Cholula y Ciudad de México: Se planificaron como destinos inteligentes, pero enfrentaron problemas de continuidad y cambio de administración, lo que llevó a la cancelación o modificación de los proyectos originales.
- Tequila: Un ejemplo exitoso de DTI impulsado por el apoyo de la empresa privada, en este caso, el grupo Cuervo, que permitió sortear las limitaciones financieras y de gestión comunes en otros destinos.

2. Desafíos Financieros y Administrativos

- Costos Elevados: Implementar un DTI según el modelo de Segittur de España puede costar hasta 40,000 euros, una cifra muy alta para muchos destinos mexicanos que no cuentan con subsidios como en Europa.
- Falta de Continuidad: Los cambios en las administraciones municipales y estatales a menudo resultan en la discontinuidad de proyectos de DTI, como ocurrió en Cozumel.

3. Proyectos con Resultados Limitados

- Cozumel: Intentos de crear una isla inteligente con resultados insatisfactorios debido a un mal entendimiento y ejecución del proyecto.
- Cholula y Ciudad de México: Proyectos que no lograron los objetivos esperados debido a la falta de continuidad y cambios en las prioridades políticas.

Propuesta de un Modelo Reducido de DTI

Constantini propone un modelo más reducido y adaptado a las necesidades y capacidades locales, basado en tres ejes fundamentales:

1. Tecnología y Datos: Enfocarse principalmente en la recolección y análisis de datos como base para cualquier otra implementación tecnológica.
2. Sostenibilidad: Incorporar prácticas sostenibles en todas las fases del desarrollo del destino.
3. Inclusión Social: Asegurarse de que las iniciativas incluyan a todos los sectores de la sociedad, promoviendo la equidad y accesibilidad.

Problemas en la Implementación de Proyectos de DTI

1. Desconocimiento y Falta de Capacitación

Conclusiones y Observaciones

Arturo Constantini destaca que el éxito de los proyectos de DTI depende en gran medida de una buena gobernanza, planificación adecuada, continuidad en las administraciones y una colaboración estrecha entre el sector público y privado. También subraya la necesidad de adaptar los modelos internacionales a la realidad local para asegurar la viabilidad y sostenibilidad de los proyectos en México y Latinoamérica. Además, señala la importancia de educar y capacitar a los funcionarios locales y a las empresas tecnológicas sobre los beneficios y las mejores prácticas en DTI.

Resumen Entrevista con Sergio Severo Ex Representante de Lenovo para ALAC

En la entrevista con Sergio Severo, ex representante de Lenovo en América Latina y el Caribe (ALAC), se discuten diversas perspectivas y desafíos sobre el desarrollo de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Severo, con su amplia experiencia en empresas de tecnología como HP, SAP, Hitachi y Lenovo, proporciona una visión detallada sobre cómo el sector privado puede involucrarse más efectivamente en estos proyectos. A continuación, se presenta un resumen extenso de los puntos clave discutidos en la entrevista:

Contexto y Participación de Sergio Severo

Sergio Severo, con más de 30 años de experiencia en la industria tecnológica, ha trabajado en diversas regiones, incluyendo Sudamérica, México y Norteamérica. Ha seguido de cerca el desarrollo de ciudades inteligentes y ha tenido clientes que han implementado ciertas soluciones en este ámbito.

Desafíos para la Participación del Sector Privado

1. Interlocución y Objetivos de Corto Plazo

- **Interlocutores Inadecuados:** Los ejecutivos con los que generalmente se interactúa en proyectos de DTI tienen objetivos a corto plazo, como alcanzar cuotas de ventas y cumplir metas inmediatas. Estos proyectos de largo plazo no encajan fácilmente en sus objetivos y prioridades diarias.
- **Nivel de Interlocución:** Es crucial elevar el nivel de interlocución para involucrar a ejecutivos de alto nivel dentro de las empresas. Personas en posiciones estratégicas, como el CEO, pueden alinear mejor los intereses de la empresa con los proyectos de DTI.

2. Modelos de Negocio

- **Incompatibilidad de Modelos:** Los modelos de negocio tradicionales no se alinean bien con los objetivos de corto plazo de las empresas tecnológicas. Las inversiones en DTI requieren modelos económicos claros y sostenibles que puedan ser presentados y comprendidos por los altos ejecutivos.
- **Necesidad de Flexibilidad:** Los modelos de negocio deben ser flexibles y adaptarse a las prioridades estratégicas de las empresas. Esto incluye demostrar claramente el retorno de la inversión y los beneficios a largo plazo.

Oportunidades y Recomendaciones

1. Alineación Estratégica

- **Convocatoria de Altos Ejecutivos:** Utilizar la capacidad de convocatoria de organizaciones como el BID para involucrar a las altas autoridades tanto del sector público como del privado. Esto ayuda a alinear las estructuras internas y los modelos de negocio de las empresas participantes.
- **Proyectos Insignia:** Proponer proyectos insignia que se presenten como oportunidades de visibilidad y marketing para las empresas. Estos proyectos deben estar bien estructurados y tener un impacto claro y medible.

2. Involucramiento de Consultores

- **Expertos Externos:** Contratar a consultores independientes con experiencia en la industria para garantizar el éxito de los proyectos. Es fundamental que estos consultores estén alineados con los objetivos del proyecto y no solo busquen cumplir horas facturables.
- **Definición Clara de Objetivos:** Especificar claramente los objetivos de la consultoría para asegurarse de que los proyectos se desarrollen de manera efectiva y alineada con las expectativas de rentabilidad o visibilidad.

- Compromiso de Altos Ejecutivos: Involucrar a las altas autoridades de las empresas y del sector público para asegurar que los proyectos de DTI estén en la agenda estratégica y reciban el apoyo necesario.
2. Desarrollar Modelos de Negocio Claros y Flexibles
 - Alineación con Objetivos Empresariales: Crear modelos de negocio que se alineen con los objetivos de corto y largo plazo de las empresas tecnológicas, demostrando claramente el retorno de la inversión y los beneficios económicos.
 - Visibilidad y Marketing: Presentar los proyectos de DTI como oportunidades de visibilidad y marketing, comparables a inversiones en eventos de alto perfil como la Fórmula 1.
 3. Involucrar Consultores Independientes
 - Expertos en la Industria: Contratar a consultores independientes con experiencia relevante para garantizar el éxito de los proyectos, asegurándose de que estén alineados con los objetivos específicos del proyecto.
 - Definición Clara de Objetivos: Especificar claramente los objetivos de la consultoría para asegurar que el trabajo se enfoque en lograr resultados tangibles y medibles.
 4. Colaborar con una Empresa Ancla
 - Empresa Ancla: Identificar y colaborar con una empresa ancla que no dependa de los ciclos políticos y que tenga la capacidad de alinear a las autoridades gubernamentales y privadas. Esta empresa debe actuar como el principal motor del proyecto, asegurando la continuidad y la sostenibilidad a largo plazo.
 - Coordinación Público-Privada: Asegurar una estrecha colaboración entre la empresa ancla y las autoridades públicas para mantener el proyecto alineado y avanzar hacia los objetivos comunes.
 5. Mostrar Casos de Éxito y Evidencia de Retorno
 - Ejemplos Comprobados: Presentar casos de éxito de otras ciudades que han implementado DTI, demostrando el retorno de inversión y los beneficios alcanzados. Esto es fundamental para convencer a las grandes corporaciones tecnológicas, que tienden a ser conservadoras en sus decisiones de inversión.
 - Innovación y Conservadurismo: Resaltar cómo los proyectos de DTI pueden ser innovadores y, al mismo tiempo, sostenibles y rentables, asegurando que las empresas tecnológicas vean el valor a largo plazo.
 6. Alineación Estratégica y Coordinación
 - Convocatoria de Altos Ejecutivos: Utilizar la capacidad de convocatoria de organizaciones como el BID para involucrar a las altas autoridades del sector público y privado, facilitando la alineación de intereses y estrategias.
 - Proyectos Insignia: Proponer proyectos insignia que sean bien estructurados, con un impacto claro y medible, y que puedan servir como modelos para futuras implementaciones de DTI.
 7. Innovación en Modelos de Negocio
 - Flexibilidad y Adaptación: Crear modelos de negocio innovadores que puedan adaptarse a las necesidades específicas de los proyectos de DTI, asegurando que sean atractivos tanto para las empresas tecnológicas como para los inversores.
 - Partnerships Sostenibles: Desarrollar partnerships sostenibles y rentables, asegurando que todas las partes involucradas vean un beneficio claro y tangible en su participación.

Anexo B.

1 Formulario de Encuesta

Encuesta: Determinantes para el Desarrollo de las Inversiones en Destinos Turísticos Inteligentes -DTI-

Estimado/a:

Nos estamos acercando a usted en el marco de un estudio regional del BID para obtener su valiosa perspectiva sobre los destinos turísticos inteligentes (DTI), es decir aquéllos desarrollados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia (como la tecnología digital -Internet- y tecnologías emergentes tales como realidad virtual, inteligencia artificial, etc.) que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico y la calidad de vida de sus residentes.

La competitividad de los destinos turísticos depende cada vez más de la confluencia de inversiones del sector público, privado y el concurso de todos los grupos de interés del destino.

A la fecha la mayor parte de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) son impulsados y gestionados por el sector público, con una participación marginal del sector privado. Sin embargo hay casos de éxito donde la presencia, participación e inversión del sector privado ha redundado en negocios exitosos para los empresarios que no sólo han invertido en su propio negocio, sino en el impulso de destino para ser DTI.

Solicitamos su opinión para comprender cuáles serían los incentivos para que el sector privado invierta y participe activamente en el modelo DTI.

Toda la información suministrada es confidencial y solamente se utilizará de forma agregada.

Agradecemos su gran colaboración.

1. Antes de esta encuesta, ¿había escuchado sobre el concepto de destino turístico inteligente -DTI-?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

Sobre como incrementar la inversión en destinos turísticos inteligentes

2. Según su entendimiento, ¿cuáles son/deberían ser los beneficios principales para un empresario turístico a la hora de pertenecer a un destino turístico inteligente? (Seleccione todas las opciones que apliquen)

- Mejora de la experiencia del cliente con realidad aumentada, APPs e IA.
- Optimización de la gestión de recursos como uso eficiente del agua y la energía, gestión de residuos.
- Distinguirse de sus competidores mediante la adopción de tecnologías innovadoras, servicios únicos o prácticas sostenibles.
- Mejor manejo de la información y datos sobre el comportamiento y preferencias de los turistas.
- Aumento de la seguridad con videovigilancia y APPs sobre seguridad.
- Desarrollo de nuevas oportunidades de negocios.
- Fortalecimiento de la colaboración entre diferentes actores del sector privado y público.
- Respuesta eficiente a la demanda al adaptar la oferta turística en tiempo real.

- Automatización de procesos con sistemas en línea y kioscos automáticos para reservaciones, check-ins y check-outs .
- Gestión eficiente del personal con análisis de datos que ayudan a anticipar picos y caídas en la demanda.
- Reducción de costos operativos con eficiencia energética.
- Marketing y ventas más efectivos al utilizar datos detallados sobre las preferencias de la demanda.
- Otro:

3. ¿Qué tipo de resultados debería ofrecer un DTI a los empresarios turísticos para que éstos participen activamente (con tiempo y recursos) en este modelo de gestión?

- Acceso a financiamiento e inversión
- Acceso a subvenciones/Incentivos fiscales
- Reducción de costos y orientación personalizada para acceso a tecnología
- Lobby regulatorio
- Acceso a fuerza laboral capacitada
- Acceso a certificaciones relacionadas con empresas inteligentes u otras (especificar)
- Programas de aceleración/consolidación empresarial
- Acceso a nuevos mercados
- Acceso a capacitaciones e intercambio de buenas prácticas
- Otro:

4. ¿Qué tipo de participación privada ve usted más factible en un DTI?

- Apoyo en especie (tiempo y recursos humanos de la empresa)
- Cuota mensual/anual de participación
- Donaciones puntuales
- Pago por servicios concretos (como por ej. formación)
- Otro:

Tecnologías o estrategias relacionadas con el concepto de destino turístico inteligente

5. ¿Indique cuáles tecnologías o estrategias cree que sería urgente de implementar en un DTI? (marque las que corresponda)

- Accesibilidad
- Comité de gobernanza del destino
- Diagnóstico sobre el potencial de ser destino turístico inteligente
- Internet de las cosas -IOT-
- Internet público
- Plan de desarrollo del destino turístico inteligente
- Sensorización para medir Flujos de Visitantes, tráfico, aparcamiento, medio ambiente
- Sistemas de analítica de datos / Big data / BI
- Sistemas de información geográficos -GIS-
- Otro:

Medidas para desarrollar destinos turísticos inteligentes

6. ¿Cuáles considera que son las principales barreras para invertir por parte del sector privado en destinos turísticos inteligentes? (Seleccione todas las opciones aplicables)

- Ausencia de un modelo de negocio claro
- Costos de inversión elevados
- Falta de apoyo para implementarlo
- Escaso conocimiento o comprensión del concepto
- Problemas de infraestructura tecnológica
- Incertidumbre sobre el retorno de la inversión
- Debilidad en el liderazgo del sector público y privado

- Otro:

7. ¿Qué elementos cree que deberían incluirse en una campaña de comunicación efectiva para incentivar la inversión en DTI? (Seleccione todas las opciones aplicables)

- Beneficios tangibles y casos de éxito
- Capacitación y formación
- Información sobre financiamiento y apoyo económico
- Testimonios de empresas líderes en destino turístico inteligente
- Otro:

8. ¿Podría indicarnos los temas generales que le preocupan de su destino turístico que están obstaculizando su desempeño empresarial?

9. Si tiene comentarios adicionales sobre esta temática le pedimos que nos lo describa

10. Preferencias de aprendizaje: Si está interesado en aprender más, ¿cuál de los siguientes formatos prefiere para recibir información? (Seleccione todas las opciones que apliquen)

- Seminarios web o talleres en línea
- Folletos o guías impresas
- Artículos o publicaciones en línea
- Videos educativos
- Foros
- Otro:

11. Disposición a participar en iniciativas: Si hubiera iniciativas locales o programas de apoyo para transformar su área geográfica en un destino turístico inteligente, ¿estaría interesado en participar o colaborar?

- Si
- No estoy seguro/a
- No

Información del encuestado

12. Nombre de la empresa/organización:

13. Sector dentro de la industria turística:

- Hoteles y Alojamiento
- Cámara de Turismo
- Cámara de Comercio
- Alimentación
- Transporte
- Agencia de viajes y Tour Operadores
- Atracciones Turísticas y Actividades Recreativas
- Guías Turísticos

- Otro:

14. Tamaño de la empresa u organización

- Microempresa (1 a 10 empleados)
- Pequeña (11 a 50 empleados)
- Mediana (51 a 200 empleados)
- Grande (más de 201 empleados)

15. País y ciudad o región

16. ¿Cuántos años lleva su empresa u organización operando en la industria turística?

17. ¿Cuál es el principal mercado objetivo de su empresa u organización?

- Local
- Nacional

Estudio para Identificar los determinantes de adhesión por parte de los actores privados a los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), con objeto de incrementar su participación en la Red DTI de Latinoamérica

- Regional
- Internacional

18. ¿Qué cargo o función tiene en la empresa u organización?

19. Datos de contacto

2. Guía Preguntas Entrevistas Informantes Clave DTI

Sobre el entrevistado:

- Nombre y Apellido
- Organización / empresa
- Cargo
- Años de experiencia
- Orientación de la organización o tipo de servicios de la empresa

Sobre Destinos Turísticos Inteligentes:

- Conocimiento del concepto (tener lista la explicación por si tiene total o parcial desconocimiento)
- Interés en implementar Destinos Turísticos Inteligentes
- Beneficios de implementar DTI
- Limitantes para implementar Destinos Turísticos Inteligentes
- Medidas que podrían favorecer el desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes
- Rol del Estado y del sector privado
- Principales problemas del destino

Herramientas para desarrollar Destinos Turísticos Inteligentes:

- Participación en redes de parte de la organización o empresa
- Incentivos para la inversión
- Recomendaciones

Otros aspectos relevantes.

Anexo C. Respuesta a Preguntas Abiertas de la Encuesta a Empresarios

8. ¿Podría indicarnos los temas generales que le preocupan de su destino turístico que están obstaculizando su desempeño empresarial?

Organización de las pregunta abierta 8.

1. Accesibilidad y Conectividad

- Accesibilidad en todo el Estado, falta de personal bien capacitado, ausencia de manejo de información y datos de los turistas que nos visitan.
- Accesibilidad, tenemos carreteras hacia destinos turísticos en mal estado y pobladores o personas que no dominan la tecnología (internet, smart phones), analfabetismo informático.
- Conectividad. Recurso capacitado. Infraestructura.
- Conectividad aérea entre destinos turísticos.
- Falta de acceso a la tecnología, personal capacitado e idóneo para la puesta en marcha.
- Al comenzar con la idea de transporte accesible hubo muchas trabas en cuanto a la infraestructura y el equipamiento turístico en el destino.
- La infraestructura tecnológica, competencia del recurso humano (capacitación), gobernanza participativa.
- Infraestructura vial inadecuada y falta de financiación para maximizar la sostenibilidad.

2. Capacitación y Educación

- Falta de capacitación.
- Falta de conocimiento y de recursos de parte de las autoridades municipales y de los empresarios.
- Capacitación de turismo contemporáneo.
- Falta de recursos tecnológicos.
- Falta de señalética en idiomas y falta de actualización de datos.
- Infraestructura tecnológica, capacitación, formación.
- Capacitación para ser un destino de turismo sostenible.

3. Infraestructura y Desarrollo Urbano

- Infraestructura y conocimiento.
- Infraestructura urbana (drenaje, seguridad, conservación del patrimonio, paisajismo).
- La falta de caminos.
- Falta de inversión en servicios básicos en los principales atractivos.
- La falta de iniciativas puntuales para ordenar los destinos turísticos en todos los aspectos.
- La percepción de seguridad y la rigidez de la oferta.
- La mala infraestructura y el poco interés por resolverlo.

4. Financiamiento y Economía

- Acceso a financiamiento.
- Falta de recursos financieros.
- Falta de inversión privada en el destino.
- Altos costos laborales, costos fijos.
- Temporada turística baja, presión fiscal.
- Relacionamiento entre el poder público y privado.

5. Gobernanza y Política

- Compromiso con el tema de las autoridades del destino.
- Deficiencia de políticas a corto, mediano y largo plazo.
- La gobernanza y falta de compromiso en las acciones a realizar.
- Liderazgo público que se pierde en los cambios de administración.
- Despolitización de los proyectos de DTI.
- Gobernanza participativa.
- Problemas de burocracia o influencia del gobierno.

6. Promoción y Marketing

- Falta de promoción efectiva y de largo plazo.
- Falta de información para las empresas sobre el proyecto.
- Entregamos mapas de papel en la secretaría de turismo.
- Concepto global y homogéneo de destino turístico.
- Estandarización de requisitos y responsabilidades de los destinos turísticos.
- Falta de normativa y voluntad política para hacerla cumplir.

7. Sostenibilidad y Medio Ambiente

- La consolidación y analítica de datos, la accesibilidad.
- Infraestructura vial inadecuada y falta de financiación para maximizar la sostenibilidad.
- La falta de compromiso en las acciones a realizar.
- Sistemas de conservación ambiental.
- Turismo sostenible.

8. Calidad de Servicio y Experiencia del Turista

- Problemas con la conectividad y datos.
- Presencia de habitantes de calle.
- Falta de inversión en nuestro municipio.
- Inseguridad, falta de conectividad, tráfico, lentos procesos migratorios.

9. ¿Podría indicarnos los temas generales que le preocupan de su destino turístico que están obstaculizando su desempeño empresarial?

1. Apoyo y Asesoramiento a Empresarios

- Apoyo Financiero y Asesoría:
- Apoyo al empresario y no ajustarles el cuello.
- Asesoramiento y capital de operaciones.
- Créditos a conciencia, no para los amigos de siempre ni los empresarios prebendarios.
- Apoyo al emprendedor real, igualdad de oportunidades.

2. Capacitación y Educación

- Capacitación:
- Capacitación en aplicaciones.
- Educar a la población para el respeto y responsabilidad que implica convivir con la nueva tecnología.
- Capacitación al personal en gestión y servicio.
- Fortalecimiento de capacidades tecnológicas.
- Incrementar las acciones de capacitación y asistencia técnica para la mejora de calidad de servicios turísticos.
- Educación Tecnológica:
- Sensibilizar en cuanto al manejo de internet y redes sociales.
- Capacitación en temas de información y TICs.

3. Desarrollo Sostenible y Gobernanza

- Desarrollo Sostenible:
 - Relación de destinos inteligentes con el desarrollo sostenible del turismo.
 - Inclusión social y accesibilidad en los destinos inteligentes.
 - Gobernanza y Coordinación:
 - Importancia del diagnóstico en el destino y la habilitación tecnológica.
 - Coordinación entre los actores y la identificación de los recursos turísticos.
 - Gobernanza participativa.
4. Infraestructura y Tecnología
- Infraestructura:
 - Necesidad de mejorar la infraestructura turística.
 - Ampliación de infraestructura de alojamiento y mejor estado de rutas.
 - Desarrollar infraestructura de transporte terrestre y aéreo.
 - Tecnología:
 - Mejora de la señal en zonas turísticas.
 - Uso de inteligencia artificial en aeropuertos para orientar al turista.
 - Implementación de herramientas inteligentes que beneficien los procesos turísticos.
5. Investigación y Análisis de Datos
- Investigación:
 - Investigación de los ecosistemas.
 - Estudios de mercado para identificación de nichos turísticos.
 - Análisis de Datos:
 - Más información para comprender a cabalidad la actividad turística.
 - Comunicación de resultados al sector privado receptor de los países SITCA.
6. Problemas y Desafíos Identificados
- Desafíos Generales:
 - Falta de recursos financieros en todos los departamentos del país.
 - Falta de interés de las autoridades.
 - No se respetan ni se cumplen las ordenanzas municipales.
 - Falta de financiamiento y apoyo a microempresas.
 - Problemas de seguridad turística.
7. Comentarios y Opiniones Generales
- Interés y Participación:
 - Gracias por su interés.
 - Nos gustaría concretar una reunión y ver las posibilidades de alianzas.
 - Desconocimiento y Necesidades:
 - No tengo idea qué es un destino inteligente.
 - Se desconoce qué es un DTI.
 - Sería positivo una capacitación profunda sobre esta estrategia.