

TURISMO INTELIGENTE. TENDENCIA POST COVID EN MEXICO

María del Carmen Navarrete Torres¹

Cecilia García Muñoz Aparicio²

Resumen

En la actualidad la industria turística mundial se enfrenta a una crisis sanitaria y económica que le ha obligado a realizar cambios en sus estrategias. En México, una de las tendencias radica en la digitalización del sector para la creación de destinos turísticos inteligentes. Estos lugares se caracterizan por contar con una estructura tecnológica que facilita la experiencia del visitante.

Los medios digitales han modificado los gustos y las preferencias de los consumidores, así como, la forma de planear viajes desde una reservación para la transportación, y hoteles, hasta actividades a realizar en el lugar de interés entre otras más. Por otro lado, a los viajeros, les gusta compartir sus experiencias y hacen uso de las redes sociales.

Un Destino Turístico Inteligente (DTI) tiene que asumir el compromiso con los factores medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat, es decir, fomentar el desarrollo sostenible. El objetivo fue analizar los destinos en el país que cuentan con estas características y que son reconocidos como tal.

Se hizo una investigación documental con un enfoque cualitativo, analizando las fuentes secundarias: estudio de información y contenidos.

Conclusiones. Es necesario impulsar el desarrollo regional y local. En el país se cuenta con el potencial para este tipo de turismo. La crisis sanitaria cambio la manera de viajar, existe un nuevo perfil, nuevos retos y oportunidades, por lo que será necesario implementar acciones de manera conjunta tanto del sector público como privado.

Palabras Clave: Destino Turístico Inteligente, turismo, sostenibilidad

¹Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México, mallynav@yahoo.com.mx

²Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México, flamingos1999@hotmail.com

INTELLIGENT TOURISM. POST COVID TREND IN MEXICO

Abstract

Currently the world tourism industry is facing a health and economic crisis that has forced it to make changes in its strategies. In Mexico, one of the trends lies in the digitization of the sector for the creation of smart tourist destinations. These places are characterized by having a technological structure that facilitates the visitor's experience.

Digital media have modified the tastes and preferences of consumers, as well as the way of planning trips from a reservation for transportation, and hotels, to activities to be carried out in the place of interest, among others. On the other hand, travelers like to share their experiences and make use of social networks.

A Smart Tourist Destination (ITD) has to make a commitment to the environmental, cultural and socioeconomic factors of its habitat, that is, to promote sustainable development. The objective was to analyze the destinations in the country that have these characteristics and that are recognized as such.

A documentary research was carried out with a qualitative approach, analyzing secondary sources: study of information and contents.

Conclusions. It is necessary to promote regional and local development. The country has the potential for this type of tourism. The health crisis changed the way of traveling, there is a new profile, new challenges and opportunities, so it will be necessary to jointly implement actions from both the public and private sectors.

Key Words: Smart Tourist Destination, tourism, sustainability

1. INTRODUCCIÓN

México fue el primer país fuera de España, interesado en el desarrollo del modelo de los destinos inteligentes, habiendo sido Tequila, Jalisco y la Isla de Cozumel los primeros en lograrlo.

En el año 2015, se firmó un convenio de cooperación para crear el Modelo Mexicano de Destino Turístico Inteligente e iniciar el cambio en algunos otros (SECTUR, 2015).

El proceso inicia con un diagnóstico integral, y se diseña un plan de acción. La metodología se basa en el análisis de cinco ejes: gobernanza, tecnología, innovación, accesibilidad y sostenibilidad. Posteriormente, se inicia la fase de seguimiento en la que el destino tiene la posibilidad de darse a conocer con el sello “Destino Turístico Inteligente” que les permite iniciar un programa de mejora continua que garantizará su capacidad para

hacer frente con éxito a los retos y transformaciones de las exigencias de los nuevos turistas que forman un nicho en crecimiento.

Entre los beneficios de este modelo, destacan el progreso en la gobernanza local, competitividad, calidad de vida, experiencia de los turistas, una mayor información para la toma de decisiones, colaboración pública-privada y, mayor número de empleos y rentabilidad empresarial local (SEGITTUR, 2015, pág. 63)

La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas de la Secretaría de Estado de Turismo, (SEGITTUR) define el DTI como “destinos turísticos innovadores, consolidados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantizan el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilitan la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementan la calidad de su experiencia en el destino”. Su objetivo es el turista, no el ciudadano. La interacción inicia antes de la llegada al lugar, continúa durante su estancia y se prolonga hasta después de su partida.

Existe una diferencia con las ciudades inteligentes ya que estas, están orientadas a mejorar la gobernabilidad y la calidad de vida de los residentes. Los Destinos Turísticos Inteligentes se enfocan al incremento de competitividad y a la mejora de la experiencia del turista. En la tabla 1 se muestran las diferencias entre una Ciudad Inteligente y un Destino Turístico Inteligente.

Tabla 1. Principales diferencias entre Ciudad Inteligente y Destino Turístico Inteligente

SMART CITES	DTI
Presenta límites geográficos	En ocasiones carece de límites geográficos
Objetivo es el ciudadano	Objetivo es el turista
Se gestionan varios sectores	Se gestiona por el sector turístico
Desarrollo de Tics para medir la percepción del ciudadano	Desarrollo de TIC's para medir la percepción del turista

Fuente: SEGITTUR. (2015). *Smart Destination*, Madrid. pág. 32.

1.1 Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes

El uso de internet, tablets, smartphones y las apps, son herramientas que favorecen la innovación y la información en la sociedad, mantiene comunicado un país y con la información disponible, permite la toma de decisiones en materia turística.

Para lograr convertirse en un Destino Turístico Inteligente, es necesario reunir los siguientes requisitos como se muestra en la tabla 2.

España es el país pionero en el desarrollo de los DTI, adecuó su modelo turístico e implantó medidas que toman en cuenta las necesidades que existen con respecto a la innovación y el desarrollo de las TIC's, además de aumentar la competitividad, rentabilidad, diversificación y estacionalidad de sus destinos de ciudad (SEGITTUR, 2015, pág. 5).

Un Destino Turístico Inteligente es un espacio innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la vida de los residentes (SEGITTUR 2015, pág.32).

El desarrollo tecnológico, es una gran ventaja en esta actividad turística ya que optimiza los servicios que requieren los visitantes, lo que permite que la búsqueda y reservación de un destino y de los servicios que ofrecen se realicen con mayor frecuencia con el uso de internet.

Buhalis (2013), afirma que “los destinos turísticos que busquen la innovación de forma continua, mediante la utilización de aplicaciones de turismo electrónico inteligentes, y adopten sus procesos, podrán alcanzar ventajas competitivas sostenibles en el futuro”.

Tabla 2. Conversión a un Destino Turístico Inteligente

Requisitos	Sostenibilidad	Viabilidad financiera	Colaboración Público-Privada
Misión	Convertir un destino turístico en un DTI®		
Palancas	Innovación (de procesos, de herramientas)	Tecnologías (de información, de comunicación, de eficiencia)	
Resultados	Aumento de la competitividad empresarial y pública	Aumento de la calidad de la visita	Aumento de la calidad de vida del residente
Outcomes	Eficiencia (ahorro)	Empleo	
	Rentas (fiscales, salariales, empresariales)	Satisfacción	
Agentes	Administraciones Públicas	Empresa Privada	Entidades de Formación

Fuente: Muñoz, A., & Sánchez, S. (2013). Destinos turísticos inteligentes. *Harvard Deusto business review*, 224,

El desarrollo de este modelo involucra, al sector público y al sector privado que deberán adaptarse en conjunto y de acuerdo al crecimiento del destino y a las necesidades del nuevo turista para no perder competitividad sobre todo en la infraestructura en telecomunicaciones, hardware y los sistemas para analizar dicha información (SEGITTUR, 2015, págs. 35-36).

Entre las tecnologías más utilizadas en el sector se encuentran el Wi-Fi gratuito, video

guías, audioguías, oficinas de información turística del siglo XXI (*touchscreen*), las aplicaciones para móviles, los códigos QR, el Big Data y Open Data y los recorridos en 3D, entre otras (SEGITTUR, 2015, pág. 38).

La aplicación del DTI se basa en el uso de indicadores que ayudan a concretar y a diagnosticar la situación real de cada destino, para luego fijar los objetivos; estos indicadores (72 en total) están divididos en 9 categorías:

- 1.-Gobernanza
- 2.- Sostenibilidad
- 3.- Accesibilidad.
- 4.- Innovación.
- 5.-Conectividad.
- 6.- Inteligencia.
- 7.-Información.
- 8.- Marketing online
- 9.- Evolución de la actividad turística

1.2 Ventajas de Los Destinos Inteligentes

1.- Interconexión:

Se busca la fusión de diversos servicios de forma eficiente. Una ciudad que practique el turismo inteligente incluso buscará conectar sus sistemas de energía con los medios del transporte, lugares turísticos y opciones de alojamiento, promoviendo la conexión de múltiples servicios y ofreciendo menores costos para los clientes.

2.- Mayor procesamiento de datos:

Es importante conocer los gustos e intereses de los visitantes durante su estadía lo cual permite a las DTI planificar mejores políticas públicas vinculadas al turismo, así como eventos culturales o entretenimiento en general. Además, beneficia al sector aéreo, empresas que venden pasajes de autobús y a los hoteles o restaurantes.

3.- Herramientas digitales:

Las redes sociales sirven para aumentar la reputación de los servicios turísticos, producir contenido y mejorar la experiencia de los consumidores desde antes de iniciar su viaje.

2. MARCO TEÓRICO

Varios autores indican que los verdaderos antecedentes de los “destinos turísticos inteligentes” necesitan ser vinculados con la idea de destinos turísticos, internet de las cosas y ciudades inteligentes (Buhalis y Amaranggana, 2013).

López de Ávila (2013) señala que un DTI debe dotar de tecnología a la infraestructura del destino a fin de incrementar el desarrollo eficiente y sostenible, así como aumentar la calidad de vida de los residentes, requisitos básicos de la ciudad inteligente, al que se le aportará el valor añadido del visitante.

Los autores señalan que las características de las "Smart Cities" son necesarias para que surjan los DTI (Lamsfus y Alzur-Sorzabal, 2013; Zhu, Zhang y Li, 2014). Un "destino turístico inteligente" deberá integrar el territorial y el turístico, para que sean llamados "inteligentes".

Naphade (2011), señala que la gestión del tráfico, la programación del transporte público, la gestión de residuos, el control de la contaminación o la seguridad, son un problema que se tienen que resolver.

Jovicic (2017), comenta que al implementarse la inteligencia en los destinos turísticos se ha convertido en un punto vital, (ya que el turista más conectado, mejor informado y más comprometido interactúa dinámicamente con el destino, y añade valor para compartir (Neuhofer, Buhalis & Ladkin, 2012).

Las empresas turísticas interconectadas brindan a los clientes, servicios en tiempo real y personal, y simultáneamente recopilan datos para la optimización de su gestión estratégica y operativa (Gretzel et al., 2015; Wang et al., 2013). El concepto "inteligente" es un elemento clave en el marketing de los destinos turísticos (Boes et al., 2016; Jovicic, 2017).

En este sentido, el DTI, se puede considerar como "un sistema turístico que aprovecha la tecnología inteligente para crear, administrar y ofrecer servicios/experiencias inteligentes, y se caracteriza por un intercambio de información intensivo y la creación de valor" (Gretzel et al., 2015, p.3).

En Boes (2016), se señala que, con el uso de las TIC, se fomentan las experiencias, la sostenibilidad del destino y la calidad de vida de los residentes.

Buonincontri & Micera, 2016; Ivars-Baidal, CeldránBernabeu, Mazón & Perles-Ivars, 2017), señalan que los DTI en las plataformas guardan la información sobre recursos, actividades y productos turísticos que incluyen a turistas, empresas y organizaciones a través de una variedad de dispositivos (Wang, Li & Li, 2013; Zhang, Li & Liu, 2013).

Por otro lado, los destinos inteligentes no solo satisfacen las necesidades de los turistas, sino que también la calidad de vida de los que ahí viven. (Boes et al., 2016; Buhalis & Amaranggana, 2014; Caragliu et al., 2011; Ivars-Baidal et al. al., 2017; Segittur, 2015).

3. METODOLOGÍA

Se realizó una investigación documental en donde Baena (1985) la describe como una técnica que consiste en seleccionar y recopilar información por medio del análisis crítico de documentos y materiales, de bibliotecas, hemerotecas y bases de datos. Otras fuentes consultadas fueron artículos de revistas de divulgación relacionadas con el turismo y

páginas web.

4. RESULTADOS

El nombre de “Tequila proviene del náhuatl y significa; lugar donde se corta y donde se trabaja. También, se le conoce como la tierra del “oro azul” debido al color de sus campos de agave y es reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Se encuentra a una hora de la capital de Jalisco que es Guadalajara¹ Se ubica casi al centro-poniente del estado, limita al norte Zacatecas y San Martín de Bolaños, al sur con Ahualulco de Mercado, Teuchitlán y Amatitán. En la figura 1 se muestra la localización.

Figura 1. Localización de Tequila



Fuente: Gobierno del estado de Jalisco

El desarrollo turístico se inició en 2008 al implementarse las Tecnologías de la Información y la Comunicación para las unidades de negocio de Mundo Cuervo. La marca José Cuervo produce un prestigioso tequila y además, cuenta con una división de turismo y hospitalidad.

Posteriormente, en 2013, con la creación del Consejo de Desarrollo Integral de Tequila (CODIT), que directamente ha llevado a cabo la planificación a mediano (2020) y largo plazo (2040) y ha aplicado las estrategias para convertirlo en una Smart City.

En el destino se ha logrado:

- Conexión para más de 350 mil usuarios a través de los *access point* distribuidos en el centro histórico de la ciudad.
- Input de varias fuentes de datos para Big Data y toma de decisiones.

¹ <https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/presentaci%C3%B3n>

- Trazabilidad de las calles principales para lectura de densidades en espacios públicos.
- Monitorización y generación de Data a través de diversas cámaras colocadas alrededor del Pueblo Mágico. (Invertour)²

4.1 Incorporación al proyecto Destinos Inteligentes

Tequila, que además es un Pueblo Mágico se incorporó al proyecto Destinos Inteligentes mediante la elaboración del Informe de Evaluación y Plan de Acción para la transformación en Destino Turístico Inteligente, llevado a cabo en 2016.

4.1.2 Iniciativas

- El destino cuenta con una sólida e incluyente estructura de gestión público-privada, materializada en el Consejo de Desarrollo Integral de Tequila (CODIT), que permite coordinar y dar continuidad a los planes de desarrollo del destino.
- Existe un fuerte compromiso e implicación clave de la inversión privada en proyectos relacionados con el turismo.
- Uno de los ámbitos en que más avances han realizado es en la incorporación de sistemas innovadores para la gestión de datos y el desarrollo de un Plan Director de Destino Turístico Inteligente.
- El sector privado está impulsando la diversificación de la demanda y la oferta a través del desarrollo y estructuración de un producto innovador, diferenciado y de calidad.
- Se incentiva la creación y fortalecimiento del tejido empresarial mediante el fomento del emprendimiento local.
- Tequila basa su atractivo en sus principales recursos turísticos, cuyo desarrollo se acompaña de políticas de conservación y mejora del patrimonio cultural y natural. (Destino Turístico Inteligente)³.

Los principales atractivos del destino son los siguientes:

- Museo Nacional del Tequila
- Plaza principal, Tequila Jalisco
- Cascada de los azules
- José Cuero Express
- Fábrica la Rojeña de José Cuervo
- Casa Sauza
- Parroquia de Santiago Apóstol

² <https://www.invertour.com.mx/tequila-jalisco-destino-inteligente/>

³ <https://www.destinosinteligentes.es/destinos/tequila-mexico/>

- Templo de la Purísima
- Isla de la Bahía de Chamela
- Mercado de comida “Cleofas Mota”

4.1.3 Estrategia

El municipio de Tequila (Jalisco) se destaca por su carácter innovador, auténtico y por ser el corazón de la Ruta del Tequila en México. En ese sentido, el proyecto de Tequila Inteligente quiere darles fuerza a los tres aspectos. La localidad, es la maduración del destino.

Cada vez más, la ciudadanía tiene sentido de pertenencia gracias a las soluciones a las que tienen acceso: Apps, WiFi gratuita en el Centro Histórico. Los habitantes participan a través de un sensor ciudadano, el cual se trata de una sistematización de todo lo que se comenta sobre Tequila en las distintas redes sociales. “Ahí se clasifican por tema, se les distribuyen a las personas que toman decisiones: Gobierno Municipal, Empresas, ONG con el objetivo de implementar soluciones o modelos de negocio. (La Network)⁴

El sensor ciudadano ha sido aplicado, como un medio para los sitios de estacionamiento que evolucionó en una App y en los hoteles que han mejorado su servicio para el turismo tomando como base los comentarios realizados en el sensor, con él se llegó a obtener la certificación como Destino Inteligente de la Secretaría de Estado de Turismo de España. Y en prevención con las tendencias vía Big Data para analizar crecimiento al 2040. (La Network)⁴

4.2 Cozumel

Cozumel, es una isla, un área protegida que desarrolló la Agenda 21 de manera consensuada con los diferentes actores, al mismo tiempo cuenta con numerosas acciones de buenas prácticas, especialmente en el ámbito medioambiental, llevadas a cabo por organismos privados.

Se destaca en la isla, al igual en otros destinos latinoamericanos, el firme compromiso de establecer medidas de protección de los derechos de personas con discapacidad y parámetros de accesibilidad. (Destinos Inteligentes)

Esta isla ubicada en Quintana Roo con 478 km, fue el primer destino señalado como inteligente dentro de la República Mexicana, debido a sus características de innovación y accesibilidad. Es un puerto popular para cruceros, además de contar con numerosos sitios para bucear⁴.

En el Parque Nacional Arrecifes de Cozumel, hay puntos de buceo en torno a una sección del arrecife mesoamericano y las esculturas sumergidas del Museo Subacuático de Arte.

Chankanaab es un parque ecológico que rodea una laguna con cavernas submarinas y que alberga delfines, manatíes y tortugas marinas, en la figura 2, se muestra la ubicación

⁴ <https://www.destinosinteligentes.es/destinos/cozumel-mexico/>

Figura 2. Localización de Cozumel



Fuente: Ubicación de los destinos Cancún, Riviera Maya y Cozumel. Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Ciudad de León del Estado de Guanajuato 2013.

Cozumel se incorporó al proyecto mediante el Informe de Evaluación y Plan de Acción, que se elaboró en 2015. Las principales iniciativas se presentan en la tabla 3.

Tabla 3. Iniciativas

<p>El destino cuenta con políticas de planificación turística, consolidadas y alineadas con los principales objetivos establecidos en documentos estatales y federales, con especial atención al Plan estratégico de Turismo Sustentable (PETSIC 2012-2034) y a la Agenda de Competitividad para Isla de Cozumel del año</p>	<p>Incrementar una estrategia de promoción turística, especialmente en redes sociales del destino</p>
<p>Marca e imagen consolidada como destino referencial de la Riviera Maya con importantes atributos únicos que incluyen elementos tangibles, así como elementos de carácter más intangible y simbólico</p>	<p>Firme compromiso por parte del destino de establecer medidas de protección de los derechos de personas con discapacidad y parámetros de accesibilidad.</p>
<p>Creación de grupos de trabajos intersectoriales, con especial atención al producto de cruceros</p>	<p>Importante presencia del sector educacional</p>

Existe una importante concienciación sobre la necesidad de preservar las zonas protegidas del destino.	Inclusión de Isla de Cozumel como miembro de la AMECI (Asociación Mexicana de Ciudades Inteligentes)
Alta valoración del patrimonio tangible e intangible para los residentes y gobernantes del destino	Numerosas acciones de buenas prácticas, especialmente en el ámbito medioambiental, llevadas a cabo por organismos privados.

Fuente: Destinos Inteligentes

5. CONCLUSIONES

En México, se cuenta con el potencial para desarrollar un mayor número de Destinos Turísticos Inteligentes. La pandemia cambió la manera de viajar de los turistas, existe un nuevo perfil, nuevos retos y oportunidades, por lo que será necesario implementar acciones de manera conjunta tanto del sector público como privado.

El avance de la tecnología ha tenido un desarrollo significativo y la tendencia del turista post-covid demanda destinos que cuenten con todas las garantías no solo en materia de salud y sostenibilidad, sino que además del uso de apps turísticas, wifi gratis e internet. La planeación de los viajes requiere contar con suficiente información en cuanto a las facilidades que se ofrecen en estos destinos, además de comodidades, conectividad y entretenimiento.

El país cuenta con un sin número de atractivos que no han sido promovidos adecuadamente y en un futuro cercano la competencia a nivel global por atraer turistas se intensificará. La industria turística tiene la oportunidad de reinventarse y los Destinos Turísticos Inteligentes son una buena opción.

BIBLIOGRAFIA

- Ávila, A. L., & Sánchez, S. G. (2013). Destinos turísticos inteligentes: Antonio López de Ávila, presidente de Segittur. *Harvard Deusto business review*, (224), 58-67.
- Baena, G. (1985). *Definiciones Investigación Documental*. (sf) (Doctoral dissertation, Tesis de investigación de tesisdeinvestig. blogspot. pe).
- Boes, K., Buhalis, D. and Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108-124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- Buonincontri, P., & Micera, R. (2016). The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations. *Information Technology & Tourism*, 16(3), 285-315.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart tourism destinations. In *Information and communication technologies in tourism 2014* (pp. 553-564). Springer, Cham.

Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of urban technology*, 18(2), 65-82.

Destino Turístico Inteligente Obtenido en:
<https://www.destinosinteligentes.es/destinos/tequila-mexico/>

Destinos Inteligentes. Obtenido en: <https://www.destinosinteligentes.es/destinos/cozumel-mexico>

Fojal.jalisco.gob.mx. Obtenido en: <https://fojal.jalisco.gob.mx/contacto.html>

Gobierno de Jalisco. Obtenido en:
<https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/presentaci%C3%B3>

Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.

Heald, J., & Guerrero-Rodríguez, R. (2015). Diagnóstico de Competitividad y sustentabilidad de ciudades patrimonio de la humanidad y de la ciudad de León, 2013. *Competitividad de Destinos Turísticos: casos de investigación aplicada en México*, 50-72.

Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J. N., & Perles-Ivars, Á. F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs: ¿a new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581-1600.

Jovicic, D. (2017). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276-282

La Network. Obtenido en: <https://la.network/tequila-quiere-ser-una-ciudad-inteligente/>

Lamsfus, C. y Alzur-Sorzabal, A. (2013): "Theoretical framework for a tourism internet of things: Smart destinations". *TourGUNE Journal of tourism and human mobility*, issue0, pág.

Muñoz, A., & Sánchez, S. (2013). Destinos turísticos inteligentes. *Harvard Deusto business review*, 224, 58-67.

Naphade, M., Banavar, G., Harrison, C., Paraszczak, J., & Morris, R. (2011). Smarter cities and their innovation challenges. *Computer*, 44(6), 32-39.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2), 36-46.

Invertour. Obtenido en: <https://www.invertour.com.mx/tequila-jalisco-destino-inteligente/>

Sectur. Obtenido en: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/tequila-jalisco>

SECTUR, C. E. D. S. T. (2015). de México. *Secretaría de Turismo*

SEGITTUR (2015): Destinos turísticos inteligentes. URL:
<http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Tursticos-Inteligentes.pdf>

Wang, D., Li, X., & Li, Y. (2013). China’s smart tourism destination initiative: A taste of the service-dominant logic. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(2), 59–61.

Zhu, W., Zhang, L., Li, N. (2014): “Challenges, function changing of government and enterprises in Chinese smart tourism”. In ENTER, 2014 (<http://www.enter2014.org/>)