



PARC CIENTÍFIC
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

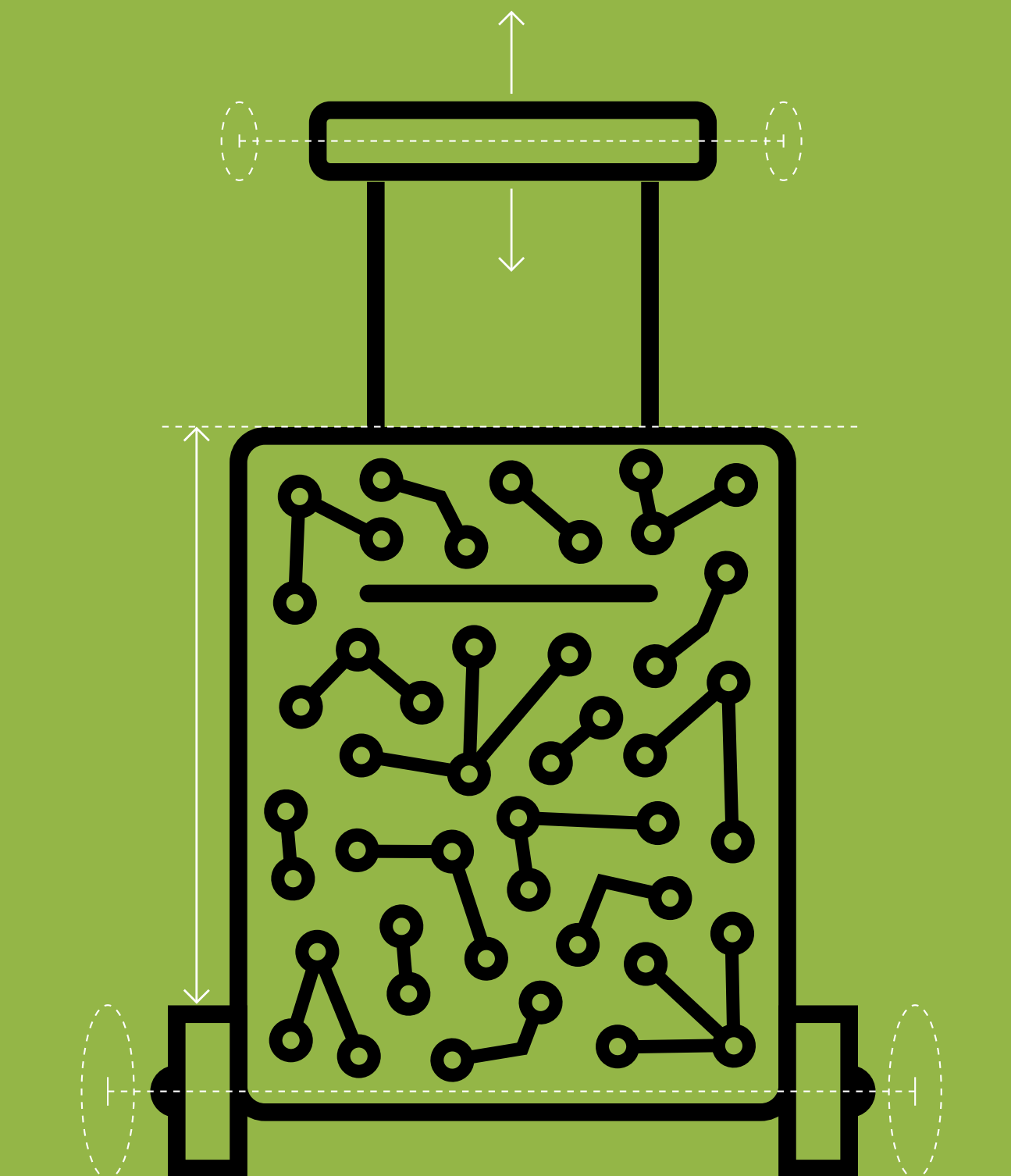
GUÍA PRÁCTICA

TURISMO INTELIGENTE: GOBERNAR EL DATO, REGENERAR EL TERRITORIO

CLAVES ESTRATÉGICAS, TECNOLÓGICAS Y ÉTICAS PARA DESTINOS
MÁS RESILIENTES, COMPETITIVOS Y CON PROPÓSITO

ENERO 2026

FUNDACIÓ PARC CIENTÍFIC UNIVERSITAT DE VALÈNCIA



GUÍA PRÁCTICA

TURISMO INTELIGENTE: GOBERNAR EL DATO, REGENERAR EL TERRITORIO

CLAVES ESTRATÉGICAS, TECNOLÓGICAS Y ÉTICAS PARA DESTINOS
MÁS RESILIENTES, COMPETITIVOS Y CON PROPÓSITO

**TURISMO INTELIGENTE:
GOBERNAR EL DATO,
REGENERAR EL TERRITORIO**

**Claves estratégicas,
tecnológicas y éticas para
destinos más resilientes,
competitivos y con propósito**

Edita

Fundació Parc Científic

Universitat de València

C/ Catedrático Agustín Escardino, 9

46980 Paterna (Valencia)

Telf.: +34 963 544 758

parc.cientific@uv.es

www.pcuu.es

Coordinación

Kristin Suleng Furió

Coordinadora de Innotransfer en el Parc

Científic de la Universitat de València

Técnica responsable del Área de

Comunicación y Marketing de la

Fundació Parc Científic Universitat de

València

Colaboran

Pedro Carrasco Sorlí

Miguel Ángel Catalán Montañana

Rosa María Rodríguez Artola

Waleśka Schlesinger

Francisco Vaquer Estalrich

Celia Romero Rodríguez

Natalia Castro Díaz

Kristin Suleng Furió

Año

2025

Diseño

Pau Soriano Pérez-Almazán

Con el apoyo de

Innotransfer, programa de innovación

abierto de la Red de Parques Científicos

Valencianos (rePCV)

Conselleria de Innovación, Industria,

Comercio y Turismo de la Generalitat

Valenciana

ISBN

978-84-09-75211-9

DOI

10.7203/PCUV-17

GUÍA PRÁCTICA

TURISMO INTELIGENTE: GOBERNAR EL DATO, REGENERAR EL TERRITORIO

**CLAVES ESTRATÉGICAS, TECNOLÓGICAS Y ÉTICAS PARA DESTINOS
MÁS RESILIENTES, COMPETITIVOS Y CON PROPÓSITO**



PARC CIENTÍFIC
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

INNOTRANSFER



**GENERALITAT
VALENCIANA**
Conselleria de Innovació,
Indústria, Comerç i Turisme

ÍNDICE

- 07 **PRÓLOGO**
TURISMO INTELIGENTE MÁS ALLÁ DE LA TECNOLOGÍA:
UNA INVITACIÓN A LA ACCIÓN
Pedro Carrasco Sorlí
- 09 **INTRODUCCIÓN**
DEL “SMART” INSTRUMENTAL A LA INTELIGENCIA
TERRITORIAL CON IMPACTO POSITIVO
Kristin Suleng Furió
-
- 11 **GOBERNANZA REAL, BRECHA TECNOLÓGICA Y ÉTICA EN EL DESTINO**
TURÍSTICO INTELIGENTE: LA EXPERIENCIA DE FINESTRAT
Miguel Ángel Catalán Montañana
- 19 **INTELIGENCIA EN LA GESTIÓN PARA AVANZAR HACIA**
UN TURISMO RESILIENTE Y REGENERATIVO
Rosa M^a Rodríguez Artola
- 25 **TURISMO INTELIGENTE CON PROPÓSITO**
A PARTIR DEL PATRIMONIO
Waleska Schlesinger
- 35 **UN LENGUAJE COMÚN PARA LOS TERRITORIOS:**
LA INTEROPERABILIDAD COMO RESPUESTA A LOS RETOS REALES
Fran Vaquer
- 43 **VIAJAR PARA REGENERAR: LA NUEVA ÉTICA**
DEL TURISMO INTELIGENTE
Celia Romero · Natalia Castro
-
- 53 **EPÍLOGO**
Kristin Suleng Furió
- 54 **PERFILES**
Las firmas
-

PRÓLOGO

TURISMO INTELIGENTE MÁS ALLÁ DE LA TECNOLOGÍA: UNA INVITACIÓN A LA ACCIÓN

Por **Pedro Carrasco**, director del Parc Científic de la Universitat de València (PCUV)

El turismo ocupa un lugar central en el desarrollo económico y social del territorio, pero su relevancia estratégica va acompañada de una creciente complejidad: presión sobre los recursos, impacto del cambio climático, transformación digital acelerada y una demanda social cada vez más clara de modelos más equilibrados y responsables. En este escenario, el concepto de turismo inteligente adquiere un significado que trasciende la tecnología y plantea cuestiones de fondo sobre gobernanza, planificación y cuidado de los destinos.

Esta publicación tiene su origen en el espacio de reflexión y diálogo generado en el Parc Científic de la Universitat de València (PCUV) el 22 de mayo, en el marco del programa Innotransfer, una iniciativa de innovación abierta impulsada por la Red de Parques Científicos Valencianos (rePCV) con el apoyo de la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat Valenciana. El programa se concibe como un instrumento para conectar conocimiento científico, capacidad tecnológica y retos reales del entorno productivo y social, favoreciendo la colaboración entre universidad, empresas, administraciones públicas y otros agentes del territorio.

Las aportaciones que se recogen en esta obra coinciden en una idea clave: la inteligencia turística no se construye únicamente mediante la adopción de herramientas digitales, sino a través de una gobernanza sólida, una gestión estratégica del dato y una mirada ética que sitúe al territorio y a las personas en el centro de la toma de decisiones. La tecnología se presenta, así, como un medio para mejorar la planificación, anticipar escenarios y reforzar la resiliencia de los destinos.

En este contexto, los parques científicos desempeñan un papel técnico y estratégico especialmente relevante. Actúan como espacios de intermediación donde el conocimiento se traduce en soluciones aplicadas, se facilita la experimentación en entornos reales y se articulan ecosistemas de innovación capaces de integrar disciplinas, sectores y escalas territoriales. En un ámbito como el turístico —caracterizado por su transversalidad y por la necesidad de datos fiables y cooperación interinstitucional— esta función resulta determinante para evitar enfoques fragmentados y promover modelos más coherentes y sostenibles en el tiempo.

La lógica de la innovación abierta permite avanzar desde proyectos aislados hacia procesos estructurales de transformación, basados en el aprendizaje compartido, la evaluación continua y la transferencia efectiva de conocimiento. Este enfoque resulta especialmente pertinente para abordar retos como la adaptación al cambio climático, la gestión de flujos turísticos, la protección del patrimonio o la incorporación responsable de la inteligencia artificial en la gestión pública y privada.

Los textos que conforman esta publicación aportan miradas complementarias y experiencias contrastadas que invitan a repensar el turismo como una herramienta de desarrollo sostenible, cohesión social y regeneración territorial. Se trata, en definitiva, de una contribución orientada a reforzar la toma de decisiones informadas y a situar el conocimiento y la colaboración como pilares de un turismo capaz de afrontar con solvencia los desafíos presentes y futuros.

INTRODUCCIÓN

DEL “SMART” INSTRUMENTAL A LA INTELIGENCIA TERRITORIAL CON IMPACTO POSITIVO

Por **Kristin Suleng Furió**, Coordinadora de Innotransfer en el Parc Científic de la Universitat de València, Técnico responsable del Área de Comunicación y Marketing de la Fundació Parc Científic Universitat de València

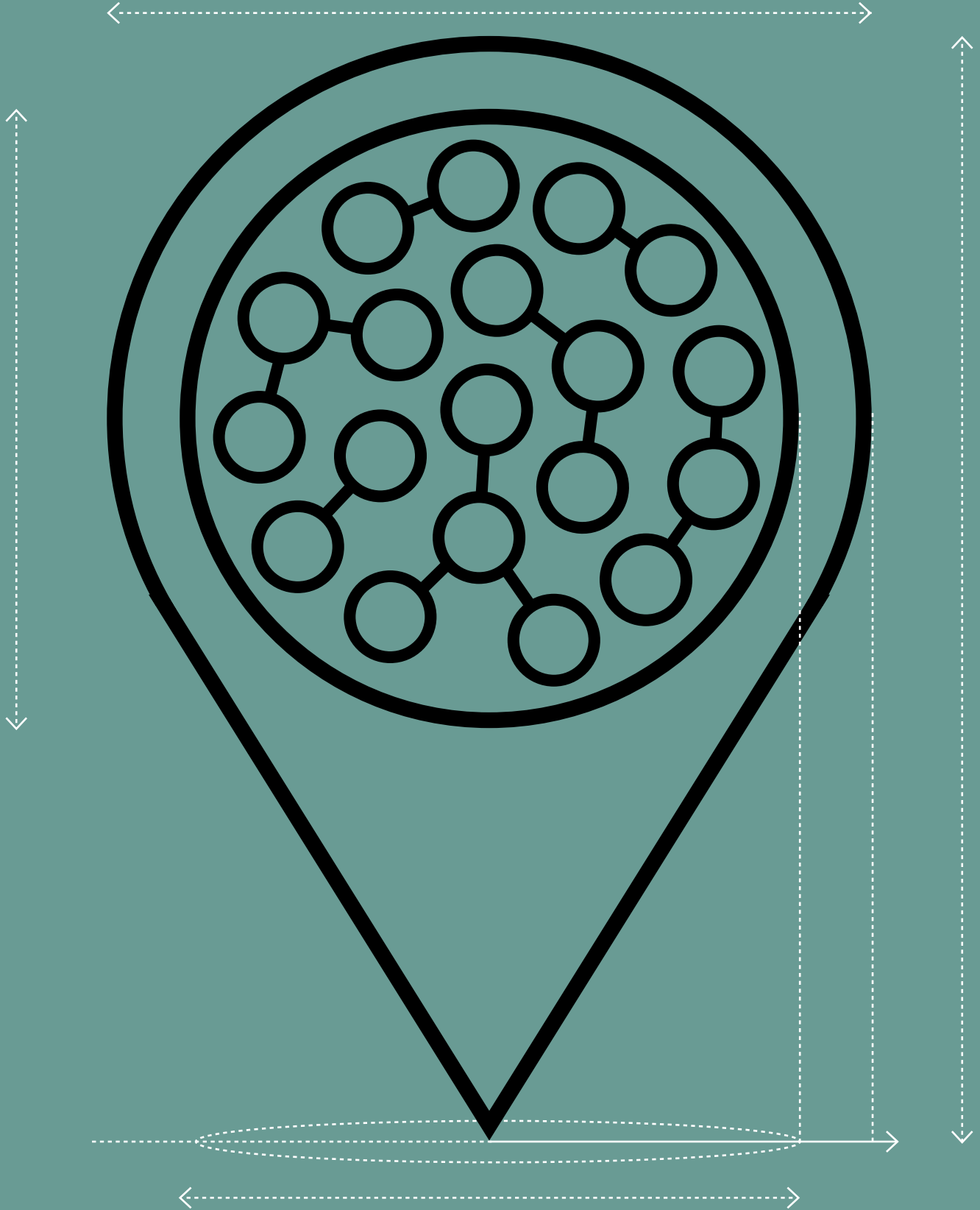
El concepto de turismo inteligente ha experimentado una evolución sustancial en los últimos años. Lo que comenzó como un enfoque centrado en la digitalización de los destinos y en la incorporación de tecnologías de la información se ha transformado en un marco más amplio, que integra gobernanza, sostenibilidad, gestión del conocimiento y calidad de vida de la población residente. En la actualidad, el principal desafío no reside en la adopción de tecnología, sino en su integración efectiva en los modelos de gestión territorial.

Esta publicación aborda el turismo inteligente desde una perspectiva técnica y estratégica, centrada en los factores estructurales que determinan su funcionamiento: la gobernanza del dato, la interoperabilidad de los sistemas, la capacidad analítica y la incorporación de criterios éticos en el uso de tecnologías avanzadas, incluida la inteligencia artificial. La tecnología se entiende aquí como un instrumento al servicio de decisiones informadas, coherentes y alineadas con objetivos públicos claramente definidos.

Los capítulos que componen la obra analizan el paso desde soluciones aisladas hacia modelos basados en ecosistemas de datos, coordinación institucional y procesos de mejora continua. En este contexto, adquieren relevancia conceptos como resiliencia, regeneración territorial, capacidad de carga, diversificación de flujos turísticos e impacto positivo, así como la necesidad de estructuras organizativas y competencias técnicas capaces de convertir estos principios en práctica operativa.

El turismo se aborda además como una política pública transversal, estrechamente vinculada a ámbitos como el urbanismo, la movilidad, el medio ambiente, la cultura o la innovación empresarial. Esta condición exige superar enfoques sectoriales y avanzar hacia mecanismos de coordinación que permitan integrar información procedente de fuentes públicas y privadas bajo criterios comunes de calidad, interoperabilidad y gobernanza.

En conjunto, este trabajo ofrece un marco de referencia dirigido a responsables públicos, equipos técnicos de las administraciones, profesionales del sector turístico, empresas tecnológicas y agentes del sistema de innovación interesados en desarrollar estrategias de turismo inteligente sólidas, escalables y sostenibles en el tiempo. Más que proponer soluciones cerradas, la publicación aporta criterios, aprendizajes y líneas de actuación orientadas a mejorar la capacidad de los territorios para planificar, anticipar y adaptarse en un entorno de creciente complejidad.



Miguel Ángel Catalán Montañana, Responsable de la Smart Office de Finestrat
y cofundador de Inturtec

GOBERNANZA REAL, BRECHA TECNOLÓGICA Y ÉTICA EN EL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE: LA EXPERIENCIA DE FINESTRAT

DE LA TEORÍA DEL MODELO DTI A LA GESTIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE, EJEMPLO DE ESPACIOS NATURALES INTELIGENTES Y EL DESAFÍO DEL CAPITAL HUMANO

Este capítulo aborda la transición del modelo teórico de Destino Turístico Inteligente (DTI) a su aplicación práctica, tomando como caso de estudio el municipio de Finestrat. Desde una perspectiva de gestión técnica, se analizan las barreras críticas que frenan la consolidación del modelo: la falta de transversalidad real en la gobernanza municipal, la escasa formación tecnológica de los gestores turísticos y la dependencia excesiva de soluciones externas. Asimismo, se reflexiona sobre los retos éticos y regulatorios que plantea la irrupción de la inteligencia artificial en la administración pública. Finalmente, se expone el proyecto “Montaña Inteligente del Puig Campana” como un caso de éxito en la gestión de espacios naturales mediante sensorización y conectividad, demostrando cómo la tecnología puede mejorar la seguridad y la experiencia del visitante cuando responde a una estrategia clara.

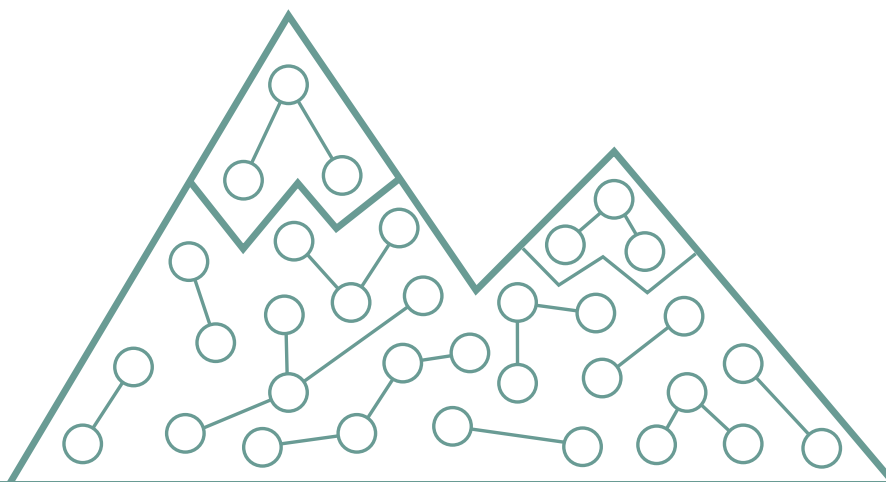
DEFINICIÓN Y ENFOQUE INICIAL: MÁS ALLÁ DE LA TECNOLOGÍA, LA GOBERNANZA

La literatura académica y las instituciones como SEGITTUR han definido profusamente el concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI) basándose en cinco pilares fundamentales: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Sin embargo, desde la gestión municipal, la definición de “inteligencia” turística adquiere un matiz mucho más orgánico y menos tecnocrático.

En la experiencia de Finestrat, la inteligencia turística no reside únicamente en la sensorización del territorio, sino en la capacidad de articular una gobernanza transversal. El verdadero desafío no es instalar tecnología, sino lograr que las soluciones aplicadas permitan mejorar el destino tanto para el residente como para el visitante, implicando no solo al departamento de turismo, sino que esas políticas, permitan integrar en la toma de decisiones al resto de áreas tradicionalmente ajenas a la lógica turística, como urbanismo, seguridad, medioambiente o ingeniería.

La gestión inteligente implica desarrollar políticas municipales que integren al residente y al turista en una misma ecuación de bienestar. Si la tecnología aplicada no mejora la calidad de vida del ciudadano al mismo tiempo que la experiencia del visitante, el modelo corre el riesgo de ser percibido como una invasión o un gasto superfluo. Por tanto, entendemos el turismo inteligente como un modelo de gestión del territorio donde el dato sirve para romper silos administrativos y donde la tecnología es el medio, no el fin, para alcanzar una eficiencia operativa que beneficie a toda la demografía del destino.

En este contexto, la innovación abierta y la inteligencia artificial (IA) irrumpen no como herramientas futuristas, sino como necesidades operativas para gestionar flujos y cargas de trabajo crecientes. No obstante, su implementación debe regirse por principios de soberanía del dato y ética pública, evitando que la automatización eclipse la responsabilidad administrativa sobre la información que se ofrece.



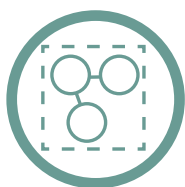
DIAGNÓSTICO: ASIMETRÍA ORGANIZATIVA Y LA BRECHA DEL CAPITAL HUMANO

Al analizar el estado de la cuestión en los destinos turísticos, especialmente en aquellos de tamaño medio, se observa una dicotomía preocupante. Por un lado, existe una voluntad política y una disponibilidad de fondos (impulsados por los fondos europeos *Next Generation*) sin precedentes; por otro, nos encontramos con una estructura administrativa que no avanza a la misma velocidad que la tecnología.

El diagnóstico actual revela una asimetría organizativa severa. A pesar de la creación de comisiones interdepartamentales que exige la metodología DTI, la realidad es que la gestión turística sigue pesando poco en la “gobernanza estratégica” de los municipios. Turismo sigue siendo visto en muchos ayuntamientos como un área de promoción y eventos, y no como un área estratégica de gestión territorial basada en datos.

Sin embargo, el problema más agudo que detectamos no es solo organizativo, sino de capacitación técnica. Existe una brecha significativa en el perfil de los gestores turísticos (técnicos de administración general, informadores, etc.) respecto a las competencias digitales necesarias para liderar proyectos de *Smart City* o DTI.

Esta falta de formación especializada se extiende, paradójicamente, a departamentos técnicos como ingeniería o informática municipal, que, aunque expertos en sus áreas, a menudo desconocen las especificidades de la operativa turística y la experiencia de usuario del visitante. Esta desconexión provoca dos fenómenos a vigilar:



DEPENDENCIA TECNOLÓGICA ACRÍTICA

Ante la falta de criterio técnico interno, las administraciones se dejan “asesorar” por consultoras y empresas tecnológicas cuyos intereses comerciales no siempre se alinean con las necesidades reales del destino. Esto deriva en la adquisición de plataformas y soluciones “paquetizadas” que no resuelven problemas específicos.



SOLUCIONES INSATISFACTORIAS

La brecha entre lo que el destino necesita y lo que la tecnología implementada ofrece se agranda, generando frustración y una percepción de despilfarro de recursos públicos.

A fecha de hoy, la formación de los cuadros técnicos es el eslabón más débil de la cadena de valor del turismo inteligente.

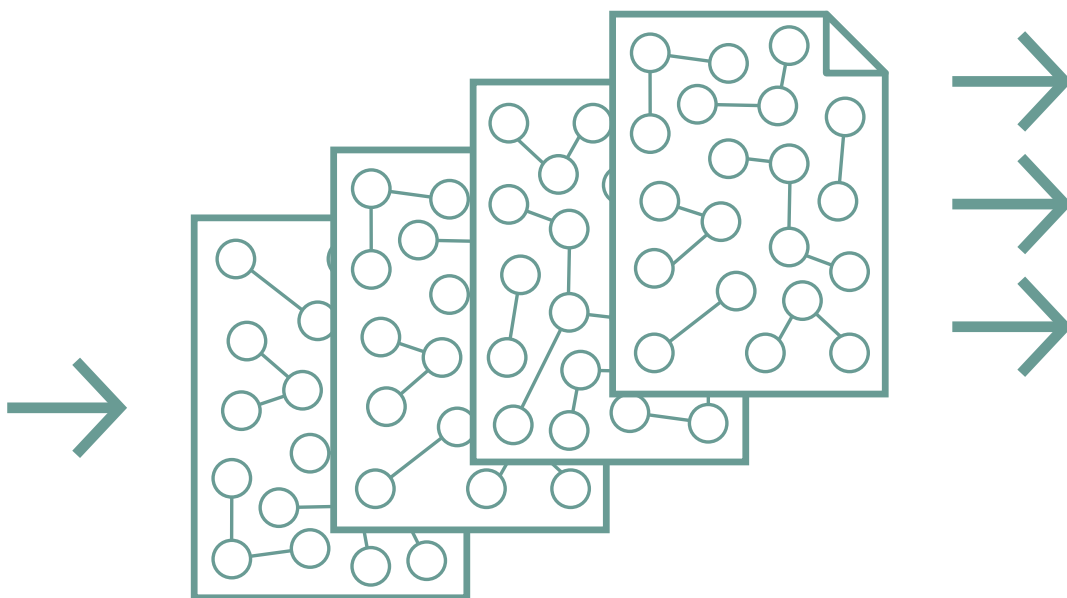
CLAVES Y RETOS: EL EQUILIBRIO ENTRE LA IA Y LA ÉTICA PÚBLICA

El avance hacia un turismo transformador enfrenta barreras que van más allá de lo presupuestario. Uno de los retos emergentes más complejos es la falta de regulación y control ético sobre las nuevas tecnologías, específicamente la inteligencia artificial Generativa.

La IA ofrece ventajas innegables para la administración: agilización de trámites, redacción de pliegos, análisis de sentimientos en redes sociales y reducción de la carga administrativa de los funcionarios. Sin embargo, su implementación desordenada conlleva un riesgo latente: la pérdida de control sobre la información.

Cuando un destino delega la interacción con el visitante o el residente en algoritmos de caja negra, o cuando utiliza herramientas de IA para generar contenidos sin una supervisión experta, se arriesga a perder la veracidad y la precisión que se le presupone a una administración pública. El reto es encontrar el equilibrio entre la eficiencia que aporta la automatización y la ética de su uso.

Además, la gobernanza del dato sigue siendo una asignatura pendiente. No basta con acumular *Big Data*; es necesario pasar al *Smart Data*. Los destinos a menudo sufren de “in-foxicación” (exceso de datos sin procesar) y carecen de una cultura interna orientada al dato. Las decisiones se siguen tomando, en gran medida, basándose en la intuición o la inercia histórica, en lugar de apoyarse en evidencias empíricas extraídas de los sistemas de inteligencia turística. Romper con las lógicas jerárquicas tradicionales y fomentar una cultura horizontal basada en la evidencia es el cambio cultural más difícil de implementar.



CASOS DE ÉXITO: LA MONTAÑA INTELIGENTE DEL PUIG CAMPANA

Frente a la teoría, la práctica ofrece ejemplos de cómo la tecnología puede resolver problemas reales cuando hay una estrategia clara. En Finestrat, el proyecto de la Montaña Inteligente del Puig Campana es el paradigma de cómo gestionar un recurso natural de alta presión turística mediante herramientas DTI.

El Puig Campana no es solo un icono paisajístico; es una de las cimas más visitadas de

la provincia de Alicante y escenario de pruebas deportivas de nivel internacional como la Costa Blanca Trail o el Kilómetro Vertical. Esta afluencia masiva generaba retos críticos de seguridad y gestión de flujos en un entorno natural sensible.

La estrategia de Finestrat se centró en la seguridad como eje prioritario, por encima de la promoción. Las actuaciones clave incluyeron:



CONECTIVIDAD EN ZONAS DE SOMBRA

Se identificó que la cara norte de la montaña carecía de cobertura móvil, lo que dificultaba enormemente los rescates y la comunicación en caso de accidente. La solución fue dotar de cobertura vía WIFI a esta zona crítica, permitiendo a los senderistas y corredores comunicarse en caso de emergencia.



USO DE DRONES PARA RESCATE

Se implementó una unidad de drones equipados con cámaras térmicas y altavoces. Esta tecnología ha permitido localizar a personas extraviadas en tiempo récord y coordinar los operativos de rescate con bomberos y cuerpos de seguridad provinciales y autonómicos de manera mucho más eficiente.



SENSORIZACIÓN AMBIENTAL Y DE FLUJOS

Se desplegaron sensores para monitorizar condiciones ambientales y conteo de personas. Esto no solo ayuda a la seguridad, sino que permite “anticipar escenarios” y lanzar alertas tempranas ante riesgos de incendio o saturación de senderos.

APRENDIZAJES: Este caso demuestra que el éxito del modelo DTI en entornos naturales no depende de aplicaciones móviles complejas, sino de infraestructura invisible (conectividad, sensores) que garantiza la seguridad. La condición que hizo posible su implementación fue la definición clara de un problema (seguridad en montaña) y la búsqueda de una solución tecnológica específica, en lugar de buscar una tecnología y ver dónde encajarla.

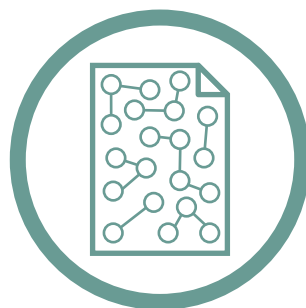
RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE FUTURO

Para que los destinos turísticos españoles, especialmente los de escala media, puedan consolidar su modelo de gestión inteligente en los próximos años, es necesario actuar sobre ejes estratégicos que trascienden la compra de tecnología:



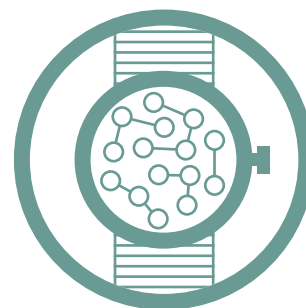
INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO

Es imperativo destinar recursos a la formación continua de los técnicos municipales. No se trata solo de cursos de usuario, sino de formación en estrategia tecnológica y gestión de proyectos innovadores. Asimismo, las Relaciones de Puestos de Trabajo (RPT) de los ayuntamientos deben empezar a incorporar perfiles híbridos (tecnólogos turísticos, analistas de datos).



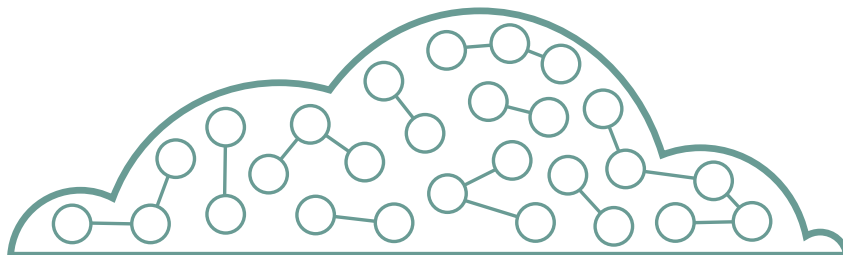
GOBERNANZA DEL DATO Y ÉTICA

Se debe establecer una gobernanza del dato clara, siguiendo las normas UNE y las recomendaciones de SEGITTUR, que garantice la interoperabilidad entre las diferentes fuentes (públicas y privadas). Además, es urgente desarrollar protocolos municipales para el uso ético de la IA, asegurando que la tecnología asista al técnico, pero no lo sustituya en la responsabilidad final.



INTEROPERABILIDAD REAL

Debemos exigir a los proveedores tecnológicos que sus soluciones sean abiertas e interoperables. El futuro pasa por plataformas de destino que actúen como “cerebros” integradores, capaces de conectarse con la Plataforma Inteligente de Destinos (PID) nacional, evitando las islas de información.





INTEGRACIÓN DEL SECTOR PRIVADO

El dato de mayor calidad y granularidad a menudo lo posee el sector privado (hoteles, aerolíneas, operadores). La administración debe crear los mecanismos de confianza y las infraestructuras jurídicas necesarias para que compartir datos sea seguro y beneficioso para las empresas.



TECNOLOGÍAS DE FUTURO

Mirando al horizonte de 5-10 años, la gestión se apoyará en Gemelos Digitales para la simulación de escenarios (cambio climático, flujos turísticos) y en tecnologías inmersivas para la promoción. Sin embargo, estas herramientas solo serán útiles si se construyen sobre una base sólida de datos fiables y una organización capacitada para interpretarlos.

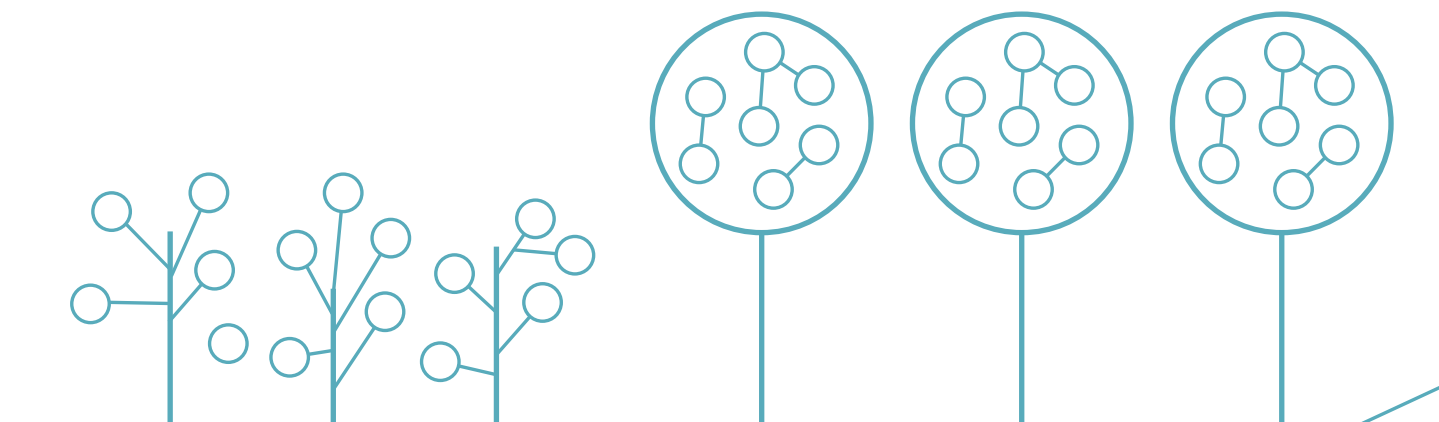
En conclusión, el paso del discurso a la práctica en el turismo inteligente requiere de la utilización coherente de la tecnología basada en una estrategia clara de turismo inteligente; apostar por reducir la dependencia externa y fomentar más la inteligencia interna. Solo empoderando a los gestores públicos con conocimiento y herramientas adecuadas podremos gobernar el cambio tecnológico en lugar de ser un mero invitado.



Rosa M^a Rodríguez Artola, profesora Titular de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat Jaume I de Castellón

INTELIGENCIA EN LA GESTIÓN PARA AVANZAR HACIA UN TURISMO RESILIENTE Y REGENERATIVO

El tránsito hacia un modelo turístico resiliente y regenerativo requiere de una concepción de la inteligencia en la gestión que va más allá del puro uso de la tecnología. Así pues, aunque la digitalización es una herramienta esencial en este proceso, la verdadera transformación de los destinos radicarán en su capacidad para avanzar en una gestión estratégica de los mismos. La inteligencia en este contexto se define como la habilidad de los destinos para aprender, adaptarse y anticiparse a partir del conocimiento generado, tomando en base a ello las mejores decisiones. Todo esto implica fomentar una cultura de colaboración y liderazgo compartido entre todos los agentes que conviven en el complejo ecosistema turístico de un destino. Y, de este modo, avanzar en la construcción de destinos resilientes y de turismo regenerativo donde se desarrolle una gobernanza ágil que permita movilizar recursos y tomar decisiones, al tiempo que asegure que las acciones turísticas que tienen lugar permiten restaurar y enriquecer el patrimonio natural y cultural, en lugar de agotarlo.



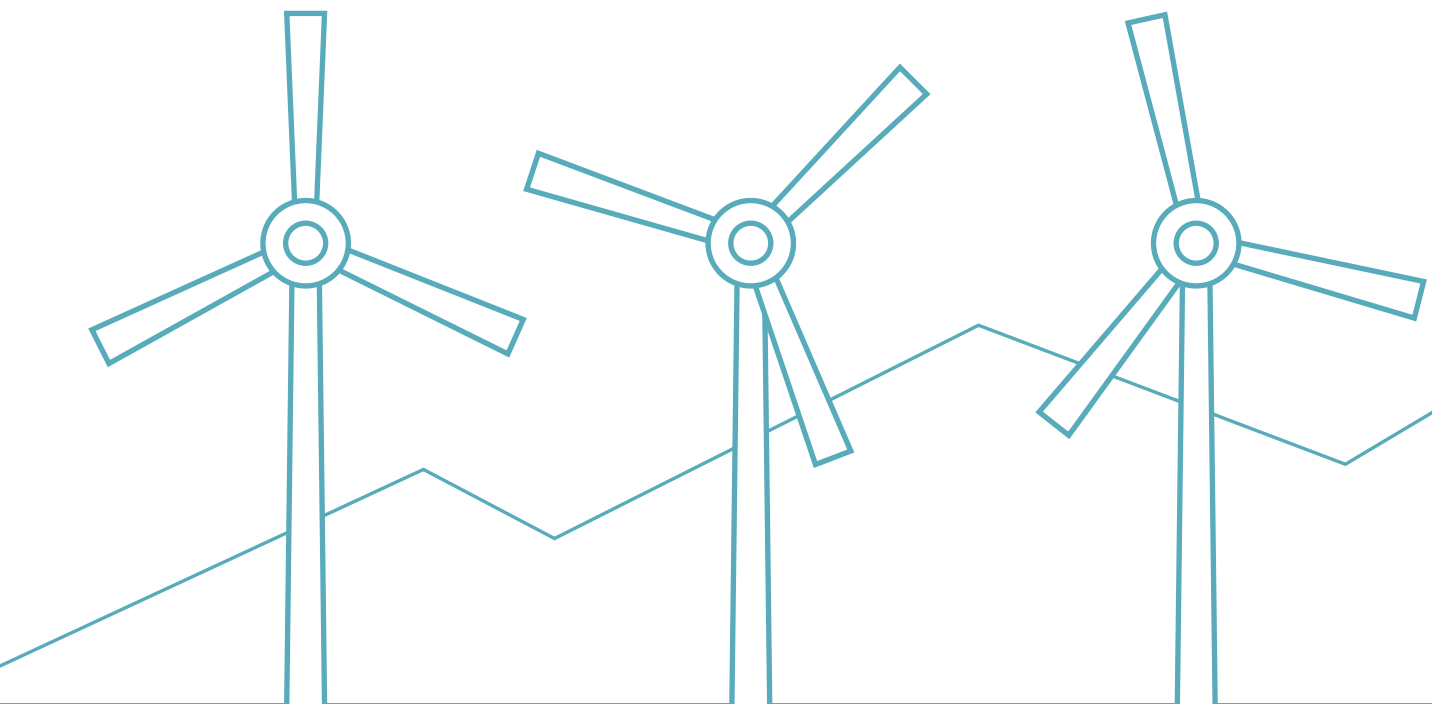
INTRODUCCIÓN

En junio de 2019, meses antes de estallar la crisis sanitaria provocada por la COVID19, la Organización Mundial del Turismo (OMT) estableció una serie de prioridades ante los desafíos que planteaba y sigue planteando el continuo aumento del número de turistas en el mundo.

En ellas se hacía referencia a la necesidad de trabajar por fomentar un turismo más inteligente a través de la innovación y la transformación digital. Un turismo que fuera fuente de generación de más y mejores empleos y medio para salvaguardar y promover el patrimonio social y cultural. Y, por supuesto, un turismo que siguiera centrado en la sostenibilidad ambiental y trabajara por ser más inclusivo. Es decir, prioridades que giraban en torno a las tres dimensiones de la sostenibilidad (ambiental, económica y social) para promover un turismo de calidad y no solo de cantidad pues la necesidad de compatibilizar el turismo con la protección ambiental y la calidad de vida local se observaba como algo cada vez más apremiante.

Se trataba de trabajar por un turismo que no dañara al territorio que lo acogía pues la idea era ser capaces de protegerlo y conservarlo para las futuras generaciones. Sin embargo, la aceleración del cambio climático que se ha evidenciado en los últimos años (aumento de las temperaturas medias, mayor frecuencia de olas de calor, disminución de las precipitaciones, episodios de sequía más prolongados y riesgos asociados al ascenso del nivel del mar en zonas costeras) junto a un modelo turístico que pese a lo ya observado seguía a menudo basándose en un crecimiento lineal y un consumo intensivo de recursos ha puesto de manifiesto la necesidad urgente de transformar el modelo turístico vigente y pasar de desarrollar un modelo turístico centrado en una sostenibilidad reactiva donde el reto principal sea crecer de forma sostenible y equilibrada a dar un paso más y centrarnos en un enfoque proactivo, resiliente y regenerativo. Es decir, se hace imprescindible un tránsito hacia un paradigma más robusto: el turismo resiliente y regenerativo.

Un turismo donde el destino cuente con la capacidad de resistir y recuperarse rápidamente de *shocks*, como las recientes crisis sufridas (crisis sanitarias, económicas, climáticas, ...) y, sobre todo, promoviendo nuevos modelos que vayan más allá del “no dañar” en el sentido de buscar impactos positivos netos que mejoren el entorno (natural y social) respecto a su estado inicial.



En este sentido, la respuesta inmediata a este desafío de muchos destinos ha sido centrarse en la tecnología como herramienta esencial para llevar a cabo este tránsito que permita la transformación de los destinos. De este modo, se hace una vinculación directa entre gestión inteligente e implementación de tecnología en destino.

Sin embargo, nuestra posición es que la gestión inteligente va más allá del puro uso de la tecnología y por eso hablamos de inteligencia en la gestión para tratar de diferenciarla de una gestión meramente centrada en la digitalización del destino. Esta inteligencia en la gestión a la que nos referimos consiste en la habilidad estratégica del destino para aprender, adaptarse y anticiparse a partir del conocimiento que se genere, facilitando así la toma de mejores decisiones.

La verdadera transformación del destino va a radicar pues en su capacidad para avanzar en una gestión estratégica del mismo. Y este proceso va a requerir de conseguir implantar una cultura de colaboración y liderazgo compartido entre todos los agentes que conviven en el complejo ecosistema turístico de un destino. Conseguir desarrollar una gobernanza ágil a través de la cual poder tomar decisiones y movilizar recursos asegurando que las iniciativas turísticas que se emprendan van a dinamizar el territorio que las acoge al tiempo que salvaguarda su patrimonio natural y cultural, en lugar de agotarlo.

INTELIGENCIA EN LA GESTIÓN

Como hemos comentado en el punto anterior, desde nuestro punto de vista, para avanzar hacia un modelo turístico resiliente y regenerativo debemos primero superar la limitación del enfoque smart o inteligente entendido únicamente como un enfoque puramente tecnológico, centrado básicamente en la recolección masiva de datos (Big Data) para que los diferentes agentes que forman parte del destino puedan tomar mejores decisiones.

Por el contrario, lo correcto sería avanzar hacia un modelo donde el Destino Turístico Inteligente (DTI) sea *“aquel espacio turístico innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura*

tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes”, tal y como señala SEGITTUR. Una apuesta, pues, por la inteligencia en la gestión ya que lo que se va a tratar de hacer es utilizar los datos que se sea capaz de obtener para generar conocimiento estratégico que permita lograr en el destino esos impactos positivos netos a los que se refiere la definición de SEGITTUR.

Dicha inteligencia, además, viene definida por tres habilidades:



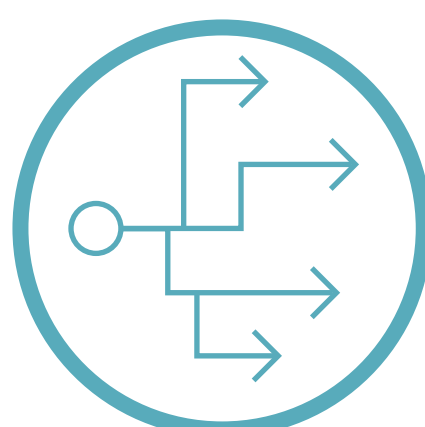
**HABILIDAD
DE APRENDER**

Implica la capacidad de analizar datos, incluso, en tiempo real y convertirlos en *insights* accionables. Por ese motivo, no se trata solamente de recopilar datos como el número de turistas, sino de, por ejemplo, entender el patrón de su comportamiento e impacto en el territorio



**HABILIDAD DE
ADAPTARSE (RESILIENCIA)**

Se trata de la capacidad de un destino para absorber *shocks* externos, como podría ser la caída de un mercado emisor y ajustar rápidamente su oferta y/o estrategia de comercialización para minimizar el impacto



**HABILIDAD
DE ANTICIPARSE**

Consiste en usar modelos predictivos basados en el conocimiento generado para la toma de decisiones proactivas. Por ejemplo, un destino que gestiona con inteligencia no esperaría a estar saturado, con altas cifras de presión turística, sino que anticiparía los picos de afluencia y redirigiría los flujos de turistas antes de que el daño ambiental o a los locales se materializara

Por otro lado, este modelo turístico que aplica la inteligencia en la gestión va a requerir de un marco de gobernanza que fomente una cultura de colaboración y liderazgo compartido entre todos los agentes que forman parte del complejo ecosistema turístico (administraciones, empresas y ciudadanía). Esto es así, dado que una gestión de carácter estratégico como la que se plantea exige confianza y rigor por parte de todos. Y casi siempre, la principal barrera que se presenta suele ser la compartimentación de la información y la rigidez de las estructuras.

Para superar esto, es esencial trabajar por conseguir un clima donde los esfuerzos conjuntos sean naturales, un espacio pleno de confianza y compromiso que facilite la cooperación y donde las decisiones se tomen de manera compartida.

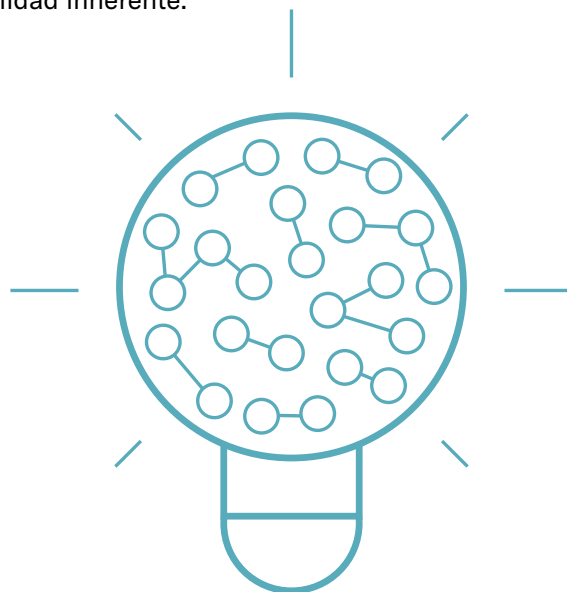
Solo a través de una estructura colaborativa de estas características, la inteligencia se convierte en un activo para todo el destino y no solo de una parte. Así pues, los destinos deben situar la gobernanza en el centro de sus decisiones, asumiendo que la tecnología y la innovación son componentes instrumentales al servicio de un proyecto de gestión turística sostenible cuyo enfoque gira en torno a mejorar el bienestar de todos en el destino.

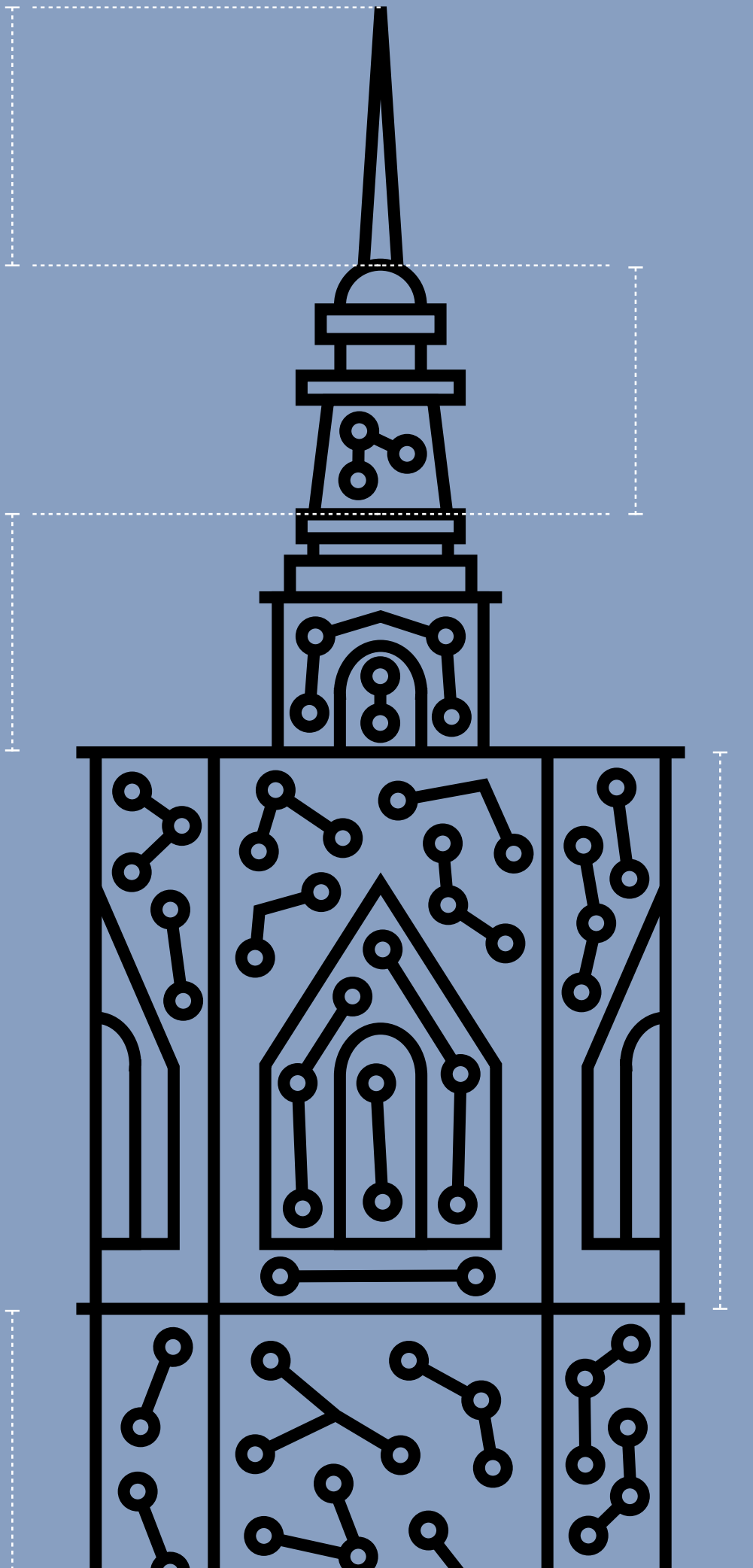
A MODO DE RESUMEN: IDEA CLAVE

El tránsito hacia un modelo turístico verdaderamente resiliente y regenerativo podríamos entenderlo no como un problema de hardware, sino de software en la gestión. Aunque con la digitalización los diferentes agentes en destino han sido capaces de obtener una cantidad de datos sin precedentes, el verdadero desafío reside en desarrollar lo que hemos definido como la inteligencia en la gestión. Esta inteligencia debe ser capaz de transformar esos datos brutos en decisiones que resulten estratégicas y de alto valor.

Esto exige un profundo cambio de mentalidad en el complejo ecosistema turístico ya que los responsables deben dejar de ser meros gestores de flujos de turistas en el destino para convertirse en arquitectos de dicho ecosistema. En este sentido, los destinos deben priorizar la creación de estructuras de gobernanza flexibles pues esto les permitirá aprender continuamente, adaptarse rápidamente a los cambios y, lo más importante, adoptar una responsabilidad activa para la restauración y regeneración de su entorno.

Solo mediante una estrategia guiada por la inteligencia y una gobernanza que facilite la acción, el turismo podrá ejercer como fuerza regeneradora, asegurando la prosperidad de los destinos en un futuro de inestabilidad inherente.





Waleska Schlesinger, Profesora Titular de Marketing en la Universitat de València,
Investigadora del Instituto de Economía Internacional

TURISMO INTELIGENTE CON PROPÓSITO A PARTIR DEL PATRIMONIO

El turismo inteligente representa un paradigma transformador que va más allá de la incorporación tecnológica, promoviendo la colaboración activa entre administraciones, empresas, universidades y residentes para lograr destinos más sostenibles, inclusivos y resilientes. Su desarrollo se apoya en infraestructuras hiperconectadas que facilitan la gestión eficiente de recursos, mejoran la experiencia turística y fortalecen la interacción con los residentes. No obstante, persisten barreras para su desarrollo como la fragmentación sectorial, la falta de continuidad institucional, poco sentido de pertenencia al lugar, desconexión generacional y crisis demográfica. A pesar de ello, oportunidades emergen mediante la colaboración intersectorial, eventos culturales consolidados, innovación digital y el fortalecimiento del patrimonio local con un enfoque ético y sostenible. Claves para su avance incluyen la gobernanza participativa, la educación patrimonial intergeneracional, la creación de redes locales y la innovación contextualizada que respete la autenticidad territorial.

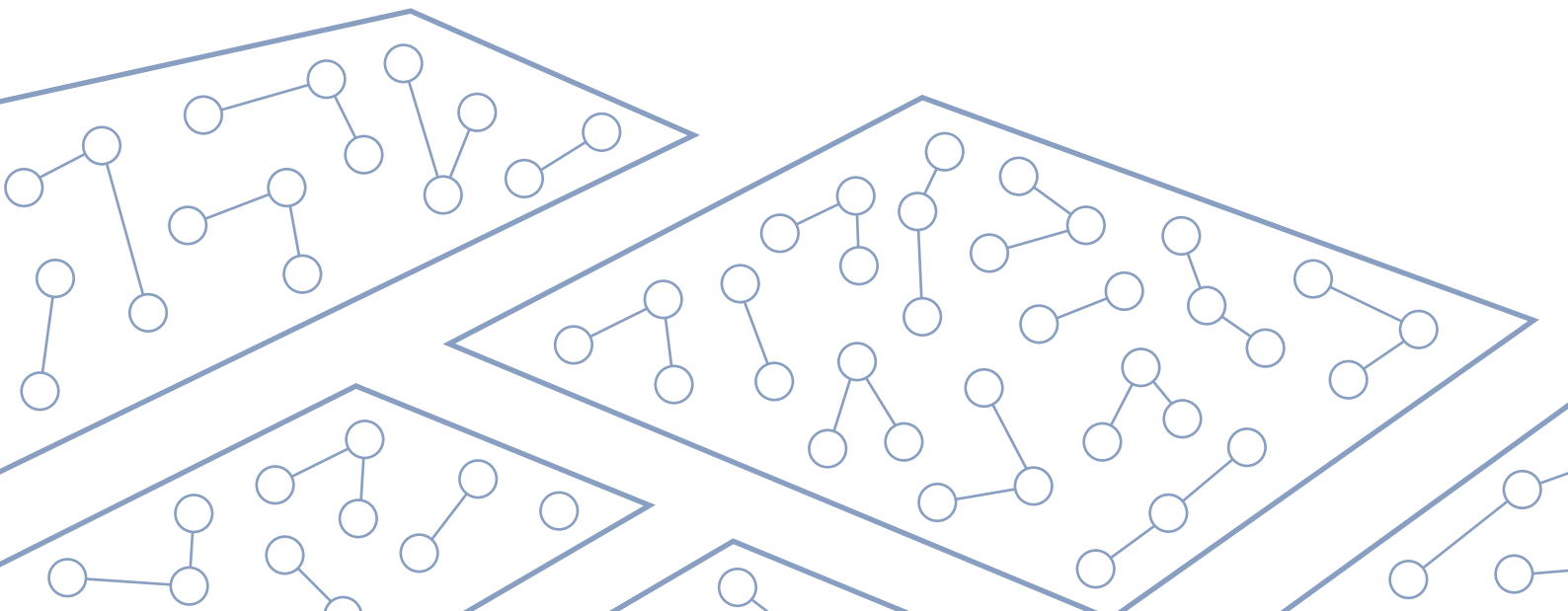
INNOVACIÓN, COLABORACIÓN Y AUTENTICIDAD PARA EL FUTURO DEL SECTOR TURÍSTICO

El turismo inteligente representa un nuevo paradigma en la gestión, planificación y desarrollo de los destinos turísticos. No consiste únicamente en la incorporación de tecnologías avanzadas o en la extracción y análisis de datos, sino en un cambio profundo en la manera en que los distintos agentes del turismo –administraciones, universidades, empresas y sociedad civil– colaboran para maximizar el valor compartido y lograr destinos más sostenibles, inclusivos y resilientes (Astanakulov et al., 2025).

Los destinos turísticos inteligentes se presentan como una evolución innovadora basada en infraestructuras tecnológicas hiperconectadas que fomentan el desarrollo sostenible, la gestión eficiente de recursos, la mejora de la experiencia turística y las interacciones significativas con los residentes, fortaleciendo así la competitividad del destino (Vaz, et al., 2025)

A partir de experiencias propias, investigaciones aplicadas y proyectos centrados en el comportamiento del turista, el marketing y la planificación territorial, esta reflexión destaca barreras, oportunidades y claves para avanzar hacia un modelo realmente transformador, donde la tecnología sea útil solo si está alineada con la ética, la autenticidad local y la participación entre los diferentes grupos de interés.

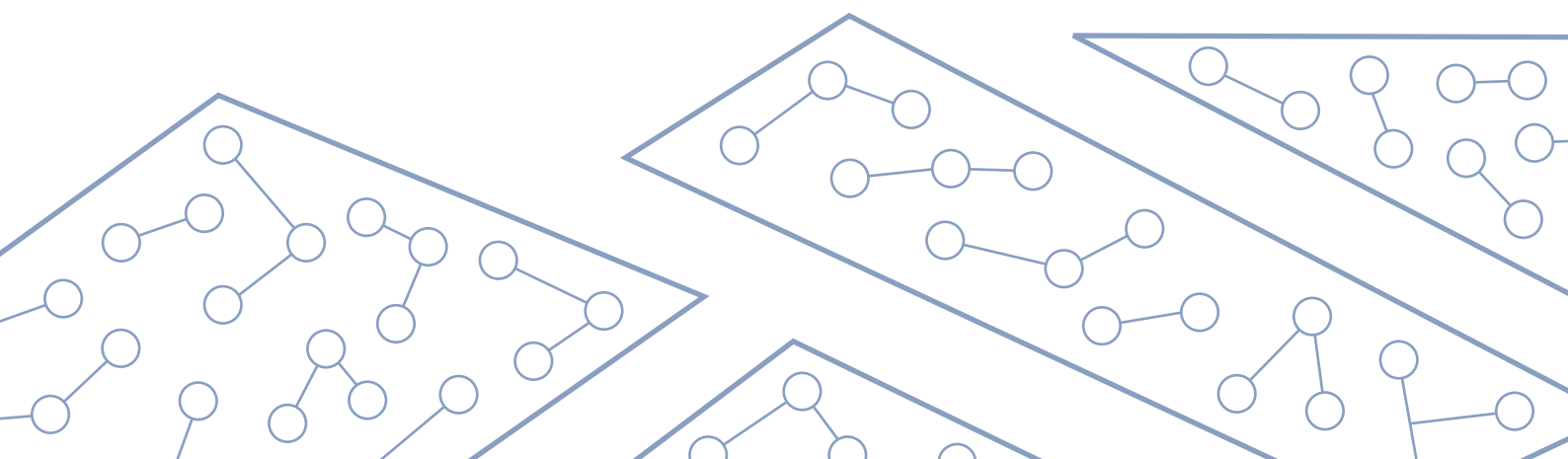
Desde mi experiencia como investigadora, en los últimos años he participado en diversos proyectos turísticos centrados en el análisis de la experiencia del visitante y en cómo las estrategias de marketing pueden contribuir a una mejor planificación territorial y a una transformación real hacia un turismo más inteligente. El enfoque ha coexistido en contextos diversos: desde la innovación aplicada al turismo de cruceros en Valencia (Sanz et al., 2019), proyectos europeos en distintas ciudades mediterráneas (Cervera-Taulet et al., 2019; Schlesinger et al., 2020; Schlesinger et al., 2024), proyectos regionales en destinos rurales (Hermosilla et al., 2018, Schlesinger, 2022) hasta iniciativas para utilizar el turismo cultural como motor de retención y atracción de talento joven en áreas despobladas. Estos trabajos han permitido constatar la necesidad de aproximaciones colaborativas y de la integración de perspectivas múltiples: tecnología, marketing, planificación y visión territorial.



Una de las barreras recurrentes ha sido la ausencia de un lenguaje común entre disciplinas y sectores. Tecnólogos, gestores patrimoniales y expertos en marketing y turismo suelen operar desde lógicas diferentes: mientras quienes trabajan desde el marketing se centran en la experiencia del usuario y la personalización, desde la planificación se priorizan estructuras de gobernanza y visión a largo plazo, y los tecnólogos tienden a desarrollar soluciones funcionales y cortoplacistas que no siempre dialogan con las necesidades concretas y reales sociales o territoriales. A estas diferencias estructurales se suman problemas identificados en cada actor del sistema turístico: el sector público enfrenta obstáculos organizativos y de falta de continuidad, como el desconocimiento institucional sobre la importancia estratégica del patrimonio, la fragmentación territorial y digital, y deficiencias básicas en servicios como el transporte y la vivienda.

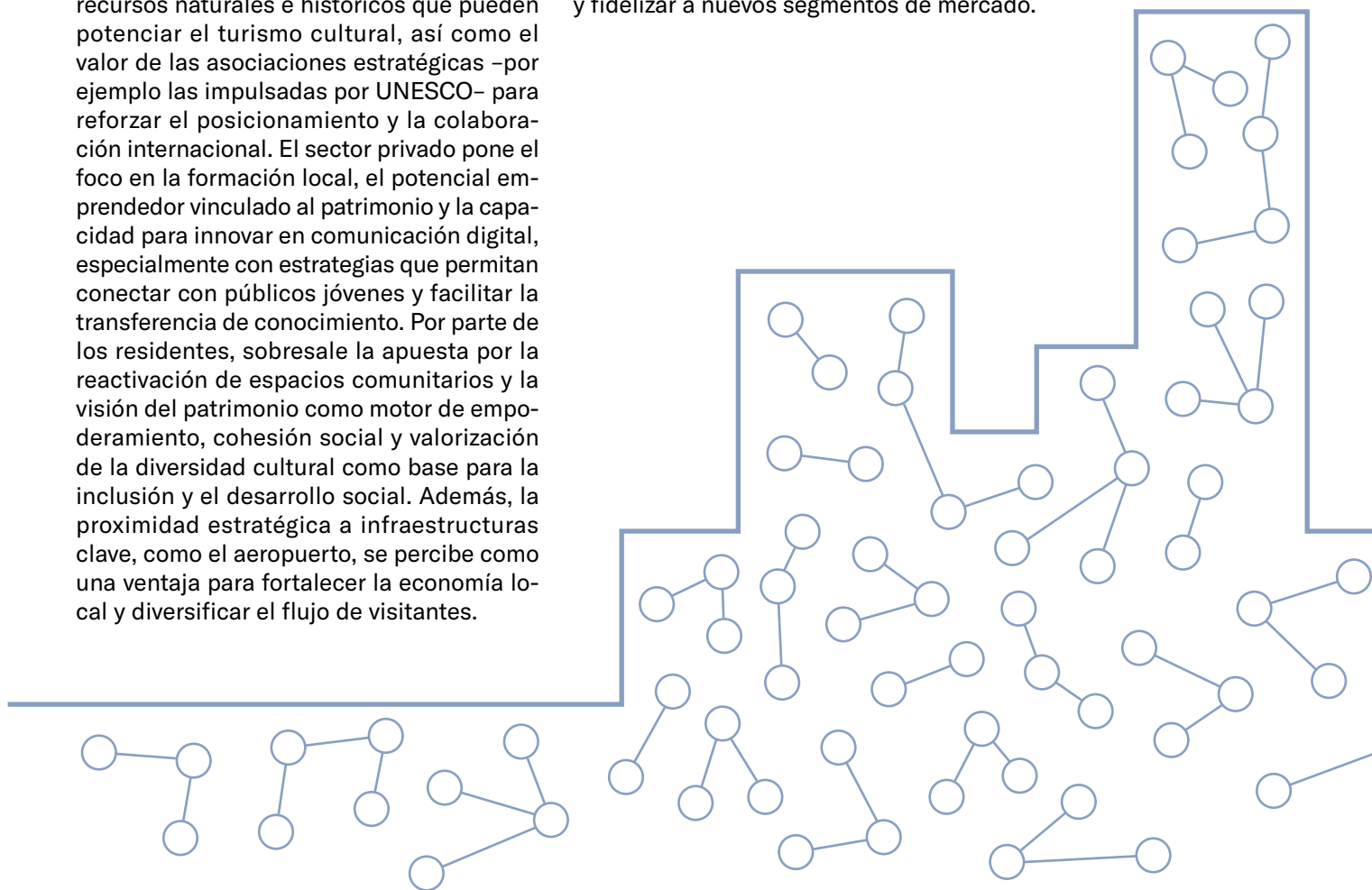
Por su parte, el sector privado resalta la carencia de espacios para la innovación, la desconexión emocional y funcional de los residentes con el territorio y el patrimonio, la insuficiente comunicación adaptada a las nuevas generaciones, y la escasez de oportunidades laborales ligadas al mantenimiento y la dinamización de ese acervo (Sigalat-Signes, et al., 2020).

En este sentido, en España y Europa los residentes enfrentan desde hace varias décadas una crisis demográfica que se acompaña de un bajo orgullo cultural, la pérdida de narrativas locales, la estigmatización del folklore y un escaso compromiso comunitario (Esparcia, 2014). Esta compleja trama de barreras conduce a relatos fragmentados y un débil sentido de pertenencia, una pobre coordinación entre actores y una limitada capacidad para desarrollar modelos turísticamente vinculados y arraigados en el territorio. La satisfacción de los residentes, elemento fundamental para mejorar la experiencia turística, está influida por factores intangibles como el apego al lugar, la calidad de vida y la construcción de relaciones basadas en la confianza y la colaboración entre la administración y la comunidad (Gendel-Guterman y Billig, 2021). Esto demuestra que solo una ciudadanía comprometida, apegada al lugar de residencia y satisfecha puede promover experiencias turísticas auténticas, sostenibles y significativas (Schlesinger et al., 2024). En conjunto, esta problemática es tanto institucional y técnica como social y cultural, lo que demanda un enfoque integral y corresponsable para su abordaje (Lorente et al., 2020). Además, persiste la dificultad para crear entornos de *networking* digitales que retengan el talento joven y la innovación tecnológica y social necesaria para la transformación real de los destinos.



Con respecto a las oportunidades, encontramos que la diversidad puede dar lugar a espacios de escucha activa. Nuestra participación en el proyecto europeo THRIVE que busca retener el talento joven a partir de la creación de oportunidades de emprendimiento del territorio inmaterial cultural en la ciudad de Bérgamo (Italia), se parte de una escucha activa de actores públicos, privados y residentes, en este debate se evidenció que es posible integrar visiones si se parte de preguntas y necesidades comunes. Además, se observa una clara complementariedad en las oportunidades identificadas por cada colectivo: el sector público destaca la existencia de eventos culturales consolidados, redes activas y la disponibilidad de recursos naturales e históricos que pueden potenciar el turismo cultural, así como el valor de las asociaciones estratégicas –por ejemplo las impulsadas por UNESCO– para reforzar el posicionamiento y la colaboración internacional. El sector privado pone el foco en la formación local, el potencial emprendedor vinculado al patrimonio y la capacidad para innovar en comunicación digital, especialmente con estrategias que permitan conectar con públicos jóvenes y facilitar la transferencia de conocimiento. Por parte de los residentes, sobresale la apuesta por la reactivación de espacios comunitarios y la visión del patrimonio como motor de empoderamiento, cohesión social y valorización de la diversidad cultural como base para la inclusión y el desarrollo social. Además, la proximidad estratégica a infraestructuras clave, como el aeropuerto, se percibe como una ventaja para fortalecer la economía local y diversificar el flujo de visitantes.

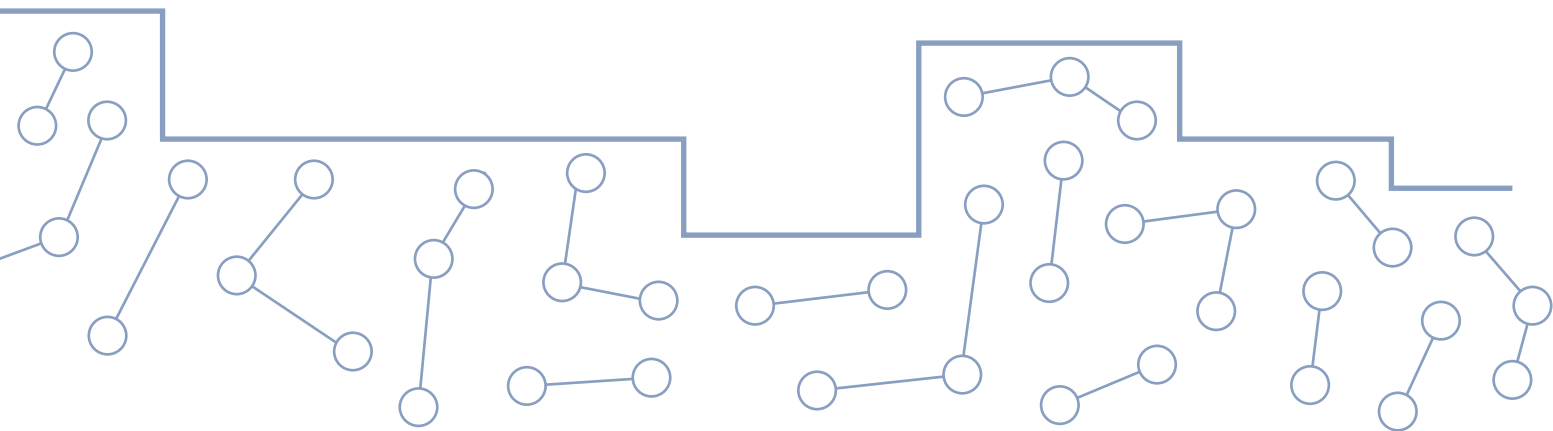
En cuanto a las innovaciones necesarias para la puesta en valor del patrimonio, también se perfilan especificidades sectoriales que, bien integradas, pueden acelerar la transformación del sector. El sector público enfatiza la necesidad de modernización tecnológica y la promoción de una innovación sostenible –por ejemplo, en el ámbito agroalimentario– además de la capacitación técnica de operadores culturales como condición para profesionalizar el sector. El sector privado apuesta de manera decidida por el uso creativo de redes sociales, el aprendizaje virtual y el desarrollo de experiencias participativas e inmersivas (por ejemplo, mediante tecnologías de realidad aumentada y virtual o podcasts), todo ello para atraer y fidelizar a nuevos segmentos de mercado.



Los residentes, por su parte, subrayan la importancia de digitalizar el patrimonio, promover acciones inclusivas y el acceso abierto a recursos culturales, así como garantizar la protección de la intimidad cultural y la mejora del acceso a internet en zonas remotas en el caso de turismo rural.

La clave la podemos encontrar en procesos colaborativos genuinos, en los que el territorio es un agente activo y no un simple recipiente de intervenciones externas y un medio para el logro de objetivos particulares. Hoy, los enfoques de innovación y los laboratorios territoriales abren puertas para que la colaboración intersectorial sea más sistemática y efectiva. Al alinear objetivos y reconocer interdependencias, la tecnología puede amplificar la visibilidad del destino, el marketing puede dotar de significado y transformar el recurso en producto turístico y en experiencia y la planificación puede asegurar la preservación y sostenibilidad del valor local.

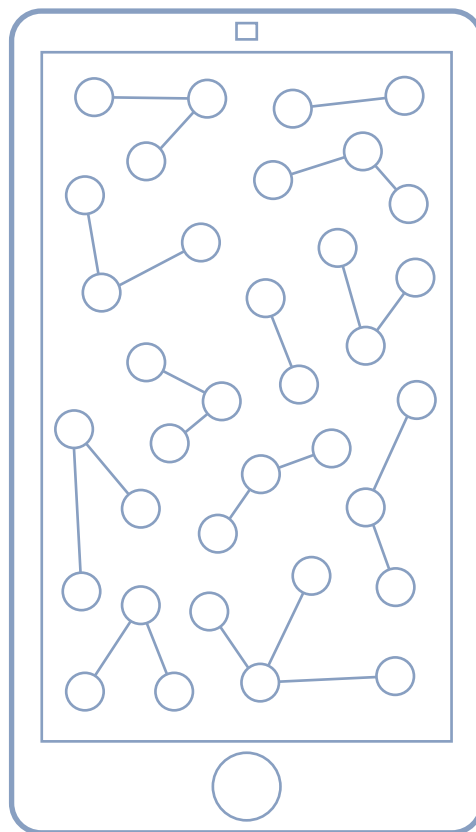
El equilibrio entre sostenibilidad, competitividad y significatividad turística supone superar el tradicional enfoque de compensaciones –como si proteger el patrimonio fuera un obstáculo para el desarrollo– y transitar hacia una lógica de valor compartido. Desde el marketing y la planificación territorial hemos constatado que los destinos más apreciados y resilientes son aquellos que ofrecen una experiencia auténtica, conectada con la identidad local y que cuidan su entorno ambiental y social. La conservación del patrimonio, lejos de ser una carga, se convierte en un activo diferenciador cuando se comunica adecuadamente y se integra en propuestas capaces de conectar emocionalmente con el viajero. La profesionalización de la gestión, bajo esquemas de gobernanza colaborativa (sector público, privado y sociedad local), resulta imprescindible para poder medir no solo los flujos turísticos, sino su impacto real en la calidad de vida local y en la satisfacción tanto de residentes como de visitantes. Las investigaciones recientes muestran la creciente importancia dada a la calidad frente a la cantidad, y al diseño de experiencias con propósito y transformadoras.



La tecnología juega un papel cada vez más relevante, ya no como simple instrumento operativo, sino como facilitador estratégico en la toma de decisiones turísticas más inteligentes y adaptativas. Herramientas como las encuestas digitales, el análisis de sentimiento en redes sociales o los sistemas de información geográfica (GIS) permiten tomar el pulso a tiempo real de los turistas y residentes, ajustar experiencias y redistribuir flujos en el territorio. A pesar de estas ventajas, el despliegue tecnológico solo tiene sentido si se inscribe dentro de una visión territorial compartida y respetuosa con los valores y prioridades locales. Por eso, toda incorporación técnica debe ser acompañada de marcos éticos, de escucha y de gobernanza participativa, garantizando que la tecnología contribuya a conectar datos, personas y comunidades para construir valor compartido y no para aumentar la distancia entre los distintos grupos implicados.

En materia de sinergias y colaboraciones exitosas, destaco el trabajo desarrollado en zonas rurales de la Comunidad Valenciana donde investigadores, asociaciones locales y gestores públicos han colaborado para redefinir la oferta turística en base a la identidad territorial, tanto en Cofrentes (Schlesinger, 2022) como en La Canal de Navarrés (Hermosilla et al., 2018). El factor clave del éxito ha sido la persistencia, la confianza y los objetivos compartidos. Estas experiencias demuestran que no se puede valorar ni preservar lo que no se conoce, y que la tecnología es un aliado poderoso solo si nace del diálogo, de un verdadero sentido de pertenencia y orgullo por el territorio y la cooperación multisectorial.

El futuro del turismo, de cara a las próximas décadas, debería estar marcado por la superación de la fragmentación tradicional que ha dominado el sector. Deberíamos aspirar a destinos totalmente integrados, donde la planificación estratégica, la digitalización, la sostenibilidad y el bienestar comunitario se sitúen al mismo nivel de importancia. La inteligencia turística irá más allá de lo tecnológico, abrazando una dimensión social y territorial, y donde los datos y la investigación estén plenamente incorporados en la toma de decisiones públicas, con estructuras participativas que escuchen y consideren tanto al visitante como a los anfitriones locales.



CONCLUSIONES

El turismo inteligente representa un nuevo paradigma en la gestión, planificación y desarrollo de los destinos turísticos. No consiste únicamente en la incorporación de tecnologías avanzadas o en la extracción y análisis de datos, sino en un cambio profundo en la manera en que los distintos agentes del turismo –administraciones, universidades, empresas y sociedad civil– colaboran para maximizar el valor compartido y lograr destinos más sostenibles, inclusivos y resilientes (Astanakulov et al., 2025).

En términos generales para el sector turístico, este análisis aplicado sugiere varias recomendaciones estratégicas relevantes para avanzar hacia un turismo más inteligente, sostenible y arraigado en el territorio. En primer lugar, es fundamental fomentar la educación patrimonial intergeneracional, incorporando tanto metodologías formales en el sistema educativo como enfoques creativos e inmersivos: el *storytelling* digital, la gamificación y las tecnologías de realidad virtual y aumentada no solo pueden hacer que el patrimonio y la experiencia turística resulten atractivas para las nuevas generaciones, sino que encarnan los fundamentos del turismo inteligente, al utilizar la digitalización y la innovación para conectar emocionalmente con públicos diversos. Los jóvenes deben ser protagonistas y asumir roles activos como narradores y reinterpretores del patrimonio, asegurando así la continuidad y dinamismo de las tradiciones locales; esta participación activa es un principio clave en la gobernanza colaborativa e inclusiva del turismo inteligente.

En segundo lugar, el potencial económico del patrimonio y del turismo se multiplica cuando se conecta inteligentemente con entornos digitales, modelos de turismo sostenible y el emprendimiento local. Justamente, el turismo inteligente busca la generación de valor añadido mediante la integración de datos, tecnología y plataformas de apoyo, lo que se traduce en ecosistemas turísticos donde la formación, el acompañamiento técnico y la mediación público-privada facilitan la creación de empleo de calidad, el arraigo territorial y la sostenibilidad.

Un tercer aprendizaje extrapolable al turismo inteligente es la importancia de crear redes locales de mediadores u “orquestradores” culturales —como universidades, museos, asociaciones y líderes comunitarios— que actúen como puente entre instituciones, ciudadanía y sector privado. Estas figuras resultan esenciales para articular estrategias participativas, legitimar socialmente las propuestas de innovación y consolidar el modelo de gobernanza transversal y abierta que promueve el turismo inteligente en todos los niveles.

Además, si el sector busca frenar la fuga de talento, atraer a jóvenes retornados y fortalecer la identidad de los destinos, debe incentivar la construcción de relatos colectivos que valoren los patrimonios y capitales locales, combatan el estigma de lo tradicional y refuercen el sentido de pertenencia. Aquí, el turismo inteligente aporta su capacidad para aprovechar datos, personalizar experiencias y dar visibilidad a las narrativas locales a través de plataformas digitales, todo enmarcado en un enfoque ético y orientado a la cohesión social.

Por último, toda estrategia innovadora —en turismo inteligente o en gestión patrimonial— debe ser sensible al contexto, capaz de respetar la singularidad, los tiempos y los valores de cada destino y manifestación cultural. Los riesgos de imponer soluciones tecnológicas descontextualizadas pueden erosionar precisamente aquello que se busca potenciar: la autenticidad, el carácter local y el capital cultural como activos diferenciales y sostenibles. En definitiva, relacionar estas recomendaciones con el turismo inteligente implica abrazar una visión integral donde la innovación digital, la gobernanza participativa y la personalización de experiencias se pongan al servicio del desarrollo territorial, la protección del patrimonio y la cocreación de valor social, económico y cultural para las generaciones presentes y futuras.

En definitiva, la verdadera innovación en el turismo inteligente radica en la integración de la tecnología con la ética, la gobernanza participativa y la equidad territorial, transformando no solo la experiencia del turista, sino el impacto global del sector en la sociedad y en el territorio. La reflexión y acción conjunta son la vía para consolidar un turismo más competitivo, justo y significativo, adecuado a los desafíos presentes y futuros.



REFERENCIAS

Astanakulov, O., Eid, M., Khushvakt, K., & Muslimakhon, S. (2025). IoT innovations for transforming the future of tourism industry: Towards smart tourism systems. *Journal of Intelligent Systems and Internet of Things*, 153–164. <https://doi.org/10.54216/JISIoT.140213>

Cervera, A., Pérez-Cabañero, C., & Schlesinger, W. (2019). Experience management as an innovative approach in emerging Mediterranean destinations. *Journal of Business Research*, 68, 1426–1428. SSCI Q1, SJR Q1.

Esparcia, J. (2014). Innovation and networks in rural areas: An analysis from studies in Europe. *Sociologia Ruralis*, 54(1), 1–16.

Gendel-Guterman, H., & Billig, M. (2021). Increasing citizen satisfaction with municipal services: The function of intangible factors. *International Review of Public Nonprofit Marketing*, 18, 171–186.

Hermosilla, J. (Dir.), Beltrán, G. (Coord.), & Schlesinger, W., et al. (2018). Plan director del desarrollo turístico para La Canal de Navarrés. Universitat de València. pp. 1–316. ISBN: 978-84-9133-200-8.

Lorente, T. Á., Braga, S. S. de O., & Cardoso, A. B. (2020). The social problem of rural depopulation in Spain and Portugal. En F. Entrena-Durán, R. M. Soriano-Miras, & R. Duque-Calvache (Eds.), *Social problems in southern Europe* (pp. 143–156). Elgar.

Sanz-Blaz, S., Buzova, D., & Schlesinger, W. (2019). The sustainability of cruise tourism onshore: The impact of crowding on visitors' satisfaction. *Sustainability*, 11(6), 1510. SSCI Q2, SJR Q2.

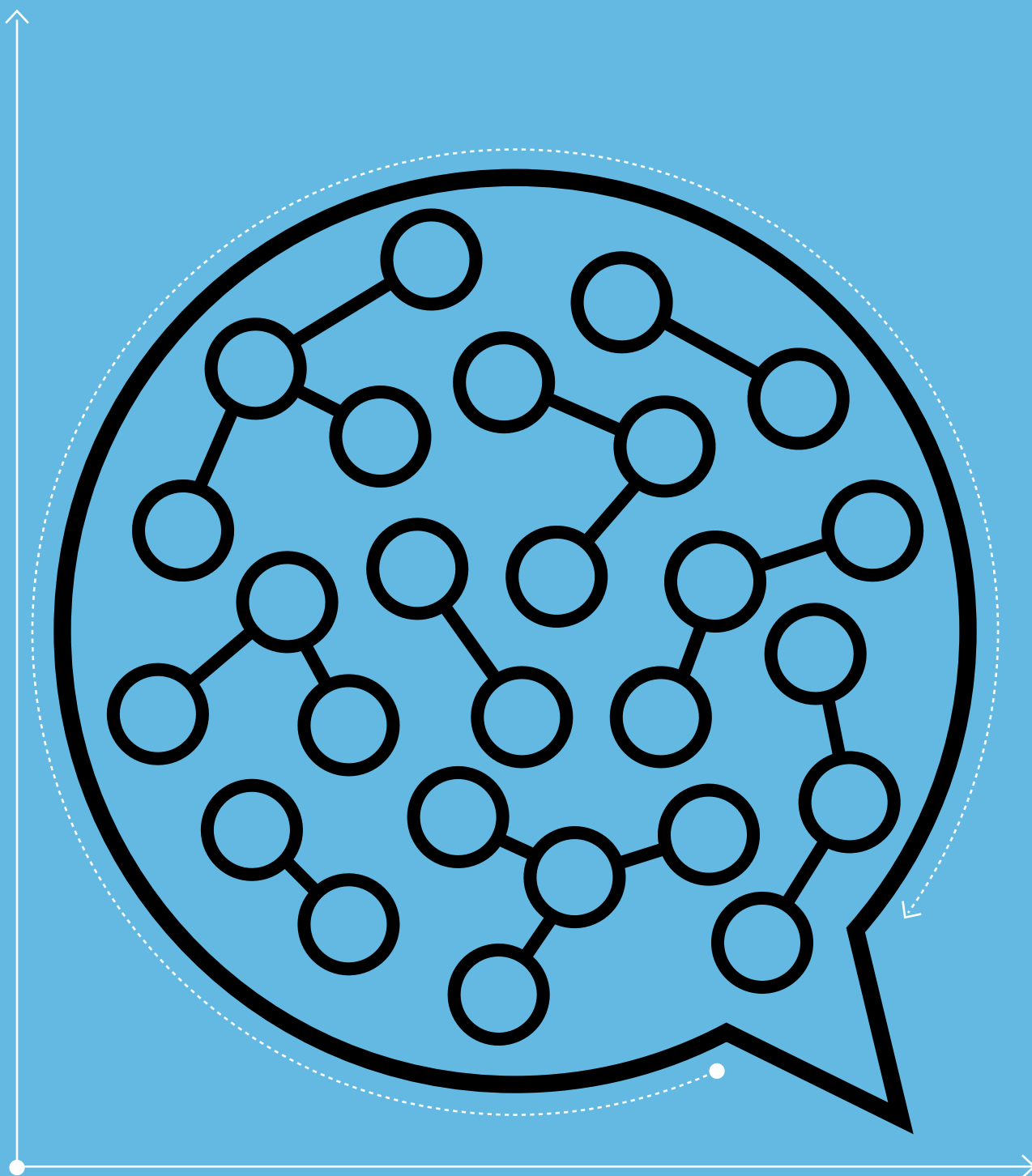
Schlesinger, W. (2022). Tendencias turísticas. En *Plan Turismo Cofrentes Estrategia Viva* (pp. 399–412).

Schlesinger, W., Cervera-Taulet, A., & Montserrat, C. (2024). Community factors affecting residents' support for tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(8), 1492–1510.

Schlesinger, W., Cervera-Taulet, A., & Pérez-Cabañero, C. (2020). Exploring the links between destination attributes, quality of service experience and loyalty in emerging Mediterranean destinations. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100699.

Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B., & García-Adán, I. (2020). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(2), 96–104.

Vaz, R., de Carvalho, J. V., Teixeira, S. F., et al. (2025). Smart tourism destination advances through qualitative research and further research avenues: A systematic literature review. *Discover Sustainability*, 6, 682.



Francisco Vaquer Estalrich, Director de Operaciones de DeepSense

UN LENGUAJE COMÚN PARA LOS TERRITORIOS: LA INTEROPERABILIDAD COMO RESPUESTA A LOS RETOS REALES

El modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI), desarrollado en España bajo la metodología de SEGITTUR, ha marcado un hito en la gestión turística al ofrecer un marco común que combina gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Su implantación ha permitido estructurar procesos y dotar de visibilidad internacional a los destinos, pero persisten retos que limitan su alcance real: costes tecnológicos elevados, fragmentación de información, escasez de talento especializado y falta de continuidad en el tiempo. En este contexto, la interoperabilidad y la semántica se presentan como las piezas invisibles, pero decisivas, que permiten dotar de coherencia a los datos y transformarlos en conocimiento compartido. Sobre esta base, la inteligencia artificial puede desplegar todo su potencial en la automatización de procesos, la predicción y la asistencia a la toma de decisiones. El futuro del turismo inteligente dependerá de consolidar ecosistemas de datos integrados, abiertos y sostenibles.

SOBRE EL MODELO DTI Y LA SOSTENIBILIDAD

El concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI), impulsado en España por la Secretaría de Estado de Turismo y SEGITTUR, constituye un referente internacional al proporcionar a los territorios una metodología común para afrontar los retos de competitividad, digitalización y sostenibilidad. Su desarrollo se articula en torno a cinco ejes, gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, y se despliega mediante diagnóstico, planificación, acción y monitorización. Se trata de un marco integral que busca mejorar la calidad de vida de los residentes y la experiencia de los visitantes, alineando la gestión turística con los desafíos sociales y medioambientales del siglo XXI, tal y como se especifica en la web de la red DTI.

La experiencia acumulada nos demuestra que la clave del modelo está en la integración y coherencia de los datos disponibles, no en la propia disponibilidad de datos. La fragmentación habitual (información dispersa en departamentos, sistemas de gestión y proveedores) genera silos de difícil acceso y dificulta la comparación entre territorios. Además, la diversidad terminológica multiplica las inconsistencias e impide construir indicadores comunes que sirvan de base para la planificación.

En este contexto, la semántica y las ontologías se consolidan como la infraestructura invisible que dota de significado a los datos y permite que diferentes sistemas “hablen el mismo idioma”. Su aportación es estratégica, ya que garantizan la interoperabilidad, facilitan la explotación de información en cuadros de mando y algoritmos de inteligencia artificial, y refuerzan la sostenibilidad del modelo DTI. Solo cuando los destinos trabajan sobre datos normalizados pueden reducir costes, disminuir la dependencia tecnológica y asegurar la vigencia de sus inversiones en el tiempo.

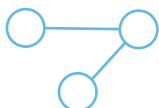
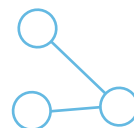
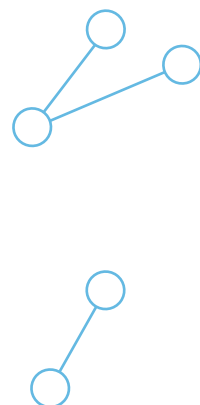


¿EN QUÉ PUNTO NOS ENCONTRAMOS?

Tras más de una década de desarrollo, el modelo de DTI puede considerarse consolidado como un referente en planificación e innovación. España ha logrado crear una red extensa de territorios que han aplicado esta metodología y ha proyectado un marco conceptual que empieza a inspirar a otros países. Sin embargo, más allá de los avances, al analizar la realidad de los destinos emergen problemas estructurales que condicionan el verdadero alcance del modelo y evidencian la necesidad de reforzar su base más esencial: la gestión y la interoperabilidad de los datos.

Uno de los primeros desafíos es el alto coste de muchas soluciones tecnológicas. La dependencia de licencias propietarias y sistemas cerrados obliga a los destinos, sobre todo a los de menor tamaño, a operar con herramientas que a menudo no son sostenibles. La consecuencia es que los datos quedan atrapados en entornos poco flexibles, generando una cautividad tecnológica que dificulta su reutilización y hace vulnerables a los territorios ante cambios de proveedor o caducidad de proyectos.

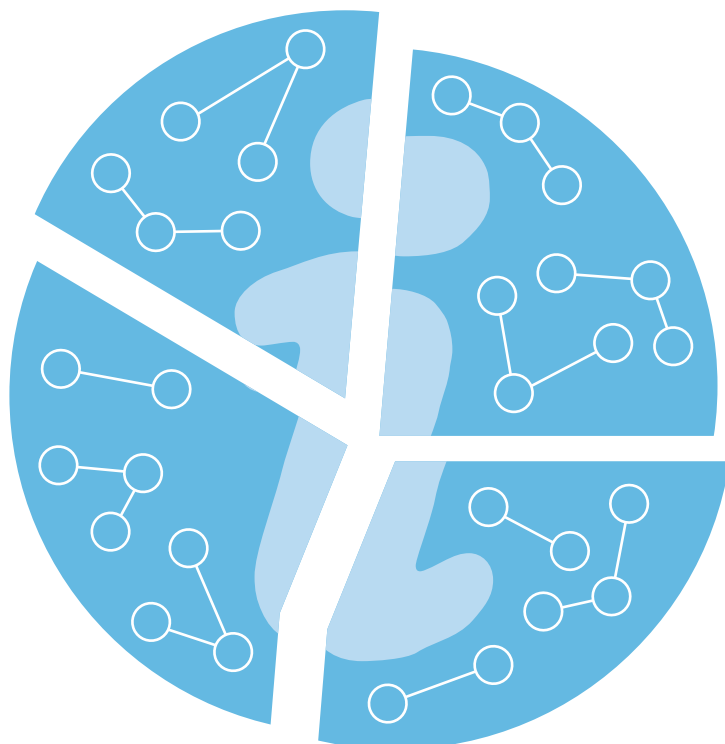
A esta situación se suma la escasez de personal cualificado. El tratamiento de datos, la integración de sistemas o la explotación de herramientas avanzadas requieren perfiles técnicos que escasean en la administración local. Esto limita el uso efectivo de las tecnologías disponibles y genera una dependencia de consultoras externas. En este contexto, la estandarización y la semántica se convierten en aliadas estratégicas. Cuando los datos están integrados bajo un lenguaje común, las tareas de explotación se simplifican y se democratiza el acceso a la información, reduciendo la necesidad de conocimientos altamente especializados para obtener valor de ella y permitiendo un análisis mucho más profundo a través del cruce de las distintas fuentes de datos.



Un tercer obstáculo es la **dificultad de atraer y retener talento especializado**. Las administraciones compiten con empresas privadas que ofrecen mejores condiciones a perfiles de analítica o inteligencia artificial. Esta brecha no se resuelve únicamente con inversión, requiere más bien de un cambio de enfoque, si los destinos se apoyan en plataformas interoperables y modelos de datos comunes, la presión por mantener equipos internos de gran tamaño disminuye, y la colaboración con agentes externos puede ser más ágil y eficiente.

Quizás el reto menos visible, pero más decisivo, es la **fragmentación interna de los datos**. En muchos destinos, la información relevante se dispersa entre departamentos como turismo, movilidad, medio ambiente o urbanismo, sin un repositorio común. Esto impide disponer de una visión global del territorio y conduce a decisiones basadas en evidencias parciales o desactualizadas. La consecuencia es clara: sin integración interna resulta imposible aspirar a una interoperabilidad externa real. La primera capa de inteligencia turística debe ser la consolidación de los propios datos del territorio.

Finalmente, el modelo enfrenta la cuestión de la **sostenibilidad en el tiempo**. Numerosos proyectos dependen de convocatorias puntuales de financiación o de pilotos que, al agotarse, dejan a los destinos sin capacidad de mantener las herramientas implantadas. Este patrón de discontinuidad genera desconfianza y refuerza la percepción de que la digitalización turística es un esfuerzo coyuntural más que un proceso transformador.



PLATAFORMAS, ESPACIOS DE DATOS Y OPORTUNIDADES

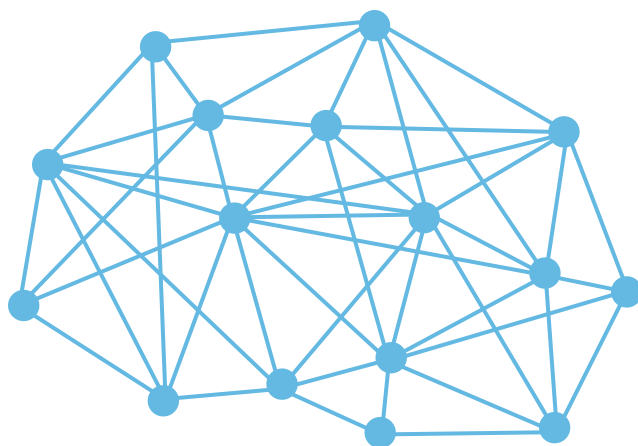
Tras una primera etapa en la que los diagnósticos y los planes de acción han servido para sensibilizar y ordenar prioridades, el verdadero salto cualitativo reside en la capacidad de convertir los datos en un recurso compartido, interoperable y sostenible en el tiempo. El debate, que antes se centraba en si los destinos debían digitalizarse, ahora, una vez asumido el hecho de que la digitalización es una obligación, el debate se centra en cómo hacerlo de forma que las inversiones de los territorios sean duraderas, sus equipos puedan gestionarlas con autonomía y se generen sinergias entre ellos.

En este punto, la Plataforma Inteligente de Destinos (PID) impulsada por SEGITTUR constituye un elemento estratégico al habilitar un espacio común donde los destinos integran sus datos y acceden a servicios compartidos e indicadores estandarizados. Este entorno favorece la generación de comparativas y el desarrollo colaborativo de inteligencia turística. Su principal reto será garantizar que todos los destinos, especialmente los de menor tamaño y recursos, puedan acceder a la plataforma y beneficiarse de sus capacidades.

En esa línea, la interoperabilidad exige un compromiso político e institucional firme, capaz de superar inercias y resistencias. También requiere de confianza, compartir datos entre destinos implica un cambio cultural que solo será posible si se garantizan marcos de seguridad, gobernanza y respeto a la propiedad de la información. Por último, está el reto de la sostenibilidad tecnológica, demasiados destinos han invertido en soluciones que, al cabo de unos años, se abandonan por falta de recursos o de continuidad en los equipos. Si queremos evitar este ciclo de “proyecto piloto y abandono”, es imprescindible apostar por modelos de plataformas que integren los datos de cada destino en un único repositorio, garantizando que, aunque cambien las herramientas o los proveedores, la información siga siendo reutilizable y se convierta en el verdadero patrimonio digital del territorio.

En este sentido, las soluciones que parten de un núcleo estable de integración de datos ofrecen mayores garantías de sostenibilidad, permitiendo desplegar servicios como cuadros de mando, asistentes virtuales o sistemas de predicción y recomendación sin perder inversiones previas ni depender de un único proveedor. Esta arquitectura modular, basada en estándares semánticos y ontológicos, facilita la evolución de los destinos a su propio ritmo. En paralelo, la Comisión Europea impulsa espacios de datos sectoriales y, en España, SEGITTUR promueve la Plataforma de Innovación Abierta (PIA), concebida para que empresas, administraciones y centros de investigación cocreen soluciones turísticas sobre fuentes de datos compartidas, favoreciendo innovación y competitividad.

¿Y QUÉ HAY DE LA IA?



La irrupción de la IA en el ámbito turístico ha abierto expectativas enormes en lo que respecta a la automatización de procesos, la personalización de experiencias y la capacidad predictiva. Sin embargo, conviene recordar que la IA es una herramienta cuyo valor depende directamente de la calidad, coherencia y estructura de los datos que la alimentan. En un sector tan fragmentado como el turismo, el riesgo de construir soluciones de IA sobre bases de datos heterogéneas, inconsistentes o mal etiquetadas es elevado, y las consecuencias pueden ser desde predicciones sesgadas hasta asistentes virtuales incapaces de interpretar con precisión las consultas de los usuarios.

Es aquí donde la base semántica común adquiere un papel transformador. La semántica y las ontologías no son meros instrumentos técnicos para ordenar la información, sino el marco conceptual que dota de significado a los datos. Cuando la IA se apoya en un lenguaje común, las capacidades de los modelos se multiplican. Un algoritmo de recomendación puede reconocer con claridad qué significa “alojamiento turístico” en diferentes contextos, un sistema de análisis predictivo puede integrar sin ambigüedades variables de movilidad, meteorología o gasto económico, un asistente conversacional puede interpretar las consultas de gestores y ciudadanos sin depender de las particularidades de un sistema específico.

Además, la IA semánticamente reforzada permite superar una de las grandes limitaciones actuales, la dificultad de escalar soluciones más allá del ámbito local. Un destino puede entrenar un modelo de predicción con sus propios datos, pero si esos datos no siguen un estándar común, el modelo difícilmente podrá transferirse o compararse con el de otro territorio. Incluso dentro de los datos de un mismo destino, si la información procedente de distintas fuentes no queda estandarizada bajo un mismo lenguaje, difícilmente podrán conseguirse recomendaciones y predicciones homogéneas y de valor. La semántica actúa como un “pegamento invisible” que convierte datos aislados en conocimiento interoperable, lo que a su vez habilita un aprendizaje colectivo. Cada destino aporta sus datos estructurados y, al hacerlo, contribuye a enriquecer un ecosistema común sobre el que la IA puede generar patrones más robustos y transferibles.

Los destinos que construyan primero su capa semántica de datos estarán en mejores condiciones de desplegar soluciones de IA verdaderamente útiles, sostenibles y escalables. Aquellos que no lo hagan corren el riesgo de invertir en tecnologías que, aunque llamativas en el corto plazo, no generarán valor a largo plazo por carecer de una base sólida sobre la que operar. La interoperabilidad y la semántica garantizan la sostenibilidad de las herramientas y potencian las capacidades de la IA, convirtiéndola en un verdadero aliado para la planificación estratégica, la sostenibilidad y la competitividad del turismo.

UNA MIRADA A LO QUE VIENE

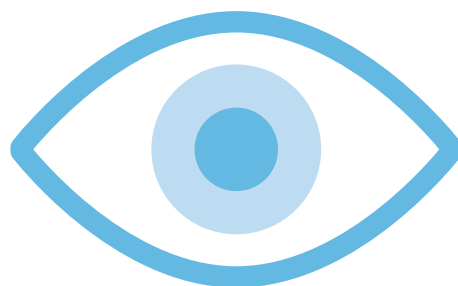
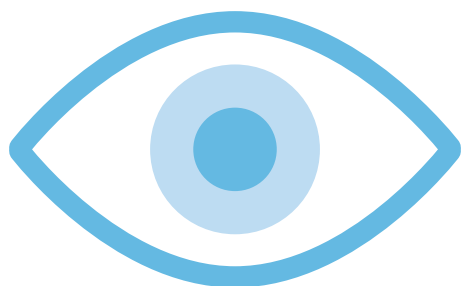
El futuro de los destinos turísticos inteligentes no pasa por acumular proyectos aislados ni por invertir grandes cantidades de dinero en la compra de datos estáticos. El futuro pasa por consolidar una base estructural de datos integrada, interoperable y sostenible. La primera prioridad debe ser que cada destino unifique su información en una plataforma única que actúe como punto de verdad. Solo a partir de ahí tiene sentido avanzar hacia la interoperabilidad externa con otras plataformas a nivel autonómico, nacional y europeo.

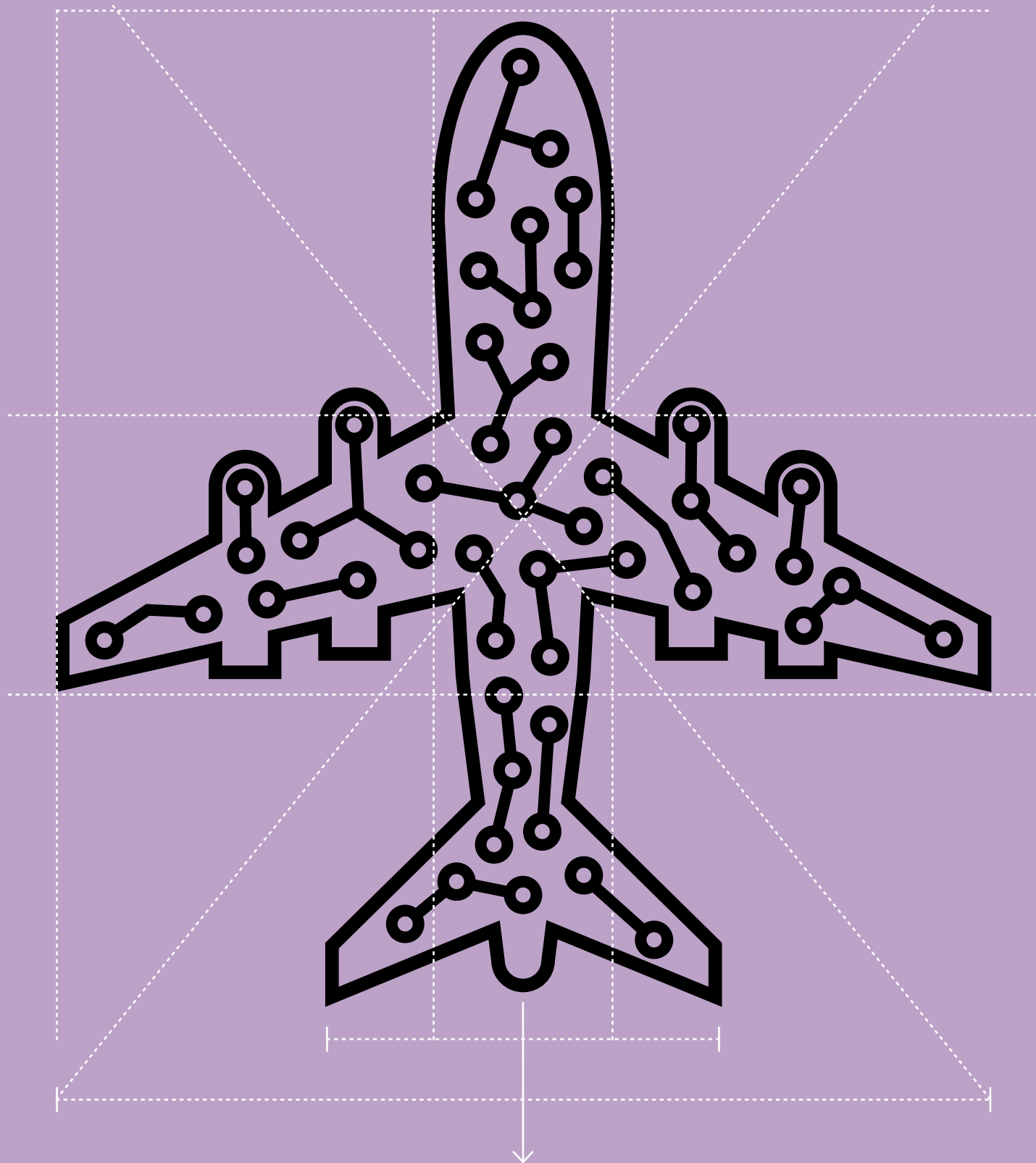
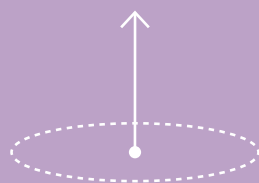
En segundo lugar, es necesario seguir impulsando un marco semántico común como el que se está impulsando desde SEGITTUR, que garantice la coherencia de los datos y permita a los territorios integrarse en iniciativas europeas como los espacios de datos sectoriales, evitando la fragmentación y favoreciendo la transferencia de conocimiento.

En cuanto a la sostenibilidad tecnológica, esta exige apostar por arquitecturas modulares y abiertas, que permitan evolucionar sin rehacer cada inversión, y por modelos de cooperación entre destinos que reduzcan duplicidades y generen economías de escala.

Por otro lado, la IA será uno de los vectores de transformación más decisivos en el turismo de los próximos años. Sin embargo, su impacto real dependerá de que se apoye en bases de datos semánticas, interoperables y de calidad. Solo así la IA podrá desplegar todo su potencial en la automatización de procesos de gestión territorial. En este escenario, la IA actuará como un amplificador de capacidades, liberando recursos humanos de tareas repetitivas y facilitando la toma de decisiones estratégicas. La clave no está en incorporar la IA como una moda pasajera, la clave es integrarla de forma sostenible en un ecosistema de datos sólido, donde cada algoritmo se convierta en un aliado para construir destinos más eficientes, resilientes y sostenibles en el tiempo.

Por último, resulta imprescindible un cambio cultural que conciba los datos como un activo estratégico del destino, reforzando la formación de los equipos locales y estableciendo marcos claros de gobernanza. Solo así la IA podrá consolidarse como un recurso estable, replicable y orientado al bien común.





Celia Romero, Directora ejecutiva de Inteligencia Turística
Natalia Castro, Coordinadora de la Plataforma Viajeros Solidarios

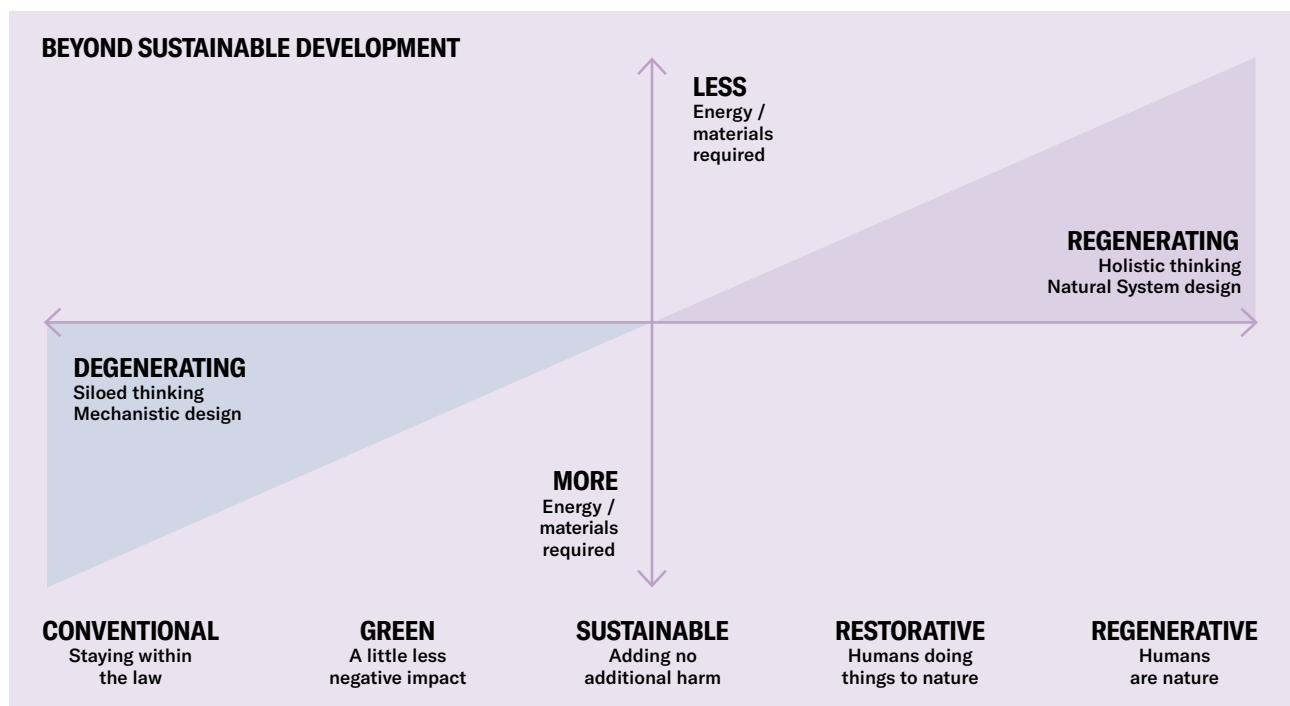
VIAJAR PARA REGENERAR: LA NUEVA ÉTICA DEL TURISMO INTELIGENTE

En un contexto global marcado por la digitalización acelerada, el **turismo regenerativo** emerge como un enfoque transformador que busca ir más allá de la sostenibilidad, priorizando la **recuperación activa de ecosistemas**, la **cohesión social** y la **resiliencia territorial**. Este artículo analiza la intersección entre el turismo regenerativo y la **inteligencia artificial (IA)**, explorando cómo las tecnologías inteligentes pueden potenciar estrategias que generen impactos positivos en comunidades locales y entornos naturales. A través de una revisión crítica de literatura, casos de estudio internacionales, destinos turísticos inteligentes y el análisis de tendencias tecnológicas, se examinan aplicaciones de IA en planificación turística, gestión de flujos de visitantes, optimización de recursos y participación ciudadana. Los resultados evidencian que la IA, combinada con modelos regenerativos, permite **tomar decisiones basadas en datos**, anticipar impactos y diseñar experiencias turísticas más regenerativas. El artículo concluye planteando un marco estratégico que integra la **gobernanza participativa** y la **inteligencia territorial** como pilares para impulsar un turismo capaz de regenerar y no solo conservar.

En el contexto global actual, el turismo inteligente y regenerativo se posiciona como un paradigma que trasciende las prácticas sostenibles tradicionales. Este enfoque busca no solo reducir el impacto negativo de los viajes, sino dejar los destinos en un mejor estado del que se encontraron. No se conforma con reducir impactos, sino que busca dejar los destinos en un mejor estado del que se encontraron, promoviendo una ética de impacto positivo que une las dimensiones humanas, ambientales, económicas y tecnológicas.

Este nuevo marco se apoya en referentes institucionales clave. La Declaración de La Palma (2023) impulsa un turismo inclusivo, digital y sostenible en el marco de la Agenda 2030, mientras que el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo (Yglesias, 2025) reconoce la sostenibilidad como motor de competitividad a largo plazo. Ambos documentos ofrecen la base política que legitima la transición hacia modelos regenerativos, donde la innovación se vincula directamente con la restauración ecológica y social.

Diversos expertos destacan que el turismo regenerativo promueve la restauración de ecosistemas naturales y sociales, empoderamiento de comunidades locales y creación de experiencias transformadoras para los viajeros (Araneda, 2019) (Teruel, 2018). Asimismo, la convergencia con tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, el análisis de datos y los sistemas de gestión territorial permite medir, gestionar y optimizar los impactos positivos. Sin embargo, la puesta en marcha de este paradigma como un desafío global, exige estructuras institucionales sólidas que integren conocimiento, innovación, formación y evaluación. En este sentido, se plantea la necesidad de la Red Inter-campus Regenera Tur-IA, un espacio interuniversitario que buscará fomentar la cultura de viajar para regenerar, coordinar proyectos demostrativos y diseñar indicadores de impacto territorial, armonizando a nivel global valores comparables de turismo regenerativo. Con una base en la ciencia de datos y la gobernanza colaborativa.



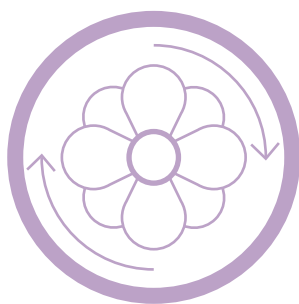
Fuente: (Liburd & Walsh, 2022)

TENDENCIAS ACTUALES EN TURISMO REGENERATIVO

El turismo regenerativo se define como un nuevo modelo de desarrollo territorial que *va más allá* de la sostenibilidad. Inspirado en la agricultura regenerativa, propone una economía turística capaz de restaurar sistemas naturales, sociales y culturales (GSTC, 2025) (Ignitec, 2024). La literatura reciente sostiene que el diseño de experiencias regenerativas de valor debe basarse en conexiones profundas y auténticas

entre los actores del territorio (Hes & Coenen, 2018); (Higgins-Desbiolles, 2018). Fomentan la desaceleración del viaje, el contacto con la identidad local y la co-creación de valor, logrando que el turismo revitalice los lazos ecológicos y culturales que sostienen la vida comunitaria (Bellato & Cheer, 2021).

Entre las tendencias más relevantes se encuentran:



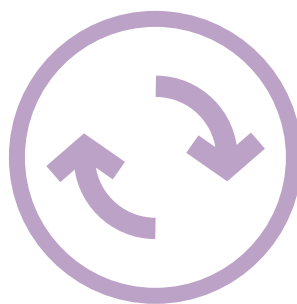
RESTAURACIÓN ECOLÓGICA Y SOCIAL

Mediante experiencias sostenibles con acciones de reforestación y recuperación de biodiversidad.



EXPERIENCIAS DE BIENESTAR MUTUO

Donde visitantes y residentes colaboran en proyectos que mejoran la calidad de vida y respetan el territorio.



SISTEMAS DE INTELIGENCIA TURÍSTICA REGENERATIVA

Como el SIT-RC de Molina y Flores, basado en principios de circularidad, normalizado y certificado en Benidorm.



INDICADORES DE IMPACTO POSITIVO

Que valoran beneficios ambientales, sociales y económicos en el comercio local (Molina, Romero, & Castro, 2024).

Según Reyes y Casasola (2021), este nuevo enfoque implica apoyar un propósito co-creado del destino y desarrollar alianzas evolutivas con la naturaleza, generando “conexiones profundas y positivas entre el visitante, la comunidad local, el lugar y los sistemas vitales”. Para que estas prácticas se consoliden, resulta fundamental contar con una entidad especializada que unifique metodologías, fomente la

investigación aplicada y promueva la transferencia de conocimiento entre sectores. Aquí es donde la creación de la Red Inter-campus cobra pleno sentido: donde se impulse la transición desde la sostenibilidad hacia la regeneración, conectando a gobiernos, universidades y empresas bajo una visión compartida de impacto positivo a través de la tecnología.

Regenera
Tur-IA
Cube

y guiar a los visitantes hacia experiencias regenerativas (InteligenciaTurística, 2025). Esta herramienta convierte la compartición de datos en acciones concretas de impacto positivo, fomenta la co-creación con la ciudadanía y multisectores y potencia la cohesión social (InteligenciaTurística, 2025).

Estas iniciativas dan forma a una nueva inteligencia turística regenerativa, donde la tecnología no reemplaza la sensibilidad humana, sino que la amplifica.

Proyectos como el Observatorio Impacto Resitur y la plataforma Smart Data Cube, han encontrado impulso y apoyo, en el marco de los retos Innótransfer 2025 y del Parc Científic de la Universitat de València convirtiéndose en demostradores prácticos de innovación abierta, y de cómo los datos abiertos pueden traducirse en innovación con propósito regenerativo.

La plataforma pionera en la implantación a nivel Global del “Regenerative Tourism Value” (RTV).



OBSERVATORIOS DE IMPACTO LOCAL Y UNIDADES DE INTELIGENCIA TURÍSTICA

Los observatorios turísticos y las unidades de inteligencia turística -especializada en productos y mercados turísticos- constituyen herramientas esenciales para medir y gestionar el impacto en destinos. Reúnen y procesan datos sobre flujos, consumo, empleo y bienestar, ofreciendo una visión integral de los destinos. Como señalan Toanoglou et al. (2025), los observatorios “transforman los datos dispersos en conocimiento estratégico”, imprescindible para la gestión sostenible.

El enfoque regenerativo amplía esta función: incorpora métricas de restauración ecológica, redistribución económica y cohesión social. El resultado de este sistema de observación será el RTV, una herramienta

comparativa que permitirá posicionar a los destinos según su nivel de regeneración, evaluar su evolución a lo largo del tiempo y orientar decisiones de inversión y gobernanza basadas en evidencia.

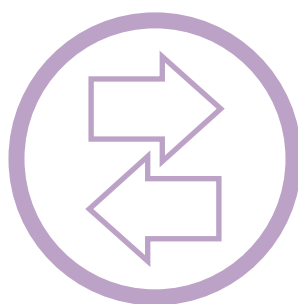
Ejemplo de ello es la Red de Observatorios Regenerativos (ResiTUR), que aplica indicadores de biodiversidad y calidad de vida (InteligenciaTurística, 2025). En paralelo, los laboratorios de innovación turística convierten los entornos en centros experimentales donde comunidades, empresas y gobiernos co-diseñan y soluciones basadas en datos.

La Red Intercampus serviría como espacio integrador de estos instrumentos, con tres misiones centrales:



I+D+I

Generando conocimiento científico sobre modelos regenerativos.



TRANSFERENCIA Y CAPACITACIÓN

Con formación en inteligencia turística regenerativa, digitalización y gobernanza.



EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Validando metodologías e impactos reales.

Además, la gobernanza colaborativa de estas plataformas permite que incluso destinos pequeños incorporen sistemas de observación adaptados a su escala. Esta democratización del conocimiento técnico

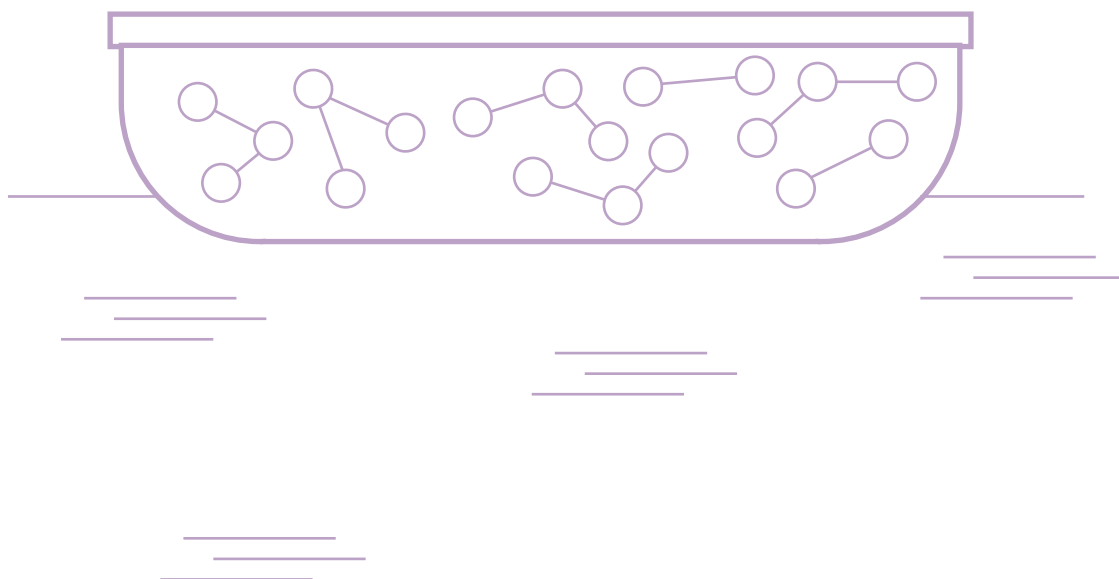
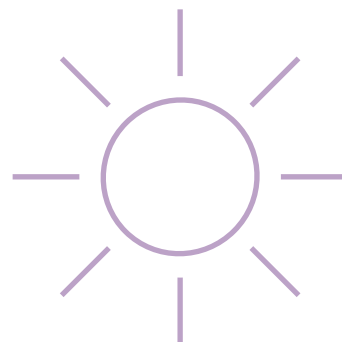
fortalece la capacidad local de resiliencia, impulsando modelos de desarrollo más justos y duraderos. (p. ej. laboratorios gubernamentales de turismo en Brasil, Perú o Colombia).

GOBERNANZA COLABORATIVA, COMPARTICIÓN DE DATOS Y ADAPTACIÓN TERRITORIAL

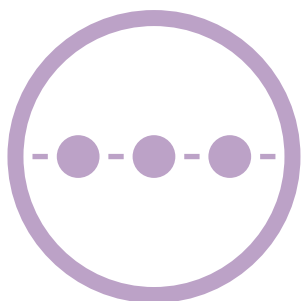
La transformación hacia un turismo regenerativo no puede sostenerse únicamente desde la innovación o la tecnología: requiere una nueva forma de gobernar los destinos. La gobernanza colaborativa se presenta como el marco que permite alinear los intereses de los actores públicos, privados, académicos y comunitarios en torno a un propósito compartido: el impacto positivo del turismo.

El Dictamen del Comité Económico y Social Europeo (Yglesias, 2025), titulado “El turismo en la UE: la sostenibilidad como motor de la competitividad a largo plazo”, refuerza esta visión al reconocer que la sostenibilidad no es un coste, sino una ventaja competitiva que debe integrarse en la gobernanza, la innovación y la capacitación del sector. Este pronunciamiento legitima la necesidad de crear instituciones regenerativas que garanticen la coherencia entre la estrategia turística europea y las transformaciones locales.

En este modelo, la compartición de datos, los observatorios de impacto y la IA se convierten en palancas de transformación territorial, pero su eficacia depende de la capacidad del sistema de adaptarse colectivamente. Las comunidades, las empresas y los gobiernos locales deben aprender a usar y compartir la información como bien común, traduciendo la evidencia en políticas flexibles, inclusivas y adaptativas.



Los modelos de adaptación territorial implican:



Incorporar la **planificación adaptativa** basada en la alineación con las estrategias territoriales y participación local.



Establecer **mecanismos de aprendizaje continuo**, donde los resultados de observatorios, unidades de inteligencia turística y laboratorios alimenten decisiones de gobernanza.



Favorecer la **coevolución entre naturaleza, comunidad y economía local**, reconociendo que los territorios son sistemas vivos en constante cambio.

En este sentido, la Red Intercampus actuaría como facilitador de modelos escalables de gobernanza colaborativa, promoviendo espacios de diálogo multiactor, metodologías de aprendizaje territorial, compartición de datos y redes de conocimiento que fortalezcan la resiliencia local.

La gobernanza colaborativa requiere no solo diálogo multi-actor, sino también una cultura de compartición de datos públicos y privados. La integración de información procedente de destinos, empresas y ciudadanía permite crear sistemas de inteligencia territorial abiertos, que convierten los datos en conocimiento compartido. Esta transparencia refuerza la confianza, mejora la toma de decisiones y multiplica el impacto positivo de las estrategias y políticas re-

CONCLUSIÓN

El turismo inteligente y regenerativo representa una evolución ética, tecnológica y territorial del sector. Su propósito no es solo mitigar impactos, sino restaurar la vitalidad ecológica y social de los destinos mediante el codiseño de experiencias regenerativas locales y su recomendación a través de la IA a residentes y turistas.

Las tendencias actuales muestran que los destinos más avanzados son aquellos que diseñan experiencias de conexión profunda, miden su impacto real y emplean la tecnología como aliada del bienestar común (Teruel, 2018) (Araneda, 2019). Pero para consolidar este desafío global se necesita una estructura que asegure continuidad, coherencia y legitimidad: la Red Intercampus Regenera Tur-IA

Esta Red Intercampus permitiría articular la inteligencia digital, la gobernanza colaborativa y la gestión territorial adaptativa. Sería el espacio transnacional donde se combinan ciencia, datos y saberes locales para producir conocimiento vivo, capaz de guiar decisiones que regeneren el entorno y fortalezcan la identidad de los territorios.

En definitiva, fortalecer la cultura de viajar para regenerar significa repensar el turismo como una red de cooperación entre personas, tecnología y naturaleza. Y la Red Intercampus Regenera Tur-IA va a representar el paso institucional necesario para hacer posible esa visión: un turismo que aprende, se adapta y devuelve más de lo que toma.

REFERENCIAS

Araneda, M. (2019). *Principios del Diseño de Experiencias Regenerativas*. Obtenido de <https://turismoregenerativo.org/2019/09/diseño-de-experiencias-regenerativas/>.

Teruel, S. (2018). *Análisis y aproximación a la definición del paradigma del turismo regenerativo. Proyecto final de graduación presentado como requisito parcial para optar por el título de máster en gestión de turismo sostenible*. Universidad para I.

Ignitec. (2024). *IoT in regenerative tourism: Revitalising communities & ecosystems*. Obtenido de <https://www.ignitec.com/insights/iot-in-regenerative-tourism-revitalising-communities-ecosystems/>

GSTC. (2025). *GSTC Global Sustainable Tourism Council*. Obtenido de The Difference Between Regenerative Tourism and Sustainable Tourism : <https://www.gstc.org/regenerative-tourism/#:~:text=ImageDefinition%20and%20Origins%3A%20Regenerative%20tourism,its%20substantive%20application%20remains%20elusive>

Toanoglou, M. K. (2025). A comparative analysis of tourism observatories within the INSTO Network: Insights into regional approaches to sustainability, methodology, stakeholder engagement, and technological innovation. *Athens Journal of Tourism*, 12(2), 117-144.

InteligenciaTurística, S. (2025). *Inteligencia turística lanza Tur-ia y Smart Cube para internacionalizar la inteligencia regenerativa*. Obtenido de Europress: <https://www.europapress.es/comunicados/empresas-00908/noticia-comunicado-inteligencia-turistica-lanza-tur-ia-smart-cube-internacionalizar-inteligencia-regenerativa-20250708160645.html>

Yglesias, I. (2025). *Tourism in the EU: sustainability as a driver for long-term competitiveness*. Obtenido de European Economic and Social Committee: <https://www.eesc.europa.eu/es/our-work/opinions-information-reports/opinions/tourism-eu-sustainability-driver-long-term-competitiveness>

Song, D., & Chen, H. (2025). Artificial Intelligence as a Catalyst for Sustainable Tourism: A Case Study from China. *Systems*, 13(5), 333.

Bellato, L., & Cheer, J. M. (2021). Inclusive and regenerative urban tourism: capacity development perspectives. *International Journal of Tourism Cities*, 7(4), 943-961.

Hes, D., & Coenen, L. (2018). Regenerative Development and Transitions Thinking. En *Enabling Eco-Cities: Defining, planning, and creating a thriving future* (págs. 9-20). Singapore: Plagrave Pivot.

Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives*, 25, 157-160.

Liburd, J., & Walsh, C. (2022). *Beyond Sustainable Development at the Wadden Sea: Towards A Regenerative Paradigm, Trilateral Wadden Sea Cooperation Annual Report 2022*.

Molina, F., Romero, C., & Castro, N. (2024). *Inteligencia Turística*. Obtenido de Guia de Turismo Inteligente Regenerativo y Circular: https://tienda.inteligenciaturistica.com/wp-content/uploads/2024/06/Guia-del-Turismo-RC-Mayo-8-vf-registrado_compressed.pdf

Reyes, I., & Guerrero, K. C. (2021). *Ambiente Costa Rica*. Obtenido de Turismo regenerativo: más allá de la sostenibilidad : https://www.ambientico.una.ac.cr/wp-content/uploads/tainacan-items/5/35078/010_-Gloriana-Reyes.pdf

EPÍLOGO

Por **Kristin Suleng Furió**, Coordinadora de Innotransfer en el Parc Científic de la Universitat de València, Técnico responsable del Área de Comunicación y Marketing de la Fundació Parc Científic Universitat de València

Las aportaciones reunidas en esta publicación convergen en una conclusión clara: el turismo inteligente requiere un enfoque estructural que integre tecnología, gobernanza y territorio en un mismo marco de actuación. La sostenibilidad deja de entenderse como un atributo complementario y pasa a constituir la base desde la que se diseñan políticas, estrategias y modelos de gestión capaces de mantenerse en el tiempo.

El avance hacia un turismo inteligente y regenerativo exige fortalecer la capacidad de los territorios para tomar decisiones basadas en información fiable, compartida y bien gobernada. La gestión del dato, la interoperabilidad de los sistemas y el uso responsable de tecnologías avanzadas, incluida la inteligencia artificial, resultan determinantes para anticipar escenarios, optimizar recursos y reducir impactos no deseados, tanto ambientales como sociales.

Al mismo tiempo, la transformación del sector requiere estructuras de cooperación estables entre administraciones públicas, sistema científico, tejido empresarial y comunidades locales. La innovación abierta se consolida así como un marco operativo que permite alinear capacidades diversas, generar conocimiento aplicado y trasladar aprendizajes entre territorios y escalas de actuación.

En este contexto, el papel de los parques científicos y de los programas de transferencia adquiere una relevancia específica como espacios de articulación entre investigación, innovación y políticas públicas. Su función como nodos de conexión contribuye a reducir la fragmentación, facilitar la experimentación y favorecer la adopción de soluciones replicables y sostenibles.

Este libro se concibe como una aportación al debate técnico y estratégico sobre el futuro del turismo. Sus contenidos ofrecen criterios, experiencias y líneas de actuación orientadas a mejorar la capacidad de los territorios para planificar, adaptarse y evolucionar en un entorno de creciente complejidad. El reto que se plantea es avanzar hacia un turismo capaz de generar valor económico sin comprometer la cohesión social, la identidad cultural ni la integridad de los ecosistemas que lo sustentan.

PERFILES

LAS FIRMAS



Miguel Ángel Catalán Montañana

Responsable de la Smart Office de Finestrat y cofundador de Inturtec

Especialista en la gestión e implantación de soluciones tecnológicas innovadoras aplicadas a Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Actualmente ejerce como director de la Smart Office del Ayuntamiento de Finestrat, desde donde impulsa proyectos estratégicos orientados a la transformación digital, la sostenibilidad y la mejora de la experiencia turística a través del uso de datos, tecnología y gobernanza inteligente. Además, es

CEO y cofundador de Inturtec, S.L., empresa especializada en el asesoramiento y desarrollo de estrategias DTI, planes directores y proyectos de innovación turística. A lo largo de su trayectoria profesional, ha trabajado con numerosos destinos turísticos tanto en el ámbito autonómico como nacional, acompañándolos en procesos de diagnóstico, planificación e implementación de modelos de gestión inteligente.

Natalia Castro

Coordinadora de la Plataforma Viajeros Solidarios



Ingeniera ambiental por la Universidad de los Andes y Máster en Dirección y Planificación del Turismo por la Universitat de València, donde actualmente es candidata a doctora en Desarrollo Local. Está especializada en sostenibilidad ambiental aplicada al turismo, con un enfoque en modelos regenerativos, economía circular e inteligencia turística. Cuenta con experiencia en el sector energético y minero, donde ha participado en proyectos de I+D+i, estudios de impacto ambiental y diseño de políticas ali-

neadas con los ODS, los estándares IFC y los Principios de Ecuador. Desde 2024 es investigadora en Turismo Regenerativo y Desarrollo Local en la Universitat de València, donde lidera iniciativas como el Observatorio de Turismo de Impacto Local y la Escuela de Formación en Inteligencia Turística. Es coautora de la Guía para el Turismo Inteligente Regenerativo y Circular y participa en la elaboración de planes directores de Destinos Turísticos Inteligentes, estrategias y proyectos de sostenibilidad turística en España.

Rosa M^a Rodríguez Artola

Directora del Instituto de Turismo de la Universitat Jaume I



Actualmente profesora Titular de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat Jaume I de Castellón. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat de València y MBA in European Management por la South Bank University de Londres en Reino Unido se doctoró en Administración de Empresas y Marketing por la Universitat Jaume I en 2010. Como investigadora cuenta con tres tramos de investigación por parte de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora, fruto de sus publicaciones en revistas de impacto a nivel internacional muy focalizadas

en su principal línea de investigación que es el turismo. Es coautora de dos libros y varios capítulos de libro nacionales e internacionales, ha participado como ponente en más de 50 congresos nacionales e internacionales y ha coordinado y participado en 11 proyectos de investigación competitivos y más de 50 contratos de transferencia con empresas e instituciones. Actualmente ejerce en la Universitat Jaume I las responsabilidades de directora del Instituto Universitario en Turismo (IUTUR), coordinadora del grupo de investigación GETUR-Gabinete de Estudios Turísticos y directora del Aula Intelier de Turismo.

Celia Romero

Directora ejecutiva de Inteligencia Turística



Desde hace más de una década, lidera la transformación digital del turismo desde su posición como CEO y cofundadora de **Inteligencia Turística**, consultora tecnológica pionera en el impulso de destinos turísticos inteligentes. Coordina proyectos estratégicos como **Benidorm** y **Altea**, ambos certificados bajo la norma **UNE 178501**, consolidándolos como referentes nacionales en gestión turística inteligente. Su visión innovadora la ha llevado a presidir la **Comisión Smart Tourism de ENERTIC** y a formar parte de **UNETUR**, la **Red DTI** y asociaciones clave como **ADESTIC** y **MTA CONNECT**.

Representa al **Ayuntamiento de Benidorm** en la coordinación del grupo de turismo de la **RECI**, junto al Ayuntamiento de Palma, y ejerce como responsable internacional de la Plataforma Tecnológica para Destinos Turísticos Inteligentes ante la **ITU**. Comprometida con la generación de conocimiento, es profesora en la **EOI** y **ESIC**. Además, participa activamente en los **Comités Técnicos de Normalización UNE 178**, contribuyendo al desarrollo de estándares y marcos de referencia que hoy guían la evolución de los destinos turísticos inteligentes en España.

Walesska Schlesinger

Profesora Titular de Marketing en la Universitat de València
Investigadora del Instituto de Economía Internacional



Profesora Catedrática de Marketing en la Universitat de València (España), con más de 25 años de experiencia en docencia e investigación. Directora del Máster en Dirección y Planificación del Turismo. Investigadora del Instituto de Economía Internacional. Miembro del Grupo de Investigación SIV ("Soluciones Innovadoras y Sostenibles en

Servicios"). Su investigación se centra en marketing de servicios, comportamiento del consumidor, branding y marketing estratégico, especialmente en los sectores de turismo, gastronomía y educación. Ha participado en diversos proyectos nacionales e internacionales, incluido el proyecto europeo NEWCIMED y THRIVE.

Francisco Vaquer Estalrich

Director de Operaciones de DeepSense



Es cofundador y Director de Operaciones de DeepSense, empresa especializada en IA y analítica de datos aplicada al sector turístico y a la gestión del territorio. Ingeniero en Electrónica Industrial por la Universitat de València, cuenta además con un Máster en Big Data Analytics por la UPV y un Máster en Inteligencia Artificial Avanzada y Aplicada por la UV. Ha liderado proyectos de desarrollo e implantación de plataformas inteligentes para la

toma de decisiones estratégicas, aplicando modelos avanzados de analítica de datos, IA y ML. Es coautor del libro *"Inteligencia Artificial. Casos prácticos con Aprendizaje Profundo"* y profesor en MBIT School, Datamecum, y la Universitat de València. Destaca también su papel como consultor tecnológico especializado en datos e IA en la Plataforma Inteligente de Destinos (PID) y en la Plataforma de Innovación Abierta (PIA), impulsadas por SEGITTUR.

Kristin Suleng Furió

Coordinadora de Innotransfer en el Parc Científic de la Universitat de València,
Técnico responsable del Área de Comunicación y Marketing de
la Fundació Parc Científic Universitat de València



Responsable de Comunicación y Marketing de la Fundació Parc Científic Universitat de València, donde coordina el programa de innovación abierta Innotransfer. Licenciada en Periodismo por la Universitat de València y con Máster en Social Media: Gestión y Estrategia por la Universitat Oberta de Catalunya, está especializada en ciencia, medio ambiente, salud, e innovación. Veinte años de experiencia en prensa, radio y televisión (El País, Valencia Plaza, À Punt Mèdia, Nosaltres La Veu, Lletraferit, El Condifencial). Ganadora del II Premio Periodismo

Sanitario 2018 de la Asociación de Derecho Sanitario de la Comunitat Valenciana, y del I Premio de Periodismo en la categoría de Salud de ANEABE 2018, ha sido docente en inglés en los cursos 2018/2019 y 2019/2020 de la Universidad CEU Cardenal Herrera como profesora asociada en el Departamento de Comunicación e Información Periodística. Imparte talleres de formación en habilidades para la comunicación efectiva en los ámbitos de la ciencia, el medio ambiente, la salud y la innovación empresarial.



PARC CIENTÍFIC
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

INNOTRANSFER



GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Innovación,
Industria, Comercio y Turismo