

Handbook - Implementation of Digital Design in Cultural Tourism: Case studies for a successful Digital Tourist Guide

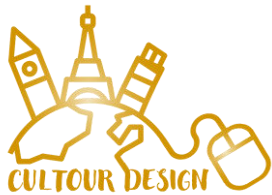


The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. **Project number:** 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461

IRSIE

INCDT

7/11/2022



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



REVISIÓN HISTÓRICA

<i>Versión</i>	<i>Fecha</i>	<i>Autor</i>	<i>Descripción</i>	<i>Acción</i>	<i>Páginas</i>
1.0	02/11/2022	SOLUCIONES DE MANOS DE CORAZÓN	Creación	C	10
1.1		irsi	Insertar	I	
1.2		INCDT	Insertar	I	

(*) Acción: C = Creación, I = Insertar, U = Actualizar, R = Reemplazar, D = Eliminar

<i>IDENTIFICACIÓN</i>	<i>Referencia</i>	<i>Título</i>
1 2	2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461	CULTURA Propuesta de Diseño

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

DOCUMENTOS APLICABLES

<i>IDENTIFICACIÓN</i>	<i>Referencia</i>	<i>Título</i>
N 1	R1/T1.1	Libro blanco sobre turismo cultural digital y marco de competencias
2		

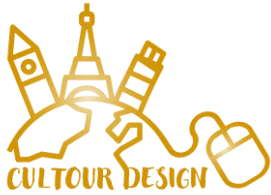
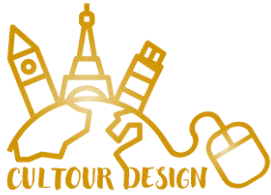


Tabla de contenido

1. Introducción	3
1.1 Resultados de aprendizaje	3
1.2 Palabras clave	3
1.3 Tiempo estimado de asiento	3
1.4 Glosario de términos	4
1. Implementación del Diseño Digital en el Turismo Cultural: Casos prácticos para una Guía Turística Digital exitosa	5
1.1 Contenido principal	5
Introducción – conceptualización de las principales definiciones – de “turismo digital” a “guía turística digital”	5
El Guidismo Digital como parte del turismo digital	13
Estudios de caso sobre turismo digital en Polonia – diferentes niveles	14
1.2 Recursos adicionales	21
2. Evaluación	23
2.1 Evaluación de conocimientos	23
2.2 Evaluación de habilidades	24
3. Referencias	25



1. Introducción

El objetivo principal de esta publicación es presentar una comprensión del concepto de turismo digital, especialmente del guiado digital como la nueva tendencia y su esencia y alcance de evolución, y luego ilustrar las consideraciones teóricas con estudios de casos interesantes en diferentes niveles de percepción. . La selección de estudios de casos fue intencional, es decir, se presentaron varios ejemplos constructivos de actividades relacionadas con el sector del turismo y sus industrias constituyentes en el contexto del turismo digital implementado en Polonia en diferentes niveles de actividad.

1.1 Los resultados del aprendizaje

Después de completar este módulo, podrás:

- Tener un conocimiento básico de diseño digital y pensamiento de diseño y, además, elementos específicos de orientación digital,
- Reconocer cómo se pueden implementar los principios de diseño digital para la industria del Turismo Cultural,
- Estar en condiciones de crear una nueva historia de éxito poniendo en práctica nuevas ideas digitales,
- Prepare su propia visión de cómo puede presentar la ciudad o la región a los huéspedes potenciales mediante el uso de guías digitales,
- Discuta cuáles son las razones del desarrollo del guiado digital y cuáles son las tendencias relacionadas con este enfoque.

1.2 Palabras clave

Diseño digital, guía digital, turismo cultural, Organización Nacional de Turismo, Organización Regional de Turismo

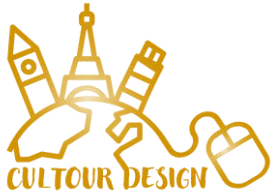
1.3 Tiempo estimado de asiento

- 2 horas para leer el contenido principal
- 2 horas para leer las fuentes adicionales
- 1 hora para completar la evaluación



1.4 Glosario de términos

- **Diseño digital:** es un tipo de comunicación visual que presenta información o un producto o servicio a través de una interfaz digital. En pocas palabras, es un diseño gráfico creado específicamente para ser utilizado en computadoras. (<https://99designs.com/blog/web-digital/digital-design/>)
- **Guiado digital:** debe entenderse como todo tipo de actividades que permiten la exploración virtual de destinos - ciudades, regiones, pero también instalaciones turísticas específicas - desde atracciones turísticas hasta elementos de desarrollo - como hoteles.
- **Turismo digital:** es el uso de sitios web de viajes gubernamentales y privados, y aplicaciones telefónicas para planificar y comprar viajes, así como para apoyar la experiencia turística a través de la educación, las actividades y los recursos (Benyon et al, 2014).
- **Turismo electrónico (e-tourism):** Es una forma de turismo donde se utilizan con frecuencia canales virtuales como sitios web y aplicaciones de teléfonos inteligentes, especialmente en las relaciones comerciales entre turistas y empresas turísticas (Murat Ödemiş, 2022).
- **Gamificación :** permite a un turista co-crear experiencias al generar emociones positivas (por ejemplo, bienestar) y compromiso al aprovechar las necesidades psicológicas: autonomía, competencia y relación, como el deseo de ser parte de la comunidad (Aebli, 2019) .
- **Tecnologías de la información y la comunicación (TIC):** Es el nombre general de las herramientas tecnológicas que brindan acceso a canales virtuales como Internet y las redes sociales, las cuales han hecho sentir sus profundos efectos en muchas áreas, especialmente en el sector turístico, y otras. facilitadores de vida. (Murat Ödemiş, 2022).



1. Implementación del Diseño Digital en el Turismo Cultural: Casos prácticos para una Guía Turística Digital exitosa

1.1 Contenido principal

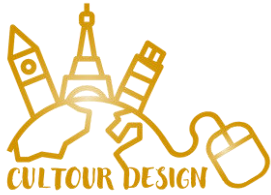
Introducción – conceptualización de las principales definiciones

de “turismo digital” a “guía turística digital”

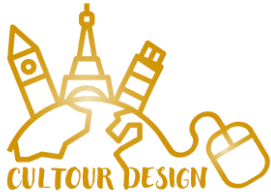
Para discutir más profundamente sobre el tema de este manual, por lo que la Guía turística digital, debemos comenzar con una perspectiva más amplia. Por lo tanto, primero se propone definir el concepto de turismo digital en general para proporcionar un marco para futuras consideraciones y, además, el tema principal del diseño digital en el turismo cultural. ¡Comencemos con una breve conceptualización y explicando los diferentes significados de las definiciones más importantes!

Por tanto, vale la pena comenzar con la palabra DISEÑO DIGITAL contenida en el título principal del proyecto. Según una definición muy intuitiva, el Diseño Digital es un tipo de comunicación visual que presenta información o un producto o servicio a través de una interfaz digital . En pocas palabras, es un diseño gráfico hecho específicamente para ser usado en computadoras (<https://99designs.com/blog/web-digital/digital-design/>). En otro lugar podemos encontrar que “ Diseño digital es un término general que es más relevante ahora que nunca. En pocas palabras, cualquier tipo de diseño que aparece en formato digital (en una aplicación o sitio web), en lugar de impreso (en una página física) , se considera diseño digital” (<https://www.springboard.com/blog/diseño/diseño-digital/>).

Además, vale la pena detenerse en la definición del título Turismo Cultural, como un concepto muy amplio que permite la interpretación en diferentes contextos. Al respecto, la revista científica polaca "Turystyka kulturowa" presentó la evolución de la comprensión citando definiciones de varios autores (<http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/178/163>):



- ✓ (Medlik): (Esto es) “turismo culturalmente motivado, como viajes a lugares de valor artístico e histórico, visitas a museos y galerías, viajes realizados para participar en representaciones artísticas y otros eventos culturales” [Medlik, 1995, p. . 81-82]
- ✓ (Marczak): „El turismo cultural implica principalmente visitas a lugares de alto valor relacionados con el turismo y la historia y que constituyen el patrimonio cultural humano. Por tanto, se trata de visitas a hitos de la arquitectura, sitios arqueológicos, lugares relacionados con personajes ilustres, exposiciones artísticas, galerías de arte, etc.” [Marczak, 2000, pág. 47]
- ✓ (WTO: 1985) La llamada definición „restringida”: (El turismo cultural comprende) “movimientos de personas por motivaciones esencialmente culturales tales como viajes de estudio, giras culturales y de artes escénicas, viajes a festivales y otros eventos culturales, visitas a sitios y monumentos, viajes de estudio de la naturaleza, el folclore o el arte, y peregrinaciones.
- ✓ (ATLAS: 1996): Definición conceptual: “(Turismo cultural es) El movimiento de personas a lugares de interés cultural fuera de su lugar habitual de residencia, con la intención de recopilar nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales.
- ✓ Definición técnica: (turismo cultural significa): todos los movimientos de personas a atracciones culturales específicas, como sitios patrimoniales, manifestaciones artísticas y culturales, artes y teatro fuera de su lugar habitual de residencia”
- ✓ (Dreyer): „(...) el término turismo cultural significa cualquier viaje centrado en la 'cultura' (en sentido amplio). Por lo tanto, el término se refiere a un (nuevo) segmento específico del turismo. Los viajes educativos y de estudio constituyen formas especiales dentro de este segmento” [Dreyer, 2000, p. 21].
- ✓ (Barbier): El turismo cultural comprende viajes motivados principalmente por el patrimonio cultural. El patrimonio se entiende aquí de dos maneras: 1) patrimonio estrictamente definido, es decir, monumentos y obras de arte: la cultura en este sentido está estrictamente relacionada con la historia general y la historia de las artes; 2) patrimonio entendido en sentido amplio, que incluye elementos tales como: vida cotidiana, ciencia y tecnología (fábricas, maquinaria), entorno geográfico (paisajes y su interpretación, métodos de utilización de espacios en el pasado y en la actualidad), literatura dedicada a diversas regiones, cocina tratada como un arte de vivir, etc. [Barbier B., 2005, p. 96].
- ✓ (Kowalczyk: versión restringida): „El turismo cultural es un conjunto de comportamientos de los turistas vinculados con su auténtico interés por el patrimonio cultural (sitios históricos, folclore, lugares relacionados con eventos importantes, etc.) y con su participación en la vida cultural contemporánea entendida en sentido amplio. ” [Kowalczyk, 2008, p.13].
- ✓ (Kowalczyk: versión amplia/universal): “En su sentido amplio, el turismo cultural puede definirse como todo tipo de comportamiento de los turistas, ya que las necesidades y preferencias subyacentes siempre resultan del condicionamiento previo de naturaleza cultural (por ejemplo, el sistema de valores del turista), independientemente del hecho de si estos comportamientos



son consecuencia del interés de los turistas por los llamados bienes culturales u otro tipo de bienes relacionados con el turismo (por ejemplo, naturales).” [Kowalczyk, 2008, p.14].

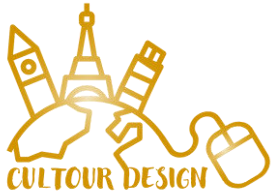
¿Cómo se puede utilizar este Diseño Digital en el caso del turismo, especialmente de las diferentes formas de turismo cultural mencionadas también en el tema del proyecto? Según Mercer Design (ejemplo de empresa profesional responsable de estos temas), es importante “trabajar en estrecha colaboración con las empresas de viajes para ayudar a diseñar identidades corporativas, folletos, sitios web y promociones en línea. Es crucial en el contexto de las tendencias y la conciencia actuales: cuán importantes son los mensajes visualmente atractivos para el sector de los viajes y cómo preparar una oferta altamente creativa y rápida en todos los proyectos. En la práctica, este diseño digital se utilizará durante la preparación de elementos como :

- Logotipos para empresas de viajes.
- marca para viajes
- Diseño de folleto para viajes y turismo.
- Sitios web receptivos
- desarrollo de aplicaciones
- Pruebas de usuario

Según los autores, el término DISEÑO DIGITAL en el contexto del turismo debe usarse de manera amplia, como todas las actividades destinadas a la presentación adecuada de ofertas, servicios, promoción de lugares y regiones y atracciones utilizando herramientas y técnicas digitales modernas, con especial atención. a la legibilidad del mensaje y su carácter innovador. Por lo tanto, vale la pena recordar otras definiciones, incluido el turismo digital y el guiado digital.

El término “turismo digital” no es el término más común en los estudios nacionales y extranjeros según la literatura. En términos prácticos, el turismo digital incluye todas las actividades y acciones relacionadas con la organización , gestión e incluso disfrute de la experiencia del viaje .

Según diferentes autores, el turismo digital se puede entender de diferentes maneras, según el contexto y las condiciones del entorno más amplio (basándose en la nomenclatura del enfoque de sistemas): lo que se presenta en el cuadro a continuación (gráfico n. ° 1), proveniente de uno de el artículo científico.



Definition of the term-concept	Year, Authors
<i>digital tourism</i>	
the convergence between the physical and digital worlds, supported by sensors that collect data resulting from the interaction of tourists and the environment;	2018, Julio Navío-Marco et al. [11]
the online purchase of ready-made tours formed by tour operators; development and implementation of mobile applications, including for tourists;	2019, Cherevichko T.V. et al. [35]
the online purchase of ready-made tours formed by tour operators; development and implementation of mobile applications, including for tourists;	
the digitalization of amateur tours through the creation of online schools for novice travelers, and others.	
the formation of a digital sector of the tourism economy;	2019, Voronkova L.P. [40]
a new type of tourism, which is often associated with e-tourism, developing in the vastness of the virtual world;	
includes the formation of a new type of tourism and a new type of tourist – "digital tourist"	

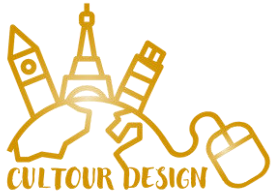
Cuadro 1. Diferentes acepciones del término-concepto "turismo digital"

Fuente: <https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf>

Por lo tanto, el "turismo digital" utiliza todas las herramientas de la transformación digital para cambiar la forma en que viajamos y el funcionamiento del propio sector. Al igual que en otros sectores, aquí también la transformación digital ha cambiado por completo y continúa cambiando la forma en que viajamos.

El poder de este sector y el potencial aún en desarrollo se confirman además con datos y estadísticas (<https://www.doxee.com/blog/customer-experience/what-is-digital-tourism/>):

- Según los datos de una investigación realizada por la Bolsa Internacional de Valores de Milán, en 2022 el sector creció un 43% , lo que representa un verdadero impulso empresarial.
- Según un estudio del Observatorio para la Innovación Digital en Turismo, este crecimiento se vio especialmente afectado en 2021 por el turismo digital, que registró un aumento del 55% respecto a 2020, un resultado aún más destacable si tenemos en cuenta el +1% de



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

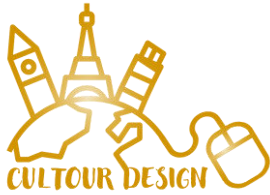


transacciones registradas por canales oficiales en el mismo período. Esto significa que el turismo digital tiene una importancia económica significativa, también a la luz del hecho de que Internet y las soluciones digitales, en general, son cada vez más relevantes y generalizadas en este sector .

Hay más estadísticas que pueden confirmar que muchos viajes se reservaron a través de un sitio web o un teléfono inteligente sin intervención humana .

El turismo digital supone también una nueva aproximación al tipo de experiencia que los profesionales del sector pueden ofrecer al turista.

También vale la pena mencionar que además del concepto típico de turismo digital, existen otros términos relacionados que también vale la pena definir. De manera análoga a la conceptualización realizada anteriormente, estos se presentarán en forma de tabla tomada de uno de los estudios fuente en aras de la legibilidad (gráfico 2).

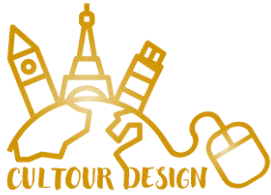


<i>Definition of the term-concept</i>	<i>Year, Authors</i>
<i>intelligent tourism</i>	
means being able to change its state or action in response to varying situations, differing requirements, and previous experiences, which means that intelligence can generate appropriate results based on different needs, different states and different historic experiences;	2017, Yu. Li et al. [9]
focuses on a technical capability offering more convenient and efficient services (including tangible products) to the users;	2017, Yu. Li et al. [9]
<i>m-tourism</i>	
type of e-tourism using mobile technologies;	2013, Moshnyaga E.V. [29]
<i>virtual tourism</i>	
a promising means of promoting a particular destination, which gives the tourist an opportunity to get acquainted with the cultural, historical, recreational opportunities of the places of visit and choose the most interesting objects and activities for themselves;	2018, Kleyman A.A., Babanchikova O.A. [41]
understood as a newly emerging electronic entertainment system	2019, Voronkova L.P. [40]
<i>digital free tourism (DFT)</i>	
tourist spaces in which the Internet or mobile signals are either absent or the use of digital technologies is controlled;	2018, Jing Li et al. [7]
characterized by a lack of or severely limited access to ICTs;	

Cuadro 2. Diferentes significados de los términos-conceptos relacionados con el “turismo digital”

Fuente: <https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf>

De hecho, el impacto de la tecnología digital, particularmente en el campo del Turismo, es incuestionable y frecuentemente considerado como un motor de innovación en el sector (Dexeus 2019; Law, Buhalis y Cobanoglu 2014). La tecnología digital no solo permite una mejor adaptación del cliente y un valor agregado para el viajero, particularmente en términos de planificación de viajes, toma de decisiones informada, orientación en el sitio, sino también para mejorar la experiencia dentro de ciertos servicios y configuraciones de destino, y por último pero no menos importante, para compartir experiencias con otros. Este papel cada vez mayor de la tecnología dentro de la experiencia de viaje,



antes, durante y después del viaje, ha 'revolucionado' el turismo (Dexeus 2019). Además, la tecnología digital contribuye a una organización más eficiente y competitiva de los productos turísticos que deben entenderse como oportunidades de experiencias complejas e integradas, que involucran una variedad de recursos y actores económicos, sociales y culturales (Framke 2002).

También hay un enfoque según el cual el turismo digital está vinculado a la tendencia creciente de la gamificación. El turismo digital permite a los “viajeros” recrear todas las experiencias y sensaciones de la exploración del mundo real, con la pequeña diferencia de que cada viaje épico tiene lugar en una dimensión digital. Es el cruce entre el turismo tal como lo conocemos, o lo hemos conocido, y el juego. Porque con el tiempo, los límites una vez obvios entre lo que es "real" y lo que no lo es se han erosionado gradualmente por los avances tecnológicos. Estos cambios han dado lugar a un mundo nuevo y valiente, que está libre de las leyes con las que estamos familiarizados y se define por un sinfín de posibilidades. La emoción que sientes cuando te bajas de un avión o la emoción de explorar un lugar completamente nuevo ya no son dominio exclusivo de los turistas adinerados. En cambio, el turismo digital ofrece una nueva forma innovadora y emocionante de viajar.

Interesante punto de vista sobre el turismo digital también proviene de otro artículo del que vale la pena recordar las siguientes conclusiones (<https://www.daytranslations.com/blog/digital-tourism-travel>):

- El turismo digital lleva a los viajeros a una experiencia turística diferente. Es un soporte digital que se brinda a los viajeros antes, durante y después de la actividad de viaje. Los servicios de turismo digital varían. Podría proporcionar recomendaciones para encontrar el alojamiento adecuado para ayudar al viajero a planificar el itinerario. También podría ser una aplicación que puedan instalar en sus teléfonos celulares para que sirva como guía turístico móvil. También podría ser la capacidad de explorar todas las fotos de vacaciones que el viajero tomó una vez que llegó a casa.
- El turismo digital no es un concepto nuevo y ya ha entrado en las actividades en línea de muchas personas. También buscan recomendaciones y reseñas en sitios como TripAdvisor, Orbitz y Expedia. Algunos son sitios de gestión de viajes como Triplt y Kayak. Otros sitios permiten a los viajeros comparar precios y reservar vuelos y hoteles como Google Vuelos, Priceline.com, Booking.com y Hotels.com.

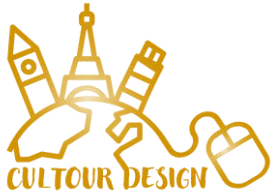


- El turismo digital proporciona una forma impulsada por la tecnología para investigar y planificar, así como para experimentar sus viajes de vacaciones. Los empresarios relacionados con el turismo deberían invertir en presencia digital. Ya no es viable no ser visto en la red, aunque se debe pensar claramente en tu presencia digital. Debe ser creativo, inteligente, convincente y persuasivo.

Sobre la base del contenido hasta el momento, se puede deducir que el concepto de turismo digital es, por un lado, relativamente amplio y, por otro lado, increíblemente dinámico, en el contexto, entre otras cosas, de la tecnología en curso. cambio, donde casi todas las semanas nos sorprenden novedades y nuevos modelos de equipos.

Parece que el término guía digital del título estará más estrechamente relacionado con otro término interesante, es decir, el turismo virtual. Este es también un concepto amplio y, siguiendo conceptualizaciones previas, vale la pena presentar sus elementos característicos en forma de viñetas (<https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/virtual-tourism>)

- El turismo virtual presenta a los espectadores una experiencia inmersiva de una actividad, ubicación o destino mediante el uso de la tecnología.
- Hay toneladas de diferentes tipos de ofertas de turismo virtual, pero generalmente hay una combinación de realidad virtual, imágenes fijas, video, audio, narración, interactividad y otros formatos multimedia para brindar una experiencia de un destino que un usuario no puede obtener a través de imágenes o sitios web solos.
- Los espectadores pueden acceder al contenido de turismo virtual utilizando un casco de realidad virtual para disfrutar de la experiencia más inmersiva, pero también pueden ver el contenido en una computadora normal o incluso en un dispositivo móvil.
- Debido a que los espectadores pueden experimentar actividades, ubicaciones y destinos desde la comodidad de sus propios hogares, existen muchos beneficios claros para el turismo virtual. El más obvio de estos beneficios es que los espectadores pueden ver y experimentar un destino sin viajar a él, lo que significa que no están limitados por los vuelos disponibles, la logística de viaje, las preocupaciones de seguridad y si los destinos están abiertos. Ni siquiera tienen que pensar en zonas horarias o condiciones climáticas.

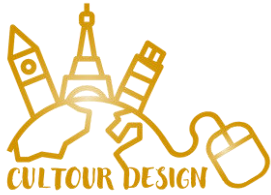


- El otro gran beneficio para los espectadores es el costo. El turismo virtual hace que los destinos sean accesibles para millones de personas que, de otro modo, no podrían permitirse viajar a ellos. Los espectadores están aceptando el auge de los destinos de turismo virtual y la creciente calidad y disponibilidad de la tecnología de realidad virtual para ver y experimentar cosas que nunca creyeron posibles.
- Para hoteles y destinos, el beneficio claro es la capacidad de permanecer en la mente de los clientes potenciales y resaltar una ubicación, servicios y ofertas. Es más probable que los espectadores que han experimentado un hotel o una ubicación a través del turismo virtual reserven una estadía futura y anticipen con entusiasmo experimentar la actividad en el “mundo real”.
- También hay grandes oportunidades de marketing que ofrece la tecnología de turismo virtual. Los huéspedes potenciales pueden ver una vista de 360 grados de una propiedad y sus servicios, en lugar de las imágenes planas de un folleto o sitio web. Experimentar una propiedad de esta manera aumenta las posibilidades de que los espectadores quieran visitarla en el futuro y significa que pueden compartir fácilmente las ofertas virtuales con sus amigos y familiares.

Para concluir, por lo tanto, es una propuesta final que el término guía digital debe entenderse como todo tipo de actividades que permiten la exploración virtual de destinos (ciudades, regiones, pero también instalaciones turísticas específicas), desde atracciones turísticas hasta elementos de desarrollo, como hoteles. También parece correcto percibir el turismo digital de manera amplia en el contexto de las llamadas etapas de viaje, fases de la cadena de valor del turismo.

El Guidismo Digital como parte del turismo digital

Por lo tanto, las herramientas y soluciones de turismo digital se pueden aplicar en cada una de las fases, desde la fase de sueño y preparación, asociada a la compra de un determinado servicio, pasando por la fase de implementación, hasta el momento posterior a la finalización del viaje. En la primera fase, el turismo digital estará relacionado con conocer un destino potencial y experimentar las cualidades y atractivos de un lugar y, en el caso de los hoteles, por ejemplo, los componentes de infraestructura, de manera más realista que solo a través de imágenes. En la fase de viaje real, las



soluciones de turismo digital pueden ampliar el contenido explorado y tal vez proporcionar el ímpetu para descubrir nuevas atracciones no planificadas previamente durante una estadía en una ciudad o región en particular. Finalmente, en la fase de conclusión, después del viaje real, el uso de herramientas de turismo digital puede, a nivel personal, permitir un regreso virtual, un tanto nostálgico, a los lugares visitados. Al mismo tiempo, el turismo digital puede utilizarse como recuerdo virtual del viaje e incluso como incentivo para que otros se interesen por el tema.

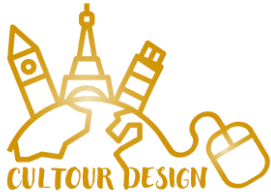
Además, desde el punto de vista de la operación, se puede percibir que el turismo digital es una forma de visitar un área/sitio que, gracias al uso de las últimas tecnologías de la información, permite llegar a un público más amplio que, por ciertas razones, no puede elegir una forma tradicional de visitar. Una guía digital puede ser, por ejemplo, una parte de un museo tradicional en forma de sitio web, entre otras cosas, o una forma independiente que opera solo en el ciberespacio.

En este punto, por lo tanto, vale la pena enfatizar que el objetivo general de este artículo es evocar ejemplos relevantes que ilustren las diversas dimensiones del guiado digital.

La primera etapa del proceso de investigación realizada fue una búsqueda bibliográfica, principalmente artículos, estudios y materiales web sobre el ámbito temático adoptado, seguido por el desarrollo de estudios de casos específicos, utilizando métodos cualitativos, incluida la observación participante, relacionados con la participación de los autores en diversos proyectos turísticos,

La selección de estudios de casos fue intencional, es decir, se citaron varios ejemplos constructivos de actividades relacionadas con el sector del turismo y sus industrias constituyentes en el contexto del turismo digital implementado en Polonia en diferentes niveles de actividad:

- nacional – funcionamiento de los canales digitales de la Organización Nacional de Turismo – Organización Turística Polaca
- regional y local - (en la terminología administrativa polaca - el nivel de los voivodados) - la Organización Regional de Turismo de Mazovian y los proyectos implementados, entre otros, durante la pandemia de COVID



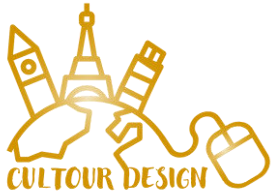
Casos de estudio sobre turismo digital en Polonia – diferentes niveles

NIVEL CENTRAL: POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA/ORGANIZACIÓN DE TURISMO DE POLONIA

La Organización de Turismo de Polonia , que lleva a cabo las tareas especificadas en la Ley de la Organización de Turismo de Polonia, lleva a cabo las siguientes actividades (<https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/podstawowe-informacje/zadania-pot>) :

- promueve a Polonia como un país atractivo para los turistas - moderno, con altos estándares de servicios y precios favorables. Las actividades para la promoción y el desarrollo del turismo polaco se llevan a cabo tanto en el país como en el extranjero;
- organiza stands nacionales en las ferias de turismo nacionales y extranjeras más importantes , donde los expositores incluyen representantes de la industria del turismo y los gobiernos locales;
- invita a los periodistas y operadores turísticos extranjeros a realizar visitas de estudio para presentar a Polonia como un país atractivo para los turistas, lo que se refleja en artículos sobre Polonia y ofertas de viajes a nuestro país;
- coopera con organizaciones turísticas regionales y locales para aumentar el interés en las ciudades, regiones y productos turísticos polacos entre los turistas nacionales y extranjeros. La cooperación incluye seminarios, capacitaciones, así como eventos promocionales;
- publica materiales sobre Polonia en 12 idiomas, que promueven el turismo activo, el turismo de negocios, el turismo termal, los valores turísticos actuales de las ciudades y regiones, incluidos los monumentos de la UNESCO, así como otras curiosidades que pueden interesar a un turista potencial;
- analiza las tendencias en el turismo mundial en cooperación con organizaciones internacionales que se ocupan de este campo, lo que permite establecer prioridades en el turismo polaco;
- desarrolla las actividades de la Oficina de Conferencias y Congresos, cuyo objetivo es aumentar la popularidad del turismo de negocios, que está prosperando en todo el mundo;
- opera el Sistema de Internet de Información Turística (ISIT).

La Organización de Turismo de Polonia se ocupa de promover Polonia como un destino turístico atractivo en Polonia y en el extranjero. Cada año POT es responsable de presentaciones en las ferias turísticas internacionales más importantes de Europa y del mundo. Sin embargo, además de la participación en eventos reales y la promoción presencial, son muy importantes las actividades del PTO realizadas de forma digital -dentro del ámbito del título de guía digital-.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



En primer lugar cabe mencionar la presencia de la PTO en medios como You Tube, donde el canal POLAND TRAVEL - #Visit Poland - está muy bien gestionado.

Enlace directo: <https://www.youtube.com/@polandtravel>

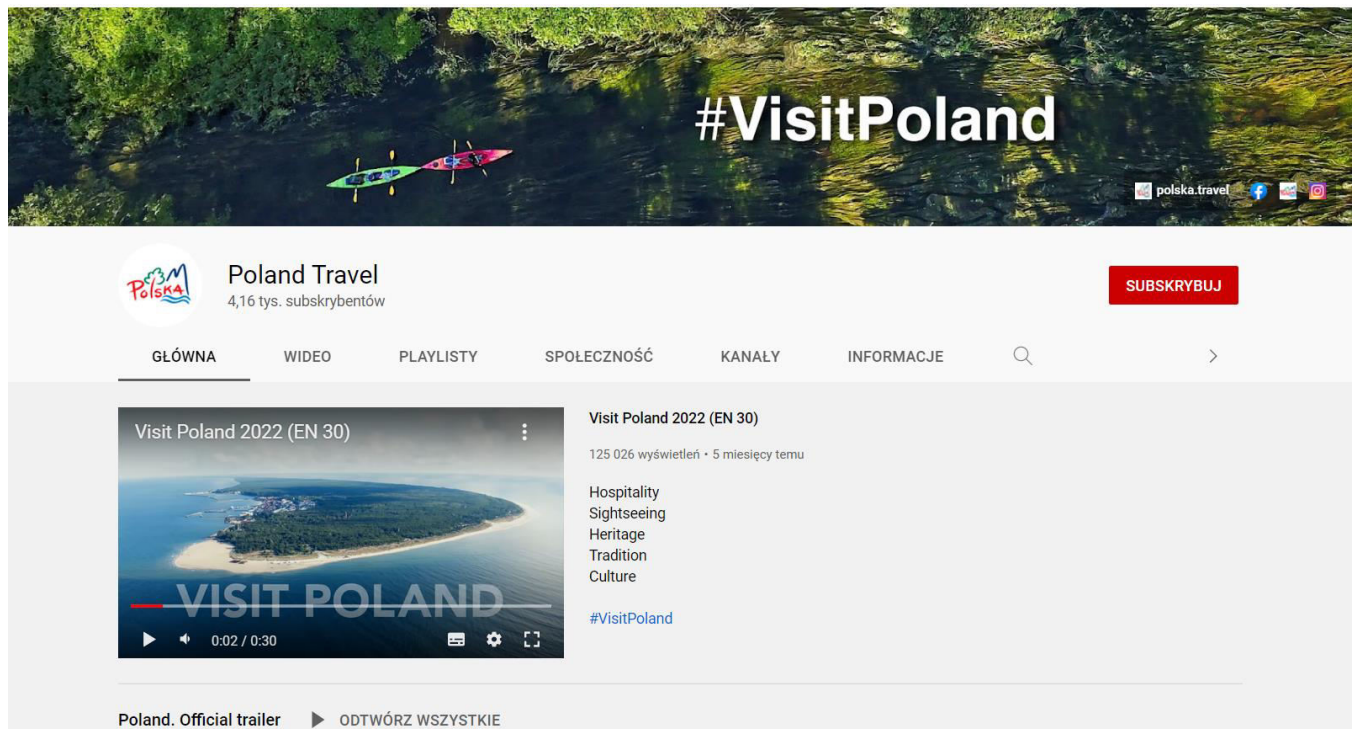


Gráfico 1. Perfil de Poland Travel en YouTube – vista general

Fuente: <https://www.youtube.com/@polandtravel>

Vale la pena mencionar que desde el principio, desde que ingresamos a la página principal de YouTube, nos espera un avance oficial, una película que nos invita a conocer Polonia en general. Es una impresión increíble y precisamente la ventaja de las herramientas de guía digital que en el poco tiempo que lleva verlo, 30 segundos, podemos vislumbrar las atracciones y activos más importantes de Polonia, tanto su riqueza natural como cultural. Este ejemplo en realidad encaja con los problemas ya mencionados en la introducción sobre las tendencias actuales en el turismo, incluida la creación de experiencias. En este tráiler se basan en la consonancia de cinco atributos de lo polaco: hospitalidad, turismo, patrimonio, tradición y cultura.

Poland Travel
4,16 tys. subskrybentów

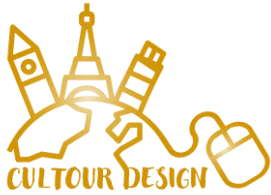
GLÓWNA WIDEO **PLAYLISTY** SPOŁECZNOŚĆ KANAŁY INFORMACJE

Utworzone playlisty SORTUJ WEDŁUG

24 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	11 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	2 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	1 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	12 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	5 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ
17 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	14 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	25 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	7 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	147 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	5 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ
4 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	18 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	11 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	11 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	3 WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ	75 Zaktualizowano 2 dni temu WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

Gráfico 2. Perfil de Poland Travel en YouTube: diferentes listas de reproducción
Fuente: <https://www.youtube.com/@polandtravel>

Otros elementos del portal de YouTube de la PTO son igualmente interesantes y brindan una visión más detallada de Polonia, a través de listas de reproducción temáticas e idiomáticas individuales. La lista de reproducción titulada "Best in Poland" es particularmente digna de mención. Su contenido actual es de 25 películas que presentan atracciones turísticas seleccionadas y elementos patrimoniales de varias partes de Polonia, tanto ciudades como regiones. Se trata de sitios patrimoniales, antiguos espacios industriales -hoy explotados culturalmente, pero también conceptos museísticos contemporáneos, como ya se ha mencionado- que potencian la experiencia turística tan deseable hoy en día. La selección de películas que presentan lugares también es intencional, ya que estas atracciones en particular han recibido certificados de los mejores productos turísticos en Polonia en los últimos años como parte de una competencia organizada por la Organización Turística de Polonia. Es por tanto una garantía que en el marco del guiado digital nos encontremos con lugares excepcionales, hoy denominados destacados.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Para finalizar la presentación de las actividades de orientación digital del PTO, vale la pena mencionar el ejemplo de la campaña temática implementada en años anteriores y titulada 'Ven y encuentra tu historia'. Fue en los últimos años la campaña promocional más grande, en la que la parte fue el spot "Polonia - Siéntete invitado", exhibido en diferentes lugares de Londres, por ejemplo, en las estaciones de metro Charing Cross, Kings Cross y London Bridge.

Se mantuvo la idea principal de la campaña: continuamos mostrando Polonia a través de los ojos de un turista visitante, recomendando una estadía en nuestro país. La investigación del consumidor realizada hasta ahora en nombre del PTO durante la etapa anterior de la campaña indicó que la recomendación es una idea fuerte, que permite que el destinatario del anuncio se identifique con su protagonista.

Polonia en las imágenes de "cuento de hadas" al aire libre en Londres y en el stand de la Organización de Turismo de Polonia en la feria es un país encantador y colorido, que despierta la imaginación y transporta al destinatario a un mundo de fantasía.



Poland - come and find your story

15 tys. wyświetleń · 8 lat temu

Poland Travel

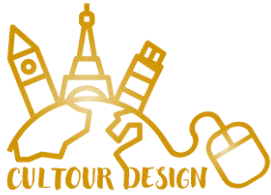
Find your own fairy-tale, and discover some magical places in Poland. Discover 16 unforgettable tourist attractions.

Angielski

Gráfico 3. Perfil de Poland Travel en YouTube – campaña temática “Ven y encuentra tu historia”
Fuente: <https://www.youtube.com/@polandtravel>

NIVEL REGIONAL: MAZOWIECKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA/ ORGANIZACIÓN REGIONAL DE TURISMO DE MAZOWIECKA

La Organización Regional de Turismo de Mazovia (MROT) es una organización no gubernamental encargada de promover los activos, las atracciones y los productos turísticos de Varsovia y Mazovia.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Es un embajador del turismo mazoviano. Como organización, crea una plataforma natural para la implementación de proyectos conjuntos de sus miembros. MROT tiene una base de conocimiento completa del tráfico turístico y las atracciones de Mazovia, así como las tendencias importantes para el desarrollo de productos turísticos. Los gobiernos locales, empresarios, instituciones culturales y organizaciones no gubernamentales que operan en el campo del turismo y la cultura en Mazovia pertenecen a la asociación. MROT tiene actualmente más de 100 miembros.

Llega a los habitantes de la Capital con la oferta turística de la región, informándoles sobre las oportunidades de ocio y recreación en Mazovia. A través del desarrollo del turismo, fortalece la economía local de Mazovia y contribuye a la calidad de vida de sus residentes. Con sus actividades educativas y de conocimiento, MROT apoya a organizaciones locales, gobiernos locales y empresarios que trabajan para desarrollar el turismo y promover el atractivo turístico de su subregión. A escala nacional, la organización promueve las actividades más valiosas en el campo de la cultura y el turismo realizadas en Varsovia y Mazovia.

Uno de los proyectos más populares en los últimos años diseñado, gestionado y promovido por MROT se llama FASHION MAZOVIA (Moda na Mazowsze – en origen). Como parte del proyecto, la Organización Regional de Turismo de Mazovian lleva a cabo las siguientes actividades:

- (a) administra el sitio web www.modanamazowsze.pl,
- b) mantiene perfiles en las redes sociales: [fb/modanamazowsze](https://www.facebook.com/modanamazowsze)
[fb/dziejesienamazowsze](https://www.facebook.com/dziejesienamazowsze) e [instagram/modanamazowsze](https://www.instagram.com/modanamazowsze),
- c) publica la revista de turismo Fashion for Mazovia,
- (d) administra el canal de YouTube/[ModanaMazowsze.tv](https://www.youtube.com/channel/UCModanaMazowsze),
- e) administra el calendario regional de eventos culturales y deportivos [Dzieje się na Mazowszu mazovia](https://www.dziejesienamazowsze.pl),



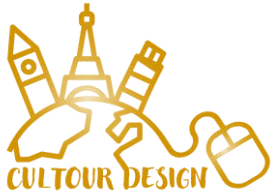
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



f) produce una serie de programas de televisión titulada Dzieje się na Mazowszu y Moda na Mazowsze.



Como fue el caso con el canal de YouTube de PTO, MROT también tiene una base de contenido de video muy extensa. Opera bajo la designación común - dual, por así decirlo - "Dzieje się na Mazowszu" y "Moda na Mazowsze". De particular valor son las listas de reproducción individuales, que permiten una muy buena preparación para los viajes temáticos, mientras que al mismo tiempo los videos que contienen también pueden tener un valor educativo y promocional. La pandemia de la COVID-19 ha hecho que, a partir de la primavera de 2020, las actividades del MROT, normalmente realizadas mayoritariamente al aire libre (en forma de eventos, picnics, giras de estudio, etc.), hayan tenido que reducirse al mínimo y... muy rápidamente ser transferido a la esfera virtual. En retrospectiva, se puede decir que esto se logró de manera muy constructiva y eficiente. Las listas de reproducción temáticas que se crearon en ese momento, como "Siguiendo las leyendas de Mazovia", "Leyendo las historias de Mazovia" o, finalmente, "Sabores de Mazovia", pueden tener una gama muy amplia de aplicaciones e interesar a muchas audiencias potenciales. , incluso a nivel de educación escolar o universitaria.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Moda na Mazowsze', which has 349 subscribers. The channel is categorized under 'PLAYLISTY'. A grid of video playlists is displayed, each with a thumbnail, a title, and a view count. The playlists are:

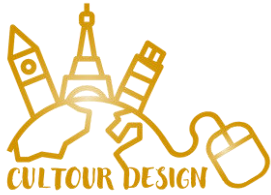
- Moda na Mazowsze (8 views)
- Dzieje się na Mazowszu (27 views)
- Mazowiecka wieś zaprasza (51 views)
- Śladami legend Mazowsza (24 views)
- Smaki Mazowsza (2 views)
- Historia Mazowsza (9 views)
- Wielka Przygoda (5 views)
- Czytamy baśnie Mazowsza (7 views)
- Rozmowy OnLine (22 views)

Each playlist has a 'WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ' button below it. A 'SUBSKRYBUJ' button is visible in the top right corner of the channel page.

Gráfico 4. Perfil de la Organización Regional de Turismo de Mazovian en YouTube y diferentes listas de reproducción

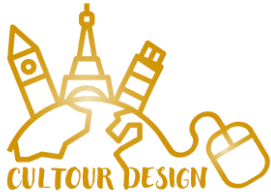
Fuente: <https://www.youtube.com/modanamazowsze>

En conclusión, esperamos haber logrado nuestro objetivo de ilustrar la complejidad del turismo digital a través de varios ejemplos. Una de las conclusiones más importantes es la convicción de que las herramientas de turismo digital pueden ser cruciales y constructivas en cada fase de un viaje, ya sea la preparación, la participación real o la finalización, al mismo tiempo que se planifica la siguiente actividad. Al mismo tiempo, parece que, al igual que en las 4P del marketing, las 5P, es decir, las personas, son clave, la herramienta en sí misma y las formas digitales necesitan los animadores y administradores adecuados.



1.2 Recursos adicionales

No	Título del recurso	Tipo de recurso	Enlace
1	Artículo científico – “Del turismo electrónico al turismo digital”. Revisión terminológica	Artículo científico disponible en línea	https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf
2	Artículo científico – “El turismo digital como factor clave en el desarrollo de la economía”	Artículo científico disponible en línea	https://www.researchgate.net/publication/326496875 _Digital_tourism_as_a_key_factor_in_the_development_of_the_economy
3	Artículo científico – “Presencia y turismo digital”	Artículo científico disponible en línea	https://www.researchgate.net/publication/251051913_Presence_and_digital_tourism
4	Organización Turística Polaca	Sitio web de PTO	www.pot.gov.pl
5	Organización Regional de Turismo de Mazovia	Sitio web de MROT	www.mrot.pl



2. Evaluación _

2.1 Evaluación de conocimientos

Pregunta 1 (verdadero/falso): El guiado digital está relacionado en primer lugar con el poder de la tecnología y todas las soluciones TIC.

[VERDADERO] [FALSO]

Pregunta 2 (opción múltiple): En la práctica, el diseño digital se utilizará durante la preparación de elementos como:

[logotipos para empresas de viajes] [compra en línea] [artículos del sitio web] [desarrollo de aplicaciones]

Pregunta 3 (verdadero/falso): Según Julio Navio-Marco et al. (2018), el turismo digital es un nuevo tipo de turismo, que a menudo se asocia con el desarrollo del turismo electrónico en la inmensidad del mundo virtual.

[VERDADERO] [FALSO]

Pregunta 4 (varias respuestas correctas): En el campo del turismo, la tecnología digital permite:

[adaptación mejorada del cliente y valor agregado para el viajero] [mejora de la experiencia dentro de determinados servicios y entornos de destino] [generar nuevos puestos de trabajo y garantizar la sostenibilidad ambiental] [conciliar el desarrollo económico, la mejora de los medios de vida y la inclusión social]

Pregunta 5 (varias respuestas correctas): La Organización de Turismo de Polonia lleva a cabo las siguientes actividades:

[organiza stands nacionales en las ferias de turismo nacionales y extranjeras más importantes] [promover la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y el desarrollo] [facilitar el intercambio de investigaciones] [analizar las tendencias en el turismo mundial]

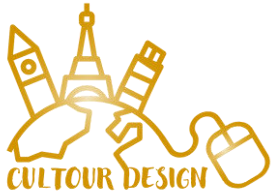
Pregunta 6 (varias respuestas correctas): El turismo digital es un sector potente, según las siguientes estadísticas:

[muchos viajes fueron reservados a través de la intervención humana] [en 2021 registró una disminución del 55% en comparación con 2020] [en 2022 el sector creció un 43%] [Internet y las soluciones digitales son cada vez más relevantes y generalizadas en este sector]

Pregunta 7 (múltiples respuestas correctas): Los elementos característicos del turismo virtual son:

[proporcionar buenos ingresos para el destino anfitrión] [implica una interacción social limitada] [una experiencia inmersiva de una actividad, ubicación o destino mediante el uso de la tecnología] [una vista de 360 grados de una propiedad y sus comodidades]

Pregunta 8 (emparejamiento): Relaciona los términos con sus definiciones.



Término 1 Turismo cultural: comprende “movimientos de personas por motivaciones esencialmente culturales, tales como viajes de estudio, artes escénicas y viajes culturales, viajes a festivales y otros eventos culturales, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, y peregrinaciones”.

Término 2 Turismo digital: incluye todas las actividades y acciones relacionadas con la organización, gestión e incluso disfrute de la experiencia del viaje.

Término 3 Turismo inteligente: se centra en una capacidad técnica que ofrece servicios más convenientes y eficientes (incluidos productos tangibles) a los usuarios

Término 4 M-turismo: tipo de turismo electrónico que utiliza tecnología móvil

Término 5 Turismo virtual: entendido como un sistema de entretenimiento electrónico de reciente aparición

Pregunta 9 (emparejamiento): Relaciona los conceptos con sus explicaciones.

Concepto 1 Turismo digital gratuito: espacios turísticos en los que Internet o la señal móvil están ausentes o se controla el uso de las tecnologías digitales.

Concepto 2 Diseño digital: es un tipo de comunicación visual que presenta información o un producto o servicio a través de una interfaz digital.

Concepto 3 Gamificación: es el cruce entre el turismo tal y como lo conocemos -o lo hemos conocido- y el juego

Concepto 4 Tecnología digital: contribuye a una organización más eficiente y competitiva de los productos turísticos que deben entenderse como oportunidades de experiencia complejas e integradas, que involucran a una variedad de actores y recursos económicos, sociales y culturales.

Concepto 5 Guía digital: debe entenderse como todo tipo de actividades que permiten la exploración virtual de destinos - ciudades, regiones, pero también instalaciones turísticas específicas - desde atracciones turísticas hasta elementos de desarrollo - como hoteles.

Pregunta 10 (emparejamiento): Relaciona los problemas con sus soluciones.

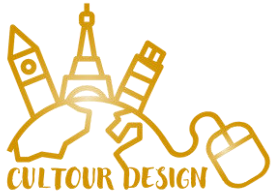
Problema 1 Quiero preparar un logotipo para mi empresa de viajes: en el contexto de las tendencias y la conciencia actuales, es fundamental utilizar el diseño digital.

Problema 2 Mejorar el proceso de visita a las atracciones turísticas, entretener y fidelizar a los visitantes, y dar a los gestores de atracciones turísticas una herramienta para despertar el interés por los espectáculos y eventos menos populares: la gamificación es la principal tendencia que afecta a la comunicación turística digital.

Problema 3 Quiero comparar precios y reservar vuelos y hoteles: Usa Google Vuelos, Priceline.com, Booking.com y Hotels.com

Problema 4 Quiero acceder a un contenido de turismo virtual: use un casco de realidad virtual para una experiencia más inmersiva o, en algunas situaciones, puede ver el contenido en una computadora normal o incluso en un dispositivo móvil.

Problema 5 Quiero atraer a muchas audiencias potenciales, incluso a nivel de educación escolar o universitaria: listas de reproducción individuales, que permiten una muy buena preparación para viajes temáticos, mientras que al mismo tiempo los videos que contienen también pueden tener un valor educativo y promocional.

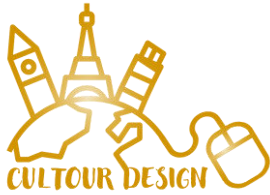


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2.2 Evaluación de habilidades

Hoy en día, el turismo digital puede desempeñar un papel importante en la promoción de destinos potenciales: ciudades y regiones o atracciones independientes. Es increíblemente importante que el contenido presentado pueda alentar a las partes interesadas a visitar. Así que piensa qué información te gustaría transmitir en un breve espacio de tiempo -el formato de un vídeo de 30 segundos- y hazte responsable de promocionar tu propia ciudad o la que elijas. Cree un escenario de trabajo para tal presentación, considerando también qué materiales y paisajes le gustaría usar.



3.R eferencias

- Armin Mikos contra Rohrscheidt (2008). *Turismo Cultural – en cuanto a la definición* . Obtenido de Turystyka Kulturowa: <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/178/163>
- David Benyon , Aaron Quigley , Brian O'Keefe , Giuseppe Riva (2014). *Presencia y turismo digital*. Obtenido de AI & SOCIETY : https://www.researchgate.net/publication/251051913_Presence_and_digital_tourism
- Licia Calvi, Jessika Weber-Sabil, Daniel Asmar, Xavi Socías Pérez (2022). *Un marco para la participación de las partes interesadas en las producciones digitales para el turismo del patrimonio cultural* . Obtenido de la Tecnología Multimodal. Interacción: <https://doi.org/10.3390/>
- María Giovina Pascua , María Francesca Renzi , Laura Di Pietro , Roberta Guglielmetti Mugión (2021). *La gamificación en la investigación turística y hotelera en la era de las plataformas digitales: una revisión sistemática de la literatura* . Obtenido de Esmeralda: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSTP-05-2020-0094/full/html>
- Murat Ödemis (2022). *Destinos turísticos inteligentes: una revisión de la literatura sobre los solicitantes en los destinos turísticos de Turquía* . Obtenido de ICI Global Publisher of Timely Knowledge: <https://www.igi-global.com/chapter/smart-tourism-destinations/296190>
- Noble Kalish, Ethan Campbell, Isabel Morales, Sirgo Melissa, Bazakas-Chamberlain (6 de marzo de 2020). *Turismo electrónico. Un estudio sobre la experiencia universal del usuario* . Obtenido del Instituto Politécnico de Worcester: https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-030520-154955/unrestricted/Final_Report_E-Tourism.pdf
- Olga Kononova , Dmitry Prokudin , Elena Tupikina (2020). *Del turismo electrónico al turismo digital”. Revisión terminológica* . Obtenido de las ACTAS DEL TALLER CEUR : <https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf>
- Putri Malum Godiva Situmorang, Rulianda Purnomo Wibowo, Fadli Fauzi (2019). *El Efecto de Implementar el Diseño Gráfico en el Marketing Digital sobre las Ventas de Productos en las Empresas de Viajes* . Obtenido de Atlantis Press : <https://www.atlantispress.com/proceedings/icoi-19/125919315>
- Zhelyu Vladimirov (2016). *Adopción de negocios electrónicos por parte de pequeñas empresas de turismo y prácticas económicas paralelas*. Obtenido de ICI Global Publisher of Timely Knowledge : <https://www.igi-global.com/chapter/e-business-adoption-by-small-tourism-firms-and-shadow-economic-practices/148987>