

Comunitat Valenciana

DTI: construyendo una gobernanza del dato para la inteligencia turística y la toma de decisiones

10 de junio
2026

Jordi Bataller Mompó, director de Inteligencia Turística e Innovación
de Turisme Comunitat Valenciana



DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA



From marketing to management

FREDERIC GONZALO
SPEAKER | BLOGGER | CONSULTANT
Marketing Expert | Social Media & Online Tourism

Member Zone | Contact me | Français | Search

SPEAKING TRAINING WEBINARS CONSULTING EBOOK BLOG

Why The Destination Marketing Organization Model Is Broken

July 19, 2013

A Destination Marketing Organization (DMO), also known as Convention & Visitors Bureau (CVB), looks after the promotion of a territory and its key constituents: accommodations, restaurants, attractions, events, transportation, guided tours and any other retailers catering to travelers in some shape or form. Less than a year ago, **Troy Thompson** wrote a must-read piece on his blog, titled **3 reasons why the DMO will not survive**. It certainly struck a nerve among travel industry peers, in great part because it highlighted a reality among DMOs which is that many are not adapting to the fast-evolving environment in which we now live. While I don't believe DMOs will die anytime soon, at least not a majority of them, I do however strongly believe there is a serious need to rethink their business model and role within the travel ecosystem at this point in time and moving forward. Here a five important reasons why I feel their model is broken.

MANAGE MASS TOURISM BEFORE IT MANAGES YOU

DESTINATION MARKETING STRATEGY + DMO LEADERSHIP + TOPIC: SUSTAINABLE TOURISM



Diario de Mallorca

ANTÓN COSTAS Economista y presidente del Consejo Económico y Social de España (CES)

«El turismo es la industria de la felicidad, pero necesita una gestión sostenible»

«No me gusta el término decrecer porque no concibo el progreso social sin crecimiento» u «La salida de la crisis de 2008 fue una barbaridad»

EL PAÍS

Opinión

EDITORIAL

Una estrategia para el turismo

Un sector que aporta el 13.2% del PIB y más de dos millones de empleos no puede seguir creciendo sin atender sus efectos colaterales

Una pareja de turistas se hace una foto rodeado de visitantes jantes

EL PAÍS
22 AGO 2024 - 06:00 CEST

Facebook, Twitter, LinkedIn, Print, RSS

EL PAÍS

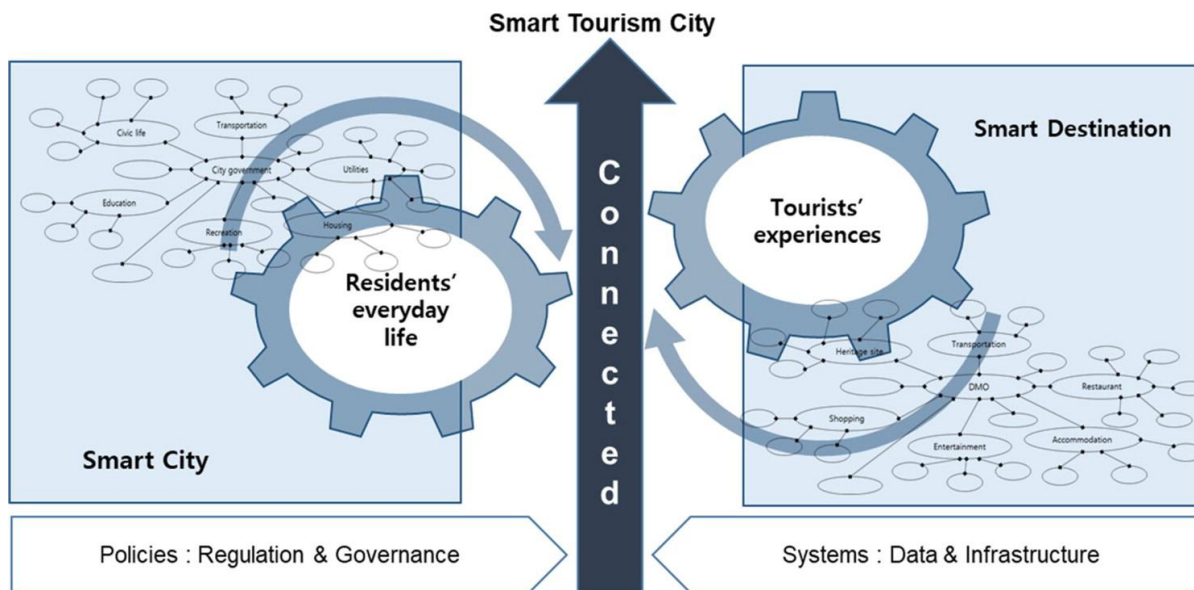
El reto de gestionar el éxito del turismo

La comunidad bate cada año los récords en número de viajeros e impacto económico, pero también crece el malestar por los problemas derivados de la masificación



UNA SALZ
Sociedad - 04/10/2020 - 04:58 CEST

Convergencia obligatoria



Fuente: Gretzel y Koo (2021)

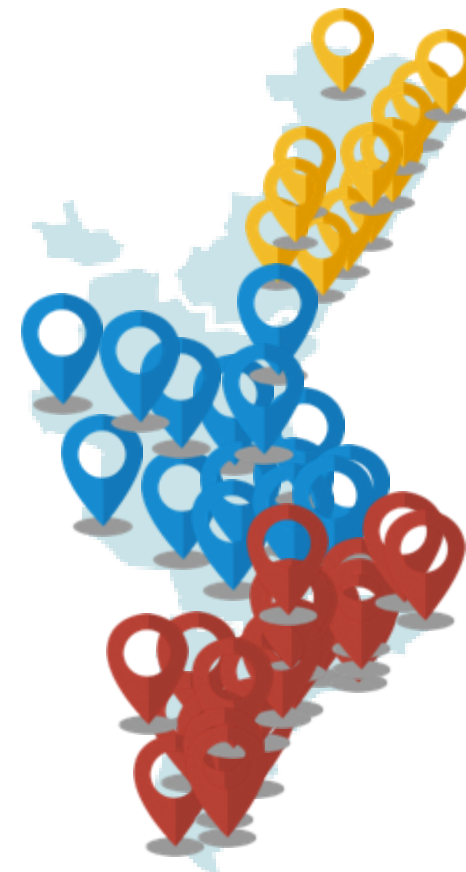
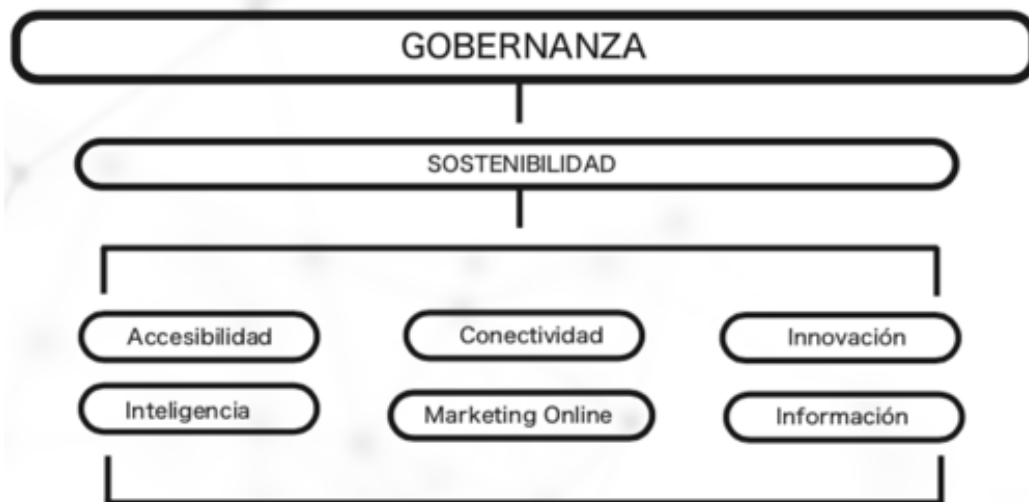
Nuevos enfoques de gestión, conceptos y paradigmas aplicados a la planificación y gestión del turismo

Tecnología como *driver* esencial: experiencia y gestión turística → tecnologías inteligentes habilitadoras

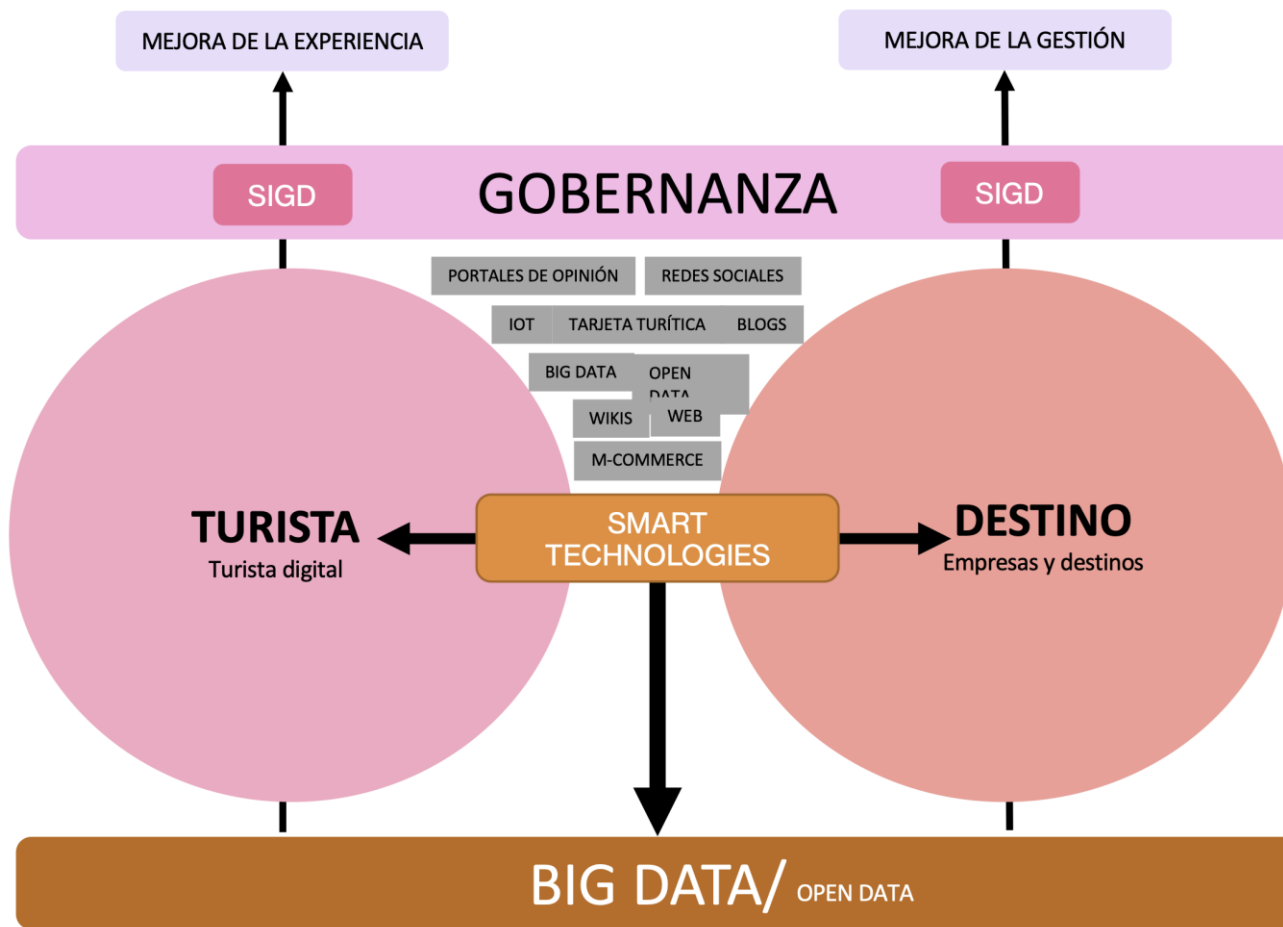
Datificación del destino turístico



DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA



La gobernanza del dato en el contexto DTI



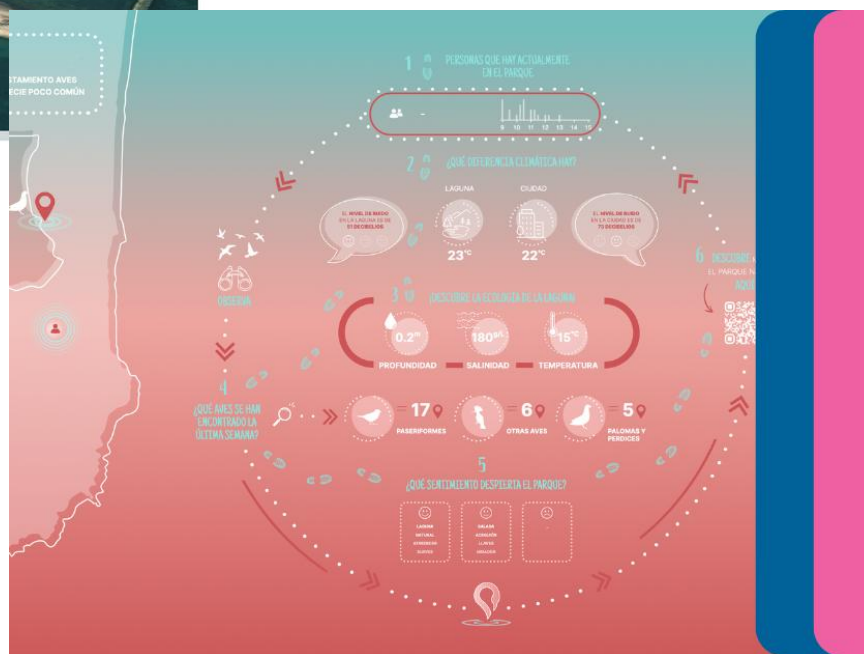
El reto de la IA en la gestión del dato turístico

Gemelo Digital Base



Gemelo digital territorial de Dénia

Proyecto CHAN-TWIN en el Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja.



Contacto



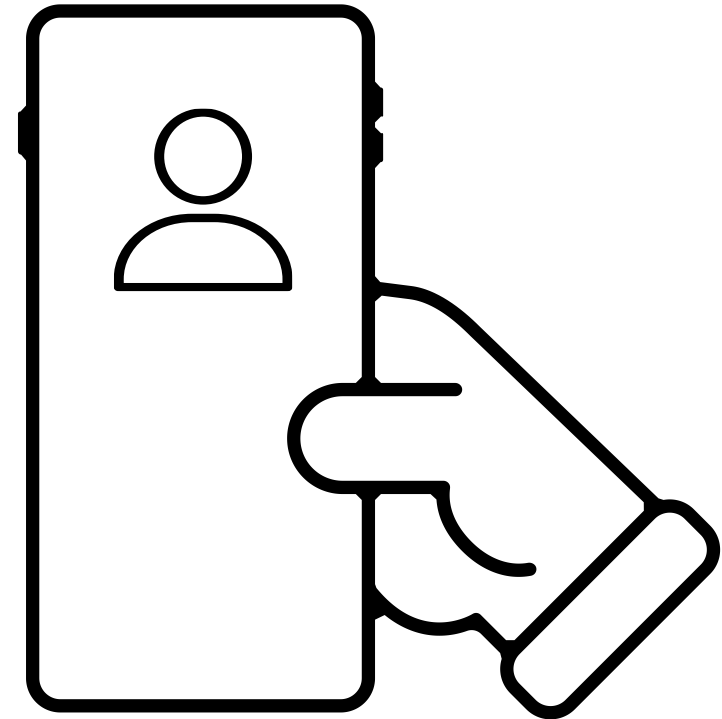
bataller_jor@turismecv.es



www.invattur.es



966 870 150



Comunitat Valenciana

10 de junio
2026

DTI: construyendo una gobernanza del dato para la inteligencia turística y la toma de decisiones

Jordi Bataller Mompó, director de Inteligencia Turística e Innovación
de Turisme Comunitat Valenciana



DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA

