

El futuro del turismo: inteligente, digital y sostenible

Por: Estrella Díaz Sánchez. 12/02/2021

La actividad turística volverá pero, para ello, se necesita la transformación tecnológica del sector

El **turismo ha vivido a lo largo de la historia numerosas crisis**, aunque ninguna comparada con la actual, que se está volviendo cada vez más larga y complicada. Esto impulsa a profesionales y académicos del sector a preguntarse, ¿cómo se puede salvar el turismo?

La respuesta a esta pregunta podría estar en la renovación. Si se recurre al contexto histórico, el filósofo y escritor Miguel de Unamuno promulgó que «el progreso consiste en renovarse». Esta frase dio paso luego a la expresión «renovarse o morir» y puede que en la actualidad este refrán del siglo XX sea más válido que nunca.

La actividad turística volverá pero, para ello, [se necesita la transformación tecnológica del sector](#). Gracias a la tecnología esta industria ha tenido una gran capacidad de innovación. Sin embargo, el cambio se ha convertido ahora en una necesidad para consumidores y organizaciones. Actualmente el cliente dispone de un gran volumen de información, lo que obliga a la personalización de los servicios recibidos.

El futuro del turismo: inteligente, digital y sostenible 1

Foto: Riku Lu | Unsplash

Los avances en tecnología han cambiado la forma de viajar. Además, ha aumentado la importancia de la experiencia del viajero. De ahí que deba mejorarse tanto en el destino como en toda la cadena de valor. Es decir, desde que busca información hasta que disfruta de su viaje o actividad. Esto hace que destinos turísticos y organizaciones de diversas dimensiones consideren la importancia de la tecnología. En este sentido, **la transformación digital es clave para la supervivencia y desarrollo de sus actividades**.

Inteligencia turística, transformación digital y sostenibilidad: claves de futuro

El mayor reto para el sector turístico es definir cómo se reinventará para adaptarse y evolucionar. Para ello es importante implantar sistemas de inteligencia turística y *big data* que ayuden a las organizaciones a entender mejor la situación.

El uso de estas herramientas proporciona indicadores que enriquecen la toma de decisiones. Estos instrumentos permiten medir las actividades más efectivas e incentiva el análisis continuo del contexto. La inteligencia turística se podría resumir en la comprensión del viajero y sus necesidades. Además, sitúa al consumidor en el centro de las operaciones para [lograr que su experiencia de usuario sea satisfactoria.](#)

La segunda tendencia es la aceleración de la transformación digital, mediante la adopción de tecnologías inteligentes. Herramientas como el *live streaming* e*Commerce*; esto es, aprovechar las transmisiones en vivo por internet a través de las redes sociales para promocionarse o vender productos y servicios, podría permitir a las empresas turísticas potenciar el comercio electrónico de sus productos. La gran ventaja de esta innovación es que la comunicación es bidireccional e interactiva.

Las nuevas tecnologías incrementarán el uso de la realidad virtual (acelerada por la implementación del 5G) y la inteligencia artificial. Al mismo tiempo, se extiende el uso de sensores, el internet de las cosas, la tecnología *sin contacto* o la biométrica. Estas tecnologías inteligentes han desempeñado un papel fundamental para la competitividad de las organizaciones. Paralelamente, han supuesto **una mejora en la experiencia de los turistas con un incremento del valor recibido.**

La tercera herramienta vinculada con la renovación del sector es la sostenibilidad. En España, el Gobierno está diseñando una estrategia de turismo sostenible con la que, de aquí a 2030, impulsar los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial.

Por otro lado, se está desarrollando una red de destinos turísticos inteligentes (DTI). Los DTI surgen por la necesidad de ofrecer al turista servicios diferenciales y altamente competitivos. Así, la tecnología se convierte en la base de un cambio que

aporta valor al mercado.

Segittur es la sociedad estatal encargada certificar los destinos turísticos inteligentes españoles en base al cumplimiento de cinco parámetros:

- Gobernanza.
- Sostenibilidad.
- Accesibilidad.
- Innovación.
- Tecnología.

Optimismo en la recuperación turística

Para impulsar la recuperación del sector, el Estado español ha desarrollado el Plan para la Modernización y Competitividad del Sector Turístico, que [cuenta con una inversión de 3 400 millones de euros](#) y que se estima que tendrá un impacto de unos 44 000 millones.

El plan contempla cinco ámbitos:

1. La transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad.
2. La modernización del ecosistema turístico.
3. La apuesta por la digitalización.
4. La estrategia de resiliencia turística para territorios extrapeninsulares
5. Las actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad.

En esta misma línea de optimismo se encuentra el informe «Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel». Elaborado por la European Travel Commission (ETC) para medir las motivaciones de los viajeros, analiza diez

mercados de origen europeo de gran volumen.
El futuro del turismo: inteligente, digital y sostenible 2

Image not found or type unknown

Foto: Markus Spiske | Unsplash

El documento indica que el **52% de los europeos planea viajar en los próximos seis meses**. Este dato supone un aumento del 5% en relación con los resultados de noviembre de 2020. Además, los estrictos protocolos tecnológicos de salud y seguridad implantados incrementa la confianza en los viajes.

En la ceremonia de proclamación del presidente Joseph Biden, la joven poetisa Amanda Gorman declamó:

There is always light,
if only we're brave enough to see it.
if only we're brave enough to be it.
(siempre hay luz,
si somos suficientemente valientes para verla,
si somos suficientemente valientes para serla.)

Estas palabras pueden adaptarse al ámbito del turismo. Si el sector turístico es lo suficientemente valiente para ver la luz, siempre habrá luz.

Para concluir, se considera relevante modificar la actitud y **concienciación hacia la tecnología en el contexto turístico**. Aunque la mayoría de organizaciones están adaptadas, existen empresas que necesitan valentía para la implantación de las nuevas tecnologías. La transformación tecnológica del sector es la solución para salvar el turismo.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: The objective

Fecha de creación
2021/02/12