

LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: ¿UNA MODA?



Dolores Ordoñez, Vicepresidenta Turistec y Directora Tca. Anysolution

16 enero, 2019

Para todos es bien sabido, que cada cierto tiempo surgen nuevas palabras, términos, anglicismos que poco a poco se van incorporando a nuestro léxico diario, sin llegar a materializarse en muchos casos en la realidad que promulgaban. Por poner un ejemplo, recordamos la palabra sostenibilidad, que se originó en la década de los 90 como término que daba respuesta a las problemáticas ambientales, sociales y económicas y que se promulgaba en todos los ambientes como símbolo de innovación, mejora y bienestar. Unos 30 años después, la palabra sostenible ha pasado a formar parte de nuestro léxico, aunque no siempre desde el punto de vista de ese necesario equilibrio en los aspectos sociales, ambientales y económicos, sino más centrado únicamente en los medioambientales.

En el siglo XXI, la palabra de moda es "Smart" o inteligente. Hoy en día, son pocos los ámbitos que no usen este adjetivo en conferencias, anuncios, políticas, etc., y como no podía ser de otra manera, las ciudades y los destinos no podían quedar al margen. Al principio, con mucha fuerza, empezaron las

ciudades, de hecho, actualmente, la gran mayoría de las ciudades se consideran "SmartCities" aunque sólo hayan cambiado el iluminado a leds o hayan instalado algún punto de carga para vehículo eléctrico. Lo cual no supone más que hechos aislados, los cuales suelen salir en prensa, pero que para nada hacen que es ciudad se haya transformado en una SmartCity. Y es que el quid de la cuestión está precisamente en la palabra "transformación" y no en las tecnologías que se usan o implantan. Las tecnologías son meros medios para apoyar esa transformación y que debido a los veloces cambios que se están produciendo, quedan obsoletas en cuestión de pocos años, e incluso meses.

Tras las ciudades, parece que ha llegado la hora de los destinos, y como veníamos trabajando desde principios del 2000, los términos turismo inteligente (Smart tourism) y destino inteligente (Smart destination) ya se han generalizado. De hecho, España dispone de una norma UNE, la 178501 sobre destinos turísticos inteligentes, en la que establece 5 ejes para que un destino pueda ser

considerado como inteligente: Gobernanza, Innovación, Tecnología, Accesibilidad Universal y Sostenibilidad, así como el hecho de que deba ser gobernada por un organismo gestor. Según esta norma, los destinos que cumplen los criterios establecidos para cada uno de estos ejes, ofrece una vivencia 360º tanto a turistas como a ciudadanos.

Por otra parte, tenemos a la Unión Europea, que adoptando el término Smart Tourism, considera que los ejes a cumplir son 4: Digitalización, Sostenibilidad, Accesibilidad y Patrimonio Cultural y Creatividad. Siendo este último eje en el que más se difiere con la norma UNE.

La distinta naturaleza, características y posibilidades de cada destino harán que cada uno de estos ejes sea interpretado de una manera distinta para poder ser ejecutado en su territorio, y con ello lograr una mejora en la experiencia del turista y por lo tanto un incremento en la competitividad del destino, a la vez que mejora la calidad de vida de sus ciudadanos, objetivo último al que realmente debe tender cualquier destino y ciudad.

En cualquier caso, todas las actuaciones que se realicen en este ámbito deben enmarcarse en una estrategia perfectamente definida en el corto, medio y largo plazo, con unos objetivos claros, un presupuesto asignado, con los decisores políticos alineados para su respeto y ejecución en el tiempo y con un ente responsable de la coordinación e implementación de la estrategia por parte de los diferentes departamentos. Y todo ello en un entorno de innovación y digitalización donde se generen sinergias y eficiencias que mejoren la toma de decisiones en todos los ámbitos gracias a la inteligencia aportada a los datos generados y obtenidos, ya que sin datos, no se pueden tomar decisiones. Esa gran cantidad de cantidad de datos (BigData) es la que precisamente ha hecho necesario que surjan nuevas tecnologías para interpretarlos, y entre ellas, la inteligencia artificial es la que se está posicionando con más fuerza.

Si no conseguimos que se conjuguen todos estos elementos, el destino podrá ponerse los adjetivos que quiera, pero no será inteligente, y como en muchos casos, habrá adoptado una palabra de moda carente de contenido real.