



Turismo y transformación digital: ¿Hacia destinos turísticos inteligentes?

Colabora:



Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

Facultá de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos
Jovellanos Faculty of Commerce, Tourism and Social Sciences



Master en dirección y planificación del Turismo

media
lab_uniovi

Xixón | Turismo

:Divertia

Xixón
con Calidad

Josep A. Ivars Baidal
Universidad de Alicante

Proyecto CSO2017-82592-R (2018-2020)
Programa Estatal de I+D+i, Ministerio de Economía y Competitividad

Xixón impulsa



Cátedra Milla del Conocimiento: Xixón Sostenibilidad
Cátedra Milla de la Conocencia: Xixón Sostenibilidad
Mile of Knowledge Chair: Xixón Sustainability

Universidad de Oviedo ~ Universidá d'Uviéu ~ University of Oviedo



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Institut Universitari d'Investigacions Turístiques
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas

Índice

1. El alcance de la transformación digital del turismo
2. La gestión turística local en la encrucijada
3. Los destinos turísticos inteligentes como respuesta al nuevo escenario turístico
4. Los retos del enfoque DTI

1. El alcance de la transformación digital del turismo

Global statistics

Planning



47% use voice search when researching a trip

Nearly **25%** of over 55 year olds use a smartphone to research a trip



81% use peer to peer reviews when researching a trip



Booking



61% avoid hotels that charge for Wi-Fi

Over **33%** of travelers book their trip on a mobile device



The journey



64% of business travelers feel that a good digital experience is important when choosing an airline

71% of business travelers believe that digital boarding passes make traveling so much easier



59% of business travelers worry about technology failing/running out of battery



In destination



75% agreed that staying in touch was important



52% of business travelers want concierge services on their smartphone



75% leave reviews on review sites



16 different categories of apps are used on average when traveling



Travelport's 'The Global Digital Traveler Research' was an online survey utilizing Toluna Research's* sample of travelers in August 2017. The research covered 19 countries globally and was restricted to people who had taken at least one return flight last year. In total, there were 11,000 respondents from the 19 countries.

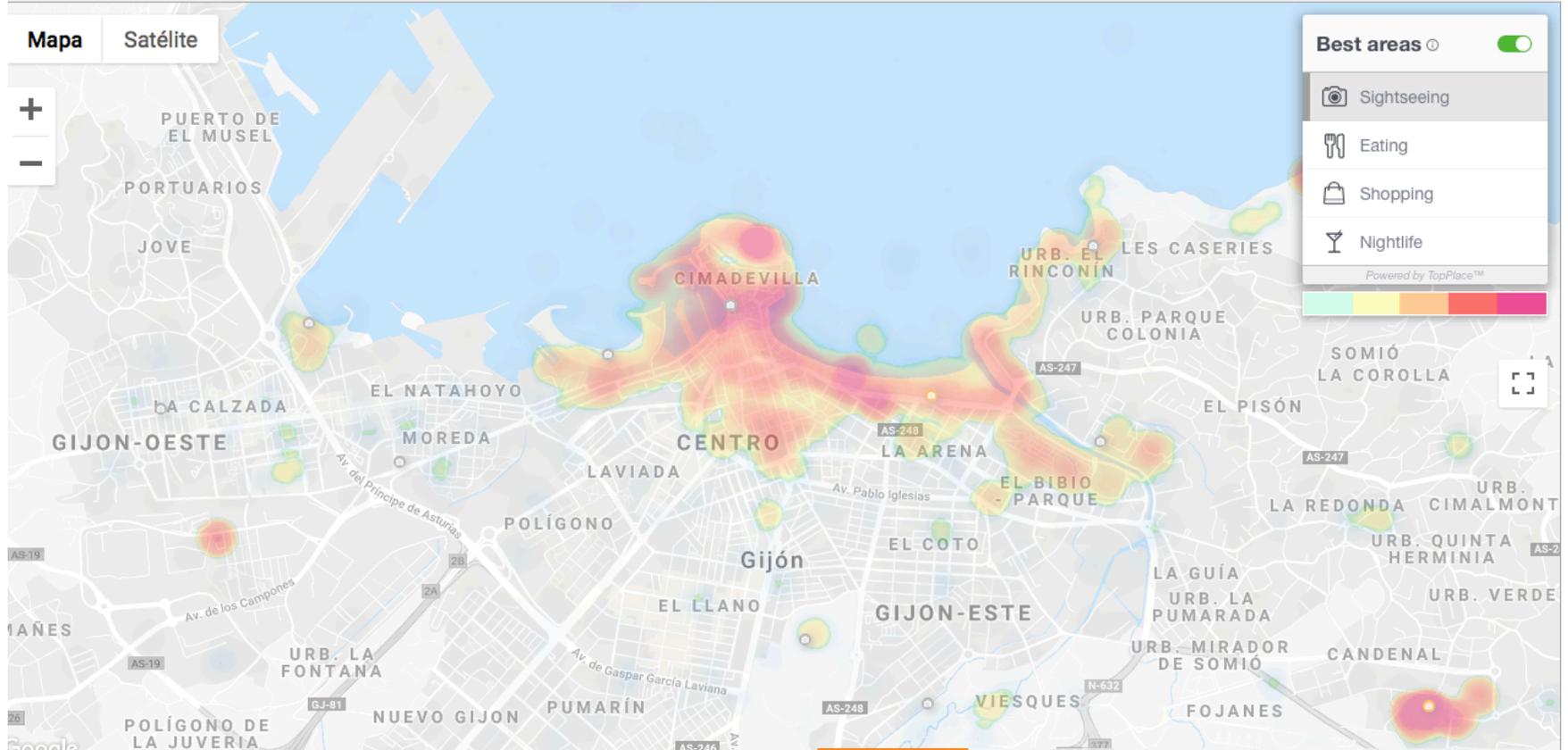
© 2017 Travelport. All rights reserved. Travelport, Apollo, Galileo, Worldspan and the Travelport logo are trademarks of Travelport. All other marks are the property of their respective owners.

*Toluna Research: www.toluna-group.com

Gijón, España



Mapa Satélite



<https://www.instasights.com/map/index.html>

TECH FEATURES

Loved to Death: How Instagram Is Destroying Our Natural Wonders

Geotagging technology shows us where we are, no matter the destination. But the more we discover (and the more photos we take), the more we ruin.

By Molly McHugh | Nov 3, 2016, 8:30am EDT



<https://www.theringer.com/2016/11/3/16042448/instagram-geotagging-ruining-parks-f65b529d5e28>

15 monumentos españoles masacrados por turistas en TripAdvisor

Son lugares históricos, alguno de ellos Patrimonio de la Humanidad, pero siempre hay alguien que no los disfruta. Recopilamos las críticas más disparatadas y las respuestas de los expertos

SARA NAVAS

28 JUL 2018 - 12:35 CEST



El turista critica. "Quiero expresar mi muy humilde opinión sobre este monumento tan mediático y exageradamente sobrevalorado... Fue una construcción importarte e innovadora para su tiempo, pero hoy en día se ve que esta tan retocada, súper limpiada, mimada, y de todo lo que seguramente se la pueda hacer a algo así, que sinceramente, cuando la miras, parece que está hecha de cartón piedra, como los decorados malos de las películas antiguas. Al igual que el resto del pueblo, todo esta tan arreglado e impoluto, que parece de mentira. Gusta ver las cosas viejas con un poquito menos de cirugía" (Lcl Abuela).

https://elpais.com/elpais/2018/05/17/album/1526570873_712736.html#foto_gal_1



Q Gijón, Asturias · Experiencias

Fechas

Huéspedes

Precio

Horario de:

Idiomas disponibles



RUTA GUIADA · GIJÓN

A Taste of the Camino de Santiago

35€ por persona · 5 horas · Incluye 1 comida, Bebidas, Aperitivos

5.0 ★★★★★ 1



Comercialización digital

Google lanza un nuevo metabuscador para reservar y comprar experiencias

Musement (grupo TUI) es una de las primeras compañías que se integra en el proyecto de Google

6 DICIEMBRE, 2018



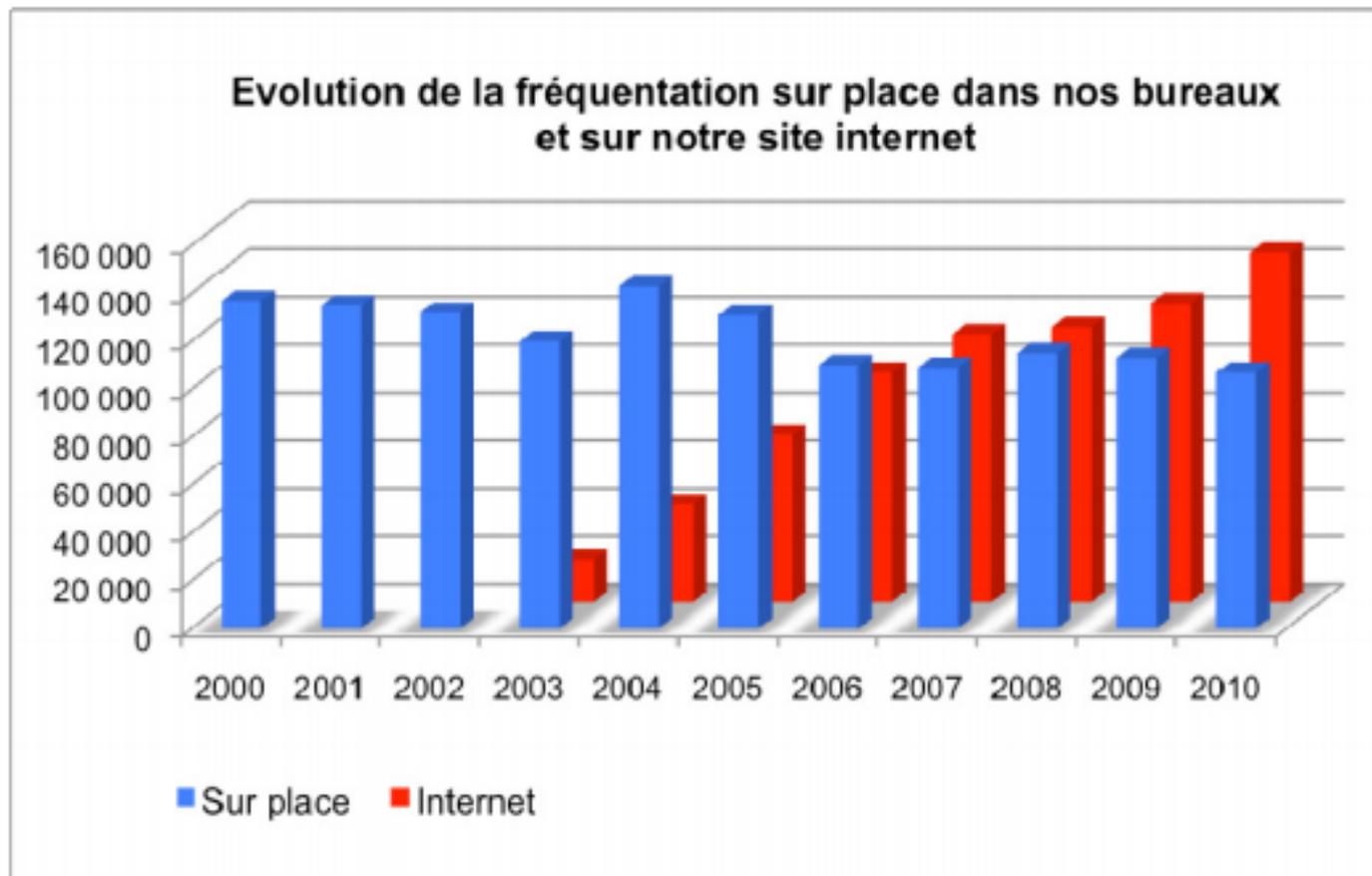
Reserve with Google es una nueva herramienta que permite hacer reservas y comprar entradas en empresas locales



El nuevo metabuscador ha comenzado a integrar la oferta de operadores turísticos como Musement o Tiqets

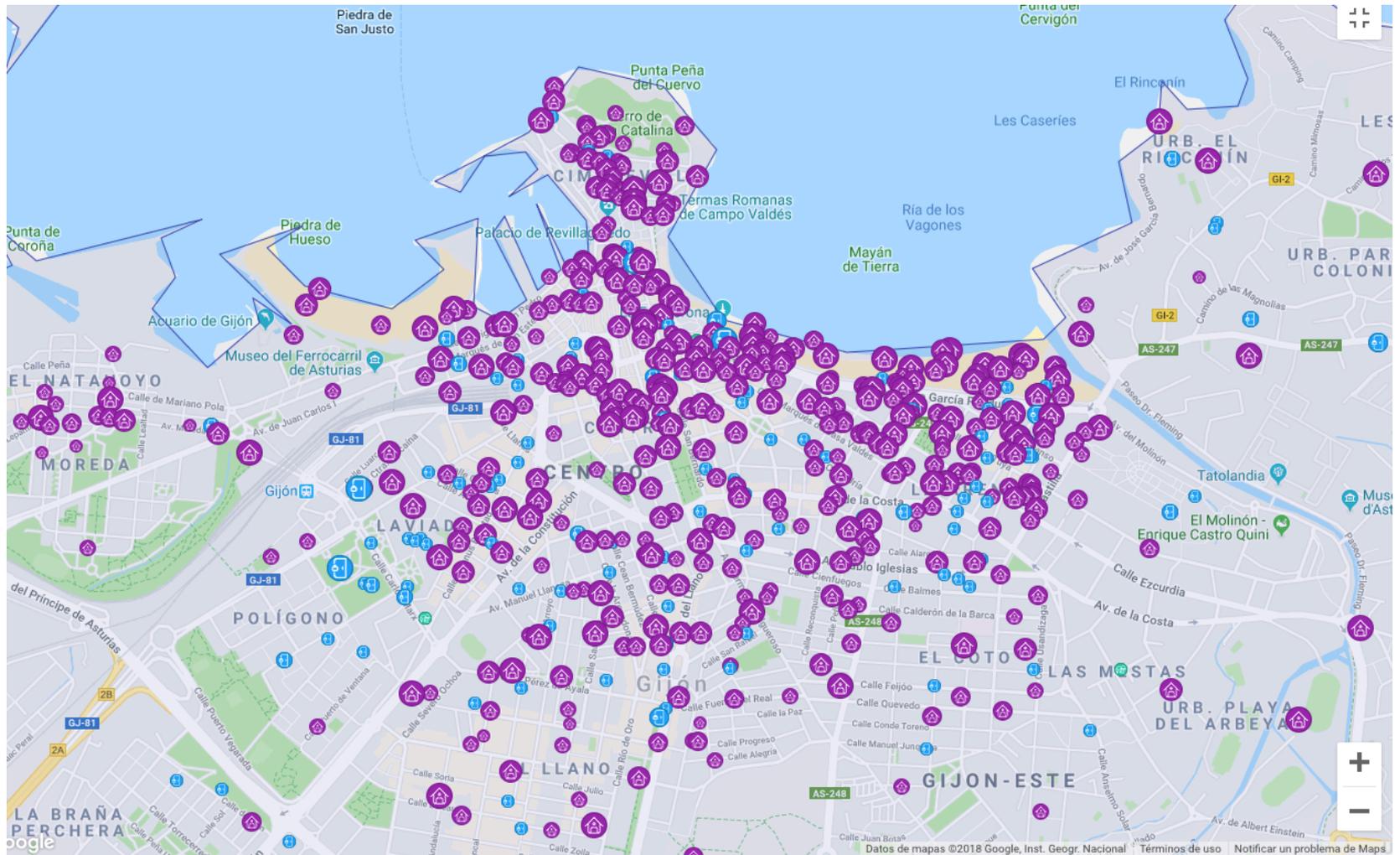


Funciona a través del buscador o Google Maps y el pago se realiza a través de Google Pay, sin tener que ir a otras webs



* Datos de la Oficina de Turismo de y de la web www.bourgestourisme.com

Fuente: Atout France, 2010



<https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/es/asturias/gijon--xixon/overview>





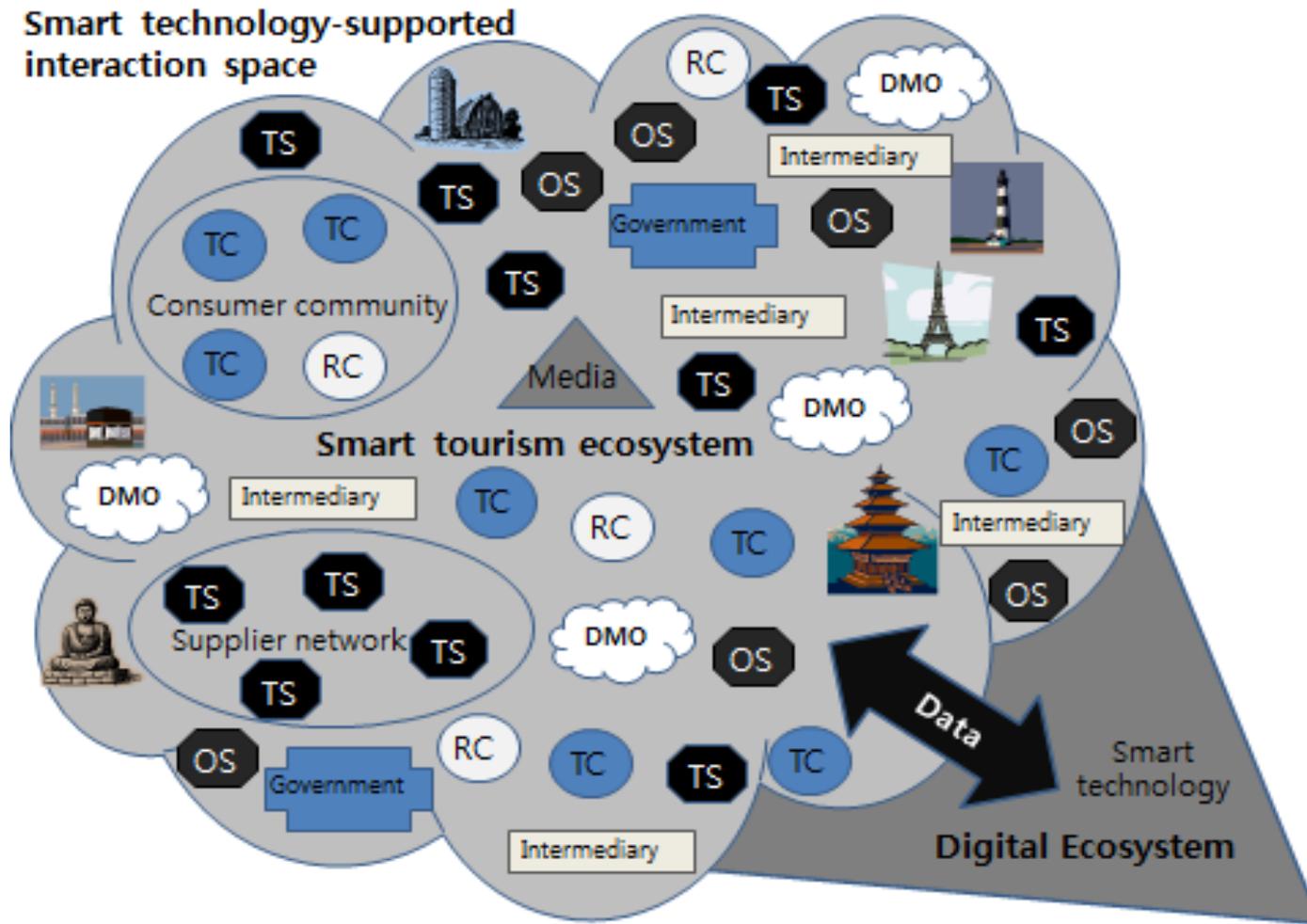
<https://www.behance.net/gallery/72094275/touristification-The-Surrender>

Autor: Alejandro Villén

2. La gestión turística local en la encrucijada

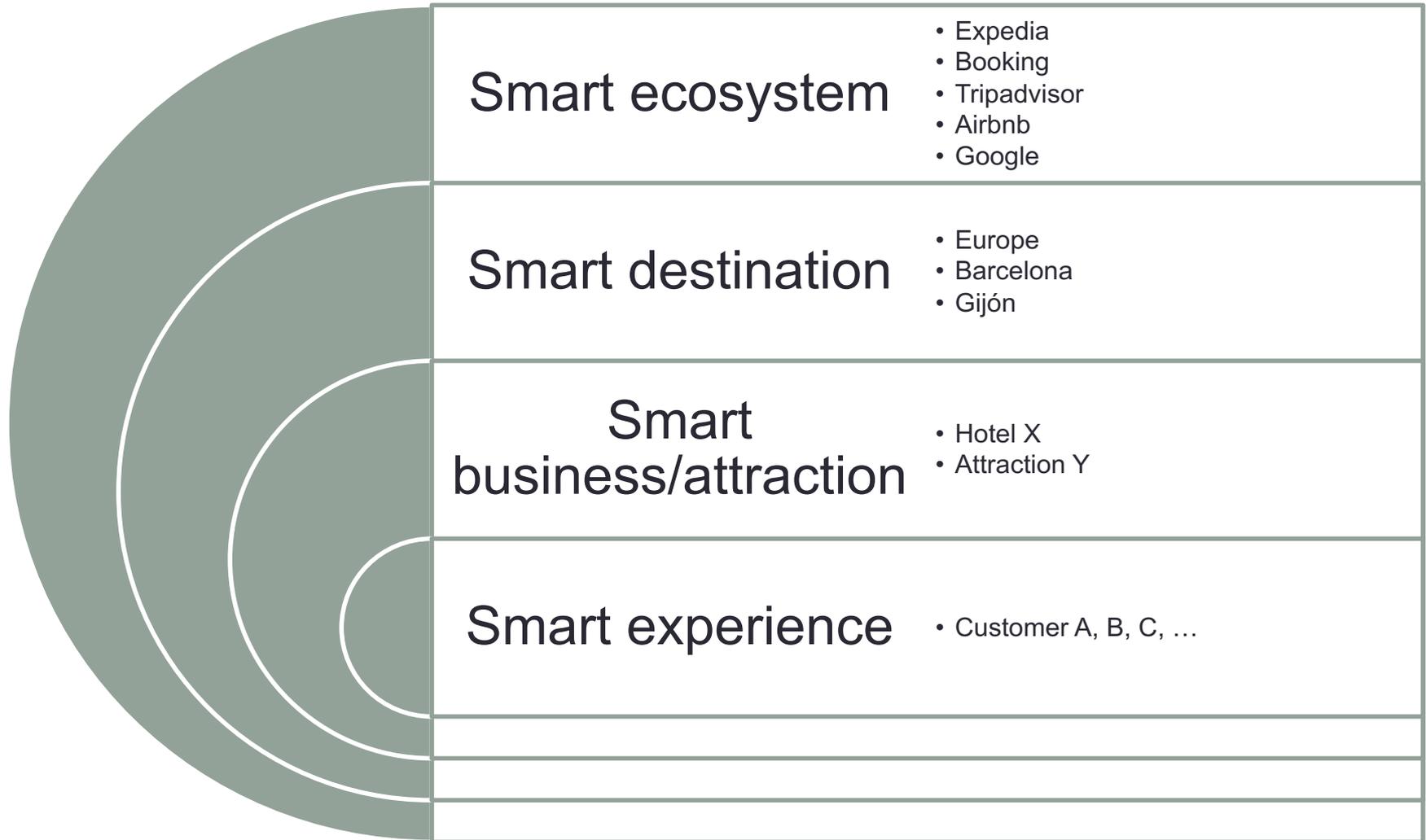
	e-Tourism	Smart Tourism
<i>Sphere</i>	digital	bridging digital & physical
<i>Core technology</i>	websites	sensors & smartphones
<i>Travel phase</i>	pre- & post-travel	during trip
<i>Lifeblood</i>	information	big data
<i>Paradigm</i>	interactivity	technology-mediated co-creation
<i>Structure</i>	value chain/intermediaries	ecosystem
<i>Exchange</i>	B2B, B2C, C2C	public-private-consumer collaboration

Smart Tourism Ecosystem



Note: TC=touristic consumer; RC=resident consumer; TS=tourism supplier; OS=other industry supplier; DMO=Destination Marketing Organization

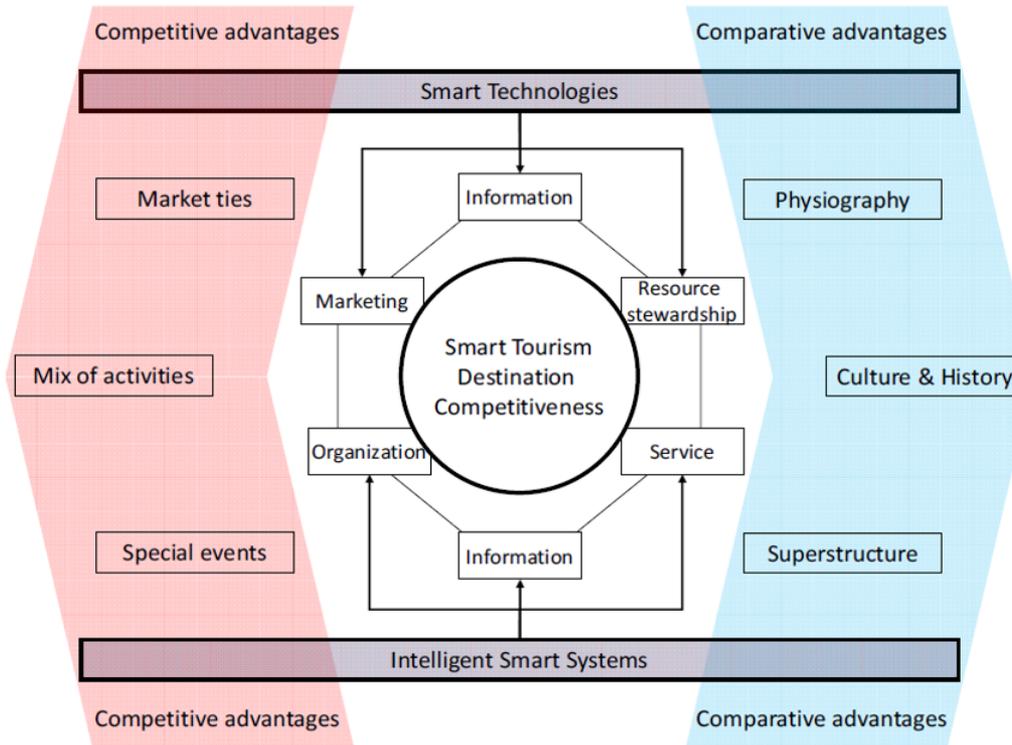
Smart tourism: una perspectiva escalar



In which degree do you think each of the following smart technologies can improve your experience as a tourist?

100/75 (%)	<ul style="list-style-type: none">• Destination official website in several languages, with rich digital content and direct booking possibilities• Public free Wi-Fi• Interactive tourism office with Wi-Fi, touchscreens and dynamic information• Multipurpose tourism card
75/50 (%)	<ul style="list-style-type: none">• Official destination accounts on social media• Official destination Apps• Destination central booking platform• Sensor-derived information about traffic, pollution, noise...• Touchscreens on destination streets
50/25 (%)	<ul style="list-style-type: none">• Video guides• Location-based information (through iBeacons, Bluetooth)• Augmented reality• QR codes• Payment through smartphone• Virtual reality• Destination online assistance (skype)• Videomapping and holograms
25/0 (%)	<ul style="list-style-type: none">• Chatbots• Wearable technologies• Electronic money (bitcoin, etc.)• Gamification

Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness



<Figure 3> Conceptual model of DestCompST

3. Los destinos turísticos inteligentes como respuesta al nuevo escenario turístico

El **Plan Nacional e Integral de Turismo (2012-2015)** incluye los destinos inteligentes entre sus medidas prioritarias, y establece un conjunto de actuaciones asociadas que coordinará Segittur, ente que define el **destino turístico inteligente** como “un **espacio innovador, accesible** a todos, apoyado en una **estructura tecnológica de vanguardia**, que garantiza el **desarrollo sostenible** del territorio turístico, y facilita la **interacción e integración del visitante con el entorno**, incrementando la **calidad de su experiencia** en el destino”.

11 Destinos piloto (+ Cozumel)

Plan Nacional de Ciudades Inteligentes

Marzo 2015



Objetivos:

- Aumentar la aportación de las TIC al PIB industrial
- Mejorar la eficacia y eficiencia de las entidades locales a través de las TIC
- Gobernanza del sistema de ciudades Inteligentes
- Estandarización, regulación y normativa

Presupuesto: 152,9 millones de euros

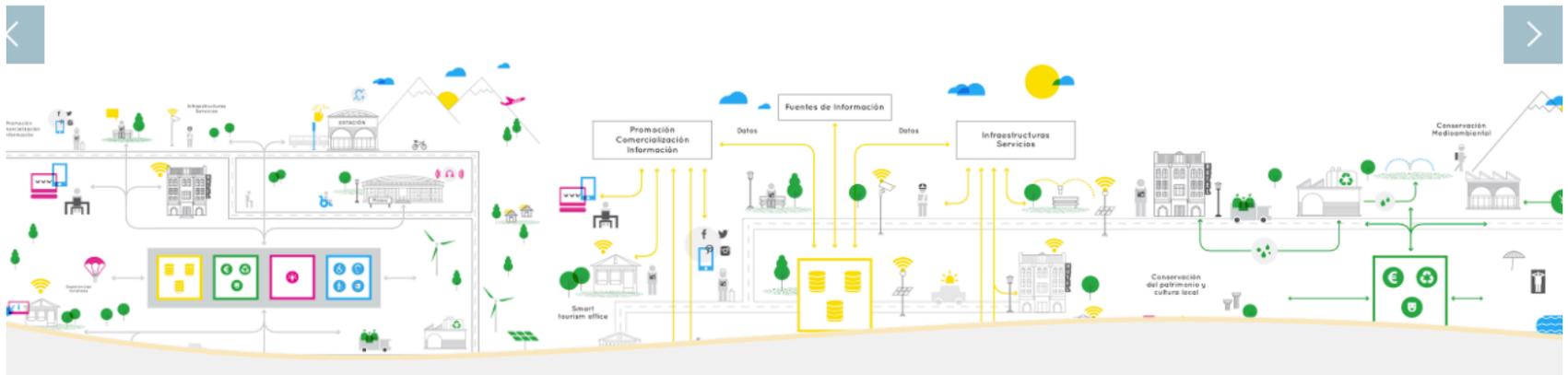
Subcomité “Destinos Turísticos” en el Comité de Normalización de Ciudades Inteligentes (AEN/CTN 178) (Presidencia: Segittur): **Aprobada y revisada la Norma 178501(2016): Sistema de Gestión de los destinos turísticos inteligentes. Norma compendio indicadores 178502 aprobada en 2018.**

Ejes estratégicos	Descripción
Innovación	Planteamientos innovadores internos de gestión y externos que se traduzcan en mejoras significativas orientadas a las actividades involucradas antes, durante y después de la estancia en el destino turístico inteligente, a través de la implantación de herramientas de gestión de la innovación siendo la inteligencia competitiva una de ellas.
Tecnología	Mediante la incorporación de tecnologías (de la información, de la comunicación, de mejora energética, etc.) y de la vigilancia tecnológica que permita el uso y la aplicación de datos y contenidos sobre mercados, clientes y productos se persigue un aumento de la eficacia y eficiencia de los procesos y servicios del DTI.
Accesibilidad Universal	La accesibilidad universal y del diseño universal como una forma de aportar valor a todas las iniciativas desarrolladas por las partes interesadas en el DTI, tomando como partida las estrategias de la concienciación, formación y participación, con criterios de transversalidad y fundamentados en la diversidad humana y la igualdad de oportunidades. Se extiende a toda la cadena de valor del turismo: edificios, servicios, formación del personal, transporte, entornos, accesos web, entre otros.
Sostenibilidad	La sostenibilidad contempla la gestión racional y eficiente de los recursos (vector medioambiental), la calidad de vida de turistas y residentes (sociocultural) y la competitividad empresarial ligada al vector económico.

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

DESTINO INNOVADOR

Innovación aplicada a sistemas procesos y recursos enfocados al turismo





Destinos turísticos inteligentes

Manual Operativo
para la configuración
de Destinos Turísticos Inteligentes



EDICIÓN MARZO 2015



INVAT-TUR
Institut Valencià de
Tecnologies Turístiques



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Guía de implantación



EDICIÓN 2017

GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

INVAT-TUR
Institut Valencià de
Tecnologies Turístiques

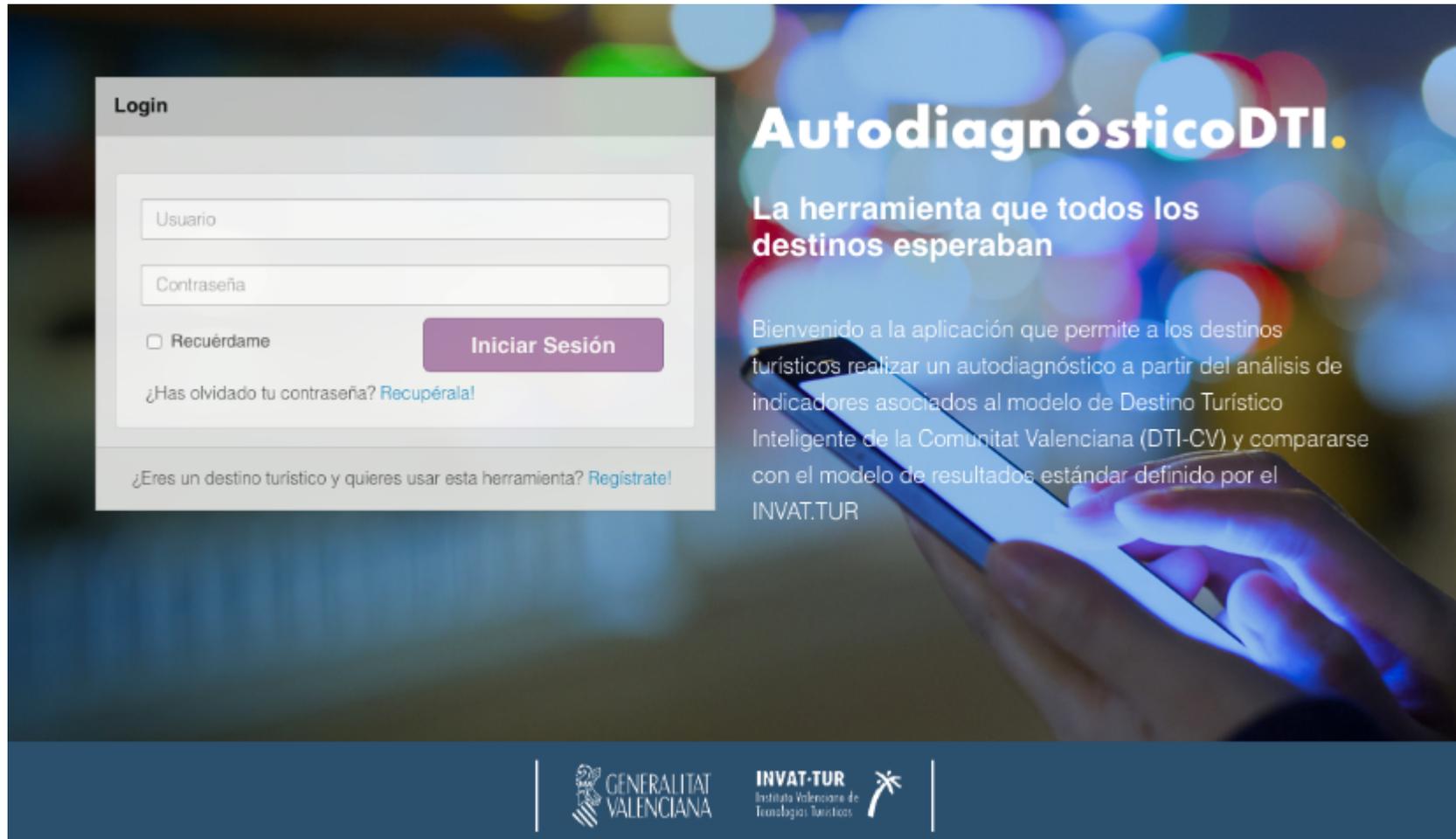
Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante
Institut Valencià de Tecnologies Turístiques
Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Indicadores Herramienta Autodiagnóstico

CUADRO 1
Resumen propuesta de indicadores

Ámbitos	N.º Indicadores
1. Gobernanza	10
2. Sostenibilidad	15
3. Accesibilidad	6
4. Innovación	6
5. Conectividad	5
6. Inteligencia	8
7. Información	9
8. Marketing online	8
9. Evolución de la actividad turística	5
Total:	72

Herramienta Autodiagnóstico



Login

Usuario

Contraseña

Recuérdame

Iniciar Sesión

[¿Has olvidado tu contraseña? Recupérala!](#)

[¿Eres un destino turístico y quieres usar esta herramienta? Regístrate!](#)

AutodiagnósticoDTI.

La herramienta que todos los destinos esperaban

Bienvenido a la aplicación que permite a los destinos turísticos realizar un autodiagnóstico a partir del análisis de indicadores asociados al modelo de Destino Turístico Inteligente de la Comunitat Valenciana (DTI-CV) y compararse con el modelo de resultados estándar definido por el INVAT.TUR

 GENERALITAT VALENCIANA

 INVAT-TUR
Institut Valencià de Tecnologies Turístiques

Les destinacions turístiques intel·ligents a les comarques de Barcelona

Diagnosi i propostes d'actuació



1st UNWTO World Conference on Smart Destinations

Murcia 15 - 17 February 2017



2017
INTERNATIONAL YEAR
OF SUSTAINABLE TOURISM
FOR DEVELOPMENT



INICIO

PONENTES

PROGRAMA

SEDE

INSCRIPCIÓN

ENVÍO DE VÍDEOS

ALOJAMIENTOS

REGIÓN DE MURCIA ▾

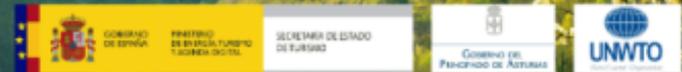
PATROCINADORES



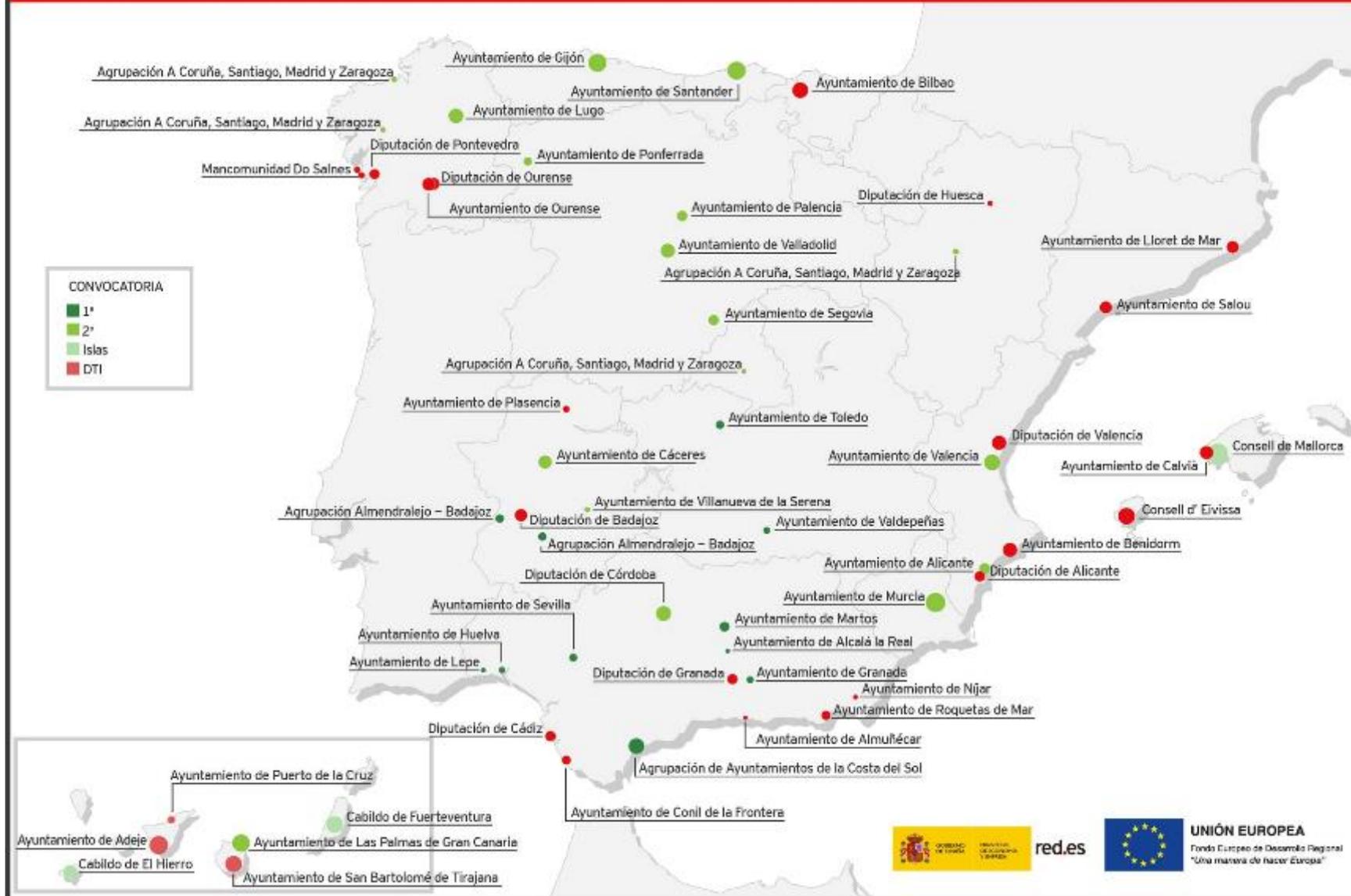
2nd UNWTO World Conference on Smart Destinations

Oviedo, 25 - 27 June 2018

#SDWC2018



BENEFICIARIOS CONVOCATORIAS CIUDADES, ISLAS Y DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES



GIJÓN-IN

Inteligente, Innovadora, Integradora...

*RED. ES- Desarrollo del Programa de Ciudades
Inteligentes de la Agenda Digital para España*



PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO DE GIJÓN/XIXÓN 2016-2020

gijón

Asturias con sal

Notas de Prensa

Presentación de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes

[◀ Volver al listado](#)

Compartir



24



La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha presentado hoy la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, que nace con casi setenta destinos localizados en las diecisiete Comunidades Autónomas y que han iniciado su camino hacia un modelo gestión turística inteligente.

El acto ha contado con la presencia de Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo, Francisco Polo, secretario de Estado para el Avance Digital-dependiente del Ministerio de Economía y Empleo-, el presidente de SEGITTUR, Enrique Martínez, y el secretario general de la FEMP, Carlos Daniel Casares.

Reyes Maroto ha destacado que la Red es "una apuesta por un elemento clave de la estrategia nacional de Destinos Turísticos Inteligentes para dar apoyo a la conversión de los destinos,

favorecer la cohesión, el intercambio de buenas prácticas y el aprovechamiento de sinergias entre los destinos y el sector. Todo ello se llevará a cabo en un marco de estrecha colaboración con las Comunidades Autónomas".

La Red está formada por casi setenta ayuntamientos y entidades o comarcales que han sido objeto de un informe diagnóstico y un plan de acción para su conversión en DTI, y que han puesto en marcha iniciativas vinculadas con el turismo inteligente gracias a las ayudas tanto de Red.es como de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado.

Objetivos de la Red

Tourism And The Digital Transformation



Dates: Sunday, September 16, 2018 - Thursday, September 27, 2018

A new initiative to reward innovative and smart tourism in European Cities!



Subscribe to
our newsletter!

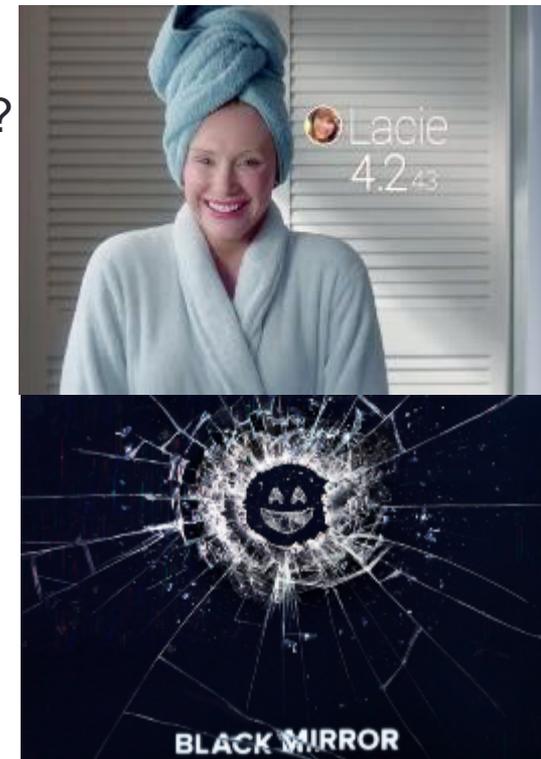
<https://smarttourismcapital.eu/cities/>

4. Los retos del enfoque DTI

El 'cara oculta' de los DTI:

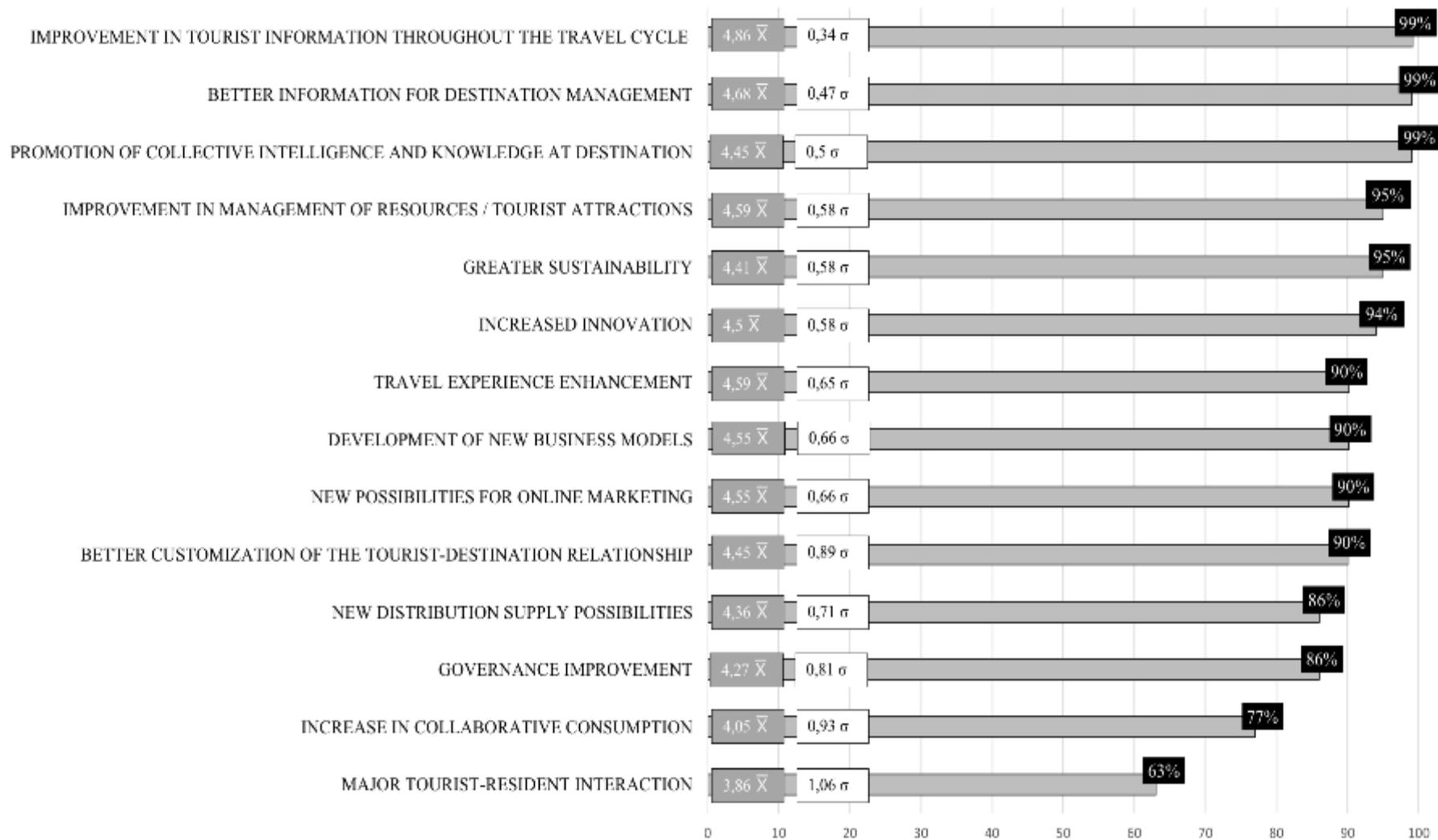
- El solucionismo tecnológico “apolítico”
- La privacidad y seguridad de los turistas
- La ‘dictadura del dato’, el algoritmo como base de las decisiones ¿Quién es propietario/usa los Smart data?
- La relación entre entes públicos y empresas privadas: gestión del destino y roles
- La privatización de los servicios públicos
- La legislación de nuevas tecnologías y su uso en los espacios turísticos
- La pérdida de sensación de autenticidad, originalidad: Posible viraje hacia la ‘desconexión’ (Digital detox, technology free, ...)

(Buhalis & Amaranggana, 2014, 2015; Lee & Cranage, 2011; Saravanan & Ramakrishnan, 2016)

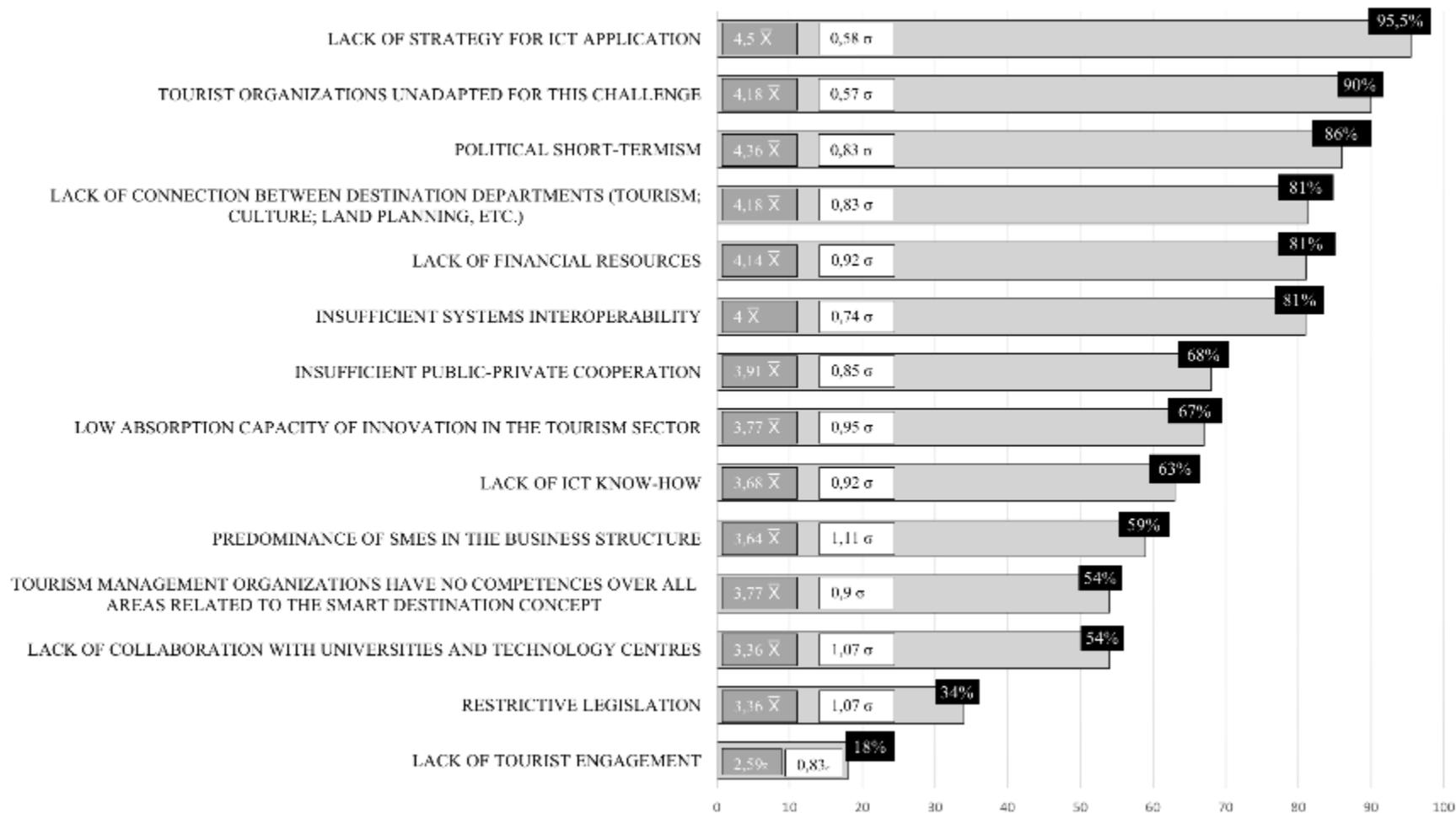


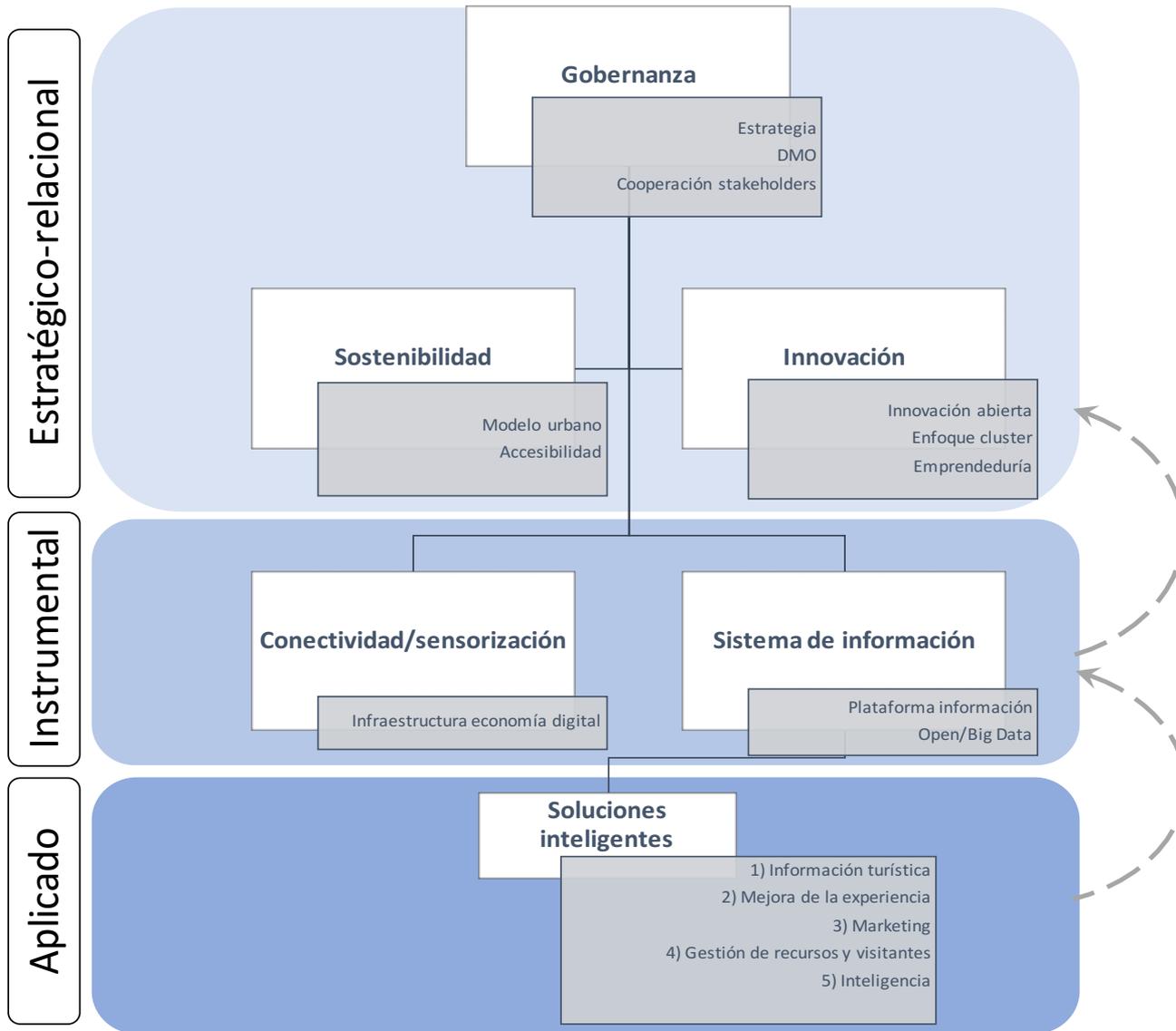
*The future is bright...
Or not*

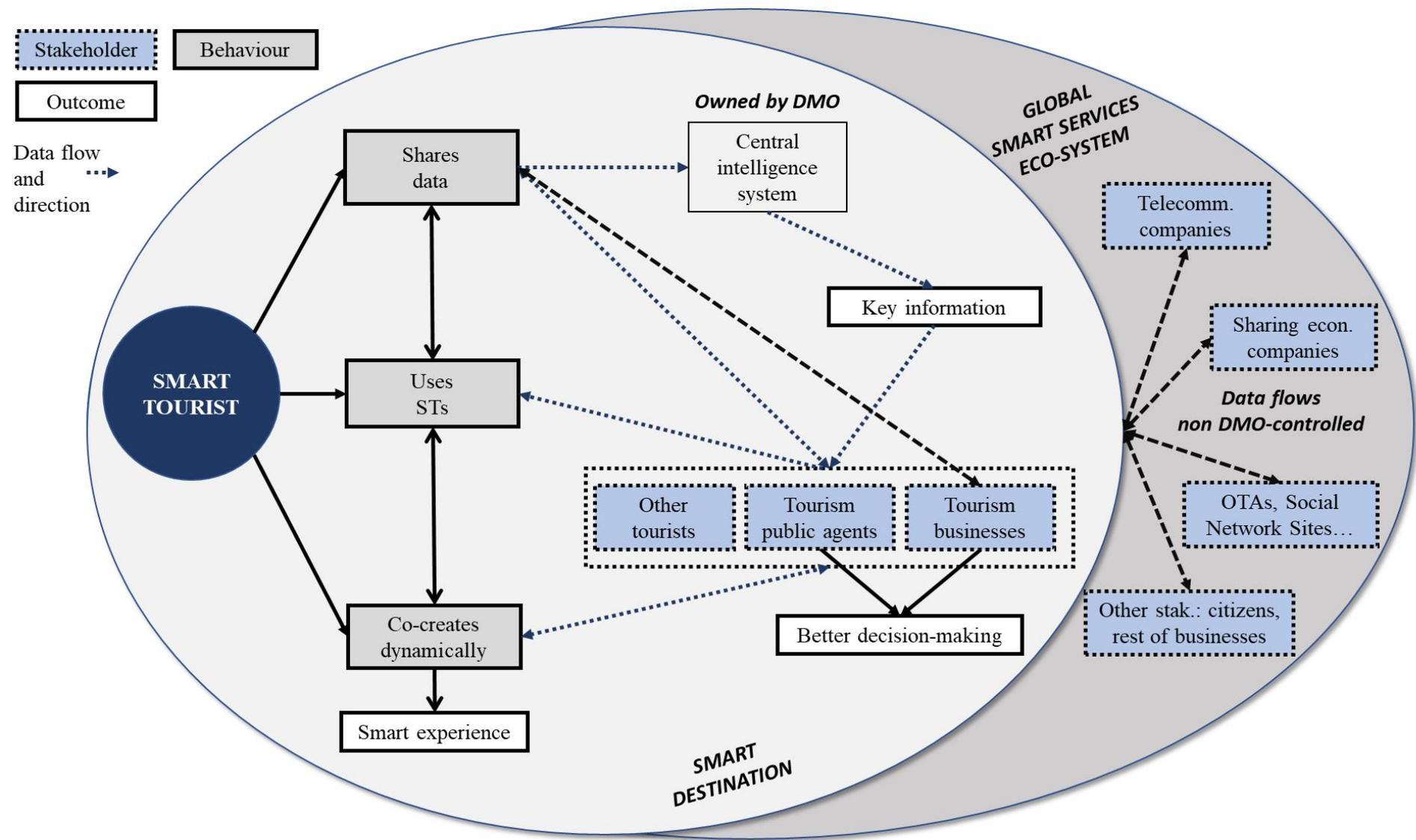
Degree of relevance of the STD approach



Barriers for the STD approach application





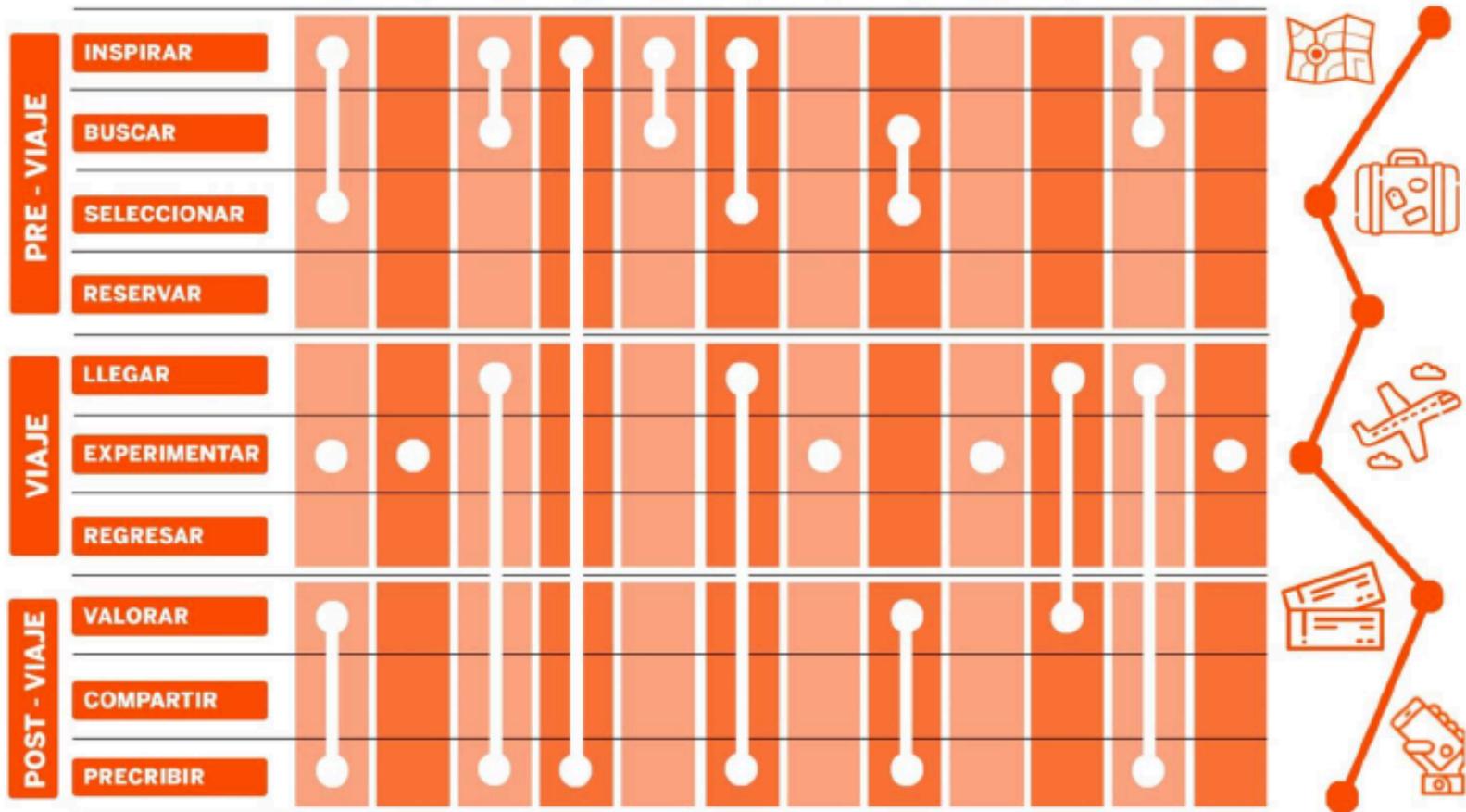


CICLO DEL VIAJE



Benidorm

- Marketing online
- WIFI
- Redes sociales
- Web
- Blog
- App
- Beacons
- Rutas Interactivas
- Código QR
- Puntos Información
- Trazabilidad del turista
- Promociones de producto



Fuente: Visitbenidorm, 2018



Ilustración 50. Fases de las estancias de los visitantes

Iniciativas tecnológicas que permitan a los gestores de la ciudad aprovechar toda la información generada por las visitas y las actividades turísticas

Iniciativas tecnológicas que incrementen la satisfacción y mejoren la experiencia de quien visita la ciudad

Iniciativas tecnológicas que canalicen la oferta comercial de la ciudad de una forma eficiente e innovadora

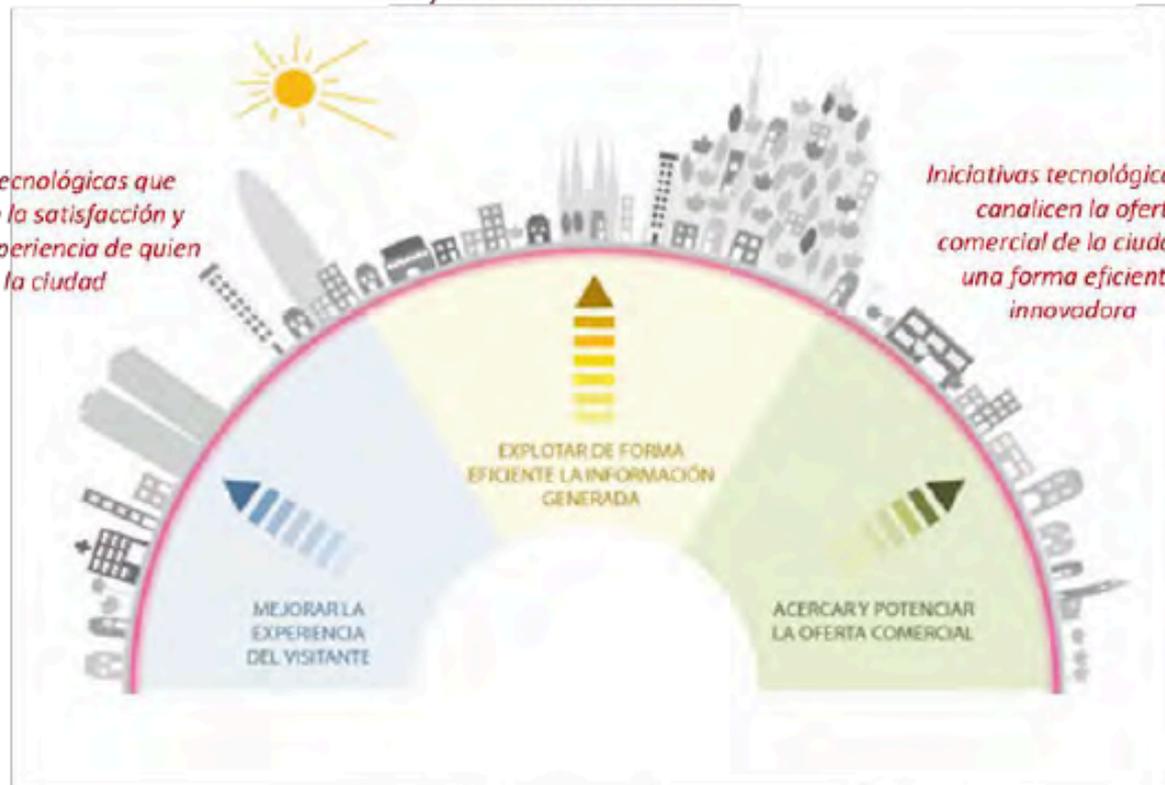


Ilustración 54. Líneas de estrategia Turismo Inteligente

Resultados en la campaña



Resultados de los posts



Top 5 influencers por engagement

Ratio Engagement **Engagement**

Isabella Thorsen



♥ 58.92 K ♥ 2.27 %

Federica Di Nardo



♥ 28.32 K ♥ 0.76 %

Yannick Merckx



♥ 19.26 K ♥ 1.13 %

Gabriela Muller



♥ 15.51 K ♥ 0.92 %

Lesley Van Loon



♥ 9.3 K ♥ 7.53 %



2nd UNWTO World Conference on Smart Destinations

Sistema de Inteligencia Turística

@travelBuenosAires



Turistas internacionales en Buenos Aires

¿Cuántos turistas llegan a Buenos Aires? ¿Cuánto gastan y cuántas noches se quedan en la ciudad? ¿Cuáles son los principales mercados turísticos?

Cantidad de turistas

2.159.957

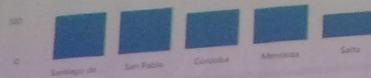
Gasto total en CABA (US\$)

\$ 1.871 mill

Conectividad aérea

¿Cómo es la conectividad aérea de cabotaje e internacional de Buenos Aires? ¿Cuáles son las principales ciudades con vuelos directos hacia la Ciudad? ¿Qué compañías aéreas operan y con qué frecuencias?

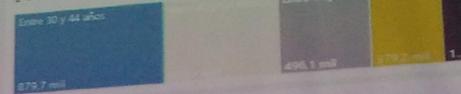
Ciudades con más frecuencias



Viajeros según pasos migratorios

¿Cuántos viajeros entran y salen por las vías migratorias de la ciudad de Buenos Aires? ¿De qué nacionalidad son, desde qué países llegan, cuáles su edad y su género? ¿En qué época del año prefieren visitar Buenos Aires?

¿Qué edad tienen los viajeros?



Competitividad hotelera

¿Cómo se posiciona Buenos Aires frente a los principales destinos de América Latina en competitividad hotelera? ¿Cuáles son las tarifas de los hoteles en cada barrio y cómo afecta la anticipación de las reservas a los precios? ¿Qué servicios ofrecen los hoteles en Buenos Aires?

¿Cuál es el precio promedio diario? (US\$)

February 2018						
Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
				103.59	105.90	104.28
100.64	102.95	103.57	103.25	104.67	116.32	124.35
121.96	118.37	109.50	103.27	104.77	109.90	107.01
104.31	105.30	102.93	104.25	105.28	101.05	108.10
102.50	102.32	101.20	101.42			

Planificación del viaje

¿Cuándo buscan y reservan vuelos los turistas que desean visitarnos? ¿Con cuánta anticipación reservan sus vuelos los turistas? ¿Cuáles son las particularidades de cada mercado? Conozca cuáles es el flujo de pasajeros transportados y asientos ofrecidos para diferentes ciudades de origen y destinos del mundo.

¿Cuántas búsquedas hubo?



¿Cuántas reservas hubo?



¿Cómo se mueven las personas por la ciudad?



Oviedo, 25 - 27 June 2018

MODELO GRÁFICO PLAYAS INTELIGENTES CV





Welcome to Vienna. Not #Vienna

Enjoy the city behind your pics!

<https://www.wien.info/en/campaigns/unhashtag-vienna/home>

A modo de conclusión: claves para evolucionar hacia destinos inteligentes

Gobernanza como premisa

- Estrategia + Liderazgo
- Rentabilidad social
- Perspectiva holística
- Adaptación al contexto
- Dinamización/innovación del sector
- Colaboración ampliada
- Participación social
- Seguimiento resultados
- Desarrollo armónico nuevos modelos de negocio

Sistemas de soporte y nuevas fuentes de datos

- Plataforma de gestión
- Sistema Gestión Destino
- Inteligencia de negocio
- Open Data

Integración del destino en el ecosistema smart

- Adaptación a la complejidad
- Refuerzo gestión turística local
- Evitar dependencias

Mejora de la experiencia turística

- Soluciones con valor añadido al turista
- Personalización
- Intensidad tecnológica variable según perfiles
- Diferenciación del destino



EUROPEAN CAPITAL
OF **SMART TOURISM**

LYON

<https://www.youtube.com/watch?v=RWONjtEhgRw>

HELSINKI

<https://www.youtube.com/watch?v=cpYijinZIPo>

SMART TOURISM PLANNING

Análisis de procesos de planificación aplicados a ciudades y destinos turísticos inteligentes.
Balance y propuesta metodológica para espacios turísticos (CSO2017-82592-R). PROYECTOS
DE I+D+I CORRESPONDIENTES AL PROGRAMA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN,
DESARROLLO E INNOVACIÓN ORIENTADA A LOS RETOS DE LA SOCIEDAD



- ACTUALIDAD
- EL PROYECTO**
- EL EQUIPO
- EPOs
- PUBLICACIONES
- ENLACES DE INTERÉS
- CONTACTO

<https://blogs.ua.es/smartplanning/el-proyecto/>