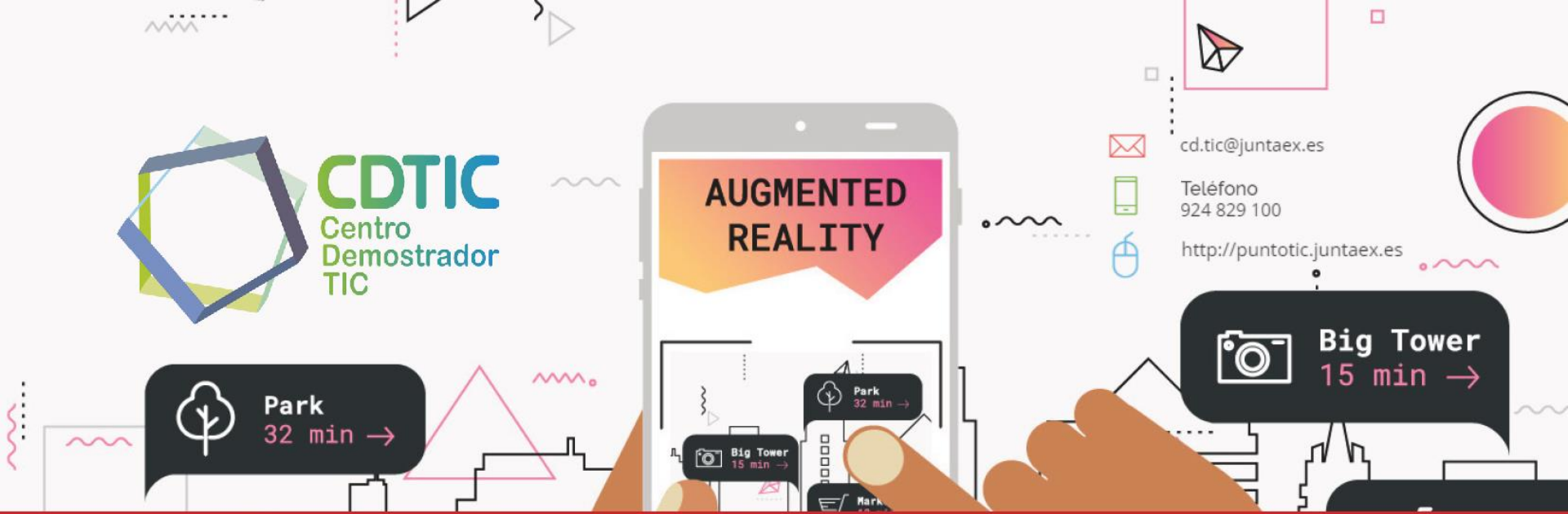




TURISMO INTELIGENTE, LA TECNOLOGÍA COMO MOTOR DEL CAMBIO PARA LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Políticas y tecnologías en época post Covid-19

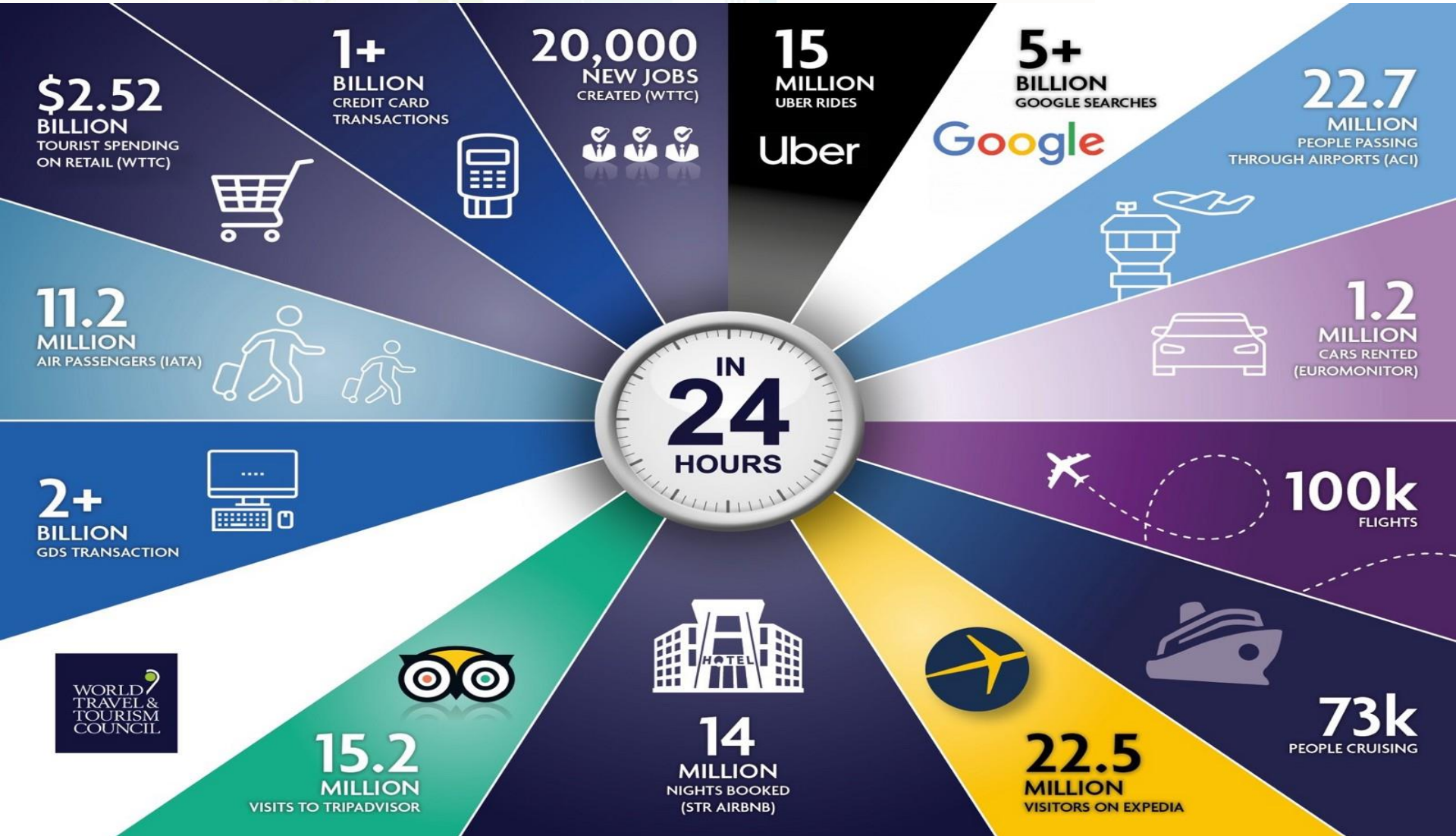
Enrique Lancis



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

JUNTA DE EXTREMADURA

globaldit

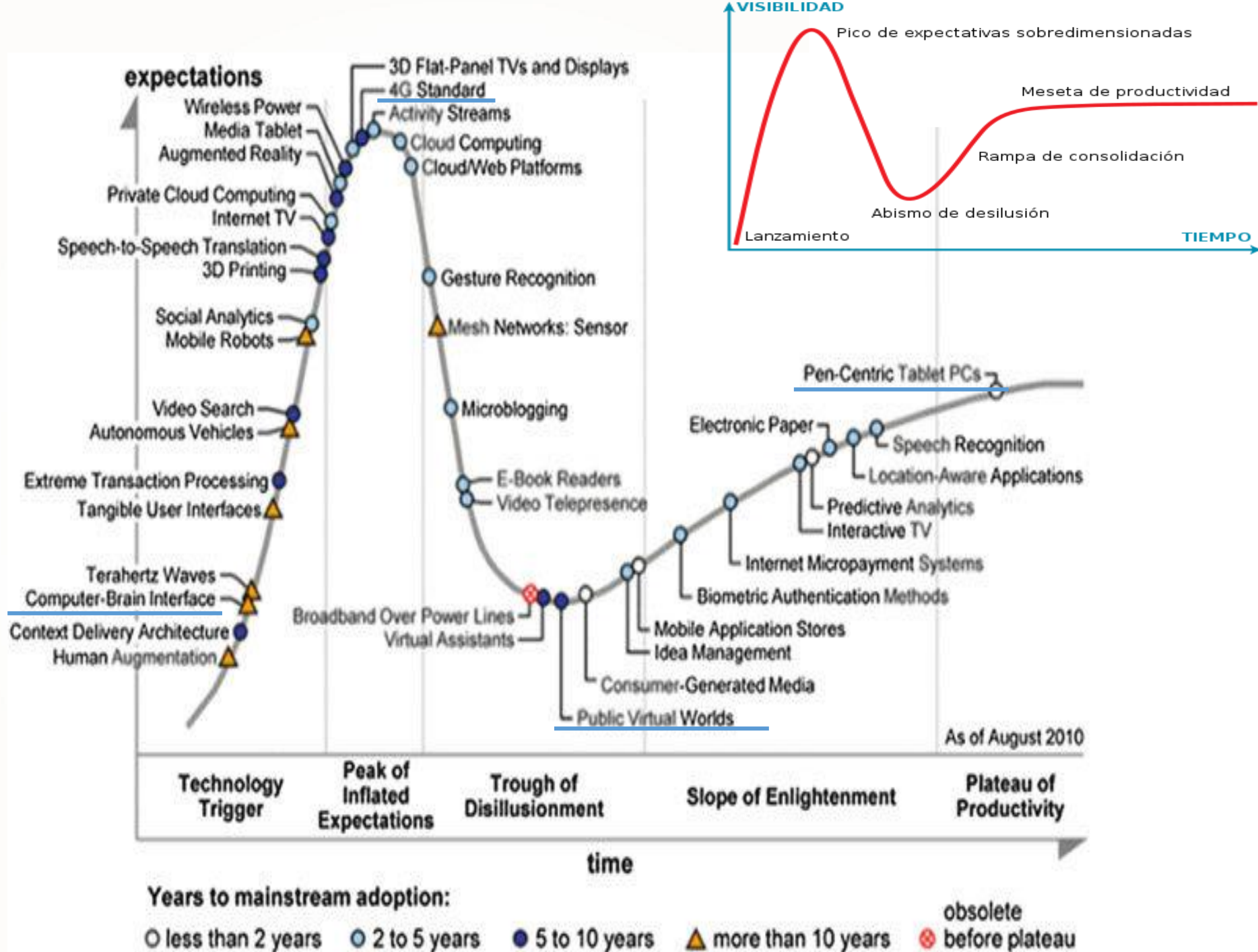


ESCENARIO

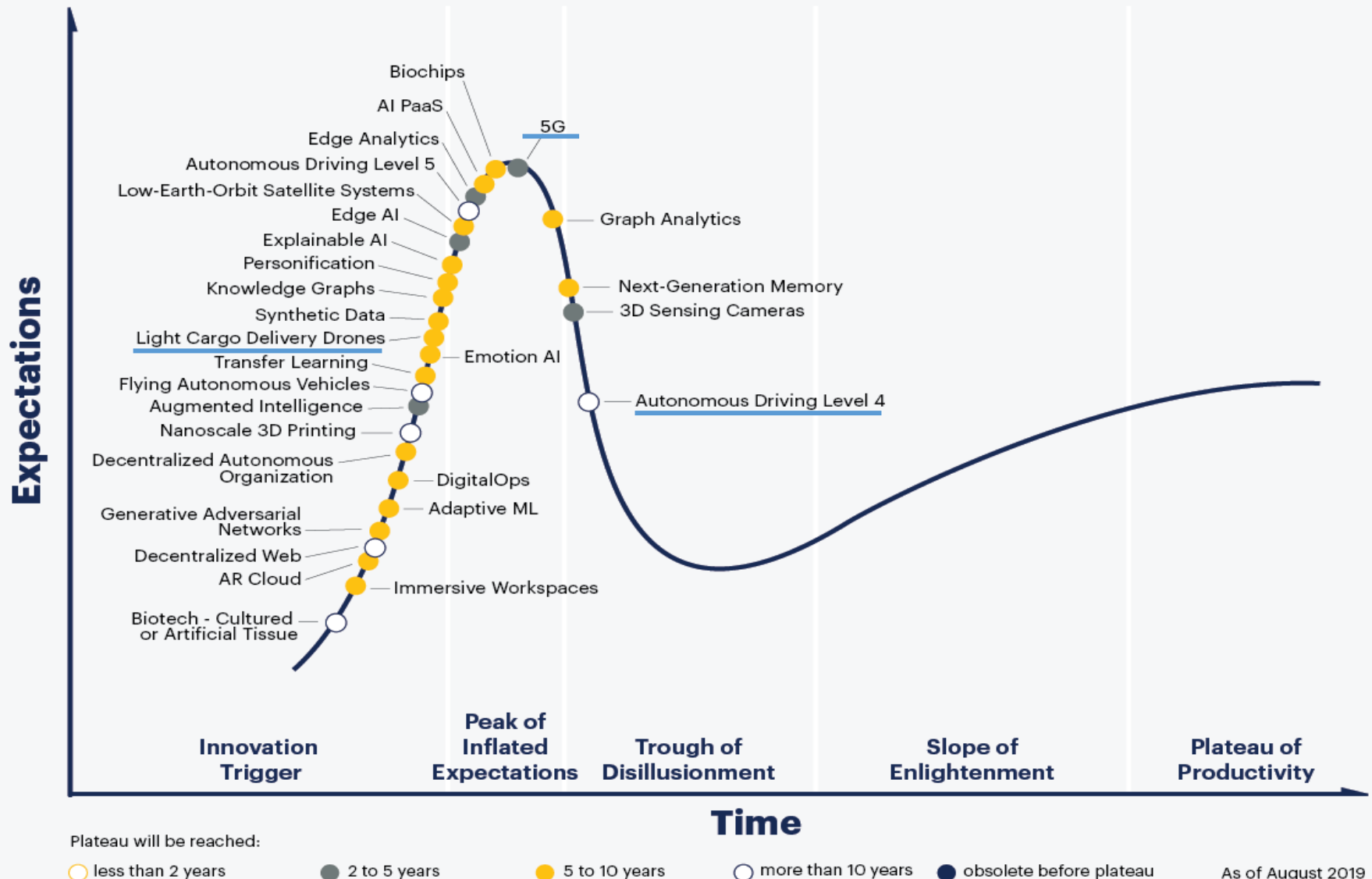
Incertidumbre

Ruido

Desescalada



Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies, 2019





OPEN DATA

BIG DATA



INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

PLATAFORMA INTELIGENTE DTI
INTEROPERABILIDAD
CLOUD



CAPA DIGITAL DESTINO

PORTAL WEB
APP

OFICINA INFORMACIÓN INTELIGENTE
REALIDAD VIRTUAL



CONTACTLESS TECH

WIFI
BEACONS
CÓDIGOS QR
TECNOLOGIA NFC
WEARABLES TECHNOLOGIES



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

UNE 178503: VISIÓN GLOBAL

La Norma de semántica aplicada al turismo define cómo se ordenan, representan y serializan los contenidos que componen la capa digital del destino, lo cual permite no sólo una comunicación fluida entre máquinas y personas sino, especialmente, entre las máquinas

La semántica tiene como objetivo dotar a los contenidos que componen la versión digital de los destinos de significado que las máquinas puedan interpretar



CAPA DIGITAL
DE TURISMO



INTELIGENCIA
ARTIFICIAL



BIG DATA
ANÁLISIS



BLOCKCHAIN

Blockchain permite **desplegar servicios digitales sin necesidad de una autoridad centralizada** que los gestione y **eliminando la necesidad de intermediarios** que arbitren las transacciones entre los diferentes actores.

Así, la información gestionada por estas tecnologías cumple cuatro características:

- es accesible
- es compartida,
- es verificable,
- es pública.

Beneficios:

- **Mejora de los procesos de negocio** en gobiernos, organizaciones y empresas.
- **Nuevos modelos de negocio** distribuidos basados en el intercambio de información entre iguales (peer-to-peer) sin necesidad de plataformas centralizadas o intermediarios.



LOS DESTINOS
SE REINVENTAN
FRENTE AL DESAFÍO
TECNOLÓGICO



LA GESTIÓN DEL TODO

EL DESTINO COMO ECOSISTEMA

TURISTAS

El turista espera calidad en la oferta, buenas infraestructuras, seguridad, servicios e información para sacar el máximo rendimiento de su viaje.

CIUDADANOS

La gestión turística debe velar por la calidad de vida ciudadana, anticipando los potenciales impactos negativos del turismo.

EMPRESAS

Los negocios turísticos necesitan un entorno óptimo para su actividad, y una marca turística bien posicionada en sus mercados y segmentos estratégicos.

ESPACIO TURÍSTICO

El destino debe garantizar la seguridad y accesibilidad del espacio turístico, además de hacerlo comprensible para el visitante.

SERVICIOS PÚBLICOS

Además de los servicios públicos turísticos, el destino debe prever el aumento de presión sobre los servicios municipales derivado del turismo.

ADMINISTRACIÓN LOCAL

El destino necesita evolucionar y dimesionar sus medios humanos, presupuestarios y tecnológicos para realizar su labor en todos estos planos con eficiencia.

Rol de la tecnología

CAMBIO PARADIGMA

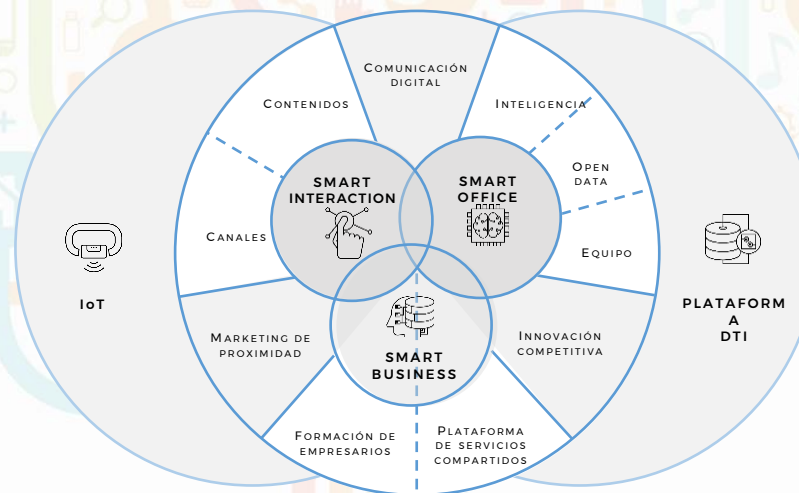
- Motor del destino
- Resuelve procesos críticos
- Prescriptor al turista
- Transformación digital de destinos
- Generación de datos sobre comportamiento

DESTINO COMO ESCENARIO DE INTERACCIÓN

- Proveedor, turistas y residentes
- Flujos, concentración e interacción
- Alteración de comportamientos para
 - + satisfacción
 - + rentabilidad
- Elimina incertidumbre (planificación)

DANDO FORMA AL NUEVO TURISMO

Integración Tecnológica



PLATAFORMAS SMART

- INTEGRACIÓN CON LA PLATAFORMA DE OPEN DATA
- OBJETOS INTERNOS CIUDAD
- SOSTENIBILIDAD:
Seguridad, transporte, residuos y limpieza
- EFICIENCIA ENERGÉTICA:
Agua y energía

INTEGRACIÓN PLATAFORMAS DE TERCEROS

- OTA
- GDS

#1

ATRAVESAMOS UN PUNTO DE INFLEXIÓN GLOBAL... LA DECONSTRUCCIÓN DE LOS MERCADOS.

MAYOR SENSIBILIDAD SOCIAL
MAYOR TENDENCIA A LA COLABORACIÓN.
MAYOR DESESTRUCTURACIÓN POLÍTICA E
INSTITUCIONAL.

MAYOR DESIGUALDAD SOCIAL.

#2

LA CONVERGENCIA ES LA CLAVE PARA MUCHOS ESCENARIOS

FRENTE A LA FRAGMENTACIÓN DE POSICIONES Y LA COINCIDENCIA DE OBJETIVOS LA MEJOR SOLUCIÓN ES BUSCAR PRODUCTOS QUE SUMEN EN LA MISMA DIRECCIÓN.

GRANDES CON PEQUEÑOS Y PÚBLICOS CON PRIVADOS.

PRESUPUESTO PÚBLICO MÁS PRESUPUESTO RSC.

#3

EL NEGOCIO ES GENERAR VALOR PARA TODOS

VALOR PARA LAS PERSONAS
VALOR PARA LAS EMPRESAS
VALOR PARA LA SOCIEDAD

ESQUEMAS DE VALOR COMPARTIDO



Turismo como herramienta para construir...UN MUNDO MEJOR

Enrique Lancis
Director de Innovación e inteligencia turística
e-mail: elancis@globaldit.com
Twitter: [@elancis](https://twitter.com/elancis)

globaldit