

Fuente: Expresiones UDLAP

Fecha: 10 de febrero, 2018

La tecnología en los destinos turísticos inteligentes

Autor: Dra. Patricia Domínguez Silva, Profesora de tiempo completo de Departamento de Turismo, UDLAP

La sociedad de la información, el conocimiento y la economía digital ha generado un impacto en los hábitos relacionados con actividades de índole social, cultural y económica; y, ante este hecho, el turismo no se mantiene a distancia.

La industria turística ha tenido que evolucionar para adaptarse a los nuevos modelos de mercado y, por supuesto, al nuevo perfil del viajero, quien sobre todo se distingue – actualmente– por ser uno hiperconectado y cada vez más interactivo. En este sentido, en los últimos años se ha observado el surgimiento de las «ciudades inteligentes», las cuales dan paso a los «destinos inteligentes».

Si bien los destinos inteligentes ya son una realidad en nuestro país –como es el caso de Tequila– resulta obligatorio reconocer las implicaciones que conlleva un marbete de esta envergadura.

Sabemos que el objetivo de este nuevo paradigma es mejorar el posicionamiento de los destinos, lo que obliga a buscar mecanismos que impulsen la innovación en ellos, que desarrollen tecnologías de información y comunicación, así como el mejoramiento de la accesibilidad, sin olvidarse de la sustentabilidad. Finalmente, lo que se busca es crear en ellos servicios competitivos y claramente diferenciados en el mercado. Por lo que surge la pregunta obligada, ¿cuáles son los cimientos básicos de los destinos inteligentes? La literatura indica cuatro: tecnología, innovación, accesibilidad y sustentabilidad.

El primer eje por considerar es el tecnológico, entendiendo que éste es el que une todos los eslabones de la cadena del valor turístico: la tecnología no debe verse como un fin en sí, más bien en un medio para alcanzar los objetivos que el destino se ha marcado. Cabe subrayar que el uso de internet por parte de turistas, así como de empresas del sector, convierten la conectividad de la red en un aspecto fundamental para mejorar la competitividad de los destinos. En síntesis, las nuevas tecnologías deben orientarse hacia la integración del visitante en el destino.

Desde la perspectiva de la empresa turística se requiere de sistemas de inteligencia de negocio e inteligencia competitiva, sistemas de gestión de la relación con el visitante (CRM), sistemas de comercialización y de administración de reservaciones (CRS), sistemas de gestión de contenidos, integración con redes sociales y posicionamiento, sistemas online de formación, colaboración y generación de conocimiento.

El tema tecnológico, en los destinos inteligentes, es mucho más de lo mencionado anteriormente, pero basta lo descrito para adentrarnos a un territorio que, en el futuro, pueda ser un destino inteligente.

Tags: Dra. Patricia Domínguez, Expresiones UDLAP, Tequila, Turismo, UDLAP, Universidad de las Américas Puebla

Acerca del autor: Profesora Titular del Departamento de Turismo. Candidato a Doctor en Urbanismo por la Universidad Complutense de Madrid en el área de Patrimonio Cultural y Turismo. Con estudios de posgrado en Administración de Empresas, Dirección de Hoteles, y Producción Técnica. Ha escrito resultados de sus investigaciones en revistas nacionales e internacionales arbitradas. Ha participado en diversos foros nacionales e internacionales en temas de Turismo Cultural. Fue Directora de Turismo de la Ciudad de Puebla. Forma parte del equipo de consultores de UDLAP-Consultores donde ha sido líder de proyectos vinculados con Productos Turísticos y Capacitación online. Dirige el Observatorio Turístico de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial.