



([index.html](#))

[PORTADA \(INDEX.HTML\)](#)

[UNA \(HTTP://WWW.UNA.AC.CR/\)](http://www.una.ac.cr/)

[SECCIONES](#)

[ARCHIVO](#)

[OFICINA DE COMUNICACIÓN](#)

[ENLANCES](#)

**CAMPUS Digital - Edición Octubre 2018**

 **CRITERIOS**

## 2018: Turismo y transformación digital

*Edgar Vega Briceño (\*)*

*[edgar.vega.briceno@una.cr](mailto:edgar.vega.briceno@una.cr) (mailto:edgar.vega.briceno@una.cr)*

Este año la Organización Mundial del Turismo (OMT) se centra en la innovación y la transformación digital y como tal será su eje de discusión el 27 de septiembre en el Día Mundial del Turismo que se celebró en Budapest, Hungría.

Según indica el sitio web oficial del organismo, este evento **ayudará a poner de manifiesto las oportunidades para el desarrollo sostenible que representan para el turismo los avances tecnológicos**, como la inteligencia de datos, la inteligencia artificial y las plataformas digitales. La OMT considera que los avances digitales y la innovación forman parte de la respuesta al desafío de compaginar el crecimiento continuo con una mayor sostenibilidad y responsabilidad en el sector turístico. Los avances digitales y la innovación brindan al turismo oportunidades para aumentar la inclusión social, el empoderamiento de las comunidades locales y el uso eficiente de los recursos.

Si bien es cierto, la transformación digital ha sido discutida y estudiada en áreas como la salud, las finanzas, entretenimiento, ventas masivas, entre otras, es importante destacar que **en los últimos años el turismo ha vivido una extrema transformación digital a raíz de tendencias tecnológicas que han venido a dinamizar el sector**, un ejemplo interesante, es **Airbnb** que ha jugado en una posición importante para que los viajeros puedan ubicar un hospedaje que cumpla con su estilo de vida para garantizar una mejor experiencia. Sin Internet y las tecnologías móviles, Airbnb no estaría hoy en las grandes ligas. Es por eso por lo que se habla de transformación digital cuando se busca integrar la tecnología digital en todas las áreas de una empresa o industria, además de suponer un cambio cultural y repensar estrategias, productos y procesos.

A continuación, algunas de las tendencias tecnológicas que están impactando la industria del turismo y hospitalidad.

**Tecnologías móviles y el Internet de las Cosas (IoT):** con el uso de celular y aplicaciones móviles un turista 2.0 prácticamente puede hacer cualquier cosa, desde realizar un *check-in* hasta pedir servicio a la habitación, armar un tour utilizando *Google Maps* o compartir opiniones en redes sociales como *Facebook*, *Yelp* o *Trip Advisor*, afectando la reputación de hoteles, por ejemplo, de forma positiva o negativa. Con aplicaciones IoT desde nuestro teléfono celular podemos bloquear nuestra la puerta de nuestra habitación o apagar/encender las luces o incluso cuando nos acercamos a nuestra habitación, un dispositivo puede prepararnos una recepción con música o encender el aire acondicionado previamente si hacer calor.

*Big data:* en lo tradicional se usaban estudios basados en encuestas para tener una idea más clara de los gustos y preferencias de los viajeros, sin embargo, los tamaños de la muestra y las preferencias sesgadas normalmente eran inconvenientes. Hoy en día se cuenta con muestras de datos exponencialmente mayor y que además aportan mayor fiabilidad en los resultados ya que se obtienen no solamente de opiniones en redes sociales o foros de discusión sino de la huella digital que dejan en la *web* lo que describe lo que el viajero efectivamente hace y no lo que cree o desearía hacer. Con aplicaciones para el análisis del *big data* se pueden analizar cientos de miles de comentarios realizados por turistas en redes sociales a la hora de visitar un hotel, un completo turístico, volar en una aerolínea, visitar un parque nacional o al usar los servicios de un tour operador y generar niveles de reputación en tiempo real para cualquier usuario conectado a Internet o desde una aplicación móvil. Los análisis de "big data" también apoyan a las empresas del sector turismo a gestionar de forma más eficiente, menos costosa y tomando decisiones inteligentes y fundamentadas en los datos para anticiparse a las necesidades del turista 2.0, impacto en soluciones de marketing y buscar nuevas oportunidades de negocios en turismo, entre muchas otras bondades.

**Inteligencia artificial y chatbots:** muchos hoteles están apostando por brindarle información de recepción y sobre qué comer, beber y hacer en la ciudad al huésped en cualquier momento desde sus teléfonos celulares usando aplicaciones tipo *e-concierge* con grandes capacidades de inteligencia artificial e interacción por voz, dándole capacidad también a un huésped de manipular dispositivos inteligentes en habitaciones para abrir cortinas, encender el TV, ordenar desayuno sin necesidad de buscar atención de servicio humano al cliente.

**Realidad virtual y realidad aumentada:** ya sea un hotel, un restaurante, un museo o algún destino turístico, los huéspedes pueden echar un vistazo incluso sin salir de su casa utilizando la realidad virtual. La realidad aumentada, por ejemplo, en combinación con tecnologías como la geolocalización permite mejorar el conocimiento del entorno o lugar de forma mucho más sencilla, divertida y rápida con información que le permita al turista tener una mejor experiencia y a empresas del sector mostrarse de otra forma. El famoso juego de *Pokemon Go* utilizaba realidad aumentada con un teléfono móvil y las personas tenían que conocer lugares para encontrar y atrapar un *Pokemon*. Para un turista, en los viajes, gran parte del tiempo se dedica a buscar información sobre lugares turísticos y su historia, medios de transporte, rutas para llegar a un determinado destino, lugares donde disfrutar de la mejor comida de la ciudad o actividades que realizar. Con la realidad virtual el turista se puede anticipar a lo que va a encontrar en su destino y con la realidad aumentada contar con información valiosa al momento de llegar al destino y sacar una foto de un museo por ejemplo y la tecnología digital se encargará de ofrecer información que, sin guía turística de papel, es imposible de obtener.

(\*) Académico. Sede Regional Chorotega

Oficina de Comunicación,  
Universidad Nacional. Apartado  
86-3000, Heredia - Costa Rica.  
Teléfonos (506) 2237-5929 y  
2277-3224, FAX: (506) 2237-  
5929. Correo electrónico:  
campus@una.ac.cr Edición digital:  
www.campus.una.ac.cr  
(<http://www.campus.una.ac.cr>)

Silvia Monturiol Fernández, Johnny  
Núñez Zúñiga, Laura Ortiz Cubero,  
Maribelle Quirós Jara,  
**Asistente editorial:** Andrea  
Hernández Bolaños y Ana Lucía  
Vargas.  
**Diseño de página:** José Luis  
Sánchez Pino  
josesanchez@engineer.com  
(<mailto:josesanchez@engineer.com>)

contenido que aparece en  
CAMPUS Digital. Si desea hacerlo  
enviéanos su solicitud a  
campus@una.cr  
(<mailto:campus@una.cr>)

CAMPUS Digital