



HANDBOOK OF RESEARCH ON SMART TECHNOLOGY APPLICATIONS IN THE TOURISM INDUSTRY

Çeltek, Evrim
Business Science Reference,
Hershey PA (2020)

ISBN: 978-1799819899

El turismo inteligente (*smart tourism*) ha ganado notablemente en popularidad desde que la Comisión Europea ha introducido el proceso de elección de la European Capital of Smart Tourism. Esta iniciativa se ha desplegado simultáneamente a la propuesta al Parlamento Europeo de una Acción Preparatoria con cuatro objetivos:

1. Promover la rica oferta turística de los países europeos y acrecentar el sentimiento de compartición de valores relacionados con su turismo local de sus ciudadanos.
2. Fortalecer el desarrollo innovador generado por el turismo en sus ciudades y regiones.
3. Incrementar el atractivo de las ciudades europeas que son recompensadas con el título y fortalecer su desarrollo económico y su creación de empleo.
4. Establecer un marco para el intercambio de las mejores prácticas entre las candidatas y crear oportunidades para la cooperación.

La iniciativa promueve el reconocimiento de los logros de ciudades europeas como destinos turísticos en cuatro categorías: sostenibilidad, accesibilidad, digitalización y herencia y creatividad culturales. La elección de estas cuatro áreas obedece a su consideración como los factores clave para mantener a Europa en cabeza del turismo mundial. Cabe felicitarse porque una ciudad española, Málaga, ha sido seleccionada (junto con Goteburgo) como ganadora en 2020; y también porque la sostenibilidad haya encontrado en esta acción un nuevo impulso. El concepto de Smart City o Ciudad Inteligente presume que una de sus misiones ha de ser reducir los efectos de su actividad en el entorno natural, por ejemplo, gestionando los residuos o manteniendo las playas más limpias, al mismo tiempo que atraen a más visitantes.

La clave para conseguir este equilibrio es el uso de tecnologías que, a través de dispositivos, IoT y otras herramientas, permitan elaborar predicciones del comportamiento del turista y guiar sus experiencias sin caer en la masificación y la gentrificación. Por ejemplo, estas tecnologías posibilitarían promocionar dentro de la ciudad aquellos atractivos turísticos menos conocidos y guiar las preferencias de los visitantes hacia ellos, logran con ello desmasificar los monumentos y recursos turísticos más populares. El crecimiento de visitantes podría alcanzarse entonces de forma conciliatoria con el turismo de calidad. Es el caso de Nueva York, que ha multiplicado las visitas al Central Park guiando a los turistas hacia allí mediante códigos QR donde el usuario podía visualizar escenas de películas populares rodadas en este entorno natural.

Esta descripción permite comprender que el pilar del Turismo Inteligente son las Smart Technologies., definidas como todas aquellas soluciones digitales que abren un amplio rango de nuevas posibilidades comerciales para entregar al turista experiencias de consumo más personalizadas al mismo tiempo que se mejora la sostenibilidad del destino. The *Handbook of Research on Smart Technology Applications in the Tourism Industry* es una reciente y autorizada referencia sobre el uso de estos sistemas inteligentes en turismo, ofreciendo a múltiples agentes del sector (desde los expertos en marketing a los especialistas en comunicación y publicidad digitales, los desarrolladores de tours, pasando por restaurantes, gestores hoteleros, directivos de todo tipo de empresas turísticas, profesionales de la hostelería, políticos, estrategas, investigadores y estudiantes) una guía completa. En sus 22 capítulos y más de 600 páginas, esta obra enciclopédica compendia los últimos desarrollos de las tecnologías digitales inteligentes y da múltiples ejemplos y casos de sus aplicaciones en turismo.

Entre las tecnologías que encuentran un campo de desarrollo en destinos turísticos inteligentes preocupados por mejorar su sostenibilidad con el auxilio de la digitalización, y que son desmenuzadas en la obra, podemos mencionar las tecnologías de realidad virtual y realidad aumentada, las tecnologías de blockchain, el data mining, las diversas modalidades de Near Field Communication (data sharing, pagos, tickets, llaves, etc.), las

aplicaciones de código QE, el Internet de las Cosas y los chatbots creados con inteligencia artificial que permiten minimizar los fallos de servicio y ahorrar costes, la gamificación digital y los sistemas e-Customer Relationships Management (e-CRM). Todas estas tecnologías dan cuerpo al que dos trabajos incluidos en este libro (capítulos 10 y 11) rotulan como Turismo 4.0, entendido como un modelo que une a las partes interesadas del sector turístico y a compañías de alta tecnología para desarrollar soluciones capaces de apoyar la génesis de destinos sostenibles con un elevado valor económico nutrido por experiencias turísticas realizadas.

El libro incluye un amplio número de casos de aplicaciones de estas tecnologías a ciudades y destinos turísticos por todo el mundo, desde Capadocia a Turquía, pasando por Eslovenia, Polonia, India y como no, por España. El caso español es analizado por tres profesores de la Universidad de Sevilla, Luis Galindo, Alfonso Fernández-Tabales y Concepción Foronda-Robles, que ofrecen un interesante estudio de los conceptos de Inteligencia Territorial y Destino Turístico Inteligente colocándolos en el contexto de los nuevos paradigmas de planificación de los destinos turísticos como son los inspirados en la economía circular y la simbiosis industrial, y ofreciendo un panorama de las políticas turísticas públicas que están siendo guiadas por ellos. Las aplicaciones de las Smart Technologies se extienden desde los hoteles a los restaurantes, pasando por museos, agencias de viajes, servicios de información turística, organizadores de tours, prestadores de servicios de movilidad sostenible, etc.

El trabajo aquí glosado es uno de los títulos que esta editorial pionera está lanzando para difundir el conocimiento en el campo de los destinos turísticos inteligentes y las Smart Technologies. Uno de los más atractivos, tan recomendable como el aquí recensionado, es el titulado *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry*, publicado este mismo año 2020. En esta obra se analizan los retos que actualmente encara el turismo mundial y cómo enfrentarlos, incluyendo entre ellos la economía circular, la aplicación del concepto de Smart Tourism a destinos basados en la naturaleza, la creación de modelos de negocio innovadores basados en tecnologías móviles y la recreación de unas compañías aéreas condenadas a reducir su huella ambiental. Merecen especial atención los dos capítulos que profundizan en experiencias de turismo circular en la región portuguesa del Algarve y las basadas en la formación de ecosistemas que conjugan la actividad turística y agraria. Otra contribución destacable es el capítulo sobre *Sustainability Reporting in Hospitality Sector*, redactado por dos profesores lusitanos, y que toma como caso de referencia la cadena española Meliá Hotels Internacional. Se trata de uno de los pocos trabajos publicados sobre la elaboración de informes de sostenibilidad por empresas turísticas, y que enlaza directamente con el dedicado al mismo tópico en este monográfico.

Otro título destacable es la extensa obra sobre *Smart Cities and Smart Spaces: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*, que ha sido compilada en tres

volumenes por la Information Resources Management Association y de publicación en 2019. En sus más de 1.700 páginas pueden localizarse aportaciones de interés sobre Smart Destinations y sostenibilidad, con un interesante aporte referido a la ciudad de Vitoria y otro que describe el reposicionamiento de Prato como destino turístico inteligente mediante técnicas digitales de gestión del conocimiento.

También de la misma editorial son reseñables otros trabajos que abordan el otro gran eje de este monográfico, la economía circular. El perfilado del propio concepto de Economía Circular, frente a su hermano mayor Sostenibilidad, ha merecido la atención del estudio *Circular Economy and Sustainability: Concepts, Perspectives, and (Dis)Agreements* (2020), que recoge una interesante colección de contribuciones que delimitan el dominio de ambos, las oportunidades que nacen de cada perspectiva y sus interrelaciones. Podemos detenernos igualmente en la obra colectiva *Mapping, Managing and Crafting Sustainable Business Strategies for the Circular Economy* (2020) editada por Susana Serrano, Paulo Jorge Almeida y Nuno Miguel Castaheira, profesores portugueses del Polytechnic Institute of Leiria, en cuyo seno podemos encontrar dos trabajos de alcance. El primero de ellos es *Guiding Principles of Design for Circular Tourism*, atribuido a José Miguel Rodríguez-Antón y María del Mar Alonso-Almeida, colaboradores de este número especial. El segundo es *Tourism Circular Economy: Proposal for a Research Agenda*, trabajo del también colaborador de este monográfico Alfonso Vargas. Merece asimismo destacarse *The Handbook of Research on Entrepreneurship Development and Opportunities in Circular Economy* (2020), editada por Neeta Baporikar de la Namibia University of Science and Technology, que ofrece varias aportaciones excelentes que trazan el estado de la cuestión desde diferentes ángulos, y entre ellas una sobre *Opportunities and Challenges of Circular Economy for the Tourism Industry*, salida de nuevo de la pluma del ya mentado Alfonso Vargas.

El desarrollo del turismo circular y el impacto que puede causar en las decisiones de los turistas han merecido un detenido análisis de Joana Bica, Jorge Juliao y Marcelo Rudolfo C. Gaspar, profesores de la Universidade Católica Portuguesa los dos primeros y del Instituto Politécnico de Leiria el tercero, que con el título *Applicability of Circular Economy in the Hospitality Industry: Consumer's Perception* (2020) se incluye en la obra plural editada por Sergio Jesús Teixeira y Joao Matos Ferreira bajo el rótulo *Multilevel Approach to Competitiveness in the Global Tourism Industry*. En ella se compilan análisis actualizados de las mejores prácticas para desarrollar la competitividad de las empresas turísticas de diversas especialidades, encontrando la sostenibilidad en diversas manifestaciones un lugar privilegiado en este repaso.

■ César Camisón Zornoza