

**FOCUS Congreso Tech**  
**"Digitalización y transformación tecnológica"**  
**#congresotech**  
 Fecha 30 de octubre  
 Lugar: Menador Espai Cultural

**FOCUS**  
 PYME Y EMPRENDIMIENTO  
 Comunitat Valenciana

GENERALITAT VALENCIANA | IACE | SOMA

## INFORME

**Mesa debate sobre el foco estratégico:  
 Nuevas tecnologías en el sector Turístico**  
**#congresotech**

**FOCUS**  
 PYME Y EMPRENDIMIENTO  
 Comunitat Valenciana

GENERALITAT VALENCIANA | IACE | SOMA

-  **Introducción**
-  **Conclusiones**

## INTRODUCCIÓN

---

El debate tiene como objetivo analizar el **estado del turismo inteligente**, detectar **necesidades tecnológicas sectoriales**, así como tratar la generación e **identificación de oportunidades** en el sector desde el prisma del entorno más cercano, provincial y autonómico, a través de las voces de los actores públicos y privados.

El planteamiento de base es la asunción del **proceso de cambio constante** al cual vive sometido el sector turístico y del papel de todos los agentes implicados en el mismo. La **transformación digital** genera muchas preguntas y dudas entre empresas y ayuntamientos, especialmente en el interior; son actores a los que la información no siempre fluye en las mejores condiciones, y que necesitan superar sus inquietudes para dar el salto. La **actualización de conocimientos** debe hacerse, no obstante, sin perder de vista el ingrediente esencial, que deviene transversal al margen de si hablamos de actores públicos y privados: la existencia de una **estrategia al servicio de la cual deberán ponerse los instrumentos tecnológicos** más oportunos en cada caso.

Durante la mesa, se plantean numerosos matices sobre las resistencias que genera en los distintos actores del sector la incorporación de la tecnología a sus rutinas de trabajo, por motivos diversos, y especialmente se pone de relieve la **velocidad de los procesos de cambio**, que condiciona las reflexiones en torno a la digitalización del sector.



Mesa debate sobre el foco estratégico:  
Nuevas tecnologías en el sector Turismo

MODERA  
Silvana Yrígoyen, Planner&Social Media - Doublethink

PONENTES  
Benjamín Garcés CEO - Easygoband  
Juanjo Ortiz, Director General - Amazing up  
Iker Llano, Director General de Grupo Intur - Grupo INTUR  
Alejandro Benito Tomás, Oficina DTI-CV de Invat-tur - Invat-tur



## CONCLUSIONES

---

1. Toda institución o empresa turística precisa de una **estrategia en la que pueda basarse la toma de decisiones** sobre los instrumentos tecnológicos que puedan ayudarle a resolver sus problemas concretos, definiendo una ruta para alcanzar sus objetivos y medir su avance a través de los indicadores clave en cada caso. Aún hoy, en muchos casos, **la ausencia de dicha estrategia deriva en la puesta en marcha de acciones incoherentes**, inconexas unas con otras y sin continuidad en el tiempo, que reducen las posibilidades de éxito de cualquier inversión.
2. La irrupción de las nuevas tecnologías ha otorgado al cliente un **mayor poder en relación con los destinos turísticos y con las empresas** del sector, mientras buena parte de estos agentes siguen sin aprovechar por su parte las oportunidades disponibles en este terreno para ofrecer una mayor eficacia al usuario de sus servicios.
3. En buena parte de las instituciones y empresas del sector, **el éxito continuado en su actividad y la seguridad** que proporciona un modelo consolidado de gestión son factores que **generan una inercia** que, unida al miedo al cambio y a la complejidad inherente a los procesos de digitalización, desincentiva la toma de decisiones de cambio en este terreno.
4. El **desconocimiento** sobre las características de una determinada herramienta tecnológica y en consecuencia, sobre el valor añadido que puede aportar su implantación, es otro factor que **frena la digitalización** en el sector turístico.
5. La dotación de **buenas infraestructuras de conexión WiFi** en todas las áreas geográficas turísticas resulta esencial como **facilitadora** para la activación de todo tipo de servicios basados en la web. En este ámbito, amplias zonas turísticas carecen todavía de la cobertura óptima para sus necesidades.
6. Se detecta una clara **evolución** desde el perfil del turista pasivo, que se conforma con visitar un destino y ser guiado en el mismo, **hacia el cliente que busca experiencias**. En este punto, el uso de instrumentos como la Realidad Virtual, la Realidad Aumentada favorecen experiencias inmersivas que complementan y añaden valor a cada vez más destinos.

7. La velocidad de los cambios en el sector exige una **actualización de los planes formativos reglados** que comprenda la adaptación de los conocimientos a las nuevas realidades, para propiciar la generación de talento apto para el sector.
8. La **máxima personalización del servicio al cliente** es una de las ventajas más atractivas y con mayor futuro que se ofrecen ya a través de distintas ramas tecnológicas, como el Big Data, el IoT o el reconocimiento facial a través de Inteligencia Artificial. En este punto, **la segmentación alcanza al propio cliente individual**, atendiendo a su comportamiento, intereses y necesidades en cada momento.
9. La experiencia de ciertas **aplicaciones de medición** en grandes destinos ya está sirviendo para su aprovechamiento en pequeños destinos, lo que les permite medir el comportamiento de sus visitantes y **tomar decisiones informadas** a partir de dichos datos.
10. Tanto desde el sector público como en el privado, se constata que la digitalización y la robotización conllevarán la **desaparición de numerosos puestos de trabajo** y la aparición de un alto número de **nuevos empleos con perfiles hoy parcialmente desconocidos**, que aportarán un mayor valor añadido a la sociedad.

