

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL TURISMO

COMO EJEMPLO EL TRAVELTECH



De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, el cambio de paradigma digital en la manera de viajar generará ingresos de 305 mil millones de dólares en el ecosistema global turístico para el año 2025.

La tecnología es una aliada del sector turístico mundial para mantenerse competitivo ante viajeros con nuevos hábitos y necesidades, además de una proyección positiva tanto para los negocios, como para los consumidores y en general, ya que los viajeros ven reflejados en tiempo y costos de seguridad y protección, así como la oportunidad de tener múltiples opciones a su alcance.

“La tecnología ha facilitado la innovación y un cambio en la visión de los negocios del sector turístico. Los servicios y productos que vemos hoy en día se plantean desde la experiencia del viajero como principal motor al momento de ejecutar estrategias de negocio. Los nuevos usuarios necesitan planear sus viajes, ya sean de placer o negocios, en cuestión de minutos sin la menor dificultad. Asimismo, al momento de llegar a su destino requieren que sean destinos inteligentes que facilite su estancia “ Paula Colmenares, directora de industria de valor para el sector de SAP México.

El reto de las empresas que conforman el sector turístico consiste en encontrar aliados tecnológicos que se adapten a sus estructuras y necesidades. Un ejemplo es el Original Resorts, compañía mexicana con experiencia en hotelería, clubes vacacionales y bienes raíces los cuales son manejados por un software que aglutina muchos datos de información y eso combinarlo con el trato a personas y su experiencia en forma rápida, segura y sin perder el factor humano.

Esta asociación entre la tecnología, servicios turísticos, prestadores turísticos y viajeros, turistas se puede utilizar para diferentes procesos en la industria del turismo como podría utilizarse en la empresa hotelera la cual comenzaría a implementar herramientas enfocadas en mejorar la experiencia del cliente, la cual se caracterizaría por la simplificación y planificación de varias transacciones a nivel nacional e internacional por parte del turista y por parte del prestador le permitiría producir una gran cantidad de datos para segmentar y analizar distintos escenarios y tomar

decisiones en cuanto a finanzas , marketing y planes de campañas publicitarias para escoger el público con el cual desea trabajar .

La herramienta líder en el rubro turístico es la Traveltech, que es la palabra elegida para representar los cambios que las tecnologías digitales están produciendo en el sector turístico y los viajes. Un sector que en España destaca por ser uno de los líderes a nivel económico y que tiene en la innovación uno de los grandes retos de futuro.

Por lo cual se puso en marcha el Observatorio Traveltech, que elabora desde Futurizable con el travel Innovation Hub, con el objetivo de ayudar a fomentar la innovación en sector turístico y colaborar en la transformación digital de este sector que sigue ofreciendo muchísimas oportunidades de futuro.

En el contexto de la transformación digital del sector turístico y los viajes, se está desarrollando este observatorio Traveltech en el que podremos descubrir los principales aspectos que las empresas y organizaciones del sector deben tener en cuenta a la hora de desarrollar las estrategias que les permitirán ser competitivas en el futuro.

Sin duda las tecnologías exponenciales juegan un papel muy importante en los procesos de transformación digital del sector turismo, pero no es ni el único ni el más importante de los factores a considerar, aunque quizás sí que resulte el más llamativo para mucha gente. Hablar de Inteligencia Artificial y Realidad Virtual aplicadas al turismo y los viajes despierta mucho interés, y es por esto por lo que la mayoría de ocasiones en las que se habla traveltech se hace referencia a la forma de aprovechar estas tecnologías disruptivas para mejorar los modelos actuales o inventar nuevos modelos de negocio en este sector.

Igualmente otras tecnologías como Cloud Computing, Big Data, Internet of Things, la robótica y Block Chain van a ofrecer grandes utilidades en este sector, en el que aún los procesos de digitalización no están tan desarrollados como en otros sectores que han iniciado ante su transformación digital, como puede ser el sector financiero o el comercio.

Al finalizar esta nota nos queda por hacer una reflexión que es que las empresas turísticas en Chile y en el mundo deben ir adaptándose y aprendiendo e integrando más tecnología a su quehacer laboral para así llegar a nuevos mercados y segmentos de públicos.

Porque una vez que termine esta pandemia el turista va a desear viajar y conocer más lugares de una u otra forma y para ello va utilizar la tecnología como medio de acercamiento a futuros destinos

Para tal objetivo los turistas se van a guiar por aquellos prestadores de servicios que puedan demostrarles y mostrarles cómo son sus servicios, para lo cual los prestadores harán uso de distintas tecnologías como páginas web, apps y otros, en los cuales los turistas tendrán acceso a leer y ver la descripción del viaje en forma de primera experiencia de acercamiento a su destino además de informarse de las opiniones de otros viajeros que ya vivieron la experiencia.

Por lo tanto, el turista cada día más informado más todo el conocimiento que la empresa entregue acompañado de un trato personalizado teniendo en cuenta los intereses y las expectativas de su cliente entregue lo mejor de sí y así el turista tendrá los elementos para seleccionar el servicio que desea contratar el cual funcionará como un control de calidad.

De este modo la tecnología bien usada sirve como un elemento más para competir en el mercado además de actuar como un elemento diferenciador frente a otros competidores.

Fuentes: Libro Futurizable de Javier Martin, quien es director de Innovación Abierta en Snugar, Madrid España. (Futurizable.com)

OMT: Experiencias Mexicanas