

19-21 de Octubre 2022 | Granada

INTERNATIONAL CONFERENCE ON REGIONAL SCIENCE

Challenges, policies and governance of the territories in the post-covid era

Desafíos, políticas y gobernanza de los territorios en la era post-covid

XLVII REUNIÓN DE ESTUDIOS REGIONALES
XIV CONGRESO AACR



RESUMEN AMPLIADO

La innovación en el sector del turismo: análisis de la creación de *destinos turísticos inteligentes* en España

Autoras:

Blanca Moreno Cuartas morenob@uniovi.es

Carmen Ramos Carvajal cramoscarv@uniovi.es

Lorena García Alonso lorena@uniovi.es

Departamento: Economía Aplicada

Universidad: Oviedo

Área Temática:

S11. Catalizadores y consecuencias no intencionales de la innovación

Resumen:

La universalización del uso de internet y las nuevas tecnologías está suponiendo toda una revolución para el sector del turismo, que ha pasado de estar controlado desde el lado de la oferta (empresas prestadoras del servicio) a depender de la demanda (turistas muy informados, interconectados y exigentes). Además, el sector del turismo en España entró en competencia con otros destinos con estructuras de costes más bajas, reduciendo márgenes, desincentivando la inversión y repercutiendo negativamente en los estándares de calidad.

La competitividad del sector depende de su capacidad para adaptarse a este nuevo escenario y, entre otras medidas, en España se decidió en 2012 apostar por el desarrollo de *destinos turísticos inteligentes* (DTI) para facilitar el éxito en el necesario cambio de paradigma. Por DTI se entiende: "... un espacio innovador consolidado sobre la base del territorio y de una infraestructura tecnológica de vanguardia. Un territorio comprometido con los factores medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat, dotado de un sistema de inteligencia que capte la información de forma procedimental, analice y comprenda los acontecimientos en tiempo real, con el fin de facilitar la interacción del visitante con el entorno y la toma de decisiones de los gestores del destino, incrementando su eficiencia y mejorando sustancialmente la calidad de las experiencias turísticas" (López de Ávila y García, 201, p. 31). Siguiendo a Jasrotia y Gangotia (2018), los *destinos turísticos inteligentes* son lugares que se sirven de las últimas tecnologías, innovaciones y técnicas para mejorar la experiencia del turista y los beneficios de los agentes económicos implicados.

Con su implantación se busca crear nuevas oportunidades de negocio, fomentando la diversificación de los mercados emisores y tomando como punto de partida la experiencia de las *ciudades inteligentes*. De ahí que los ejes sobre los que se asienta la creación de un

DTI sean i) la innovación, ii) la tecnología, iii) la accesibilidad, y iv) la sostenibilidad. Sin embargo, un DTI se diferencia de una ciudad inteligente en que su desarrollo viene impulsado por el sector turístico, su interés es el turista (no el ciudadano), los límites geográficos no coinciden necesariamente con los municipales, y la interacción con el turista no se limita a su tiempo de estancia en la ciudad.

La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) señala que los *destinos turísticos inteligentes* utilizan la tecnología más avanzada para mejorar en materia de innovación, sostenibilidad y accesibilidad. Se considera, por tanto, que la incorporación de la tecnología es básica para el desarrollo de un DTI, si bien no basta; ha de estar al servicio de un nuevo modelo de gestión que permita la cooperación público-privada y que vincule la competitividad con la sostenibilidad (Perles Ribes y Ivars Baidal, 2018). Asimismo, en tanto la tecnología forma parte de la experiencia del turista, ha surgido el debate acerca de hasta qué punto la innovación a través de la tecnología impacta positivamente en la satisfacción del turista (Buonincontri y Micera, 2016).

Por todo ello, se plantea que la innovación no ha de limitarse a la incorporación de las TIC, sino que ha de hacerse situando en el centro al turista; ha de ir más allá y contemplar la mejora de la promoción, la distribución y la comercialización de los servicios, así como su redefinición, adaptándolos a las necesidades del cliente. En definitiva, se sabe que el objetivo de avanzar hacia la conversión de un territorio en *destino turístico inteligente* puede estimular la innovación, si bien las decisiones acerca de los modelos turísticos y territoriales deben derivar de procesos de gobernanza y no de la mera implantación de nuevas tecnologías (Perles Ribes y Ivars Baidal, 2018).

En general, y aunque están ganando interés, los *destinos turísticos inteligentes* han recibido hasta el momento poca atención a nivel académico (Femenia-Serra y Neuhofer, 2018), especialmente en lo que respecta al papel que juega la innovación (del Chiappa y Baggio, 2015). En este trabajo se plantea, además, analizar la relación entre la innovación y la conversión de un destino turístico en DTI en sentido inverso; esto es, se plantea estudiar el posible efecto del esfuerzo innovador de un territorio sobre su potencial para convertirse en un *destino turístico inteligente*.

España es uno de los países donde más ha calado el interés por desarrollar DTI, tanto entre las instituciones públicas como entre las empresas privadas. La Secretaría de Estado de Turismo, en colaboración con SEGITTUR, creó la Red DTI en febrero de 2019 para garantizar la calidad y la evolución del proyecto. Con ello se perseguían los siguientes objetivos: i) promover la conversión de los destinos turísticos en DTI y su adhesión a la Red, ii) fomentar la colaboración público-público y público-privada en el desarrollo de productos, servicios y actuaciones de los Destinos Turísticos Inteligentes; iii) contribuir a garantizar el liderazgo de España en materia de inteligencia turística, y iv) garantizar la calidad y la evolución del proyecto DTI. En la actualidad, la Red de DTI integra un total de 483 miembros, de los que 328 son destinos.

Concretamente, se propone analizar la distribución geográfica de los destinos reconocidos como DTI para contrastarla con el esfuerzo inversor en innovación habido a nivel territorial en España, y así tratar de encontrar la existencia de algún vínculo entre ambas variables. Se pretende identificar el potencial de un territorio para iniciar la transición hacia su constitución como *destino turístico inteligente*, objetivo de interés tanto para las

propias empresas turísticas como para las instituciones y la sociedad en su conjunto (Sigalat-Signes *et al.*, 2020).

El turismo inteligente se ha planteado como un reto a nivel de ciudad, por lo que se carece de una perspectiva regional que aborde el desarrollo de estrategias en un ámbito superior. Por ello es deseable avanzar en esta dirección, ya que una región turística inteligente no puede resultar de la mera aglomeración de DTI individuales, sino que es necesario identificar los pilares sobre los que ha de asentarse. Para ello hay que empezar por recopilar información y definir algún tipo de indicador que permita comparar casos de estudio (Gretzel, 2018).

La literatura acerca del desarrollo y utilización de índices en el contexto del turismo inteligente es muy escasa. En Ivars-Baidal *et al.* (2021) se desarrollan una serie de indicadores a partir de un modelo teórico que establece tres niveles de interrelaciones sobre los que se basan los DTI. Estos niveles son: el estratégico, el instrumental y el aplicado. En el contexto del turismo, los indicadores suelen orientarse hacia el análisis del componente de sostenibilidad o de la competitividad, pero no de la inteligencia o la innovación. Esta esfera carece de un conjunto de indicadores que atiendan a la conectividad, el tratamiento de la información o la implantación de tecnología, y que sirvan para dar idea de los progresos alcanzados en esta dirección.

Referencias:

Boes, K., Buhalis, D., and Inversini, A. (2015): Conceptualising smart tourism destination dimensions, in Tussyadiah, I., and Inversini, A. (eds.). *Information and communication technologies in tourism 2015*, Cham, Springer, 391-403.

Buhalis, D., and Amaranggana, A. (2015): Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services, in Tussyadiah, I., and Inversini, A. (eds.), *Information and communication technologies in tourism*, Cham, Springer, 377-389.

Buonincontri, P., and Micera, R. (2016): The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations, *Information Technology and Tourism*, 16(3), 285-315.

Del Chiappa, G., and Baggio, R. (2015): Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure, *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 145-150.

Femenia-Serra, F., Neuhofer, B. (2018). Smart tourism experiences: Conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research*, (42), 129-150.

Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2021). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 365-384.

Gretzel, U. (2018): From smart destinations to smart tourism regions, *Investigaciones Regionales*, 42, 171-184.

Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F., Giner-Sánchez, D. (2021). Measuring the progress of smart destinations: The use of indicators as a management tool. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100531.

Jasrotia, A., Gangotia, A. (2018). Smart cities to smart tourism destinations: A review paper. *Journal of tourism intelligence and smartness*, 1(1), 47-56.

Jovicic (2017): From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination, *Current Issues in Tourism*, 22, 276-282.

Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. C., and Chung, N. (2016): Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 26(4), 367-384.

López de Ávila, A., García Sánchez, S. (2013): Destinos turísticos inteligentes, *Harvard Deusto Business Review*, 224, 58-67.

Masri, N., Anuar, F. I., and Yulia, A. (2017): Influence of Wi-Fi service quality towards tourists' satisfaction and dissemination of tourism experience, *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 9(2), 383-398.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019): Directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2030.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2022): Estrategia de sostenibilidad turística en destinos.

Perles Ribes, J. F., Ivars Baidal, J. (2018). Smart sustainability: A new perspective in the sustainable tourism debate. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research*, (42), 151-170.

Romerio Dexeus, C., Paton, J. (2020); Innovación turística y especialización inteligente en España. Palancas imprescindibles para la recuperación, Informe COTEC.

SEGITTUR (2015): Libro Blanco Destinos Turísticos Inteligentes. Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro.

Palabras Clave: *destino turístico inteligente, innovación, turismo inteligente*

Clasificación JEL: C10, O30, R42.