

**Título**

iTurismo: innovación, inclusión e integración, al servicio del destino turístico.

**Temática**

Comercialización Digital y nuevas tendencias en servicios

**Campo Laboral**

Gestión Pública

**Profesional**

ANTONIO PIETRAVALLO, MAT #522  
EUROIDEAS SRL, Socio Fundador

**E-mail**

[antonio@euroideas.com.ar](mailto:antonio@euroideas.com.ar)

## **RESUMEN**

En la actualidad existen fuerzas que están redefiniendo la INDUSTRIA TURISTICA. Nos referimos a los altos niveles de competitividad, la globalización, los cambios en los hábitos y demandas de los clientes, la complejidad del entorno, y la irrupción de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Mientras estas fuerzas están provocando la necesidad de cambios en las estructuras políticas y económicas, es necesario un espacio virtual donde la administración pública y las organizaciones privadas aúnen esfuerzos para la comercialización y la gestión del destino turístico. Si pensamos por un instante en el ciclo de vida del viaje turístico, vemos que la sociedad del conocimiento ha generado un profundo impacto en los hábitos relacionados con todas las actividades sociales, culturales y económicas. Y SER PROTAGONISTAS de este cambio de paradigma en la industria del turismo y la hospitalidad, con un impacto transversal en múltiples ámbitos de nuestra sociedad, es lo que nos motiva a desarrollar y ejecutar este apasionante proyecto cuya esencia se basa en innovaciones tecnológicas aplicadas al turismo en pos del desarrollo local de un destino determinado.

La tecnología ha cambiado la forma de planificar y reservar los viajes, pero también la forma de disfrutarlos, de compartirlos y de interactuar con los mismos. El turista actual es exigente, autosuficiente, busca la mejor relación calidad-precio, espera recibir un servicio personalizado y está conectado de forma permanente. Las motivaciones para viajar y las expectativas en relación con el viaje se han hecho más complejas y variadas; los perfiles de los turistas también. Desea que el territorio donde está el destino sea accesible, que esté gestionado de forma integral y que ofrezca una oferta turística coherente, variada y de calidad durante todo el ciclo del viaje (antes, durante y después).

Para hacer frente a esta demanda, se requiere entonces de una industria turística crecientemente tecnificada (organizaciones turísticas públicas y privadas en pleno proceso de transformación digital) en tiempos en que la industria turística ha venido creciendo en tamaño, complejidad y diversidad de actores (irrupción de los nuevos operadores nativos digitales). Podemos decir entonces, que estamos ante una industria sometida a las nuevas reglas de juego, nuevos modelos de negocio, impuestas por el nuevo medio digital dotado de nuevas herramientas de posicionamiento, promoción y comercialización de empresas y destinos turísticos, que exigen nuevas capacidades y estrategias de naturaleza distinta.

En este contexto, nos encontramos además con un nuevo turista al que llamamos ASPIRACIONAL, porque considera las escapadas una necesidad. Según datos de la Secretaría de Turismo de la Nación, en el año 2017 existió un movimiento de 52 millones de turistas en el mercado interno, de los cuales 10,6 Millones corresponden a fines de semana largos. Además, la creciente necesidad de las empresas por la continuidad de los recursos humanos, impulsa que dentro de lo posible su personal fraccione las vacaciones anuales en múltiples escapadas a lo largo del año. Podemos decir entonces que las ESCAPADAS son una tendencia consolidada a lo largo de todo el año. Es así como luego de un exhaustivo análisis, observamos que en general las Direcciones de Turismo de los Municipios carecen de un Registro de Prestadores Locales enriquecido y digital, que le permita al viajero identificar fácilmente qué hacer en cada destino y a quién contratar para tal fin; al mismo tiempo en que las grandes agencias de turismo online – léase, “OTA” (del inglés “Online Travel Agency”) - dejan un gran espacio vacío debido a que este canal de venta masivo se concentra casi exclusivamente en los atractivos de los grandes centros urbanos y/o destinos turísticos ya maduros y consolidados, haciendo que gran cantidad de prestadores locales en destinos emergentes se sientan fuera del circuito comercial a la hora de querer ofrecer y promocionar sus productos, servicios y microemprendimientos. Así como también hacemos hincapié en la importancia de la necesaria sinergia público-privado luego de que múltiples experiencias en el sector, nos demuestran que los esfuerzos público y privado por separado, no son suficientes para desarrollar sostenidamente un destino turístico cuando su transversalidad impacta sendos aspectos de la vida cotidiana de los residentes locales.

Atentos a estos desafíos y con la asistencia del Programa FONDO SEMILLA del Ministerio de Producción de la Nación<sup>1</sup>, desde EUROIDEAS SRL<sup>2</sup> diseñamos y construimos la plataforma iTurismo que da respuesta a esta necesidad insatisfecha en un momento muy particular, ya que la actual coyuntura país favorece el desarrollo del turismo interno. Sin embargo, esta nueva realidad nacional requiere no solamente diseñar y ejecutar planes de infraestructura que permitan mejorar las redes viales, aeroportuaria, y ferroviaria, entre otros, sino también fortalecer institucionalmente a los municipios con herramientas innovadoras que los ayude a desarrollar una atractiva oferta turística local y acercarla al potencial viajero.

---

<sup>1</sup> Providencia Número: PV-2019-06891885-APN-DNCE#MPYT con fecha 5 de Febrero de 2019

<sup>2</sup> EUROIDEAS SRL, una empresa radicada en la localidad bonaerense de General La Madrid con 15 años de experiencia en la industria del Turismo y la Hospitalidad ([www.euroideas.com.ar](http://www.euroideas.com.ar))

Por ello en el año en que la Organización Mundial del Turismo (OMT) nos propone como lema “la innovación y la transformación digital”, y en el marco del Primer Congreso de Profesionales en el Turismo, acercamos a la Comunidad de Profesionales esta solución innovadora, inclusiva e integradora, con el fin de convertirla en el punto de partida para la transición de destinos emergentes hacia destinos turísticos inteligentes.

Según esta misma organización<sup>3</sup> –dependiente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)- los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) son un instrumento clave de desarrollo, y los define de la siguiente manera: “los Destinos Turísticos Inteligentes son clave para el desarrollo sostenible y contribuyen, no solo a introducir mejoras para el sector turístico, sino también para el conjunto de la sociedad”. Adicionalmente destaca que, “el uso de soluciones tecnológicas que plantea el modelo de destino turístico inteligente contribuye a mejorar el proceso de toma de decisiones informadas, a la priorización de medidas y a la anticipación de futuros escenarios, lo que es esencial para la gestión responsable del Turismo y su impacto”.

Es así como el proyecto brinda servicios a 3 grupos de usuarios: (A) Visitantes del Sitio/Viajeros, (B) Municipios/Dirección de Turismo local, y (C) Prestadores locales. Esto ocurre gracias a una plataforma turística cuyo corazón es una base de datos centralizada, que funciona como un Registro Central de Prestadores Locales (Alojamiento, Gastronomía, Actividades, Transporte, etc.). Más aún, podríamos imaginarnos a este espacio digital como una OFICINA DE TURISMO VIRTUAL que será la unidad de información no solamente para el destino en cuestión sino también para todos aquellos corredores turísticos de los cuales forme parte el municipio adherido.

Además, la plataforma iTurismo resuelve una problemática insatisfecha tanto para el universo de posibles viajeros, los prestadores turísticos locales, y las municipalidades; más concretamente de las Direcciones de Turismo de cada Municipalidad que más temprano que tarde necesitarán encarar un proceso de reconversión de sus distritos en destinos turísticos inteligentes, si es que desean estar a la altura de las nuevas exigencias del turismo en su conjunto.

La filosofía del proyecto es entonces vincular de manera eficiente al sector público y privado a través de una moderna plataforma digital que acerque a los potenciales viajeros con los posibles prestadores locales a través de Oficinas de Turismo y Corredores Turísticos virtuales, especialmente en tiempos donde cambian los paradigmas y se produce un cambio generacional, con teléfonos celulares que ya no se los utiliza mayormente para hablar sino para buscar información en Internet. Considerando estas cuestiones, iTurismo contribuye a romper la estacionalidad en cada uno de los destinos, acercando viajeros a lo largo de todo el año con propuestas de distinto tipo.

Por definición, un DESTINO TURISTICO INTELIGENTE es un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, que promueve la accesibilidad universal, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes.

Sobre estos principios rectores, diseñamos una solución cuya base de datos organizada y clasificada, se encuentra siempre lista para dar respuesta a las 5 preguntas básicas que realiza cualquier turista que piensa visitar un nuevo destino:

¿Dónde dormir? ¿Dónde comer? ¿Qué hacer? ¿Qué visitar? ¿Qué comprar?

---

<sup>3</sup> OMT: Organización Mundial del Turismo, Sitio web: [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org)

La propuesta es que la comunidad de usuarios encuentre una respuesta rápida a estas cinco preguntas básicas pero fundamentales, con el valor agregado que significa el hecho de que las Direcciones de Turismo y Producción locales sean los validadores de la existencia y buen funcionamiento de cada prestador local.

Sin olvidar que existen otras personas y organismos que necesitan de datos actualizados acerca de los prestadores turísticos y proveedores locales, para poder tomar decisiones y generar nuevas ofertas que impulsen el turismo, fortalezcan la economía, fomenten el desarrollo local y contribuyan al arraigo de los lugareños. Cabe destacar que estas acciones en su conjunto construyen comunidad detrás de una misma marca ciudad en la cual todos creen y se comprometen a trabajar conjuntamente desde las diferentes áreas del gobierno local.



El objetivo es claro: ofrecer al viajero el modo más sencillo y eficaz de organizar su viaje o paseo, y brindar a los prestadores locales, en cada uno de los ámbitos, la mejor plataforma para atraer clientes a su emprendimiento.

Si pensamos por un instante en el ciclo de vida del viaje turístico, vemos que la sociedad del conocimiento ha generado un profundo impacto en los hábitos relacionados con todas las actividades sociales, culturales y económicas. Y el turismo no es ajeno a ello. Ha sufrido en la

última década un cambio significativo en los hábitos de consumo del viajero: en su forma de buscar información, de comprar, de viajar, de visitar lugares, etc.

Debido a ello, la industria turística está evolucionando hacia la concepción de nuevos modelos de servicios y productos turísticos integrales más flexibles e individualizados. Y en este contexto, la tecnología sirve de base para generar nuevos modelos de negocio turístico que acompañen al visitante en las tres fases del viaje:

- Antes del viaje: aplicación de las tecnologías antes de iniciar un viaje utilizando Internet para obtener información y reservar o comprar los servicios.
- Durante el viaje: generando una mejora significativa de la experiencia del viaje y contribuyendo a satisfacer las expectativas de los visitantes.
- Después del viaje: el reto principal de las empresas y los destinos es saber dónde, cómo y quién habla de sus productos y servicios. De este modo, será posible conocer el grado de satisfacción real de los turistas y poder aplicar sistemas de mejora continua, así como desarrollar nuevos sistemas de fidelización.

La intención de convertirse en un Destino Inteligente supone la puesta en marcha de una estrategia de revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología. Este proceso permite aumentar su competitividad, no sólo por un mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos, sino por la identificación y creación de otros; la mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización; o el uso de fuentes de energía renovables. Todo debe estar enfocado a impulsar el desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes (medio-ambiental, económica y socio-cultural), mejorando como consecuencia la calidad de la estancia de los visitantes y la calidad de vida de los residentes.

De este modo, será posible lograr a corto plazo el incremento de la competitividad y, a medio-largo plazo, mejorará la eficiencia de los procesos de producción y comercialización, se incrementará el empleo, las rentas fiscales y, lo más relevante, se percibirá un claro aumento en la satisfacción general.

## CONCLUSIÓN

Por el trabajo realizado a la fecha, podemos inferir una serie de beneficios de la estrategia propuesta entre las que se destaca el fortalecimiento institucional de las Direcciones de Turismo locales a través de una mejora o incremento en la gobernanza, sostenibilidad y accesibilidad del destino turístico en cuestión.

Un destino turístico que luego del proceso de transición hacia un modelo de Destino Turístico Inteligente, logrará mayor competitividad y un buen grado de diferenciación mejorando la calidad de vida de los residentes locales. Destacamos además la importancia de la sinergia público-privada que se verá claramente incrementada, así como también una mejora en las relaciones turista-residente y destino-empresas, que devengarán en una mayor rentabilidad y atractivo del destino turístico dado.

El concepto de excelencia en los destinos turísticos hace referencia a la calidad integral del destino turístico, pero fundamentalmente a la consideración de la calidad en el servicio de atención al cliente, la relevancia de su opinión, la competitividad y a la sostenibilidad.