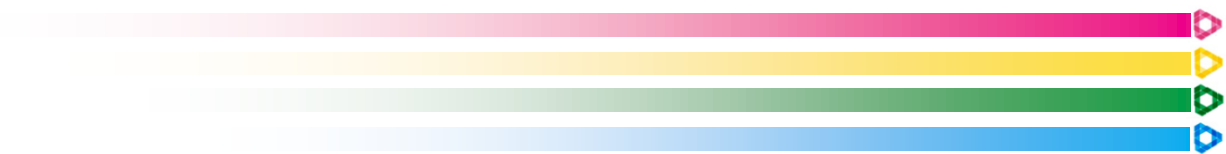


Oficina de Información Turística del Siglo XXI

Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

El proyecto **Destinos Turísticos Inteligentes** es una iniciativa pionera de la *Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, SEGITTUR*, impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo de España, con el fin de adaptar los destinos turísticos a los retos del futuro y contribuir a su conversión hacia un nuevo modelo basado en la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad.



Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

La necesidad de ofrecer servicios para el turista que sean diferenciales y altamente competitivos, obliga al sistema turístico español a buscar nuevos mecanismos para impulsar la innovación. En este ámbito **la generación de conocimiento y las nuevas tecnologías son la base para que la política turística española siga manteniendo su posición como líder referente a nivel mundial.**

Para seguir manteniendo la posición de liderazgo se creó la hoja de ruta del Gobierno Español en materia de turismo mediante el denominado Plan Nacional Integral del Turismo 2012-2015. Dentro de las diferentes acciones recogidas en el plan se encuentra la medida: “Destinos Inteligentes: innovación en la gestión de los destinos” que pretende establecer mecanismos adecuados para facilitar la rápida incorporación de innovaciones en los destinos turísticos, dotándolos de tecnología, fomentando el desarrollo sostenible (en sus diferentes vertientes) y generando experiencias turísticas integrales. Entre las iniciativas a poner en marcha de cara al desarrollo del proyecto “Destinos Inteligentes” se contempla **“la definición de un nuevo modelo de oficina de información turística en destinos**, que facilite su estandarización y puesta en marcha por las CC.AA y localidades: la Oficina de Turismo del Siglo XXI”.

La nueva oficina turística se constituye como un sistema de gestión de la información, con capacidad de promocionar y comercializar el destino en tiempo real. Para ello se hace un uso intensivo de las tecnologías. Podemos destacar: pantallas táctiles, apps turísticas del destino, gestión de la oferta, gestión de la información, reservas de actividades y experiencias turísticas, hiper-segmentación del consumidor mediante herramientas de Big Data, etc.

La oficina de turismo del siglo XXI será una oficina orientada a revalorizar y comercializar el destino, promocionando las regiones menos conocidas por el turista, facilitándole la interpretación del destino y aportando información valiosa a los gestores del mismo. Los sistemas tecnológicos facilitarán la conectividad entre oficinas turísticas, dinamizarán la gestión eficiente de la información entre organismos públicos, agencias de viajes, otras empresas turísticas del sector y visitantes.

A continuación, se enumeran las dimensiones más relevantes que se deben contemplar a la hora de desarrollar la nueva oficina turística del siglo XXI:

Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

Innovadora

- **En el diseño**, la elección y utilización de los materiales. El mobiliario y el equipamiento informático deben ser de última generación.
- **Un nuevo concepto de oficina**, creada para recibir, acoger, comunicar, escuchar y compartir. Un espacio para el encuentro, la sorpresa y el descubrimiento, donde la atención al cliente jugará un eje central de la experiencia a la hora de visitar las instalaciones.
- **Pensada para la ciudad**, para sus habitantes, para quienes quieren conocernos, para quienes buscan descubrir planes, rutas y propuestas, para todo el mundo.



Tecnológica

- **Área Tecnológica** compuesta por grandes mesas o mostradores táctiles, equipadas con ordenadores de última generación, que incluyan una plataforma de comercialización del destino para informar, compartir y reservar experiencias en el destino. **Una de las claves fundamentales para este nuevo modelo de oficina es el apoyo a la comercialización de experiencias turísticas para incrementar el grado de atracción del destino.** En este sentido, la oficina integrará tecnologías adecuadas para facilitar las transacciones de negocios entre empresas (B2B) o entre una empresa y los turistas (B2C). A modo de ejemplo estos sistemas de comercialización ya se han puesto en marcha en la Comunidad Valenciana (Travel Open Apps) y en la Región de Murcia (Hermes) dando cabida al sector de alojamientos, agencias de viaje, restaurantes, oferta complementaria y destinos.
- **Videowall** conformado por una pared de pantallas de televisión, que van a permitir proyectar vídeos del destino y retransmisiones en directo a través de “streaming” de eventos que estén aconteciendo en el destino.

Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

- **Zona de descargas**, dotada de tecnología NFC y códigos QR para que el visitante se descargue toda aquella información que le resulte de interés para su viaje, así como las apps del destino.
- **Uso de tecnología inmersiva** (Oculus VR, Global Spain Cube etc.), que permita unir las más avanzadas tecnologías con el componente experiencial del turismo (ver, oler, viajar al pasado, etc.). De esta manera, es posible interactuar con vídeos e imágenes del destino, productos y servicios turísticos de manera inteligente y personalizada. Esta tecnología se puede utilizar para dotar de tridimensionalidad a objetos de dos dimensiones, como mapas o guías turísticas. También permite la recreación histórica de edificios y monumentos antiguos, añadiendo capas de información sobre la imagen real, modificándola para que el usuario la observe cómo era originalmente o insertar personajes virtuales (guías) que sitúen al usuario en el contexto histórico del que se trate. Estos sistemas pueden ser interactivos mediante sensores que permitan al usuario interactuar mediante gestos o movimientos con lo que está ocurriendo en ese momento.

Un ejemplo de aplicación es el Centro de Interpretación Vulcanológico de El Hierro, en el que unas pantallas con sensores *Kinect* reaccionan a los gestos de los visitantes mostrándole los diferentes contenidos.

- **Video Mapping**: Es una técnica que consiste en proyectar imágenes sobre una superficie para conseguir efectos de movimiento o 3D. Lo más habitual es proyectar imágenes sobre edificios, aunque es posible realizarlo sobre cualquier otro objeto, acompañado de efectos visuales y sonoros, aportando una mayor espectacularidad. **Es una herramienta que permite dar vida a los edificios recreando ilusiones ópticas, dando volumen y tridimensionalidad a las superficies de proyección.** Esta tecnología tiene un gran valor porque permite crear contenidos artísticos que den información sobre el destino y un espectáculo audiovisual nocturno incrementando el potencial de pernотaciones. Un ejemplo de uso turístico de un espectáculo de video mapping en exteriores es el que se proyecta desde 2012 en la fachada del ayuntamiento de Sevilla. Se hizo como experiencia piloto ese año y debido al éxito y la repercusión que ha tenido, se repite cada año.
- **Beacons**: Es una herramienta de marketing de proximidad. Los “beacons” interactúan con dispositivos móviles a través de aplicaciones enviando los mensajes (ofertas, propuestas, etc.) de interés para el visitante. En el caso de la Oficina de

Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

Información Turística, los “beacons” se pueden usar en el interior para generar interacción con los visitantes en función de la zona en la que estén.

- **Libro de visitas interactivo**, que permita al visitante grabar o compartir su experiencia de viaje tanto en redes sociales como con otros viajeros, lo que ayudará a que futuros visitantes de la oficina y del destino puedan hacerse eco de las opiniones y decidir en tiempo real cuál puede ser la ruta a seguir.

Finalmente es interesante destacar soluciones alternativas que la Oficina de Turismo podría poner a disposición de los visitantes:

- **Soluciones de conectividad móvil (mi-fi)** para los usuarios a través de routers portátiles que funcionan con tarjetas 4G de operadores nacionales y soportan la conexión de hasta cinco dispositivos. Otros servicios podrían ser las tablets con conexión 4G que incorporaran todas las aplicaciones turísticas preinstaladas que pueda necesitar el visitante.
- **Dispositivos wearables**: a modo de ejemplo podemos mencionar las pulseras inteligentes para niños que envían un mensaje al dispositivo móvil que se configure (el de los padres normalmente) cuando el niño se aleja más de una distancia determinada. Estos dispositivos son relativamente económicos y pueden ofrecer un servicio de valor añadido en destinos de turismo para familias. A medida que se extienda el uso de los *wearables* las aplicaciones que se desarrollen en los destinos deberán tener en cuenta este tipo de dispositivos. Por ejemplo, en una zona equipada con *beacons* el turista puede recibir alertas en un *smartwatch* en lugar de tener que estar pendiente de su *smartphone*.



Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

Sostenible

- **Utilización de materiales locales y socialmente responsables**, que permitan reconocer la concienciación del destino con la sostenibilidad.
- **Diseño sostenible mediante iluminación de tecnología LED**, esta tecnología utiliza menos energía que la mayoría de las lámparas, duran más por lo que generan menos residuos y no contienen mercurio.
- **Aprovechamiento de la luz solar**, mediante la colocación de sistemas que permitan multiplicar el aporte de luz natural a la oficina, así como paneles solares que permitan mejorar la eficiencia energética de la instalación.



Accesible¹

En el exterior

- **Incorporación de códigos QR y chips NFC**. Estos códigos permitirán descargar elementos multimedia en diferentes idiomas para las personas con discapacidad visual y un vídeo signado para aquellos visitantes con discapacidades auditivas. Las indicaciones o señaléticas deben estar en braille y alto relieve. Estas indicaciones deben estar situadas a una altura comprendida entre 90 cm y 1.75 cm para que puedan ser leídas con la mano (datos facilitados por PREDIF).

En el interior

¹ A todos estos componentes opcionales se les superpone la exigencia de que la oficina cumpla los requisitos mínimos a los que obliga la normativa en accesibilidad.

Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

- **Planos de evacuación y señalética**, fotoluminiscentes, accesibles al tacto, con alto relieve y en braille.
- **Mostradores adaptados**, bucle magnético para personas con discapacidad auditiva y lupas para aquellas con dificultades en la visión, plano de la ciudad en braille y alto relieve.
- **Sistemas podotáctil de encaminamiento**
- **Zona tecnológica adaptada**, con teclados y ratones igualmente adaptados. Los equipamientos informáticos contarán con un software JAWS², un lector de pantalla destinado a personas invidentes.
- **Planos y maquetas en relieve**
- **Servicio de préstamos de sillas de ruedas u otros dispositivos**, para visitantes con movilidad reducida.



² <http://goo.gl/OUukCn>

Destinos Turísticos Inteligentes

Oficina de Información Turística del Siglo XXI

Experiencial

Mostradores de atención personalizada, atendidos por profesionales multidisciplinares, con capacidades idiomáticas y formativas que satisfagan todas aquellas necesidades que puedan demandar los turistas y visitantes del destino. Los mostradores deberán estar adaptados para personas con movilidad reducida.

Shopping experience, mediante la colocación de paneles LED que admitan la integración de programas de realidad aumentada para poder comprar *merchandising* del destino, entrada a eventos, etc. Se habilitarán sistemas de pago vía móvil para completar la experiencia de compra.

Sistemas de gestión de tiempos de espera para la atención en los mostradores. Se habilitarán dispositivos que avisen al turista de su turno de atención personalizada con el objetivo de evitar colas y poder aprovechar el tiempo de espera disfrutando de otras experiencias dentro de la misma oficina.

Pantallas LED en los exteriores, que despierten las emociones y deseo de vivir experiencias en el destino, no solo a través de las imágenes en ella proyectadas sino también de la música.



Adicionalmente, se recomienda fomentar la implementación de [planes de prevención del contagio de enfermedades](#) en estos espacios.