

X JORNADES DE TURISME
DE LA UNIVERSITAT DE LLEIDA

NOVES TECNOLOGIES APLICADES AL TURISME



Flash Informatiu 1 (2022)



Universitat de Lleida
Càtedra de Turisme
d'Interior i de Muntanya



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

Resum executiu de les
Desenes Jornades de Turisme de la
Universitat de Lleida

*Noves Tecnologies Aplicades al
Turisme*

Febrer de 2022

Direcció: Eduard Cristóbal

Redacció: Daniel Paül i Jaume Macià

Flash Informatiu 1 (2022)



Universitat de Lleida
Càtedra de Turisme
d'Interior i de Muntanya




Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

INTRODUCCIÓ

Les X Jornades de Turisme sobre Noves Tecnologies Aplicades al Turisme, tenen com a finalitat analitzar les oportunitats que brinden les noves tecnologies en l'àmbit del Turisme i donar a conèixer tant a estudiants de Turisme, ADE, Geografia, com de qualsevol altra titulació com enginyeria informàtica o altres però també als empresaris del sector turístic de Lleida els canvis i possibilitats que proporcionen.

Aquestes jornades tenen un caràcter formatiu i estan orientades tant a estudiants com a empresaris i emprenedors que vulguin aprofundir en els seus coneixements del àmbit turístic i l'aplicació de les noves tecnologies.

Es tracten temes relacionats amb la innovació, les noves tecnologies aplicades a la comercialització, la distribució online, els processos d'integració de les noves tecnologies que tenen lloc dins de les empreses turístiques per a crear i comercialitzar productes o serveis que contribueixen a millorar la seva competitivitat, entre altres.

Aquestes jornades, han arribat a la seva desena edició, amb una oferta de conferencians molt àmplia i variada i on podem afirmar ja que estan consolidades i són una cita ineludible per als empresaris del sector turístic i per a les persones que treballen en les diferents institucions públiques relacionades amb turisme, tant de la Plana de Lleida com del Pirineu, prova d'ell és l'assistència any rere any de persones vinculades professionalment al món del turisme d'interior i de muntanya.

Alice Fauveau (CEO de Focus on Women, Viajes para mujeres culturalment inquietas)

Neolujo y Mujer: un nuevo mundo

La xerrada d'Alice Fauveau va transmetre entre el públic la seva vitalitat i passió pels viatges, així com diverses projeccions sobre el futur dels desplaçaments turístics.

La ponent, que ja havia intervingut en anteriors edicions de la Jornada de Turisme de la Universitat de Lleida, es va presentar com “una mujer de acción”, tot assenyalant algunes professions que havia volgut exercir o que va portar a terme en el passar: arqueòloga, diplomàtica, economista, cantant d'òpera o cooperant. Un conjunt variat en les quals el fil conductor ha estat “seguir mis sueños”.

Aquesta experiència prèvia li va servir per identificar com les dones del món estan fent coses increïbles, però que poca gent parla d'elles. Calia posar-ho en relleu. Per aquest motiu volia treballar en alguna cosa que deixés petjada en la societat.

L'any 2009, en plena crisi econòmica, va crear la seva empresa, que s'adreçava a un nínxol de mercat nou, en un país que encara no estava preparat per aquest tipus d'activitats. A més era una empresa online, que tampoc existia. El camí transcorregut des de llavors no ha estat fàcil, i ha hagut de superar dues fallides, una el 2014 i l'altra per la pandèmia, el 2020.

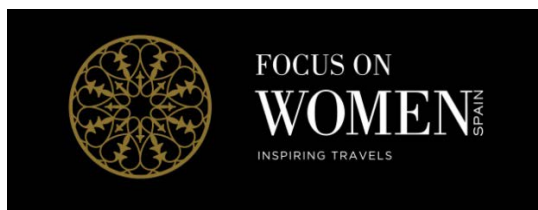
La idea far de l'empresa era (i és) visibilitzar la cultura de la dona a través dels viatges. Per exemple, veure dones que fan sumo al Japó; visitar una perruqueria a Iran, un dels pocs llocs on les dones es poden expressar lliurement; contactar dones guies, en països on poques vegades exerceixen aquesta funció; en definitiva, entrar a l'esfera privada. Tot això apostant per una elecció conscient dels llocs visitats, prioritzant empreses liderades per dones i sense excloure els homes “esperits femenins que volen saber què passa”. Aquest és, segons la ponent, el factor diferencial de l'empresa.

Així mateix es va assenyalar algunes de les tendències que poden afectar al futur del turisme a les terres de Lleida. S'assenyala que la imatge ja està molt vista i que tothom pot accedir a ella. El que el turista valora cada cop més és aquest contacte amb l'esfera privada. Un aspecte que va definir com a Neoluxe.

A diferència del luxe tradicional basat en els diners, el Neoluxe és un luxe accessible a les classes mitjanes, vinculat no a propietats, sinó a experiències. Un aspecte que els propers anys atraurà al turista. Aquest concepte de Neoluxe es basa en el convenciment de la ponent que els viatges del futur seran més cars, més incòmodes i més difícils per les noves normatives. Aquests aspectes comportaran que hi hagi gent que no pugui pagar el turisme, però una part important viatjaran, encara que diferent. Ja no viatjaran per donar-se importància. Aquest turisme es deixarà de fer per incòmode. I aquí els destins, com Espanya, basats en la massificació, patiran molt.

Ara bé, això no vol dir que no es viatgi. Qui abans feia tres viatges, ara potser només en fa un. Però voldrà que tingui tot el valor afegir possible. Així, la ponent pronostica que el turista del futur serà més exigent (i més informat sobre temes sostenibles), més responsable i més viatjat.

Un canvi en el sector del turisme en el qual podem considerar que els destins lleidatans, generalment poc massificats, estan molt ben posicionats.



Alan Navarro (Invelon)

Realitat virtual i augmentada per a la transformació digital de les empreses turístiques.

La xerrada d'Alan Navarro, que inicialment havia d'impartir Joan Folguera, es va centrar en mostrar el potencial que pot tenir la digitalització en el camp del turisme. Un aspecte, el de la digitalització, que tot sovint es posa sobre la taula, però que poques vegades es tracta de manera concreta, tal i com sí que es va fer en aquesta xerrada. A més, la presentació va tenir el valor afegit de procedir d'una empresa lleidatana, impulsada per antics alumnes de la Universitat de Lleida, i que s'ha transformat en una empresa referent.

La presentació va començar exposant la diferència entre realitat virtual (treballar en espais creats des de zero) i realitat augmentada (imatges reals on es projecta informació virtual). La combinació d'aquestes dues tècniques permet obrir un camp de noves possibilitats aplicades al turisme.

Entre els exemples citats durant la ponència podem trobar el de la creació d'eines que ajudin en la tasca dels guies d'explicar com era un espai. Es va mostrar, dins d'aquest grup, exemples de realitat augmentada, amb la recreació d'esglésies en època de les creuades. Igualment es va mostrar un vídeo realitzat per al Centre d'Interpretació de la Pedra Seca de Torrebesses on, amb realitat virtual, es mostra com es construeix una cabana de volta.

Altres exemples series gravacions de 360 graus que ofereixen informació sobreposada, complementària, que ajuda a fer arribar la informació a un nou públic. Un exemple el trobem en tours virtuals com el mostrat de Tarragona, que permet veure elements avui desapareguts. Però també el podem trobar en visites que permetin veure habitacions d'hotel o allotjaments rurals en 360 graus abans de fer una reserva.

Una altra línia seria la de la realitat virtual aplicada a congressos o a entorns virtualitzats pels clients, camp on actualment hi estan treballant diverses empreses.

Finalment es va mostrar exemples de catàlegs en 3D, com un fet per a Ara Lleida, que permet als turistes veure les pistes d'esquí en 3D. O un projecte realitzat per Manresa, que permet digitalitzar el casc antic i veure com era en època de Sant Ignasi de Loiola. O elements aplicats a restaurants, que permeten veure les tradicionals cartes en 3D, amb recreacions dels plats que s'ofereixen. Una demostració de com, progressivament, aquesta tecnologia es va fent més accessible a petits negocis. Un camp, el dels petits negocis, on fins i tot pot ser més econòmic aplicar alguna d'aquestes solucions ja que l'aspecte tecnològic ja està desenvolupat i la complexitat tècnica d'un petit negoci és molt menor que el d'una gran empresa.

En definitiva, el ponent va assenyalar que actualment s'està en una fase inicial d'estudi de fins on es pot arribar amb aquesta tecnologia. Una tecnologia que ens els propers anys ha de fer un salt endavant important i on el turisme hi tindrà un paper destacat. En aquest sentit, disposar d'una empresa lleidatana potent en aquest àmbit pot ajudar a un important impuls a l'economia lleidatana.



Jacques Bulchand-Gidumal (catedràtic d'Organització d'Empreses de la Universitat de Las Palmas de Gran Canaria)

Tecnologia y turismo: del trabajador aumentado al teletransporte

La conferència de Jacques Bulchand es va centrar en la importància, cada cop més rellevant, de la tecnologia en el sector turístic i com aquesta cada cop és més present en l'àmbit laboral del sector turístic.

La presentació va començar exposant com el sector turístic ha sigut un dels principals àmbits on s'han implementat moltes de les noves tecnologies en els últims 30 anys, des del comerç electrònic a la realitat augmentada. En la ponència també es van revisar les principals tendències que afectaran al sector en els pròxims 10 anys i com el COVID ha avançat l'ús de la tecnologia en el sector.

Entre molts aspectes es va parlar del treballador augmentat, les condicions del treballador en el sector turístic, la intel·ligència artificial, el big data, la robòtica, el blockchain, la realitat virtual, el metavers i el teletransport.

Part important de la ponència es va centrar en la IA (Intel·ligència Artificial) i com actualment aquesta és present en gairebé totes les àrees de viatges i turisme, apareixent en diferents tipus d'aplicacions, com sistemes de personalització i recomanació, robots, sistemes conversacionals, agents de viatges intel·ligents, sistemes de predicció i previsió, aplicacions de traducció d'idiomes i de veu i sistemes de reconeixement i processament del llenguatge natural. També es van destacar en com les millores recents en big data, algorismes i poder de còmput han permès millores significatives en la IA. I sobretot, com la IA ha canviat i està canviant els principals processos en la indústria del turisme.

Es va abordar la rellevància de la Tecnologia de la Informació en quant als viatges i el turisme, les diferents aplicacions d'Intel·ligència Artificial disponibles en el sector turístic i com la majoria d'aquests sistemes d'Intel·ligència Artificial s'estan implantant a l'hostaleria. També es va assegurar que l'automatització i robotització de les feines provocarà la destrucció de llocs de treball turístics, encara que al igual que en altres períodes de la història, com la Revolució Industrial, aquests es recuperaran a través d'altres tasques relacionades amb l'ús de la tecnologia.

Finalment la xerrada va concloure amb l'explicació sobre els reptes als quals s'enfronta la IA en el sector turístic i com aquesta pot ajudar a canviar les condicions laborals cap una major qualitat de vida en el treballador i com afrontar alguns dels problemes que presentava el model de massificació turística abans de la pandèmia i que presentarà després de la pandèmia. Ja que, en paraules del conferenciant, tornarem a les xifres turístiques pre-pandèmia en un o dos anys i la solució han de ser les destinacions turístiques intel·ligents, l'ús de la tecnologia i l'ús d'accions concretes i específiques que ajudin a la preparació per a la gestió de la crisi i la recuperació postcrisi.



Ramón Martín (director de Gymkana Digital Turística)

Gamificación digital en turismo

“Els jocs interactius poden ser una opció per ajudar a desestacionalitzar el turisme”, així va començar la xerrada de Ramon Martín, fundador de Gymkana Digital Turística. Una empresa digital basada en la creació de jocs de pistes on els viatgers han d'anar recorrent els carrers d'un municipi resolent enigmes vinculats a la història i al patrimoni d'un lloc a través del mòbil.

La ponència es va centrar en explicar com el concepte de la “gamificació” ha guanyat importància en les vides de les persones i com aquest concepte ajudarà a donar resposta a la pregunta “Com ens hem de vendre a les destinacions?” . Segons el ponent, la resposta passa sens dubte, per un màrqueting que va a l'essència de la vinculació emocional entre el visitant i el destí. També es va explicar, com el joc, juntament amb la tecnologia, ens permet despertar emocions als usuaris i crear-ne una vinculació amb el destí.

Part important de la xerrada també va explicar com Gymkana Digital Turística fomenta la descentralització i la pràctica d'un turisme sostenible, ja que incentiva l'usuari a practicar un tipus de turisme rural mitjançant una campanya de conscienciació a les xarxes socials, que promou la responsabilitat de moviment en una realitat postpandèmica.

Es va explicar que l'espai principal d'implantació del projecte són els municipis rurals i allunyats d'espais massificats i turistificats, perquè és un projecte alternatiu que ha d'ajudar a aquests municipis a impulsar i posar en valor el seu patrimoni cultural, normalment poc explotat. Per Ramon Martín, Gymkana Digital Turística revifa l'economia dels pobles mitjançant la millora de l'experiència turística que s'ofereix i també fomenta el comerç de proximitat ja que el visitant passeja i juga mentre visita els carrers del municipi.

Encara que els municipis rurals i poc turístics són els principals punts d'implantació també hi ha ciutats, com Barcelona, que han sol·licitat els seus serveis ja que pot servir com a eina de deslocalització turística i per evitar la massificació en punts neuràlgics i turistificats de la ciutat.

Com a exemples, el ponent va citar la implantació de la Gymkana en diferents municipis de la província de Lleida. Municipis com Les, Bossòst, Naut Aran i Alins que ja compten amb les seues pròpies rutes que expliquen una història relacionada amb la localitat. També es va destacar la posada en marxa d'un tipus de joc diferent a l'Espluga Calba, que compta amb una aplicació basada en la realitat augmentada en què personatges virtuals condueixen els visitants a través d'una història que té lloc a mitjans del segle XVIII.

Finalment el ponent va assenyalar que es tracta d'una oferta d'ús gratuït, l'objectiu principal del qual és facilitar l'accés a la cultura i la història per a tota mena de consumidors mitjançant la creació d'experiències turístiques gamificades i que ahora permet a municipis petits oferir un producte diferenciat que fomenta el turisme de proximitat.



Cristina Figueroa, (professora titular del Departament d'Economia i Empresa de la Universitat Juan Carlos I de Madrid)

Tecnología, la mejor amiga de la equidad en el turismo: ¿Realidad o utopía?

La xerrada de Cristina Figueroa es va centrar en mostrar i explicar com la bretxa de gènere persisteix i és més present del que ens imaginem en el sector turístic.

La ponència va començar explicant el gènere com una construcció social. I a través de diferents imatges es va exemplificar l'impacte dels estereotips i les creences al voltant del gènere.

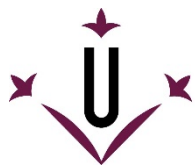
Un dels punts principals de la ponència va ser la explicació de la desigualtat salarial entre homes i dones en el sector hotelier. Es van analitzar els factors que ocasionen i mantenen aquesta bretxa en llocs operatius, intermedis i directius d'aquest àmbit i també va exposar la perspectiva tant del treballadors, com la dels ocupadors, per aportar una visió global sobre una realitat de vital importància dins el sector turístic.

Cristina Figueroa va voler mostrar la realitat de la situació de la dona en el sector turística a través de dades concretes. Es va centrar en l' "Informe mundial sobre las mujeres en el turismo" de la OMT i en el qual ella mateixa va participar. Va destacar que més de la meitat de les persones empleades en el sector turístic són dones, en comparació al 39% del conjunt de la resta de sectors; que en el sector turístic elles guanyen quasi un 15% menys que els homes i finalment que ocupen el 23% de Ministeris de Turisme.

També es va destacar que a mesura que hi ha una major presència de les TIC proliferen formes d'exclusió social; que la tecnologia no es neutra des de una perspectiva de gènere ja que la informàtica i la programació estan associades amb característiques masculines i que la bretxa per raons de gènere en aquest sector comença en la etapa escolar i continua al llarg de la vida de les dones i nenes. Aquesta última dada la va exemplificar amb dades que mostren que sols un 30% de les dones cursa estudis relacionats amb ciència, tecnologia, matemàtiques o enginyeria.

Finalment va apuntar que la tecnologia pot arribar a ser la millor forma per aconseguir l'equitat en el sector turístic. I per aconseguir aquesta equitat mitjançant la tecnologia cal solucionar la bretxa d'accés a internet a través de la bretxa d'accés als mòbils, invertir en emprenedoria femenina, invertir en connectivitat en destins remots, programes de sensibilització en el sector de les TICs i finalment donar suport a la col·laboració entre dones en TICs i startups.

Flash Informatiu 1 (2022)



Universitat de Lleida
Càtedra de Turisme
d'Interior i de Muntanya



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme