

Hacia un turismo inteligente

La Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva se puede aplicar también al sector turístico, siempre teniendo en cuenta una serie de peculiaridades asociadas a esta actividad. AENOR cuenta con un programa de certificación específico para las organizaciones de este sector que ha permitido demostrar que la Norma UNE 166006 es una herramienta que puede contribuir notablemente a consolidar los destinos turísticos de España.



Gerardo Malvido
Gerente de I+D+i
AENOR

La vigilancia tecnológica (VT) es una herramienta fundamental para el acceso a los conocimientos científicos y técnicos necesarios para el desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos en cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño o sector de actividad.

La búsqueda de estos conocimientos no es en absoluto nueva, al contrario, las primeras referencias que tenemos sobre técnicas de clasificación y estructuración del conocimiento se sitúan en los Árboles de Porfirio, clasificación que el filósofo neoplatónico Porfirio (Roma 304 d. C) dio a las *substantias*. En España, las primeras técnicas de análisis y estructuración de la información científica datan del siglo

XIII y se refieren al Arbor Porphyriana de Petrus Ferrandi Hispanus citados en su obra *Summulae Logicales*.

En sectores de actividad industrial, estos antecedentes de técnicas de clasificación se han ido perfeccionando con el tiempo hasta alcanzar hoy grados de extensión y profundidad excepcionales, como es el caso de la Clasificación Internacional de Patentes, instrumento que permite ordenar metódicamente los documentos de más de 90 millones de patentes facilitando, así, el acceso de manera rápida y segura a la información tecnológica y jurídica contenida en ellos.

Encontramos igualmente excelentes ejemplos de sistemas de clasificación, taxonomías, ontologías y bases de datos estructuradas en el sector educativo y del conocimiento científico con ejemplos relevantes en tesinas, tesis doctorales o publicaciones científicas de carácter gratuito o bien de acceso mediante pago.

Gracias, en gran medida a la accesibilidad de la información y al incremento de la capacidad de cálculo derivado de los decrecientes costes de las

tecnologías de la información, actualmente muchos sectores, y en especial aquellos compuestos por numerosas pequeñas y medianas empresas, están empezando a introducir la función de inteligencia en sus estructuras.

Si bien la introducción de la función de inteligencia se está concentrando en sectores emergentes, como la biotecnología o nanotecnología, hay otros sectores de actividad tradicionalmente considerados —equivocadamente— ajenos a esta función. Es el caso del sector turístico que, de manera menos estructurada, lleva ya años adaptándose al entorno *on line*, analizando la huella digital de miles de usuarios sobre el tipo de consultas realizadas vía web, los días de la semana con mayores picos de afluencia o los destinos más solicitados para construir su oferta comercial.

La UNE 166006 como herramienta

La vigilancia y el análisis de estos factores de carácter no científico-tecnológico se realiza a través de técnicas de inteligencia, herramienta que a lo largo de su corta existencia y, en función de los diferentes objetivos que ha ido incorporando, ha recibido diferentes denominaciones tales como Inteligencia Económica, Inteligencia Estratégica, Inteligencia Competitiva o más recientemente Inteligencia Colectiva.

Con independencia de la denominación utilizada, se refiere al conjunto de conceptos, métodos y herramientas que unifican todas las acciones coordinadas de investigación, la adquisición, tratamiento, almacenamiento y difusión ►►





EXPERIENCIAS

Nuevos desafíos

Washington Marcos Pees

Travel Manager
CV Incoming

CV Incoming es una pequeña agencia de viajes receptiva especializada en contenidos temáticos de alto valor para la experiencia del usuario. Su gran conocimiento del sector turístico y de la Comunidad Valenciana, su continua apuesta por la innovación y la capacidad de gestionar contenidos digitales de manera avanzada, ha hecho que la dirección no dejara escapar la oportunidad de participar en la primera convocatoria de Ayudas de la Agencia Valenciana de Turismo para implantar y certificar sistemas de Inteligencia Turística.

Los nuevos turistas han cambiado sus hábitos de viaje y las agencias deben adaptarse a este nuevo entorno. Nuestro objetivo era activar en CV Incoming un *catálogo visual* que permitiera ordenar las experiencias turísticas por temas, haciendo posible geoposicionarlas, categorizarlas y filtrarlas por diferentes atributos. Esta plataforma está dirigida al cliente final (B2C), así como a otros agentes de viaje internacionales (B2B). En este sentido, la aplicación de la inteligencia turística como estrategia de competitividad ha permitido actualizar la información y datos de nuestro *catálogo visual* y de las correspondientes experiencias y sus respectivos autores. La especialización inteligente de los territorios supone un desafío para los profesionales del sector turístico, ya que no sólo deben elegir los productos turísticos de cada zona sino tener la capacidad de encontrar clientes potenciales para ellos.

La certificación AENOR de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva según la Norma UNE 166006 nos ha permitido acotar las verdaderas necesidades de información para cada producto/destino/mercado/cliente. Asimismo, ha supuesto un punto de inflexión para la rentabilidad de CV Incoming, que se ha traducido en un claro aumento en la cuota de nuevos mercados atrayendo nuevos colaboradores, agentes de viajes y clientes, así como usuarios de nuestro catálogo visual.



I+D+i

► de información, correspondiente a individuos u organizaciones en el marco de la estrategia perseguida.

La Norma UNE 166006 *Gestión de la I+D+i: Sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva* utiliza la denominación de Inteligencia Competitiva (IC) en sentido amplio, considerando así que es aplicable a cualquiera de los objetivos planteados, con independencia de si éstos se aplican a mejorar la posición competitiva de la organización, potenciar la capacidad de financiación, incrementar la red de socios y colaboradores o mejorar la capacidad científico-tecnológica de ésta.

En sus contenidos se incluyen herramientas de indudable utilidad cuando se trata de identificar, filtrar, tratar y analizar en profundidad millones de datos estructurados y no estructurados en tiempo real, necesarios para la toma de decisiones en la organización.

El reto fundamental es activar este *sexto sentido* de la organización de manera eficiente, con costes contenidos y adaptados a la estructura de estas empresas.

También en el sector turístico

La Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva se puede aplicar, sin lugar a dudas, al sector turístico, pero teniendo en cuenta una serie de peculiaridades que caracterizan a este ámbito. En este sentido, AENOR cuenta con programa de certificación específico para este sector, que ha permitido demostrar que la Norma UNE 166006 es una herramienta que puede contribuir notablemente a consolidar los destinos turísticos de España.

Como se decía anteriormente, para aplicar la Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva al sector turístico de manera eficiente, hay que tener en cuenta una serie de peculiaridades como las fuentes de información que se utilizan en esta actividad, que son múltiples y han crecido exponencialmente en estos últimos años. Así, se recurre a fuentes de información que provienen de los datos de telefonía móvil que facilitan información geoposicionada de los usuarios, sus recorridos, el país de procedencia, lugar de entrada y de salida o la duración de su estancia. También se tiene en cuenta la información que se desprende de los pagos de tarjetas de crédito. Estos datos permiten conocer, entre otros, los



La Norma UNE 166006 incluye herramientas útiles para identificar, filtrar, tratar y analizar en profundidad millones de datos estructurados y no estructurados en tiempo real, necesarios para la toma de decisiones en la organización

turística (hoteles, agencias de viajes, restaurantes, transporte de viajeros), actividades recreativas, de entretenimiento, museos, alquiler de vehículos o la oferta complementaria (*shopping*, diseño, moda, ocio, etc.). Esta peculiaridad hace que la correcta identificación de las necesidades de información sea indispensable para alinear el objeto y alcance de los productos de la Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva en cartera con los recursos disponibles. En este sentido, la Norma UNE 166006 establece como requisito el diseño de un procedimiento que permita determinar las áreas de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva identificadas, las fuentes de información disponibles para estas áreas, así como criterios de selección que serán empleados en la elaboración de los informes.

Finalmente, otra peculiaridad que caracteriza al sector es la composición de su estructura empresarial constituida por más de 450.000 empresas, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), de las que la mayor parte son pequeñas y medianas empresas. Este hecho que podría considerarse como negativo, contrasta con los excelentes resultados conseguidos en el programa de certificación de AENOR de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia en empresas del sector, en su mayoría pequeñas y medianas empresas valencianas.

Actualmente, AENOR tiene vigentes más de una veintena de certificados de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño y actividad. ▀

comportamientos de compra, los importes de las transacciones o la tipología de comercios donde se efectúan. O bien, la información que aporta el uso de zonas wifi en áreas públicas y privadas cuya *huella digital* aporta importantes datos sobre sus usuarios y sus comportamientos.

El uso de todas estas fuentes de información requiere la aplicación de técnicas y herramientas de recuperación, análisis y tratamiento de la información específicos ya que los datos suelen estar desestructurados, y pertenecen a series temporales muy dispares en frecuencia y granularidad. La Norma UNE 166006 constituye una herramienta de especial utilidad para esta tarea. Y es que, establece criterios bien definidos para determinar la competencia técnica necesaria para analizar la materia que hay que tratar, así como para definir los conocimientos técnicos y la capacidad de análisis del personal, tanto interno como externo que colabore en esta tarea.

Otra peculiaridad del sector turístico la constituye la heterogeneidad de los destinatarios de la Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva, entre los que se pueden encontrar los Gestores del Destino (gobernanza), los operadores de la oferta



EXPERIENCIAS

Herramienta de competitividad

Fernando Molina

Research & Innovation Manager
Master Tour Alliance

Desde 2009, Master Tour Alliance es la primera asociación de empresas turísticas para la innovación de la Comunidad Valenciana focalizada en aplicar procesos innovadores e inteligencia turística en destinos, organizaciones y empresas del sector. Las 51 pymes que integran la asociación representan una gran diversidad de subsectores y productos turísticos. Esta amplitud de perspectivas, unido al alto nivel de especialización, nos permite afrontar los proyectos más vanguardistas adaptados a la verdaderas necesidades del mercado.

Los óptimos resultados de los proyectos de estos últimos años y la participación de Master Tour Alliance en proyectos territoriales de I+D+i nos ha permitido impulsar la creación de diferentes modelos de negocio y *start up* ágiles en el mercado, que aportan soluciones robustas y metodologías para aplicar la Inteligencia turística en el sector.

El objetivo de Master Tour Alliance es mejorar la competitividad de las empresas y destinos turísticos optimizando el uso de la información en entornos digitales a través de un correcto filtrado y validación de los datos por expertos. Esto permite a los gestores de cada organización tomar decisiones acertadas.

Así, se implantó en nuestra Unidad de Inteligencia Turística los requisitos de la Norma UNE 166006 de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva, consiguiendo en 2014 la certificación de AENOR. Desde entonces, los beneficios obtenidos en el ámbito internacional han sido notables. Ha crecido nuestra presencia en otros mercados y se ha presentado la experiencia de certificación en Bogotá, Moscú o Uruguay.

Actualmente, Master Tour Alliance participa en la incorporación de España en el programa de la Ruta de la Seda de la Organización Mundial del Turismo, permitiendo que la Inteligencia Turística transnacional sea una realidad aplicable en los 31 países que configuran esta nueva ruta del siglo XXI.