

Avatares, IA y hoteles futuristas: el turismo se abona al desafío total de lo «figital»

Avatares que dan la bienvenida a un establecimiento; Inteligencia Artificial (IA) que percibe hasta los sentimientos; u hoteles diseñados para «visitar» Marte. Las nuevas tecnologías han irrumpido en el sector turístico, que se ha abonado a lo «figital», el nuevo concepto acuñado para definir la transición, o más bien la fusión, de lo físico y lo digital.

Y Fitur (Feria Internacional de Turismo), que se celebra en Madrid del 24 al 28 de enero, es el escaparate para comprobar el «desafío total» que supone incorporar las nuevas y más disruptivas tecnologías a este sector, y cómo lo inundan todo en una doble dirección: por un lado son las mejores herramientas para promocionar servicios y destinos (simuladores, realidad virtual e inmersiva o pantallas gigantes) y por otro son uno de los mejores instrumentos (inteligencia artificial o minería de datos) para diseñar y gestionar el turismo del futuro.

Las tecnologías tienen su propio espacio en la Feria, en el área bautizada como «Fitur TechY», y si el año pasado el guiño fue a Julio Verne con la recreación de un hotel submarino, este año la inspiración ha llegado de la película «Desafío Total» que dirigió Paul Verhoeven en 1990, y el máximo exponente de ese desafío es la recreación de un hotel de otro planeta y que permitiría «alojarse» en Marte.

El hotel burbuja incorpora -claro- textiles ecosostenibles, iluminación inteligente y eficiente con luminarias impresas en 3D con materiales reciclados, prototipos de camas adaptadas para propiciar elevados niveles de confort o sistemas de automatización que facilitan los trabajos cotidianos que realiza por ejemplo el personal de limpieza; y todo en una habitación presurizada donde los huéspedes o trabajadores pueden sobrevivir sin respiración artificial.

Pero en «Fitur TechY» se pueden ver avatares -que incorporan la inteligencia artificial y los sistemas conversacionales- que reciben al cliente a la entrada de un establecimiento y con los que pueden interactuar para, entre otras cosas, hacer la entrada o la salida; robots limpiadores; secadoras-desinfectantes de

chanclas; o gemelos digitales operacionales capaces de intervenir en cualquiera de las múltiples fases del proceso turístico.

O proyecciones holográficas, o experiencias gastronómicas que elevan los niveles sensoriales al implicar a más sentidos -el de la vista y el del oído- con imágenes, sonidos o músicas que acompañan al plato; o los cada vez más populares «wipass» que conectan el mundo físico con el virtual.

Robots colaborativos

Beatriz Heras, jefa de Proyectos y Transformación Digital del Instituto Tecnológico Hotelero y coorganizadora de este espacio en la Feria, subrayó la oportunidad de ver las innovaciones que se van a incorporar al sector durante los próximos años, y se mostró convencida de que la inteligencia artificial, los avatares, la robótica «colaborativa» o las últimas tecnologías en la construcción o en el sector textil van a irrumpir también en el sector turístico.

En declaraciones a EFE, Beatriz Heras citó como ejemplo la trascendencia de los carros robotizados, que permiten a los limpiadores arrastrar cargas muy pesadas, e insistió en la utilización de las modernas tecnologías no sólo para promocionar destinos y servicios, sino para mejorar también la gestión del turismo y la experiencia de los huéspedes o para diseñar destinos muy diferenciados.

A su juicio, durante los próximos años va a crecer el número de turistas que viajan motivados por la innovación, no sólo para visitar parques temáticos o museos y espacios «tecnológicos», también atraídos por destinos o establecimientos que incorporen a su oferta (en restaurantes, habitaciones de hotel o ciudades) las últimas tendencias.

El Instituto Tecnológico Hotelero organiza desde hace varios años «Fitur TechY» junto a la Confederación Española de Hoteles y el propio IFEMA, y Beatriz Heras aseguró que se ha consolidado ya como uno de los mejores espacios para conocer tendencias, prototipos e innovaciones que «seguro» van a estar a disposición de los establecimientos y de los clientes durante los próximos años.

Prototipos o innovaciones, pero también puros artesanos

Los visitantes se agolpan en Fitur para sobrevolar Doha a bordo de un simulador de vuelo o para sentarse en la cabina de cualquiera de los trenes de Renfe que circulan por España; para sobrevolar a vista de pájaro las instalaciones del aeropuerto

madrileño de Barajas; y para «visitar», aunque sea de forma virtual y gracias a las populares «gafas», cualquier lugar del mundo.

Han irrumpido así las tecnologías más disruptivas en el sector turístico, aunque ni han desplazado del todo ni han dejado obsoletas las herramientas más recurrentes que se han utilizado durante los últimos años para la promoción turística: las pantallas gigantes y los vídeos promocionales.

Y conviven esas innovaciones, los prototipos y las pantallas gigantes con el color propio del folclore local, con el artesano que fabrica ante los visitantes los puros habanos, y con las largas filas que se forman para participar o para experimentar. Aunque algo no cambia: las más largas siguen estando frente a los cortadores de jamón.

Con información de Banca y Negocios