

TIS2022 abordará cómo la economía de datos y la tecnología promueven un turismo inteligente

Expertos como Ada Xu (Alibaba Group), Misa Labarile (Comisión Europea), Dolores Ordóñez (Gaia-X Hub España), Miguel Flecha (Accenture), y Sérgio Guerreiro (Turismo de Portugal), compartirán casos de éxito y experiencias para mejorar la competitividad del sector y evitar la masificación de los destinos gracias a la tecnología

Tourism Innovation Summit 2022 vuelve a Sevilla del 2 al 4 de noviembre y congregará a más de 6.000 profesionales y 400 expertos internacionales

Madrid, 20 de octubre de 2022. – Conocer las ratios de ocupación en tiempo real, aprovechar los datos compartidos para lanzar predicciones o aumentar la eficiencia en la toma de decisiones son elementos que ya forman parte del nuevo modelo de innovación turística liderado por los destinos inteligentes. La industria está transformándose a pasos agigantados gracias a la aplicación de tecnologías como Big Data, Inteligencia Artificial, Cloud o Data Spaces con el fin de dar respuesta a las exigencias de un turista conectado que utiliza los servicios digitales a la hora de viajar además de optimizar la experiencia del viajero con herramientas que ayuden en la toma de decisiones estratégicas y en tiempo real.

La digitalización vuelve a ser uno de los pilares que se abordará en [TIS - Tourism Innovation Summit 2022](#), la cumbre internacional de innovación turística y tecnológica, que reunirá a más de 6.000 profesionales y 400 expertos nacionales e internacionales del sector del 2 al 4 noviembre en Sevilla. Es el caso de expertos como **Marion Mesnage**, de Amadeus, y **Miguel Flecha**, travel & Hospitality industry lead en Europa de Accenture, quienes analizarán cómo los datos están transformando la industria turística.

En la modernización de la industria y los destinos, la economía de datos juega un papel fundamental para el impulso del turismo mundial. España, que está en el camino de convertirse en el primer país en liderar un espacio de datos en la industria del turismo, ha apostado por el proyecto DATES dentro del programa Digital Europe con el fin de sentar las bases del Espacio Europeo de Datos en Turismo. Ponentes de primer nivel como **Misa Labarile**, Policy Officer de turismo en la Comisión Europea, **Dolores Ordóñez**, vicepresidenta de Turistec y de Gaia-X Hub España, y **Florence Kaci**, Directora EMEA y Business Development and European Market Specialist en Phocuswright, explicarán cómo esta iniciativa de soberanía de datos guiará la hoja de ruta compartida para contribuir al uso de datos turísticos de alta calidad.

La movilidad y la arquitectura también se digitalizan

La movilidad y la forma de conocer el patrimonio arquitectónico y cultural también están en fase de evolución gracias a la aplicación de innovadores sistemas tecnológicos como el Big Data. La agenda 2030 ha marcado el camino para avanzar en el diseño de una movilidad sostenible que reduzca la huella de carbono. Con esta premisa, **Roberto Álvarez**, consejero delegado de Satour DMC Consultoría, entrevistará a **Jesús Yagüe**, consejero delegado de 123Vuela, **Manel Villalante**, director general de desarrollo y estrategia de Renfe, y **Jorge Maroto**, representante de Metro de Sevilla, sociedad concesionaria de la Junta de Andalucía, que darán a conocer de primera mano los avances en esta nueva estrategia de movilidad sostenible.

Además, la digitalización ya empieza a jugar un rol destacado en la mejora de las experiencias de los visitantes. **Xavier Martínez**, CEO de la Sagrada Familia, compartirá el proyecto de transformación digital en el que está inmersa la basílica y cómo la innovación está permitiendo mejorar los flujos de los turistas que visitan la atracción turística para una óptima gestión, así como generar experiencias únicas para sus visitantes.

Datos abiertos para mejorar el servicio turístico

Las administraciones públicas también están aprovechando los beneficios que proporciona el uso de los datos abiertos para ofrecer un servicio global a los turistas, fomentar las visitas a las ciudades, e impulsar su desarrollo económico. Además, el empleo combinado de datos contribuye al diseño de nuevas políticas que reducen el impacto masivo de los turistas y mejorarán la gestión inteligente de los destinos turísticos. Para dar a conocer cómo está funcionando la plataforma nacional de inteligencia turística, **Agustina García**, del Ayuntamiento de Talavera de la Reina y **John Mora**, vicepresidente de la Comisión Smart Cities de Ametic, aportarán sus experiencias con este tipo de tecnología. Por su parte, **Sérgio Guerreiro**, de Turismo de Portugal, y **Jorge Traver**, representante para España y Portugal de ETOA, compartirán como los profesionales de la industria turística pueden obtener una visión general del sector gracias al Big Data.

La gestión del dato es de gran interés para lograr construir destinos inteligentes, además de utilizarse para transformarlos hacia destinos más sostenibles. **Le Roy Barragan Ocampo**, secretario de turismo del Estado de Zacatecas (Mexico), **Alberto Gutiérrez**, fundador y CEO de Civitatis, **José Ángel Díaz Rebolledo**, director de la Facultad de Turismo y Gastronomía en Universidad Anáhuac México, **Patricia Maestre**, CEO de la Feria Sabor a Barranquilla, la feria gastronómica más importante del Caribe y Colombia, y **Carlos Díaz de la Lastra**, CEO de Les Roches Global, una de las escuelas internacionales de dirección hotelera y turismo más importantes del mundo, debatirán sobre la importancia de contar con destinos y territorios innovadores para conseguir un turismo más sostenible.

Otra ventaja significativa del empleo de la analítica de datos es su potencial para generar nuevas oportunidades de fomentar el atractivo y el posicionamiento de los destinos turísticos. TIS aportará la experiencia de distintos países en la integración de la analítica

de datos para obtener mejores prácticas en el sector turístico. **Maria Elena Rossi**, Global Marketing & Promotion Director of the Italian National Tourism Board (ENIT), expondrá el caso de Italia junto a **Mirko Lalli**, CEO & Founder en The Data Appeal Company, en una sesión en la que analizarán cómo la soberanía de datos ayuda a predecir tendencias, pronosticar llegadas y a medir y comparar la reputación del país italiano.

Además de conocer las particularidades del caso italiano, los asistentes podrán ahondar en cómo la gestión de datos turísticos fomenta el turismo de Berlín de la mano de **Sophia Quint**, Head of Market Research de Visit Berlin, quién, junto a **Urska Starc Peceny**, Chief Innovation Officer de Tourism 4.0 y **Giovanna Galasso**, Associate Partner en Intellera Consulting, debatirán sobre los beneficios de los datos para mejorar la notoriedad de los destinos, optimizar el enfoque de las campañas de comunicación y favorecer tanto la evaluación de operadores locales como las nuevas inversiones, servicios e infraestructuras estratégicas.

Más de 150 firmas expositoras como Accenture, **Amadeus**, **CaixaBank**, **City Sightseeing Worldwide**, **The Data Appeal Company**, **EY**, **Mabrian**, **MasterCard**, **Telefónica Empresas**, **Convertix**, **Keytel** y **PastView**, entre muchas otras, presentarán sus últimas soluciones en Inteligencia Artificial, Cloud, Ciberseguridad, Big Data & Analytics, Marketing Automation, tecnología contactless o Predictive Analytics para el sector turístico.
