



Innovación tecnológica,

la vacuna para
un turismo seguro



Innovación tecnológica: la vacuna para un turismo seguro

El sector del turismo está siendo uno de los más castigados por la pandemia del COVID-19. Uno de los pilares de la economía española, tanto por sus ingresos como por los puestos de trabajo que genera, debe enfrentarse a la mayor crisis de su historia. Al igual que en otros sectores, la tecnología se está convirtiendo en un gran aliado para ayudar a una recuperación más rápida, segura y orientada a satisfacer la experiencia del cliente.

Esta “digitalización exprés” del sector turístico, junto con la “nueva normalidad”, introduce riesgos de seguridad. Por ello, los hoteles deberán protegerse tanto desde el ámbito tecnológico (seguridad TIC) como en el de experiencia de cliente (seguridad percibida).

Es obvio que la Seguridad TIC del negocio es imprescindible, no se ve, pero si es vulnerada puede producir importantes daños tanto económicos como de reputación. Por ello, es necesario disponer de una buena estrategia que garantice la protección de los sistemas e infraestructuras de la empresa, a través de una



serie de medidas como pentesting, wifi segura, seguridad perimetral, protección de datos, acceso seguro cloud, seguridad desde el diseño SecDevOps, diagnósticos de seguridad que nos alerten de posibles amenazas.

El segundo ámbito es la seguridad que sí se percibe y que hace que los huéspedes se sientan protegidos “como en casa”. La tendencia nos lleva a disponer de soluciones touchless o de “Contacto Cero”, que permitan minimizar la exposición de los clientes al Covid-19, como el check-in/check-out online o la apertura automática de puertas. Será clave el desarrollo de aplicaciones con tecnologías Big Data e Inteligencia Artificial, como la visión artificial para la identificación de personas, cálculo de aforo y distancia entre personas, detección del uso de mascarillas, medida de temperatura, entre otras, para la construcción de un mapa de calor para saber quién ha estado en una determinada zona del hotel. Este mapa facilitará información para saber qué zonas hay que limpiar, conocer qué personas han compartido estancias o controlar el aforo de las instalaciones, según las nuevas normativas.

Otra solución tecnológica, que ya están implantando importantes cadenas hoteleras, son las plataformas de telemedicina: para un turista que durante sus vacaciones necesite hacer una consulta médica supone un importante hándicap emplear tiempo de sus vacaciones localizando y acudiendo a un centro de salud. Poder disponer de este servicio desde el pro-

pio hotel, recibiendo un diagnóstico a través de una cita médica en remoto, aportará un alto grado de satisfacción al cliente. El sector hotelero debe apoyarse en la tecnología como palanca para salir de esta complicada situación. Durante las épocas de crisis puede ser el mejor momento para innovar, ya que aquellos que inviertan en innovación serán los que primero consigan adaptarse a la nueva situación y marcar la diferencia respecto a los demás.

En GMV siempre hemos apostado por la innovación como motor de crecimiento de la compañía; prueba de ello es que destinamos un 10% de nuestra facturación a proyectos de I+D+i para ayudar a nuestros clientes en sus negocios. En GMV estamos abiertos y animamos a las empresas del sector del turismo a contarnos sus necesidades y desafíos para buscar y crear conjuntamente las soluciones tecnológicas que les permitan avanzar hacia su posición de tiempos pasados.

UN SECTOR FUNDAMENTAL EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

El turismo es un sector representativo de la economía española. Se ha convertido en el principal motor, con una aportación al producto interior bruto del 12,5 por ciento. La producción del turismo se aproximó a los 300.000 millones de euros el pasado año. Pero la situación actual, caracterizada por la pandemia, va a trastocar el ascenso en sus cifras. Para conocer más detalles, hemos hablado con Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero, y Joan Antoni Malonda, Tourism Business developer en GMV, que analizan



la situación actual y apuntan al uso de la tecnología como habilitador de nuevas capacidades del sector turístico que le ayudarán a paliar la crisis.

Según las últimas cifras, el sector turístico en España podría llegar a perder más de 130.000 millones de euros. Tal y como explica Álvaro Carrillo de Albornoz, "vemos la situación con mucha preocupación, porque no se está produciendo la recuperación en V que preveíamos el pasado mes de marzo. Esta recuperación tiene más forma de U o de L, lo que va a ser muy duro. Las previsiones en primavera, cuando

no había turistas y no volaban aviones, eran que se podían perder 90.000 millones de euros, pero, desgraciadamente, esta cifra se va a ver aumentada, porque la campaña de verano ha ido mal. El turismo nacional sí ha respondido, así como la Cornisa Cantábrica, pero el turismo de sol y playa y el turismo extranjero no ha podido llegar. El cierre del año va a ser muy duro. De momento, están los ERTES, pero ¿qué va a pasar cuando acaben estos ERTES? Porque, si no hay demanda ni turistas, no tiene sentido que haya empresas turísticas".

El sector tiene que transformarse y transmitir la confianza necesaria, por lo que quisimos saber que ideas y tecnologías innovadoras se han puesto en marcha para ayudar al sector en esta transformación. Para Álvaro Carrillo de Albornoz, "al principio, se trabajó muy bien con la administración para asegurar que toda la oferta estuviera preparada para poder recibir turistas. Pero, lo malo es que no ha habido demanda para poner en marcha estos protocolos. Ahora las aplicaciones en los hoteles están en pleno uso, porque la tecnología tiene mucho que decir. La oferta, los hoteles, los restaurantes... hemos hecho nuestro trabajo, pero ahora necesitamos que se resuelva la problemática sanitaria para poder transmitir confianza".

Ante esta situación, qué problemas detectan las empresas de TI y cómo pueden ayudarles a resolverlos. Tal y como señala Joan Antoni Malonda, "en esta primera fase, con implantación de medidas urgentes, hemos visto aplicaciones, tecnología de contacto cero, procesos on-line... también ha habido que implantar soluciones de teletrabajo y, en otro ámbito, aplicación de la IA para control de aforo, de uso de mascarillas, para la creación de grupos de calor para optimizar otras funciones, como las de limpieza y desinfección. Ahora estamos en una nueva fase de reactivación, donde otras tecnologías pueden coger el relevo en lo que hemos venido a denominar Destinos Turísticos Inteligentes, con tecnologías como RPA, para automatizar procesos más engorrosos ahorrando tiempo y errores humanos en su gestión; y el desarrollo de otras líneas que puedan transmitir seguridad al usuarios, como pueden ser soluciones de Telemedicina, que ayudan a los turistas sin tener que des-



TURISMO SEGURO GRACIAS A LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

plazarse a centros de salud, o la vigilancia digital. Todas estas líneas es donde podemos ayudar al sector”.

Esta velocidad a la hora de poner en marcha nuevos procesos, puede generar algún riesgo. Para Joan Antoni Malonda, “toda esta tecnología abre el acceso a la información tanto desde más lugares como por parte de más personas. Desde nuestro área de Ciberseguridad hemos visto un incremento de las amenazas por el Covid-19, en especial en el sector hotelero, con ataques masivos a algunos grandes hoteles mundiales. Para hacer frente a esto, es necesario un buen plan que



CIBERSEGURIDAD EN EL SECTOR TURISMO

El equipo de inteligencia de ciberamenazas de GMV ha publicado recientemente un informe que refleja que, en los tiempos actuales, se han incrementado las campañas de phishing en España, en especial las relacionadas con la pandemia de la COVID-19. Durante los últimos meses, España ha ocupado los primeros puestos del ranking de países más atacados del mundo por amenazas relacionadas con el COVID, con mayor foco en el ámbito sanitario (ransomware NetWalker).

Los ataques cuentan con la misma metodología y vectores de ataque, son similares al tipo de amenazas que se venían produciendo anteriormente, pero los ciberdelincuentes, ante el momento de debilidad del usuario, han cambiado el anzuelo para que piquemos, aprovechando la necesidad de la gente de estar informada sobre el virus, o el nuevo escenario al que nos vemos expuestos con el teletrabajo. Los ataques más

empleados que estamos viendo son URL fraudulentas, aplicaciones maliciosas malware y correos electrónicos de spear phishing, para el robo de datos de tarjetas de crédito de clientes, datos de fidelización y personales, donde se busca la personalización del ataque hacia una víctima u organización, consiguiendo un mayor porcentaje de éxito, en un momento de debilidad del usuario.

En el sector hotelero se siguen produciendo importantes ataques, como los sufridos por la cadena Marriot o el Hotel MGM Resort de Las Vegas, consiguiendo de forma masiva el robo de la información privada de sus huéspedes (como datos personales, de contacto y de tarjetas de fidelización, entre otros) y que demuestran que es un sector muy atractivo para los ciberdelincuentes.

Como hemos dicho anteriormente, es necesario disponer de una buena estrategia que garantice la protección de los sistemas

e infraestructuras de la empresa, a través de medidas como pen-testing, wifi segura, seguridad perimetral, protección de datos, acceso seguro cloud, seguridad desde el diseño SecDevOps y concienciar de la importancia de la seguridad digital a los empleados, considerados como el punto débil de nuestra cadena de seguridad. Esta “nueva normalidad” ha provocado en muchas organizaciones la necesidad de implantar teletrabajo, favoreciendo el riesgo de que se hayan introducido vulnerabilidades en los sistemas de acceso remoto, específicamente, en los sistemas VPNs y escritorios virtuales (VDIs), por lo que es necesario realizar diagnósticos de seguridad que nos alerten de posibles amenazas.

No hay una receta mágica, pero está claro que la combinación de la Transformación Digital, la Ciberseguridad y la Innovación tecnológica puede ser una buena vacuna para un turismo seguro.

incluya actualizaciones y cumplimiento de la normativa vigente, un control de las vulnerabilidades de nuestro sistema, realizar testing de aplicaciones y chequear periódicamente puntos de acceso vulnerables en el trabajo en remoto para garantizar la seguridad. Otro pilar sería la educación digital, capacitando y concienciando a los usuarios, para reducir el factor humano en la inseguridad”.

En el caso de GMV, “siempre hemos apostado por la innovación, y animamos a todas las empresas a contactar con nosotros para trabajar en soluciones específicas para sus necesidades”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Webinar sobre innovación tecnológica con ITH y Meliá Hotels International](#)



[Protección de aplicaciones tecnológicas para el sector turismo](#)



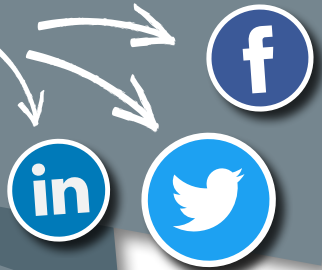
[Diagnóstico express de seguridad](#)



[Medicina no presencial: Antari](#)

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



AUTOMACIÓN DE PROCESOS –RPA

La Automatización Robótica de Procesos (RPA) es otro de los grandes aliados indispensables para ayudar a la Transformación Digital del sector turismo. Conseguir automatizar procesos engorrosos de administración como el proceso de reservas, el registro de nombre de pasajeros, la validación de datos, la gestión de devoluciones y reembolsos, no sólo impacta directamente en el ahorro de tiempo dedicado a estas tareas si no que reduce los errores humanos y mejora la experiencia de cliente, ya que el empleado se centra en aportar valor al cliente dejando que los bots hagan el trabajo preliminar de datos.