

XXV CONGRESO UNIVERSIDAD-EMPRESA EN LA UJI

# El turismo aspira a transformarse digitalmente antes del 2026

La inteligencia artificial, los datos y los sensores cobrarán importancia en el sector

Iotsens y Benicàssim ya impulsan proyectos para mejorar los destinos de la provincia



El salón de actos del edificio de doctorado y Consell Social de la UJI acogió ayer la última jornada del congreso.

IVÁN CHECA  
ichecagonzalez@epmediterraneo.com  
CASTELLÓN

2026 es la fecha marcada por el sector turístico para completar el proceso de transformación digital que ya se encuentra en marcha, también en la provincia de Castellón. Así fue puesto de manifiesto ayer en la segunda jornada del XXV Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa de la Universitat Jaume I.

El director de Iotsens, del grupo Gimeno, Ignacio Llopis, confirmó en su ponencia este hito y explicó la importancia que van a cobrar en las ciudades los datos, la inteligencia artificial y los senso-

res de medición con la idea de que toda esta información confluya en una única plataforma a nivel nacional, aportando una visión de las necesidades y una ventaja competitiva al turismo.

Como ejemplo puso el trabajo que su propia compañía desarrolla para implantar el concepto de ciudades inteligentes, entre las que se encuentra el municipio de Benicàssim, que ya ha dado los primeros pasos con la instalación de medidores de sonido y la calidad del aire y el establecimiento de una red de comunicaciones en su término municipal.

Por su parte, el director de Mb3gestión, Francisco Morcillo, incidió en la transversalidad de la

transformación de los destinos turísticos hacia el concepto de inteligentes al abarcar otros ámbitos más allá de la digitalización como la inclusión, la accesibilidad, la sostenibilidad y la gobernanza.

**CONOCIMIENTO** // Morcillo se sumó a la idea de que esta apuesta genera inteligencia competitiva y, con ella, conocimiento. De esta forma, el ponente apuntó que se da respuesta a retos concretos.

Por otro lado, los creadores de contenido Ignacio Gil Conesa

(@Nachter) y Mario Gil Conesa (@Mariuslekker) abordaron el papel de los influencers en la promoción de un destino turístico.

Ambos defendieron que el turista anónimo es hoy un líder de opinión, un prescriptor que incide en las decisiones del viajero y pusieron de relevancia que el 80% utiliza las redes para planificar un viaje y las interacciones sociales son las que más se imponen a la hora de escoger un destino.

La jornada de clausura de la iniciativa incluyó el anuncio por

parte del catedrático del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la UJI y director del Congreso, Rafael Lapiedra Alcamí, de la ponencia premiada. En esta edición el reconocimiento recayó sobre la intervención titulada *Robots sociales en hospitality: un estudio de la percepción de los clientes*, realizada por los autores Lluís Callarisa, Miguel Ángel Moliner Tena, Javier Sánchez García, Rosa María Rodríguez Artola, Juan Bautista Ferreres Bonfill y Obdulia Monteserín. ■

IVÁN CHECA