Edición España. La entrevista de Carmen Porras

“Creer que la transformación digital es cuestión de tecnología es un error"

Enrique Dans, profesor de Innovación y Tecnología en IE Business School, defiende que el verdadero cambio impulsado por la tecnología se tiene que producir en las personas

11 JULIO, 2021

"Las empresas pensaron que con las aplicaciones podían hacer lo que les diera la gana. Ha sido una era de enormes abusos"

"Robotizar por robotizar no es la cuestión, hay que buscar la optimización de la experiencia del cliente, no necesariamente la del coste"

"Estamos muy lejos de estar concienciados, llamamos cambio climático a lo que es una emergencia climática"

Carmen Porras Núñez
Periodista de Hosteltur

MÁS SOBRE
Economía Actualidad turística
Cambio climático Carmen Porras
digitalización Enrique Dans
entrevista Google
IE Business School innovación
Low cost Redes sociales tecnología

Enrique Dans ha seguido muy de cerca la evolución de la transformación digital en España y su incidencia en las empresas y en la sociedad, ya que desde 1990 es **profesor de Innovación y Tecnología en IE Business School**. En este tiempo se ha desarrollado un gran negocio en torno a los datos personales que los usuarios facilitamos para acceder a servicios online, con frecuencia sin un control sobre la protección de los mismos, ya que "durante más de una década hemos vivido en un entorno que no estaba prácticamente regulado. Las empresas pensaron que con las aplicaciones podían hacer lo que les diera la gana," afirma Dans. Es autor de varios libros, como "Todo va a cambiar" o “Viviendo en el futuro", de más reciente publicación. Se muestra, asimismo, muy preocupado por el cambio climático porque, a su juicio, "estamos en una emergencia climática" y, como tal, echa en falta que se tomen medidas excepcionales.

Como investigador estudia los efectos de las nuevas tecnologías en las personas, las empresas y la sociedad. ¿Cuáles diría que han sido los grandes cambios que se han producido en nuestras vidas?

El cambio fundamental es el contacto con la información en todo momento y la capacidad de interactuar en tiempo real. Podemos utilizarla para decidir nuestro consumo. Por ejemplo, para decidir a qué restaurante vamos a ir, entramos en una *app* o en Google Map. Antes era algo totalmente impensable, se lo preguntaríamos a alguien o en el hotel donde te alojamos.

La digitalización ofrece grandes ventajas, pero ¿qué estamos perdiendo a cambio? ¿Tenemos que resignarnos a vivir sin privacidad con todos los datos que facilitamos para utilizar las aplicaciones?

El problema no es que lo hagamos, el problema es que lo hagamos con muy poca información. El problema es que durante más de una década hemos vivido en un entorno que no estaba prácticamente regulado. Las empresas pensaron que con las aplicaciones podían hacer lo que les diera la gana. Ha sido una era de enormes abusos.

> ***Algunas compañías han podido amasar enormes colecciones de datos y realmente te conocen más que tú a ti mismo. Uno mismo no es capaz de guardar un***

> *registro de todo lo que hace o de cómo reacciona ante algunas cosas. Sin embargo, quien lo puede observar desde fuera es consciente de muchas más cuestiones que nosotros. Y eso, lógicamente, hay que regularlo*

Europa ha sido pionera en cómo regular ese tipo de abusos, pero Estados Unidos se ha mantenido al margen, en China se ha desarrollado en sentido contrario, es decir, con toda la información administrada por el Estado, y ahora, después de mucho tiempo de abusos, es cuando países como Estados Unidos y China empiezan a intentar controlar un poco.

Con frecuencia, los propios usuarios aceptamos todo lo que nos piden las aplicaciones si detenernos a leer sus exigencias.

Está pensando para que no se lea. Son textos largos y farragosos, escritos en términos legales difíciles de entender. No es que la mayor parte de la gente no intente leer, es que no es capaz de leer.

> *La mayor mentira en internet es 'he leído y entendido los términos del servicio'. No lo hacemos jamás*

El dato se ha convertido en un gran negocio para muchas empresas

Sí. Tú crees ser un cliente de Google porque utilizas sus herramientas, un cliente de Facebook porque te metes y compartes tu vida, pero en la práctica, no eres un cliente, ni se te trata como un cliente. En realidad eres materia prima, la carne picada con la que esas compañías fabrican las hamburguesas con las que dan de comer a sus verdaderos clientes. Que una persona se vea convertida en carne picada, en materia prima, es, primero, bastante deshumanizante; segundo, es algo que tiene que ser severamente regulado. No digo prohibido, pero sí muy regulado porque potencialmente genera muchos abusos.

Enrique Dans se licenció en Biología en la Universidad de Santiago de Compostela, cursó un MBA en el Instituto de Empresa, se doctoró en la Universidad de California (UCLA) y desarrolló estudios postdoctorales en la Harvard Business School. Imagen: Susana Alosete.

Usted es uno de los principales conocedores del ámbito de la innovación en España, ¿en qué medida la pandemia ha acelerado la digitalización?

Sin duda, ha acelerado este proceso, lo que ocurre ahora, cuando empezamos a ver luz al final del túnel de la pandemia, es que las compañías se dividen en dos. Las que simplemente esperan a que se acabe para volver a lo que hacían antes, lo que es un error y solo puede llevar al fracaso. Luego están las que dicen que han aprendido mucho de la pandemia y van a poner en práctica ese aprendizaje. Creer que la transformación digital es una cuestión de tecnología es un gran error. Lo que se transforma son personas y si esto no se consigue, la compañía no se transforma por mucho que utilice la tecnología.

Las redes sociales comenzaron como un medio para conectar personas, pero cada vez es mayor su peso en la estrategia de las compañías. Las marcas quieren estar presentes donde están los clientes potenciales…

Mucha gente piensa que necesita a las redes sociales para anunciarse porque si no lo hace no llega a los usuarios y eso es mentira. Hay que utilizarlas para estar en contacto con el cliente cuando lo necesita, no para bombardearlo con publicidad. El cliente no va a las redes sociales a ver publicidad, va a otras cosas. Lo que sí es importante es estar preparado para en cuanto tu cliente mencione tu nombre en las redes sociales, por la razón que sea, para decir algo bueno o malo, o lo que sea, estar ahí rápidamente, ofrecer un buen servicio y una buena atención.

Ha comenzado el despliegue del 5G, ¿Qué va a suponer la generalización de la quinta generación de las tecnologías de telefonía móvil?

Además de mejorar la conexión y la velocidad, el 5G tiene mucha menor latencia. Permite poner sensores en cualquier sitio, por ejemplo, antes del 5G era absurdo pensar en determinadas posibilidades como la conducción autónoma. Ahora con el 5G los sensores de un vehículo, en movimiento y a velocidad, pueden estar conectados con cualquier mecanismo o algoritmo que ayude a mantener esa funcionalidad. Con ese paralelismo lo podemos aplicar a todo. Sabe perfectamente dónde está una persona en un destino, adonde está yendo y eso puede ayudar a tomar decisiones inmediatas que permitan ofrecer un servicio mejor.

En el ámbito tecnológico, la robotización avanza en el sector turístico. Algunas cadenas han introducido estos procesos para automatizar tareas repetitivas, incluso hay robots atendiendo las recepciones en algunos hoteles.

Depende del valor añadido que proporcione frente al que puede ofrecer una persona. En muchos temas un robot puede ofrecer un valor añadido porque realmente no solo automatiza tareas también se equivoca menos, pero, en otros, la gente puede valorar el contacto humano.

Robotizar por robotizar no es la cuestión, no todas las tecnologías susceptibles de ser desarrolladas optimizan la experiencia del cliente, lo que tenemos que buscar es la optimización de la experiencia del cliente, no necesariamente la del coste. Es posible que mediante un asistente robótico se pueda automatizar la interacción con el cliente en una recepción y es posible que el cliente se encuentre a gusto y le proporcione una serie de ventajas, pero si es simplemente una cuestión de ahorro de costes, a lo mejor no es lo que se debería hacer. Hay que ser pragmático.

El cambio climático es actualmente una de las principales preocupaciones en todos los ámbitos. Se han establecido los llamados ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la Agenda 2030. ¿Se está trabajando en la buena dirección?

Estamos muy lejos de estar concienciados, empezando porque todavía lo llamamos cambio climático, cuando en realidad lo que estamos viviendo es una emergencia climática. Cada vez más no se va a poder vivir en determinadas partes de la tierra. Estamos agotando el abecedario cuando se trata de ponerle nombre a los ciclones tropicales y huracanes y esto no es casualidad, es que estamos en una emergencia climática. Y en una emergencia las cosas se hacen de otra manera, se toman medidas excepcionales, pero aquí nadie está dispuesto a hacer más que mirar el tema con simpatía y decir que hay que hacer cosas. Nadie está dispuesto a sacrificar su modo de vida, a cambiar cosas, a dejar de conducir un coche diésel o de gasolina, todo es la comodidad del hoy.

Dentro del sector, usted ha centrado más sus críticas en el transporte aéreo, como principal emisor de CO2, pero las aerolíneas aseguran que apenas son responsables del 2% de las emisiones en el mundo.

En el transporte se pueden hacer muchísimas cosas. Se ha mejorado la eficiencia, pero al tiempo se ha creado un sector nuevo, el *low cost*, y si mejoras la eficiencia pero multiplicas tu actividad, eres más problemático. El sector del transporte aéreo tendría que prescindir del *low cost*. Cuando se pagan 15 dólares o euros por volar de un país a otro, el usuario tiene que ser consciente de que si él no lo está pagando, lo está pagando alguien, el medio ambiente. Subvencionar el combustible, mantener las enormes ventajas fiscales a las líneas aéreas para que vuelen a determinados destinos es una auténtica barbaridad. Constantemente estamos viendo aviones pasar que no son necesarios, que están generando una contaminación enorme. Este sector tiene que descarbonizarse muchísimo.

Para comentar, así como para ver ciertos contenidos de Hosteltur, inicia sesión o crea tu cuenta

INICIA SESIÓN

Comentarios 0

Esta noticia no tiene comentarios.

Edición España. GlobalData advierte que los países en ámbar tendrán "beneficios limitados"

Luces y sombras en el anuncio de Reino Unido sobre los destinos ámbar

WTTC cuestiona la cantidad y el coste de las pruebas PCR

10 JULIO, 2021

Taiana González
Periodista de Hosteltur

MÁS SOBRE

Economía | Actualidad turística
GlobalData | Mercado británico
Reino Unido | turismo doméstico
WTTC

Los ingleses doblemente vacunados podrán, a partir del 19 de julio, viajar a destinos en ámbar sin tener que cumplir una cuarentena a su regreso. La noticia, que en principio es positiva para países como España, tiene sus matices porque tantos cambios de última hora pueden haber desalentado las vacaciones internacionales para los viajeros de Reino Unido. Según Globaldata, los destinos europeos tendrán “beneficios limitados” del nuevo anuncio y WTTC pone el foco en el coste de los test obligatorios.

Jet2 anunció que retoma sus operaciones a los países ámbar a partir del 19 de julio, mientras que easyJet ha decidido incrementar en 145.000 la oferta de plazas a estos destinos, confiados en que la demanda responderá. En easyJet la venta de vuelos se incrementó un 400% tras los anuncios y en British Airways las búsquedas aumentaron un 96% respecto al día anterior. Los porcentajes sorprenden, pero no hay que olvidar que se parte de bases muy bajas y son comparaciones respecto a días anteriores y no a temporadas anteriores.

“Se esperan aumentos repentinos de reservas a destinos populares de la lista ámbar europea tras las noticias recientes. Sin embargo, **los cambios de última hora en las reglas pueden haber desalentado permanentemente las vacaciones internacionales** para los viajeros del Reino Unido este año”, advierte **Rheanna Norris,** analista asociada de GlobalData, agregando que muchas familias “ya habrán hecho planes nacionales para unas vacaciones de verano”**.**

Una encuesta de Globaldata, de noviembre del año pasado, mostraba que el 43% estaba considerando viajes nacionales en los próximos 12 meses, mientras que un 29% no estaba dispuestos a viajar en absoluto.

Además, otra encuesta realizada por la consultora a 1364 personas, entre el 17 de noviembre de 2020 hasta el 18 de mayo de 2021, detallaba que para los británicos el principal motivo de disuasión de los viajes internacionales era la cuarentena, seguido por las restricciones de viajes, el miedo a contagiarse el virus y también las preocupaciones financieras.

“La incertidumbre adicional de la posibilidad de que los países de la 'lista ámbar' se incluyan en la 'lista roja', que requieren una estadía en un hotel en cuarentena, también podría disuadir a los viajeros de reservar una escapada internacional”, señalan los expertos.

- Los turistas británicos abandonan Portugal antes de que pase a ámbar
- Portugal: cancelaciones masivas en hoteles tras salir de la lista verde

Si bien los destinos europeos confían en beneficiarse con los nuevos anuncios del gobierno de Boris Johnson y salvar parte del verano, Norris agrega que **“el costo, la molestia y las reglas fluctuantes pueden haber hecho que los viajeros del Reino Unido pospusieran sus vacaciones internacionales a un futuro cercano**”.

De hecho, hay que recordar que el fin de la cuarentena para quienes están doblemente vacunados no los exime del PCR. Como se publica en Viajeros británicos: ¿Cuántas PCR han de hacerse si viajan a España?, quienes ya han recibido la doble dosis de la vacuna, deben hacerse un test PCR antes de salir de destino y otro al segundo día después de llegar de nuevo a Inglaterra, pero no hará falta otro al octavo día. Además, para entrar en España ya habrán tenido que aportar otro test PCR, lo que suma tres test por persona.

Un paso correcto, pero insuficiente

La vicepresidenta senior del WTTC, **Virginia Messina**, ha comentado que el fin de la cuarentena para los inmunizados con la vacuna es “ un paso en la dirección correcta”, aunque “todavía queda un largo camino por recorrer antes de que las vacaciones sean realmente asequibles y accesibles”.

> ***En ese sentido, ha planteado que la política de test vigente “excluirá a muchas familias trabajadoras de poder tomar vacaciones en el extranjero”***

Teniendo en cuenta estas realidades, en Globaldata aseguran que "**el beneficio para los destinos que dependen de los viajeros del Reino Unido sigue siendo incierto"** y que "la demanda acumulada de los viajeros que están dispuestos a reservar escapadas de sol de última hora **solo compensará ligeramente las pérdidas** que los destinos europeos han experimentado en los últimos meses".

Noticias relacionadas

Los británicos podrán viajar a los destinos en ámbar desde el 19 de julio

Para comentar, así como para ver ciertos contenidos de Hosteltur, inicia sesión o crea tu cuenta

INICIA SESIÓN

Comentarios 0

Esta noticia no tiene comentarios.

Edición España. Hilton celebra su primer encuentro de estas características en España

Los eventos neutros en carbono marcan tendencia en la recuperación del MICE