

RECENSIÓN DE *Transición digital en turismo.* BAUZÁ MARTORELL, F. J. Y MELGOSA ARCOS, F. J. (COORDS.), Ed. IUSTEL, Madrid, 2025, 193 pp. ISBN: 978-84-9890-510-6

Francisco Vega Agredano

Doctor en Derecho UMA y Juez Sustituto en ejercicio

franciscovega@sobrelegalidad.com

<https://orcid.org/0000-0001-9382-2529>

La obra que se presenta aporta importantes novedades que giran en torno a los desafíos que presenta la transformación del turismo digital y aborda al mismo tiempo los principales interrogantes legales en la metodología y en las herramientas de innovación, marketing, gestión y eficacia de los diversos operadores y mercados turísticos.

El estudio se centra en reflexionar sobre las implicaciones jurídicas y el impacto tecnológico de las nuevas herramientas inteligentes en el mercado turístico digital, tanto desde la perspectiva de la innovación y la competencia entre operadores como desde la mejora y los avances en la competitividad digital de los destinos y los propios operadores. Llama especialmente la atención, el análisis poliédrico de la obra, pues supone una completa y rigurosa aportación científica en el campo de la transición digital y en las tecnologías emergentes aplicadas al mercado turístico.

La cuestión se aborda desde diversas ópticas, tanto desde la esfera económica como desde el punto de vista social y jurídico. Sin duda, esto permite que el lector descubra, paulatinamente, la importancia de los medios tecnológicos en el sector turístico, a la vez que reflexiona sobre la importancia de la normativa aplicable a los diversos fenómenos derivados de la transición digital.

Se centra el análisis de los diversos capítulos en determinar, la forma en la que el sector turístico puede adaptarse a la rápida transformación digital, incluyendo la inteligencia artificial turística y las diversas normativas asociadas. La estructura de la obra es adecuada para una lectura dinámica, aportando fluidez y orden en las materiales analizadas, por cuanto comienza el estudio con una primera perspectiva administrativa, analizando dentro del contexto europeo, desde unas propuestas de mejora en la competitividad y modernización del sector, mediante políticas y planes turísticos que deben acompañar a la transición y transformación digital turística (Dra. María Velasco González), hasta los sistemas de automatización de la Administración turística en la búsqueda de un equilibrio entre la transparencia de datos, la información y la eficacia (Dr. José Bauzá Martorell). Se concluye este primer bloque de intervención administrativa con una serie de reflexiones sobre el incremento de la VUT, y el uso de los sistemas de inspección automatizados, algoritmos y sus implicaciones jurídico-prácticas, con referencia a la homogeneidad y el registro único (Dra. Pilar Juana García Saura).



A continuación, se analizan en la obra diversos aspectos claves en los supuestos de falseamiento de la libre competencia y competencia desleal, junto al abuso de posición de dominio, contrarios al TFUE y a la LDC, con referencias a casos reales analizados y sancionados por la CNMC, especialmente Booking.com, y se estudian los principales comportamientos de operadores turísticos de diversa naturaleza jurídica (Dra. Patricia Benavides Velasco). Posteriormente, se centra el análisis en el campo de la inteligencia artificial, con capítulos dedicados el estudio de la dinamización e innovación digital y unas referencias a los destinos turísticos inteligentes y su aplicación (Dr. Javier Melgosa Arcos), junto a la aplicación y retos de la IA en la relevante industria de los cruceros (Dr. Josep M.^a Espinet Rius), para pasar al análisis, dentro de la esfera digital, de cuestiones relativas al marketing turístico, incluida la modalidad omnicanal, la personalización de experiencias y las tendencias en la comunicación digital (Dra. Noelia Araújo Vila).

Por último, se dedican diversos capítulos al análisis de la normativa relativa a los museos, la digitalización museística, las visitas virtuales y los desafíos y oportunidades en ese campo tan relevante (Dra. Ana E. Quintana Jiménez), junto a la destacada función de las series de televisión en la dinamización del turismo, entendida como herramienta de innovación digital (Dr. José Antonio Fraiz Brea), para concluir con la indudable relevancia del derecho internacional en las cuestiones derivadas de la aplicación de la inteligencia artificial y las tecnologías emergentes a la gestión turística (Dra. Silvia Feliu Álvarez de Sotomayor).

La presente obra se incluye dentro del Proyecto de Investigación “*Retos para la transición digital en turismo: análisis de la inteligencia turística y propuestas normativas (TED2021-129763B-100)*” del Ministerio de Ciencia e Innovación, ejecutado en el periodo 2022-2024, bajo la dirección del Dr. Felio José Bauza Martorell y financiado por el MCIN/AEI/10.13039/501100011033, dentro del marco de las ayudas para proyectos de I+D+i, con fondos de la Unión Europea NextGenerationEU/PRTR. Resulta evidente, tras la lectura de la obra *Transición Digital en Turismo*, que existe una plena correspondencia entre las cuestiones que se analizan y los objetivos del proyecto, centrado en el análisis de cómo los destinos turísticos pueden adaptarse a la transformación digital, incluyendo la inteligencia turística y las normativas asociadas.

Es importante destacar que, ninguno de los diez autores de la obra, ha pretendido escapar de la problemática actual y futura de las cuestiones que analizan, sino que, al contrario, se afrontan de manera directa cuestiones como las plataformas, OTAs y su incidencia en los canales de venta electrónica, junto a cuestiones tan novedosas como el uso de robots-algoritmos frente al humano-inspector en la búsqueda de la eficiencia en la inspección.

El análisis científico que afronta la obra en lo relativo a la aplicación de la inteligencia artificial en la industria y en los destinos turísticos, pero también en la innovación, en las políticas turísticas y en la gestión empresarial. En efecto, estos temas analizados en los diversos capítulos de la obra ponen de relieve la complejidad del fenómeno del turismo de masas, y que su estudio global constituye una herramienta esencial para la toma de decisiones estratégicas, incluyendo la gestión y mejora de la experiencia del cliente.

La tecnología se utiliza para que los viajeros tomen decisiones informadas y compatibles con el objetivo de lograr una transformación digital que sea sostenible a nivel económico, social y medioambiental. Los autores afrontan en la obra, de manera decidida, la incorporación

al sector de herramientas tecnológicas, ligadas a la inteligencia competitiva, para lograr que destinos y empresas sean gestionados de forma inteligente y mantengan, e incluso aumenten, su posición competitiva en el mercado.

En su conjunto, la obra responde, adecuadamente, a las necesidades de los operadores, de los destinos turísticos y de los profesionales del sector, poniendo el foco de atención en el equilibrio entre los objetivos de sostenibilidad y de innovación, para facilitar la orientación en la toma de decisiones y la gestión de recursos. Se abordan cuestiones en las que el derecho se enfrenta a situaciones disruptivas que ponen a prueba la capacidad necesaria para dar respuesta a retos difíciles o imposibles de prever.

Los diversos capítulos analizan cuestiones de relevancia en el marco del turismo 4.0, presididas por los instrumentos de la transición digital en turismo y las diversas las políticas turísticas en nuestro país, la inteligencia artificial, la supervisión administrativa, la realidad virtual, las estrategias de acción de los destinos turísticos inteligentes y la múltiple oferta comercial. Se hace evidente con la lectura de las páginas de la obra que las redes sociales han cambiado profundamente los hábitos de consumo y son múltiples las cuestiones que deben ser afrontadas desde la innegable digitalización del sector y la sostenibilidad, junto a innovación, el dinamismo del sector turístico y el diseño de las estrategias turísticas de los destinos, empresas hoteleras, operadores turísticos.

En definitiva, la totalidad de cuestiones analizadas en la obra responden a elementos de notable actualidad en la doctrina científica y que se encuentran en constante revisión, pues no cabe duda de que la transición digital en el turismo supone una auténtica revolución en el mercado, caracterizada por la personalización de la experiencia a través de la IA y la integración de la tecnología en la comercialización digital. Se busca alcanzar un equilibrio en la transición digital turística, entre la tecnología aplicada y la experiencia humana, fomentando la conexión auténtica, la sostenibilidad, y el uso de datos para optimizar operaciones, a la vez que se cubren todas las necesidades del viajero, desde la planificación hasta el servicio en destino.