

SANTIAGO AGUILAR. Presidente de la AEPT

«Somos optimistas con el futuro del turismo rural, pero hace falta poner mayor velocidad crucero»

SANTANDER

Patricia Delgado.

—¿Cómo definiría un Territorio Rural Inteligente?

—Por definirlo de una forma sencilla, los TRI o 'smart pueblos' son localidades o zonas que han aceptado e incorporado las nuevas tecnologías de una forma activa y que les proporcionan una serie de servicios fundamentales, al igual que si vivieran en un entorno urbano.

Algunas de las ventajas más claras son la conectividad a través de fibra o 4G, que permite la instalación de emprendedores, el ahorro energético, el tratamiento de datos, la conservación del patrimonio o la señalética.

—¿Qué papel cree que puede jugar el turismo en el desarrollo de los TRI?

—Yo plantearía la pregunta al revés. ¿Cómo se beneficia el turismo de los TRI? Sin lugar a dudas el turismo es uno de los grandes beneficiados de la implantación tecnológica y para ello pondré algunos ejemplos concretos.

La iluminación gradual automática en función del flujo de visitantes, la información electrónica de rutas, establecimientos, etc., conocer a través del Big Data el tipo de turista que nos visita, la procedencia, el nivel económico, la edad, estancia media... Los TRI permiten mediante el uso de la tecnología analizar todos estos datos para ajustar la oferta a la demanda en alojamiento y restauración y por supuesto la ayuda al mantenimiento y conservación del patrimonio.

—¿Cuáles son los desafíos que presentan estas zonas en materia de turismo?

—La realidad que estamos viviendo es que no han avanzado a igual ritmo el desarrollo tecnológico con respecto al desarrollo turístico y patrimonial.

Curiosamente y en contra de la creencia popular, el mundo rural en España, salvo algunas zonas muy pequeñas, está muy dotado tecnológicamente, lo que permitiría implementar casi cualquier sistema avanzado de promoción y gestión turística. Pero lamentablemente nos encontramos con escasez de camas, falta de profesionalidad, mala conservación del patrimonio o de los cascos urbanos y del entorno medioambiental. Nos queda mucho terreno por recorrer en este aspecto.

—¿Qué actuaciones cree que puede aportar su sector para luchar contra la despoblación rural?

—Creo que deberíamos no hacer tan responsable al turismo como

solución mágica para la despoblación. Por supuesto que es uno de los grandes impulsores, pero hay muchas localidades que no son susceptibles de llegar a ser un destino turístico y se olvidan de otras posibilidades, agroalimentarias, industriales...

Por supuesto el turismo mediante creación de rutas naturales, culturales, creación de establecimientos turísticos, etc., puede atraer a un flujo de personas importante, pero el gran reto es desestacionar la demanda, pues no tiene ningún mérito llenar un bonito pueblo serrano en Semana Santa y verano.

De todas formas, no debemos olvidar la importancia que tiene que la población local tenga la vocación y capacidad de atender a los visitantes. Deberíamos empezar por convencer a los jóvenes de que se sientan orgullosos de su tierra y que el mensaje de los educadores no sea el que subliminalmente se ha transmitido durante años: 'Estudia y vete'.

«El turismo es uno de los grandes beneficiados de la implantación tecnológica en los pueblos»

«Por alguna razón se aplica a las tecnologías digitales una visión maniquea que no existe en otros avances tecnológicos»

«No deberíamos hacer tan responsable al turismo como solución mágica para la despoblación»

—Existe un tipo de turismo rural bastante definido y asociado a características como naturaleza, desconexión, tranquilidad... Si los TRI buscan introducir de lleno la innovación y la digitalización en estos entornos, ¿está en riesgo el modelo?

—Por alguna razón, se aplica a las tecnologías digitales una visión maniquea que no existe en otros avances tecnológicos. Por ejemplo, nadie plantearía que para disfrutar de un entorno natural hay que vestir pieles cazadas por uno mismo, huyendo de la confortabilidad y comodidad de los tejidos modernos. Pues lo mismo pasa con las TIC. Es verdad que a veces se hace un uso abusivo de determinadas de estas soluciones, pero en realidad, la discusión debería estar entre lo que es un uso adecuado y lo que es un uso inadecuado de ellas.

Con respecto al tema que nos ocupa, podemos identificar cuatro ejes principales en los que el TRI se pueden beneficiar de un uso correcto de las tecnologías digitales.

—¿Cuáles son?

—El primer eje hace referencia a la mejora de la experiencia del visitante. Es obvio lo imprescindible que es, a estas alturas del siglo XXI, ofrecer buena información en la Red sobre el destino y la oferta de alojamiento, gastronomía y de actividades, así como todas las facilidades para reservar esos servicios. Pero también hay que dar continuidad a esta experiencia in situ. En este caso, soluciones como aplicaciones móviles o la cartelería digital proporcionan muchas ventajas sobre la tradicional de papel, tanto a nivel de costes como de contenidos o sostenibilidad.

El segundo eje es el de la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente. Aquí ya nos referimos al Internet de las cosas, donde los usuarios de la tecnología ya no son las personas sino los objetos. Gracias a estas soluciones, los TRI pueden ser pioneros en aprovechamiento de energías renovables de forma eficiente, ayuda a la conservación de monumentos, monitorización de recursos naturales, etc.

Como un puente natural desde el segundo eje, el tercer punto de interés es la seguridad. Aquí podemos diferenciar a su vez entre lo que nos pueden aportar en la vigilancia de los fenómenos naturales (detección temprana de incendios, control de cuencas fluviales, etc.) y la mejora de la seguridad de los visitantes. En este segundo caso, las soluciones abarcan desde los



Santiago Aguilar. DM

Perfil

Presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo desde 2016, Santiago Aguilar es diplomado en Turismo y Gestión de Empresas Turísticas por la Escuela de Turismo de Asturias. También cuenta con un posgrado en Gerencia y Dirección Hotelera de la Universidad Politécnica de Madrid. Hasta su vinculación con la asociación en 2012, ha dirigido, durante más de veinte años, diversas empresas hoteleras.

sistemas de videovigilancia a la ayuda a la localización de personas en caso de emergencia (con ayuda de las capacidades que ofrecen los teléfonos móviles) o, algo que ahora desgraciadamente está de actualidad, como es el control de los aforos en lugares que requieren un máximo de visitantes.

El último gran eje es el del Big Data. Todas las tecnologías que hemos mencionado, sumadas a la huella digital que vamos dejando los usuarios, generan millones de datos que, debidamente tratados para asegurar el anonimato y la protección de la privacidad de cada uno, se convierten en información que puede ser muy útil para los responsables del TRI, no solo conociendo qué ha pasado, lo que puede ayudar a mejorar o solucionar problemas o incidencias, sino ayudando a predecir qué puede pasar, permitiendo actuar para evitar incidentes o para mejorar el rendimiento

del recurso turístico.

—Con la crisis del covid hemos asistido a un boom en el turismo rural, ¿el sector lo considera algo positivo o hay que tener cuidado de no provocar una explotación excesiva que haga perder su identidad?

—Es muy pronto para saber si esta tendencia obligada por las circunstancias tendrá continuidad una vez finalice la pandemia. Ha servido, no cabe duda, para que conozcamos mejor nuestro patrimonio cercano, que había sido dejado de lado. Las compañías low cost han facilitado que sea más tentador para un joven irse a pasear por Berlín que por Albarracín. En cualquier caso, la explotación excesiva es bastante improbable por la escasez todavía de infraestructura turística suficiente. En resumen, somos optimistas sobre el desarrollo del turismo rural, pero le hace falta poner una velocidad de crucero mayor.