

TRIBUNA**DOLORES ORDÓÑEZ**
CEO de AnySolution

Turismo, el equilibrio necesario

MANU MIELNIEZUK

La importancia de la industria turística no ha parado de crecer en los últimos años. A nivel de España, supone una de las principales industrias del país, siendo algunas de sus regiones y destinos referentes a nivel mundial. A pesar de ello, fue necesario que llegase una pandemia mundial para que sectores que decían no tener conexión con el turismo reconocieran su importancia y reclamasen la llegada de turistas para poder vender sus productos y servicios.

A nivel europeo, debemos partir del hecho de que el turismo no es una política de la Unión Europea ya que los Estados Miembros no han cedido sus competencias. Lo cual, por otra parte, sería en muchos casos imposible, puesto que las competencias turísticas se encuentran repartidas en diferentes niveles territoriales que incrementan la complejidad de una industria ya de por sí compleja. En la actualidad, estamos viviendo un momento histórico con la elección de la nueva Comisión Europea que ha designado, por primera vez en su historia a un Comisario de Transporte y Turismo Sostenible, el sr. Apostolos Tzitzikostas. Se inicia pues, una nueva era de proyectos e iniciativas que se suman a los ya iniciados gracias a los fondos de recuperación y resiliencia y a la estrategia de la Senda de la Transición del Turismo (Tourism Transition Pathway) de la Comisión.

Bajo los pilares de la transición digital y ecológica, se ha ido cimentando la necesidad de trabajar en pos de la mejora de la gestión del turismo. La incorporación de nuevas soluciones digitales nos permite, no sólo ser más eficientes en la gestión de los recursos, sino también medir los avances y compararnos con otros competidores (ya sean destinos o empresas) para comprobar que estamos en el buen camino. Se están llevando a cabo importantes iniciativas, donde se está empezando a medir y a tomar decisiones basadas en datos. Desde los proyectos llevados a cabo por la Secretaría de Estado de Turismo a través de Segittur con los diferentes Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, la Plataforma Inteligente de Destinos (PID) o



Turistas junto a la catedral, en Palma.

la Plataforma de Innovación Abierta (PIA) hasta los proyectos europeos de referencia coordinados por AnySolution como el Centro de Competencias Europeo para la gestión de datos en destinos turísticos (D3HUB) o el Despliegue del Espacio Europeo de Datos de Turismo (DEPLOYTOUR). A través de todos estos proyectos, se apoya a los destinos y a sus ecosistemas a adoptar nuevas soluciones que les permitan solventar retos en la gestión del destino con especial atención a su sostenibilidad y a la calidad de vida del residente.

Porque si hay algo importante a tener en cuenta en toda actividad, pero sobre todo en la industria turística, es la generación de equilibrios. El turismo es una de las industrias más transversales que existen con impactos directos en la movilidad, la sostenibilidad, la educación y la formación, la agricultura, el patrimonio cultural... pero también en el acceso a la vivienda y en la calidad de vida de los residentes. Y es tan impor-

Los datos juegan y van a jugar un papel fundamental a la hora de tomar decisiones valientes

tante ser un destino turístico de referencia que ofrezca la mejor experiencia turística como asegurar que la calidad y nivel de vida de los residentes se incrementen en la misma proporción.

Los datos juegan y van a jugar un papel fundamental a la hora de tomar decisiones valientes y necesarias en todos los destinos. El turismo es una industria que genera beneficios y calidad de vi-

da, gracias a unas infraestructuras que no existirían sin esta actividad. A su vez, estamos observando como grandes plataformas y fondos, no siempre europeos, se están haciendo con cuotas de mercado turístico cada vez más importantes. Mientras que la Organización Mundial del turismo nos habla de crecimientos de más del 3% a nivel mundial en llegada de turistas, siendo Europa uno de los principales receptores, en Europa existe un gran desequilibrio entre destinos que desean atraer a más turistas y otros que alzan voces de protesta. Por ello es tan importante no sólo el tener los datos sino el análisis de los mismos para comprobar que los desequilibrios se producen por saturaciones en lugares y tiempos concretos, debidos a una mala gestión de los flujos o de las propias campañas de promoción del destino que muestran siempre los mismos lugares. Esos mismos datos nos dan información sobre si esa saturación se produce por turistas, residentes, visitan-

tes... permitiendo segmentar y empezar a dilucidar las causas y posibles soluciones a estas situaciones. Y no puede faltar la concienciación y el respeto que todo turista y visitante debe tener hacia el destino, tanto en el uso y consumo de recursos y entorno, como en la forma de vida de los residentes del lugar.

El equilibrio que se busca debe tener unos valores claros que redunden en esa deseada calidad de vida de los residentes, pero el trabajo y los mensajes deben producirse siempre en positivo, buscando soluciones constructivas apoyadas en datos que den una visión global de la situación. España y Baleares son referentes turísticos, que deben seguir manteniendo ese liderazgo, apoyándose en las oportunidades que abren las nuevas soluciones tecnológicas y en una medición correcta de todo lo que está sucediendo, aderezado con una importante campaña de concienciación y respeto hacia el destino y sus residentes.