

Fernando Valdés, *Secretario de Estado de Turismo*

“Las Entidades Locales van a tener un papel decisivo en la modernización del sector turístico”

Digitalización y sostenibilidad son las principales pautas que impulsan en nuestro país un modelo turístico más competitivo, un modelo que, tras la pandemia, ha visto crecer el uso de nuevas tecnologías y que se abre ahora a planes que lo harán más moderno y preparado, impulsando destinos en todo el territorio, planes en los que las Entidades Locales ganan presencia y se convierten en actores de la sostenibilidad -social y medioambiental- de los destinos y de la cohesión territorial. Para Fernando Valdés “*no hay actuación posible en un destino que pueda hacerse de espaldas a las Entidades Locales*”; esas actuaciones, orientadas a reforzar el turismo y cuanto éste conlleva, pueden convertirse en “*vacuna contra la despoblación*”.



Redacción

¿Cuánto esperan que llegue al turismo de los Fondos Europeos?

El turismo de este país va a beneficiarse de manera directa de un plan de modernización y competitividad que estamos diseñando en esta Secretaría de Estado y que va a contar con un presupuesto de 3.400 millones de euros procedentes de los fondos europeos Next Generation-EU. Un plan que va a permitirnos responder a los grandes desafíos pendientes que tiene nuestro modelo turístico y que tienen que ver, fundamentalmente, con la necesidad de tener una oferta más diversificada y atractiva durante todo el año y en todo el territorio.

El turista que nos visita de manera mayoritaria viene atraído por nuestro clima y nuestras playas, sí, pero también está interesado en conocer pueblos del interior del país para zambullirse en nuestra historia y en nuestra rica y variada gastronomía. También tiene predisposición a visitar espacios naturales y en esto somos líderes mundiales, con 52 Reservas de la Biosfera declaradas por la UNESCO. Por eso, con este plan que estamos ultimando, queremos desarrollar una oferta de turismo más sostenible tanto en nuestros destinos pioneros como en la España interior, donde la actividad turística está llamada a convertirse en un aliado clave para combatir la despoblación a partir de la generación de actividad económica sostenible, que tire de la industria agroalimentaria y el comercio local, generando riqueza en el territorio y para sus gentes.

Pero el turismo no sólo se va a beneficiar de estos 3.400 millones de euros. Eso son inversiones directas y específicas para el sector. No obstante, estimamos que otros proyectos y actuaciones contemplados en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la economía española y que tienen que ver con la agenda urbana, la mejora de las infraestructuras y las telecomunicaciones, o el impulso de la cultura tendrán un impacto en la competitividad de nuestra oferta turística de hasta 44.000 millones de euros.

¿Y de esa cantidad cuánto esperan que llegue a las Entidades Locales?

Todo el plan de modernización y competitividad del sector turístico está pensado para mejorar nuestros destinos, de manera que las Entidades Locales van a jugar un rol decisivo en la implementación del plan. El buque insignia del proyecto son los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, un programa que iniciamos en 2020 y que ahora vamos a aumentar y extender por todo el territorio con los fondos europeos. Este programa supone un ejemplo de cooperación entre Administraciones. Y es que no hay actuación posible en un destino que pueda hacerse de espaldas a las Entidades Locales.

La digitalización del destino estará, igualmente, llamada a ser una apuesta estratégica de nuestro plan. Es en el destino donde España tiene su principal ventaja competitiva.



Turísticamente hablando (si nos permite la expresión), ¿cómo deben readaptarse las Entidades Locales al tiempo post-COVID-19?

Soy un firme convencido de que de cada crisis puede surgir una oportunidad. Con motivo de la pandemia hemos dado pasos de gigante en la incorporación de las tecnologías de la información al día a día de la gestión de nuestros negocios o municipios. Déjeme que le cite tan sólo dos ejemplos, uno en el ámbito privado y otro en la esfera de lo público. Tras el confinamiento de la primera ola, bares, restaurantes y cafeterías pasaron a ofrecer la carta a los clientes vía códigos QR. Y éste es ya un cambio que ha venido para quedarse. Algo similar ha ocurrido con los sofisticados sistemas de control de aforos implantados en muchos municipios costeros, que han hecho uso de drones o cámaras cuyas imágenes se han tratado con inteligencia artificial para poder garantizar las normas de distanciamiento en las playas el verano pasado. Incluso superada la pandemia, ¿no resultaría útil para el usuario disponer de información en tiempo real del nivel de ocupación de una playa y de su aparcamiento antes de emprender el camino? La digitalización de las Administraciones Públicas va a representar el gran cambio que afronten en los próximos años y va a redundar en mejores servicios prestados a los ciudadanos.

Junto a estos necesarios procesos de adaptación y digitalización, la agenda de turismo sostenible es ya una prioridad para nuestros destinos turísticos. La oferta del destino ha de ser sostenible desde un punto de vista medioambiental, socioeconómico y territorial. Es preciso que todas nuestras Entidades Locales comprendan la importancia de esa agenda y los instrumentos para implantarla.

En ese marco y en este nuevo tiempo, ¿cuáles son las fortalezas de las Entidades Locales y cuáles sus puntos débiles?

Sin duda se trata de una Administración Pública que conoce como nadie la realidad de sus territorios y las necesidades de sus gentes. Es además la más cercana al ciudadano. Sin embargo, y enlazando con la digitalización de la que hablaba antes, nuestros destinos son todavía muy analógicos y esto les impide interactuar con los visitantes que reciben. Unos visitantes cada vez están más hiperconectados. Así pierden la oportunidad de conocer en profundidad los perfiles de turistas que les visitan, qué necesidades tienen y que fortalezas o debilidades han detectado en su estancia. Por no hablar de las posibilidades que se abren si destinos con situaciones y necesidades similares fueran capaces de compartir datos y soluciones en una misma plataforma tecnológica.

Pues en eso precisamente vamos a trabajar como parte de nuestro plan de modernización y competitividad del sector turístico. Otro aspecto a mejorar es la capacidad del destino y de la Entidad Local de tejer un relato turístico compartido con destinos de proximidad, o incluso otros destinos más alejados de España. La cohesión territorial es fundamental en la apuesta por un turismo de más valor añadido y sostenible. Las Entidades Locales han de comprender las fortalezas del trabajo en red.

¿Cómo va a ser el turismo post-COVID-19?

Al menos en el corto plazo, va a ser un turismo donde la seguridad sanitaria pase a un primer plano. Y vamos a ver si se consolida la tendencia que observamos en el verano pasado de elegir lugares más aislados frente a destinos

más concurridos. La transformación que desde luego ya está en marcha es la del avance hacia un modelo mucho más sostenible, no sólo, como decía, desde el punto de vista de la protección del medio ambiente, también en lo que se refiere a la convivencia entre turista y residente.

¿Y cómo va a ser el turista post-COVID-19?

Más y más hiperconectado, como comentaba antes. Hay que tener en cuenta que el turista que viene es el millennial de hoy que usa las tecnologías de la información en todas las esferas de su vida. Pero va a ser también un turista experiencial, que dé cada vez más importancia en su viaje a las experiencias que van a hacer único ese desplazamiento, frente a otras decisiones relacionadas con el transporte o el alojamiento.

En el medio y largo plazo, creo que también va a ser un turista más concienciado con el impacto que su estancia puede generar en el territorio y la población residente.

Turismo y Despoblación. Conjugué ambos términos...

Podemos convertir el turismo en la vacuna contra la despoblación. Según el INE, por cada 100 empleos en ramas de actividad en contacto directo con el turista se generan 67

empleos adicionales en otros sectores, y por cada 100 euros de valor añadido generado por el turismo, se aportan 62,1 euros en otros sectores. Ninguna otra actividad en nuestro país tiene la capacidad del turismo de generar un reparto equilibrado de la riqueza. Ninguna otra actividad tiene una presencia tan amplia entre nuestros pueblos y ciudades. El turismo es sinónimo de oportunidades para nuestra España interior.

Turismo-Despoblación-Post COVID-19, conjugué los tres términos...

La pandemia nos ha obligado a practicar un turismo de proximidad que, en muchos casos, era un gran desconocido. Como también ha habido profesionales que, con la implantación del teletrabajo, han cambiado la ciudad por el pueblo en busca de una mayor calidad de vida y tiempo para su familia o para sí mismos.

El tiempo lo dirá, pero por lo pronto, la pandemia nos ha hecho descubrir experiencias turísticas maravillosas más cerca de lo que imaginábamos y que pueden ser el catalizador para el impulso de una actividad económica capaz de frenar la despoblación en la España interior. No en vano, la campaña de 2020 para incentivar el turismo nacional ponía en valor que *“Lo increíble está más cerca de lo que crees”*.




Protégete y protege a los demás con RadarCOVID

Detecta contactos de riesgo por COVID-19



¿Cómo?

1. Descárgate la aplicación **RadarCOVID**
2. Permítele usar el bluetooth
3. Mantenla siempre activa



¿Qué es RadarCOVID?

La app que ayuda a atajar la cadena de transmisión de la COVID-19 de forma segura, anónima y confidencial









