

“En España tenemos la ventaja de contar con una de las industrias turísticas más competitivas del mundo”, señala Enrique Martínez, que en esta entrevista nos cuenta cómo desde el sector público se están desarrollando iniciativas para ayudar a la pyme turística y a

los destinos turísticos en el proceso de transformación digital. “Se trata de un asunto que han centrado la VII edición de Fitur Know-How & Export, iniciativa impulsada por SEGITTUR y FITUR cuyo objetivo es impulsar la exportación del conocimiento turístico español”.

**Enrique Martínez Marín, presidente de SEGITTUR**

## “En Fitur se ha hablado de innovación, sostenibilidad y del impulso de los ODS en el turismo”

■ Ana S. Arjona

— **Qué es Segittur y cuál es su cometido?**

— SEGITTUR es la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, una empresa pública al servicio de la Secretaría de Estado, cuyo cometido es fomentar el uso de la innovación y las nuevas tecnologías en el sector turístico, proporcionando apoyo en todo aquello que necesite el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

— **¿Qué supone ya, y qué va a suponer la innovación para el turismo?**

— La innovación es lo que ha permitido mantener de forma prácticamente ininterrumpida los niveles de crecimiento de la actividad turística en España y a nivel mundial durante las últimas tres décadas. Una industria sometida a un proceso de adaptación permanente a las necesidades de una demanda cada día más sofisticada y diversa que exige la renovación permanente del producto y las experiencias turísticas de la mano de la innovación. La innovación es el motor que dinamiza el sector turístico.

— **¿Y la transformación digital?**

— La industria del turismo ha sido pionera en la transformación digital, principalmente en todo lo relativo a los procesos de promoción, comercialización y venta de sus servicios a través de los grandes intermediarios digitales, agencias de viajes online, buscadores y meta-buscadores. Sin embargo, todavía queda mucho por hacer a nivel de destino entre los operadores más pequeños y necesitados de tecnificación para atender a un turista eminentemente digital.

— **¿Cómo está el sector español en este sentido?**

— En España tenemos la ventaja de contar con una de las industrias turísticas más competitivas del mundo, un entorno en el que conviven grandes grupos empresariales exitosos a nivel mundial con un numeroso número de pymes y micropymes de estructuras eminentemente familiares. Mientras los primeros se encuentran acometiendo grandes inversiones en materia de digitalización, los más pequeños tienen todavía mucho camino por recorrer en materia digital, especialmente desde el punto de vista de la adopción de tecnología y la formación en nuevas capacidades digitales.

— **¿Qué se entiende por ‘turismo inteligente’?**

— Se entiende por turismo inteligente aquél que es capaz de desarrollarse sin comprometer los recursos presentes y futuros de un destino, por lo tanto sostenible, desde un punto de vista socio-económico, medioambiental y cultural, garanti-

zando la necesaria armonía con las poblaciones locales y sabiendo aprovechar en todo momento las ventajas que ofrece la innovación y las nuevas tecnologías.

— **La gran cita de Segittur y FITUR, ha sido la VII edición de Fitur Know-How & Export del 23 al 27 de enero de 2019. ¿Qué ha caracterizado a esta nueva edición?**

— La inteligencia turística y los destinos turísticos inteligentes han centrado la VII edición de Fitur Know-How & Export, iniciativa impulsada por SEGITTUR y FITUR, en colaboración con ICEX España Exportación e Inversiones cuyo objetivo es impulsar la exportación del conocimiento turístico español.

**“La Red de Destinos Turísticos Inteligentes promueve los espacios innovadores para garantizar el desarrollo sostenible del territorio turístico”**

**“Regular este nuevo entorno digital requiere voluntad política de asumir el reto. Cada vez son más las CC AA y destinos que se animan a dar ese paso”**

Una de las novedades de esta edición ha sido contar con una maqueta de lego en la que se reproduce cómo es un destino turístico inteligente, para lo que también se contará con realidad virtual y realidad aumentada.

— **Fitur Know-How & Export siempre ha desarrollado un programa paralelo de actividades, ¿no es así?**

— Así es. Fitur Know-How & Export no es solo un espacio expositivo con 40 empresas expositoras con soluciones innovadoras para el turismo en todos sus ámbitos, sino que además ha desarrollado un programa de jornadas durante los tres días profesionales en los que se ha hablado de gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad, sostenibilidad, normalización, el impulso de los ODS en el turismo y muchos otros temas. En paralelo, organizamos un concurso de aplicaciones turístico y otro de chatbots turístico.

— **La apuesta de la secretaria de Estado de Turismo por la transformación del modelo turístico español, se traduce, por ejemplo, en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes en la que trabaja Segittur. ¿Qué objetivos persigue?**

— Es un proyecto ambicioso y de largo recorrido, que pretende promover un nuevo marco de referencia para consolidar los niveles de



ALEX PUYOL

### AL TIMÓN

**Enrique Martínez** es licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid, Master en Gestión Pública, Máster Universitario en Liderazgo y Dirección Pública (UIMP-INAP), experto en Evaluación de Políticas y Calidad de los Servicios y Diplomado en “Nuevas formas de liderazgo y transformación política”.

Cuenta con una larga experiencia en los territorios inteligentes, ya que ha desempeñado responsabilidades en ese ámbito como

vocal asesor del Gabinete de la SESIAD, a la vez que ha sido el coordinador del Plan Nacional de Territorios Inteligentes y presidente del Comité Técnico de Normalización 178 de UNE (Ciudades Inteligentes).

Ha desarrollado su carrera profesional en distintos organismos, siendo, entre otros, vocal asesor de la Subsecretaría del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (abril 2009 a febrero de 2011), y consejero de la Comisión Nacional del Sector Postal (CNSP), organismo regulador del

mercado postal. Asimismo, ha ocupado la Dirección General del Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, además de la Dirección del Observatorio de las Telecomunicaciones para la Sociedad de la Información de Red.es (julio 2004/octubre 2006) y la Dirección de la Oficina Técnica, que en el seno del C.A.T.S.I. definió el Plan de Convergencia sobre el que se elaboró el Plan Avanza.

Enrique Martínez se define a sí mismo como “un apasionado de los libros”.

desarrollo y competitividad del modelo turístico español actual, al tiempo que se ponen las bases para el que será un nuevo modelo basado en innovación, conocimiento, tecnología y gobernanza compartida

entre la Administración Central, la Autonómica y la Local.

Una Red que pretende promover que los destinos se configuren como espacios turísticos innovadores, consolidados sobre una infraestruc-

tura tecnológica de vanguardia, que garantice el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, facilitando la interacción y la integración del visitante con el entorno e incrementando la calidad de su experiencia en el destino y la mejora de la calidad de vida de los residentes de cada uno de ellos.

— **Se está hablando de un cambio de modelo del sector turístico español, de la sostenibilidad. ¿Qué puede aportar la innovación, la tecnología en este sentido?**

— La innovación y la tecnología son elementos consustanciales a la sostenibilidad medioambiental, especialmente en los ámbitos de la eficiencia energética, las energías renovables, la movilidad, la gestión y tratamiento de los residuos, la reducción del consumo de agua, las cadenas de abastecimiento y su orientación hacia los productos locales de kilómetro cero, o la estimación de la capacidad de carga óptima que puede soportar un determinado recurso turístico para evitar la saturación.

— **¿Puede explicarnos lo que es el SIT y cómo está siendo su desarrollo?**

— Durante el último año SEGITTUR ha implantado con éxito su Sistema de Inteligencia Turística (SIT) sobre tecnología Microsoft, basado en la integración de fuentes de datos de diferente naturaleza y procedencia, en el Observatorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El resultado ha sido enormemente fructífero, un espejo en el que mirarse como fuente de inspiración para otros destinos interesados en dicho ámbito.

— **La colaboración público-privada ¿es fundamental para la transformación digital y hasta qué punto lo es para el sector turístico?**

— El turismo es una actividad económica eminentemente transversal sobre la que confluyen multitud de actores públicos y privados. Ofrecer un servicio turístico de calidad exige por lo tanto coordinación y entendimiento entre unos y otros, esta relación se acentúa a medida que avanza la digitalización. Desde el sector público se están poniendo iniciativas para ayudar a la pyme turística y a los destinos turísticos en ese proceso de transformación digital, mediante medias de apoyo de implantación tecnológica y de difusión y capacitación.

— **Se está hablando mucho de la economía colaborativa, de las grandes plataformas y de la amenaza que según sector turístico tradicional pueden suponer, o ya suponen. ¿Qué opina?**

— Creo que es el papel de las Administraciones Públicas es ahora más importante que nunca para regular una actividad que de otro modo competiría con los actores tradicionales en condiciones muy diferentes. Regular este nuevo entorno digital requiere capacidad coercitiva y voluntad política de asumir el reto, cada vez son más las comunidades autónomas y destinos que se animan a dar ese paso, y nuestro papel no puede ser otro que el de ayudarles con aquellas herramientas legislativas y tecnológicas que tengamos a nuestro alcance.

— **Para terminar, y si es posible, ¿podría traducir en cifras lo que supone la apuesta por las nuevas tecnologías en el sector turístico español?**

— En España tenemos más de 450.000 empresas específicamente turísticas de transporte, alojamiento, comidas y agencias de viaje, el reto es poder llegar a tecnificarlas. En especial aquellas que no tienen asalariados o que su número es inferior de 100 empleados, y en los que la tecnología significa una ganancia de eficiencia sustancial.