



Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*



**Guillem X. Pons, Asunción Blanco-Romero, Rosario Navalón-García,
Libertad Troitiño-Torrallba y Macià Blázquez-Salom
(Editores)**



SOCIETAT D'HISTÒRIA
NATURAL DE LES BALEARS

Sostenibilitat turística: *overtourism vs undertourism*

**Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R.,
Troitiño-Torrallba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.).**



CONSELL INSULAR
DE MENORCA



Universitat
de les Illes Balears

Sugerencia de cita de la obra:

Obra completa:

Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). 2020. Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 610 pp. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Capítulo

Pitarch-Garrido, M.D. and Zornoza, C., 2020. Changes in the use of the Spanish litoral land (2008-2018). An announced saturation. *In: Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. and Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 405-415. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Este monográfico es una contribución a los proyectos de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y Agencia Estatal de Investigación financiado con fondos FEDER, titulados:

Overtourism in Spanish Coastal Destinations. Tourism Degrowth Strategies” (RTI2018-094844-B-C31), <https://overtourism-degrowth.uib.eu/>

Turismo de interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones cambiantes y de crisis para impulsar productos y destinos turísticos. Dinámicas de casos” (CSO2016-74861-R).

Análisis de procesos de planificación aplicados a ciudades y destinos turísticos inteligentes. Balance y propuesta metodológica para espacios turísticos: Smart Tourism Planning (STP) (CSO2017-82592-R)

Transformaciones del paisaje urbano histórico inducidas por el turismo: contradicciones y controversias, gobierno y gobernanza local,- CSO2016-75470-R / PAITUR-Ciudad - 2017-2019. *Proyecto de I+D+I correspondiente al Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad.

Primera edición: octubre 2020



del texto: los autores



de la edición: Societat d’Història Natural de les Balears

Carrer Margalida Xirgu 16 baixos 07011 Palma (Illes Balears)

www.shnb.org

email: publicacions@shnb.org

Fotos portada: Calpe (Alicante) (Foto Macià Blàzquez); Las Ramblas de Barcelona (Foto Macià Blàzquez); Campos de cereales de Berzosa (Soria) (Foto Asunción Blanco-Romero); Naveta des Tudons (Ciutadella, Menorca) (Foto Macià Blàzquez).

Depósito legal, DL PM 695-2020

ISBN 978-84-09-22881-2

Impresión: <https://www.printcolorweb.com/>

Turismo rural inteligente. Capacitación aplicada en el marco del proyecto europeo *SmartRural*

Antonio MARTÍNEZ-PUCHE, Xavier AMAT, Carlos CORTÉS, José Antonio LARROSA, Alberto LORENTE, Samuel ORTIZ y Isabel SANCHO

SHNB



SOCIETAT D'HISTÒRIA
NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM
ON TOURISM AGE-IGU



Martínez-Puche, A., Amat, X., Cortés, C., Larrosa, J.L., Lorente, A., Ortiz, S. y Sancho, I. 2020. Turismo rural inteligente. Capacitación aplicada en el marco del proyecto europeo SmartRural. In: Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitíño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 359-368. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

Desde noviembre de 2019, la Universidad de Alicante, a través del grupo de investigación de Geografía Humana, participa como *partner* en el proyecto europeo *SmartRural*. Su objetivo, identificar las brechas existentes y las mejores prácticas de los países de la UE para desarrollar un programa de capacitación en turismo rural inteligente dirigido a estudiantes, autoridades y comunidades locales (*stakeholders*). En total son siete universidades implicadas. El objeto de la comunicación es ilustrar el proceso seguido hasta la fecha, para determinar el contenido del programa formativo, asignaturas y metodología para su desarrollo, que luego se tendrá que testar para sacar aprendizajes que mejoren el producto final (MOOC). La Universidad de Alicante, aporta el valor de la geografía en el desarrollo de estos programas formativos, vinculados al turismo, reforzando la importancia del enfoque rural integrado y territorial, teniendo como pilar fundamental a la población local. Sin olvidar, los aspectos tecnológicos, que deben hacer a estos “espacios rurales inteligentes”, accesibles, conectivos y participativos, procurando también al turista la posibilidad de mejorar su experiencia. Todo ello combinando teoría y práctica, sapiencia y experiencias.

Palabras clave: Turismo inteligente, desarrollo local, buenas prácticas, innovación territorial y social, capacitación, áreas rurales, enfoque integrado.

SMART RURAL TOURISM. TRAINING APPLIED WITHIN THE FRAMEWORK OF THE EUROPEAN SMARTRURAL PROJECT. Since November 2019, the University of Alicante, through the Human Geography research group, participates as a partner in the European SmartRural project. Its objective is to identify the existing gaps and best practices in the EU countries to develop a training program in smart rural tourism aimed at students, authorities and local communities (*stakeholders*). In total there are seven universities involved. The purpose of the communication is to illustrate the process followed to date, determine the content of the training program, the topics and the methodology for its development, which must then be tested to obtain learning that improves the final product. The University of Alicante contributes the value of geography in the development of these training programs, linked to tourism, reinforcing the importance of an integrated rural and territorial approach, with the local population as a fundamental pillar. Without forgetting the technological aspects that must make these "smart rural spaces" accessible, connected and participatory, and that also offer tourists the possibility of improving their experience. All of this combines theory and practice, knowledge and experience.

Key words: *Smart tourism, local development, good practices, territorial and Social innovation, training, rural zones, integrated approach*

Antonio MARTÍNEZ-PUCHE, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana. antonio.martinez@ua.es Xavier AMAT, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana, xavier.amat@ua.es Carlos CORTÉS, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana carlos.cortes@ua.es, José Antonio LARROSA Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana ja.larrosa@ua.es, Alberto LORENTE, Dpto. Geografía Humana, alberto@crea360.es, Samuel ORTIZ, Universidad de Alicante. Departamento de Geografía Humana samuel.ortiz@ua.es, Isabel SANCHO, Dpto, Geografía Humana, isabel.sancho@ua.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

El turismo rural inteligente, deriva de las *Smart Villages* y de las *Smart Cities*. Se trata de un concepto emergente que contempla nuevas redes y servicios mejorados a través de medios digitales, tecnologías de la comunicación, innovaciones y un mejor uso del conocimiento para beneficio de los habitantes y empresas en comunidades y áreas rurales. Las tecnologías digitales y las innovaciones, entendidas como un medio y no como un fin en sí mismo, pueden facilitar la calidad de vida y sus estándares, servicios públicos para los ciudadanos, mejora en los usos de los recursos, bajo impacto en el medio ambiente, y nuevas oportunidades para las cadenas de valor en términos de productos y mejoras en los procesos. Así pues, la tecnología se convierte en un factor esencial, ya que permite lograr una mayor eficacia en la gestión de los destinos y aumentar la satisfacción de los usuarios por el servicio recibido. Entre las nuevas competencias relacionadas con la gestión de destinos turísticos, se detecta la necesidad de contar con perfiles técnicos familiarizados con las metodologías de gestión de destinos turísticos inteligentes y los pilares estratégicos que comprenden el modelo: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Y sin duda, puede ser una posibilidad para facilitar el asentamiento de población y renovadas actividades económicas en espacios de la denominada “España vaciada” (Hortelano, 2019). El proyecto europeo SMARTRURAL (2019-2021)¹, dedicado al turismo rural inteligente, tiene por objetivo desarrollar un MOOC con contenidos aplicados, y que recoja buenas prácticas y estudios de casos que hagan más fácil la comprensión y difusión. Por ello, contempla mejorar las capacitaciones en el ámbito del turismo rural inteligente, así como crear un programa formativo común entre 7 universidades europeas. De ahí la necesidad de acometer, desde la formación, la posibilidad de capacitar y sensibilizar a las poblaciones locales y emprendedores rurales, de la posibilidad de aplicar innovaciones en el medio rural. No es fácil, y lo hemos comprobado en el actual proyecto. La brecha digital, pero también la cultural entre campo y ciudad, es notable. Y los enfoques que priman en esta temática (desde las Universidades partners del proyecto SMARTRURAL), son excesivamente tecnológicos y teóricos (IoT), y no tanto territoriales y aplicados (contextos rurales diferenciados).

¹ 2019-1- TRO1-KA203-073781. “Towards an intelligent development of rural tourism in Europe (K203-Erasmus +).

Antecedentes

La transformación digital es un proceso inevitable. Los cambios tecnológicos que se observan en casi todos los ámbitos de lo cotidiano, alumbran nuevas condiciones en el panorama económico y social, a las que el mundo rural no permanece exento (Gallardo, 2006). Las innovaciones en materia de agricultura de precisión, ganadería por control remoto, el teletrabajo o el comercio electrónico, en un contexto de despliegue de las tecnologías de la información y la comunicación (Polo y Frías, 2010), evidencian que la era digital proporciona unos beneficios todavía inéditos fuera de las ciudades. En efecto, la revolución digital hasta ahora limitada a los entornos urbanos y socialmente muy segmentada, crea condiciones y desafíos que conllevan la capacidad de nivelar las oportunidades competitivas entre la ciudad y el medio rural. Varios son los analistas que destacan el potencial de las comunidades rurales en el nuevo escenario digital (Meyn, 2017; Naldi *et al.*, 2015; Girardot, 2010; Holmes, 2017; Fennell *et al.*, 2018, Martini *et al.*, 2015;). Sin embargo, otras investigaciones han identificado signos de rechazo ante una realidad todavía desconocida en entornos reticentes a la innovación como lo son, en determinadas circunstancias, los pequeños municipios (Desdemoustier *et al.*, 2019), los pueblos y villas rurales (Santamaría y Del Mármol, 2017) o las aldeas de alta montaña (Coma *et al.*, 2016).

Tradicionalmente, las innovaciones se han generado en los lugares donde los recursos y el conocimiento se concentraban en una proximidad física. Las grandes ciudades o los clústeres empresariales aseguraban la densidad física suficiente para generar los procesos de crecimiento económico y desarrollo territorial. Sin embargo, la transformación digital ha priorizado la densidad virtual respecto a la física (Gallardo, 2016), lo que implica una mayor independencia respecto al lugar de localización de los diversos grupos de personas o de empresas, proporcionando una oportunidad extraordinaria para las zonas rurales. Es en este contexto en el que irrumpe la noción de inteligencia territorial asociada a la investigación, la innovación y el conocimiento como medio para lograr un crecimiento económico apoyado en el desarrollo sostenible (Naldi *et al.*, 2015), con implicaciones cada vez más notorias en las regiones rurales.

El desarrollo rural inteligente es considerado como una parte de las estrategias introducidas en respuesta a las bajas tasas de crecimiento y productividad en las zonas rurales (Naldi *et al.* 2015), pero también, frente a la dicotomía provocada por la brecha digital entre lo urbano y lo rural (Gallardo, 2016) e incluso como un estímulo para satisfacer las aspiraciones de la juventud rural en territorios marginales (Fennell *et al.* 2018). Pero, además de todo ello, el paradigma de la inteligencia incorpora la tecnología como una componente para la transformación de las actividades económicas en el medio rural, y algunos sectores productivos como el turismo están demostrando ser especialmente proclives a la rápida expansión del fenómeno *smart*. El turismo inteligente o los destinos turísticos inteligentes constituyen de este modo un paso más en la evolución de las ciudades inteligentes (Buhalis y Amaranggana, 2013). ¿Puede suceder lo mismo en el medio rural y con el turismo?

Marco teórico

El auge del turismo rural, es una construcción social compleja. Un territorio es un espacio donde lo económico, lo social, lo cultural, ambiental y lo político están presentes. En estos casos, una imagen de destino puede extenderse aún más por varios canales, como residentes, turistas, folletos publicitarios, guías turísticas, novelas, escritura de viajes, obras literarias, medios de comunicación, y campañas de imagen (Kim, 2009). La tecnología (TI) también está muy involucrada en formación de imágenes de destinos turísticos (Choi *et al.* 2007). El turismo inteligente es reconocido como un término que describe la convergencia de TI con la experiencia turística. Incluye formas de intercambio de información en turismo, basadas en tecnología móvil y conectividad a Internet. Como resultado, la cultura pública turística ya no depende totalmente de información proporcionada en forma impresa o incluso oficial y sitios web comerciales. Los visitantes ahora intercambian contenido creado por el usuario a través de las redes sociales en forma de *storytelling*, consejos y comentarios compartidos. Hoy en día, conceptos y términos como "turismo electrónico", turista "conectado", turista "social", "prosumidor", "ewom", "comercio electrónico", "aplicaciones turísticas", "ubicación geográfica" o todos esos conceptos relacionados con la inteligencia o "inteligente": "ciudades inteligentes", "destinos inteligentes", "ciudades cableadas", "destinos inteligentes" se han convertido en puntos de referencia en el estudio, la planificación y la gestión de destinos, así como en el turismo de negocios (Beltrán, 2018).

En este contexto, el desarrollo de nuevas tecnologías permite, también a los alumnos, aprender de manera más efectiva, eficiente, flexible y cómoda. El alumnado utiliza dispositivos inteligentes para acceder a lo digital recursos a través de la red inalámbrica y para sumergirse en forma personalizada y aprendizaje continuo. Educación inteligente, un concepto que describe el aprendizaje en la era digital, ha ganado mayor atención. En general, el entorno de aprendizaje inteligente es efectivo, eficiente y atractivo (Merrill, 2013). Y el objetivo es proporcionar autoaprendizaje, automotivación y servicios personalizados para que los estudiantes pueden asistir a cursos, con su propio ritmo y capaces de acceder al contenido, y disfrutar de un aprendizaje personalizado de acuerdo con sus diferentes necesidades y *targets* (Kim, 2009).

El concepto de turismo inteligente implica la integración tecnológica en todas las organizaciones y entidades que conforman un destino turístico, con el objetivo de explotar las sinergias entre las tecnologías y los usuarios para enriquecer las experiencias turísticas (Buhalis y Amaranggana, 2013). Esta perspectiva tiene como premisa garantizar la máxima conectividad en los destinos a través de las nuevas aplicaciones tecnológicas (Ballina *et al.* 2019) y resulta crucial para la competitividad de las empresas del sector turístico (Polo y Frías, 2010). En este sentido, la literatura académica coincide en que el turismo inteligente debe inevitablemente abordar las necesidades de los viajeros antes, durante y después de su viaje, siendo la experiencia del turista el núcleo central en el desarrollo de los destinos turísticos inteligentes (Buhalis y Amaranggana, 2013; Ballina, 2019), que sólo de este modo podrán ser competitivos (Luque *et al.*, 2015; Ballina *et al.*, 2019).

La conceptualización de un destino como inteligente ha experimentado una acelerada transformación en los últimos años, madurando desde un enfoque limitado a la promoción turística a través de páginas web y la gestión *on-line* de las reservas (San Martín y Herrero,

2012), a otro enfoque mucho más complejo y diverso, que alude a la gestión integral de los destinos turísticos e incorpora múltiples y dispares categorías. Así, por ejemplo, se revelan importantes elementos como las condiciones políticas y de gobernanza, las infraestructuras disponibles, el modo de analizar los datos que generan los turistas o la manera en que se incorporan las variables de sostenibilidad (Shaifee *et al.*, 2019), teniendo en cuenta que la implantación del paradigma *smart* en destinos turísticos implica un compromiso ineludible con su hábitat y la calidad de vida de sus habitantes (Sigalat-Signes *et al.* 2020). De este modo, el nuevo enfoque de los destinos inteligentes requiere de un proyecto global que idealmente incorpore cinco ámbitos de actuación: gobernanza, sostenibilidad, conectividad, sistemas de información e innovación, siendo ineludible su adaptación a cada entorno territorial (Ivars *et al.*, 2016).

Con todo, al referirse a lo rural, la noción de inteligencia se reduce la mayoría de las veces a las opciones de conectividad y comunicación que, en el mejor de los casos, puede generar un impacto catalítico en la vida de los habitantes rurales cuando se integra adecuadamente con otras iniciativas de desarrollo rural (Holmes, 2017; Fennell *et al.* 2018). Pero el uso de la tecnología también puede facilitar la participación de las comunidades rurales en los procesos de desarrollo socioeconómico y, desde el punto de vista turístico, pueden propiciar la conservación y la valoración del patrimonio rural a través del estímulo de actividades como la interpretación ambiental y la educación (Martini *et al.* 2017).

En los entornos rurales, la experiencia ha demostrado que la aplicación de las nuevas tecnologías se relaciona con la creación de nuevos productos turísticos, favorece la difusión de la información y contribuye finalmente a la promoción de los destinos rurales. Así, por ejemplo, se han identificado las potencialidades que ofrecen las nuevas tecnologías en la creación de productos mediante la incorporación de los GPS, los códigos QR, las aplicaciones móviles o la realidad aumentada. Sin embargo, en la mayoría de los casos el empleo de la tecnología queda limitado a las funciones de información a los visitantes, mientras que el resto de las etapas del consumo turístico muestran todavía un incipiente desarrollo en el entorno turístico digital (Coma *et al.*, 2016).

En este contexto, las estrategias de desarrollo a través de las herramientas *smart* aspiran por el momento a complementar la oferta turística existente, al agregar nuevos productos y servicios a la oferta genérica de turismo rural (Romão y Neuts, 2017). No obstante, la especialización turística inteligente parece demostrar cada vez con mayor intensidad impactos relevantes en zonas rurales donde el turismo ya juega un papel destacado, incorporando mejoras en aspectos como la movilidad, el acceso a las instalaciones y servicios, o la oferta de recursos locales. Además, las nuevas tecnologías también podrían estar mejorando las relaciones entre el turismo rural y otros sectores productivos, al explorar las sinergias que se pueden establecer en la valorización turística de bienes y servicios producidos en la misma región.

En definitiva, la noción de inteligencia es todavía difusa e incorpora características, variables y dimensiones dispares. Las condiciones para afirmar a un territorio o un sector productivo como inteligente no están exentas de controversia académica e institucional (Desdemoustier *et al.*, 2019) y, ante la falta de una adecuada conceptualización, muchas aldeas, destinos turísticos o regiones rurales son empujadas a definirse como inteligentes sin una base que justifique tal consideración. Consecuentemente, la literatura académica y

la investigación aplicada a través de proyectos como *Smartrural* tienen por delante el reto de conceptualizar a través de análisis rigurosos la noción de inteligencia y su aplicación a los destinos turísticos en las zonas rurales, pero comenzando desde la formación y capacitación.

Presentación resumida del proyecto y primeros resultados.

Hay que significar que el turismo rural inteligente es la base del proyecto SMARTRURAL. Un programa - ERASMUS +, entendido como una acción clave de cooperación para la innovación y el intercambio de buenas prácticas, y enmarcada en una alianza estratégica en la educación superior. El proyecto se inició en octubre de 2019 y llegará hasta agosto de 2021. Lo conforman siete socios, liderados por Eskisher Osmangazi University, Faculty of Tourism (Turkey). El resto de socios son:

1. VDU Faculty of Bioeconomics Development (Lithuania)
2. University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
3. Liubliana University (Slovenia)
4. Departemant of Humain Geography of Alicante University (Spain)
5. Unipegaso University (Italy)
6. University of Economics (Czech Republic)

A través de un análisis en profundidad de los programas existentes de capacitación en turismo rural inteligente en la UE y más allá, nuestro proyecto identifica las brechas existentes y las mejores prácticas en los países de la UE, desarrollando un nuevo programa de desarrollo turístico rural inteligente para estudiantes, graduados, emprendedores y autoridades locales, así como comunidades de turismo rural. Está previsto probar el programa de capacitación en cada país y confiar en las aportaciones de los participantes. Estos serán estudiantes, que testarán el programa formativo, siendo 30 alumnos de cada uno de los siete países socios. Además, también será testado por *stakeholders* que las comunidades rurales. La intención es mejorar y ajustar, lo mejor posible, un curso en línea abierto (MOOC). El objetivo es proponer una herramienta útil para analizar, formar, comunicar y optimizar los espacios rurales, con una serie de paquetes de trabajo distribuido entre los diferentes socios (Tabla 1).

PAQUETE DE TRABAJO (WP)	UNIVERSIDAD RESPONSABLE	
<i>Gestión de proyectos</i>	<i>U. Eskisher, Osmangazi. Turquía</i>	WP1
<i>Estado actual del arte y análisis de necesidades</i>	<i>VDU, Lituania</i>	WP2
<i>Desarrollo del programa de desarrollo de turismo rural</i>	<i>U. Liubliana. Eslovenia</i>	WP3
<i>Prueba del programa formativo de turismo rural inteligente</i>	<i>U Alicante. España</i>	WP4
<i>Versión final del programa formativo de turismo rural</i>	<i>UNIPEGASO, Italia</i>	WP5
<i>Transferencia de soluciones e ideas inteligentes a los Stakeholders</i>	<i>Universidad de Economía, República Checa</i>	WP6
<i>Garantía y evaluación de calidad</i>	<i>Universidad de Warmia y Mazury en Olsztyn, Polonia</i>	WP7
<i>Difusión y explotación de resultados</i>	<i>Universidad Eskisher Osmangazi, Turquía</i>	WP8

Tabla 1. Paquete de Trabajo y socios responsables en el proyecto SMARTRURAL
Table 1. Work Package (WP) and responsible partners in the SMARTRURAL project

Los elementos innovadores que aporta son:

- No existe un programa de desarrollo de turismo rural inteligente similar a nivel de la UE.
- Se está contando con la participación de estudiantes (de grado de turismo), académicos, profesionales del turismo rural e instituciones, para la creación conjunta del contenido del curso.
- Se está enriqueciendo el contenido de la capacitación, con las habilidades necesarias para su desarrollo. Es decir, conocimientos aplicados sobre turismo rural, sostenibilidad, TICs, participación ciudadana e iniciativas públicas y privadas (co-creación).
- Utilización de las mejores prácticas, evaluando sus fortalezas y debilidades, al objeto de proponer un programa de formación de alta calidad.
- Aplicación de nuevos enfoques de enseñanza. Es decir, discusión y análisis de estudios de casos reales de varios destinos de turismo rural; tutorías personalizadas, visitas a destinos de turismo rural conocidos, ponentes invitados, gamificación, *storytelling* y *design thinking*). También se contará con herramientas pedagógicas (infografías, videos educativos y demás material de apoyo).
- Utilizar los medios de comunicación para captar la atención, crear conciencia y desarrollar percepciones más positivas, y sostenibles del turismo rural, en las mentes de los jóvenes (estudiantes).

ETAPA Y ACTIVIDAD	PRODUCTOS INTELECTUALES
<p><i>Etapa 1.</i> Evaluación de la documentación científica existente. Revisión bibliográfica y documental. Reuniones transnacionales. Cronograma de trabajo</p>	<p>Análisis de daños e identificación de buenas prácticas en TRI. Discusión de metodología común a aplicar en el MOOC. Reparto de asignaturas por partners</p>
<p><i>Etapa 2.</i> Desarrollo de contenidos de las asignaturas. Plan de estudios, guías y recursos didácticos. Capacitación de los formadores</p>	<p>Validación de la guía docente de cada una de los siete módulos, con una duración de 4 horas cada uno y 16 tutoriales. 30 horas en total. Realización del curso de "Formador de formadores" para los <i>partners</i> del proyecto. Desarrollo del plan de comunicación del proyecto (WEB y RR.SS)²</p>
<p><i>Etapa 3.</i> Identificación de los grupos de interés para la formación Stakeholders. Testar el programa formativo e implementar mejoras</p>	<p>Testar el programa formativo en cada uno de los siete países. 30 alumnos por <i>partners</i> (Universidades, gestores, profesionales, emprendedores). Garantías y evaluación de calidad.</p>
<p><i>Etapa 4.</i> Lanzamiento e implementación del MOOC.</p>	<p>Ultimar los procedimientos técnicos, establecer las guías de uso, habilitar la plataforma de soporte. Evaluar resultados de la primera edición y comprobar sus sinergias territoriales.</p>

Tabla 2. Etapas de implementación del programa formativo y productos intelectuales.

Table 2. Stages of implementation of the training program and intellectual products.

² <https://www.facebook.com/smart.rural.37>

Los principales grupos destinatarios de este programa formativo serán:

- Estudiantes y profesores.
- Empresarios de turismo rural.
- Autoridades locales, comunidades rurales y *stakeholders* relacionados con el turismo rural.

El desarrollo del proyecto SMARTRURAL se divide en cuatro etapas, con sus correspondientes “productos intelectuales” (Tabla 2).

Los módulos, que conforman las asignaturas (30 horas), son las siguientes:

- 1) *Turismo rural inteligente*: introducción sobre el concepto de turismo rural inteligente, identificación de problemas relacionados con la comunidad/aldea de turismo rural (Lituania).
- 2) *Diseño y co-creación de experiencias de turismo rural inteligente* (La importancia de los recursos territoriales y de la comunidad local en el mundo rural. Diagnósticos e instrumentos para “co-crear” entre las iniciativas públicas y privadas. Experiencias y estudios de caso. (España).
- 3) *Modelos y teorías de la gamificación / TIC e Internet de las cosas en el turismo rural* (Sostenibilidad, Eslovenia)
- 4) *Turismo rural sostenible* (República Checa)
- 5) *Turismo rural accesible* (Turquía)
- 6) *Desarrollo inteligente del patrimonio en destinos rurales* (Patrimonio; Polonia)
- 6) *Generar y desarrollar ideas inteligentes para destinos de turismo rural* (Creatividad, Polonia)
- 7) *Modelos / escenarios / estrategias comerciales inteligentes de turismo rural* (espíritu emprendedor y empresarial; Italia)

Se han realizado la producción de 16 tutoriales, de hasta 15 minutos, que serán en inglés, para cada uno de los siete módulos, con materiales (vídeos, y lecturas complementarias). Cada módulo durará 4 horas. Sumando un total de 30 horas (2 horas finales para evaluación). El curso será certificado por las Universidades participantes.

Discusión y conclusiones

Ya podemos avanzar algunos logros y conclusiones, a pesar de que el proyecto no ha terminado. Los diversos perfiles de las universidades participantes, han hecho que las temáticas de los módulos tratados, tengan un sesgo más tecnológico y empresarial, que socioterritorial. De ahí que nuestra aportación como universidad se haya centrado en superar la perspectiva “urbanocéntrica” de algunas de las propuestas, y contemplemos al medio rural desde un enfoque holístico, necesitado no sólo de inversiones y subvenciones finalistas, con un marcado carácter asistencialista. Superando la percepción de que el territorio sólo se limite a acoger actividades e infraestructuras de base tecnológica (*smart*). Eso quizás requiera de planes y acciones estratégicas competitivas, pedagógicas y territoriales, lideradas por las administraciones (gobernanza), pero acompañados por el resto de *stakeholders* de las áreas rurales. De ahí que la propuesta de módulo, realizada desde la Universidad de Alicante, y atendiendo a nuestro perfil de geógrafos, haya contemplado la innovación, desde una perspectiva social y territorial, con un enfoque integrado, donde es necesario la concertación entre entidades públicas y privadas

(cooperativas, agroturismo, etc.). También poniendo en valor lo hecho y conocido por entidades de nuestro país en materia de turismo rural e innovación. Así, destacan como estudios de caso propuestos, entre otros, la Fundación Cesar Manrique de Lanzarote, INVAT.TUR (Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas) de la Generalitat Valenciana, SEGITTUR, (Sociedad Estatal Española, dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turística) y la cooperativa agroecológica alicantina La CAMPEROLA³, que ha sido elegida por la Red Rural Nacional del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para ser incluida como buena práctica de emprendimiento en el medio rural.

Así, en un contexto rural, un destino turístico se puede convertir en inteligente cuando hace uso de infraestructuras tecnológicas (conectividad a través de las 5G) con el fin de mejorar la experiencia del turista y fortalecer el proceso de toma de decisiones. Aunque sin descuidar aspectos vinculados a la sostenibilidad, empoderamiento de la población local, diversificación económica de las áreas rurales, calidad de vida y mejora de servicios de todo tipo. Eso es lo que estamos trabajando desde nuestra perspectiva de geógrafos en las diferentes reuniones mantenidas para validar propuestas y acciones formativas.

Es un aprendizaje compartido y en comunidad, que forma parte de un proceso, que vamos a medir cuando lo apliquemos. Y fundamentalmente, de un intento de poner en común herramientas y conocimientos en relación a la formación en turismo rural inteligente. Y todo ello, en un contexto europeo, que además introduce la *investigación-acción-participativa* (IAP), para seguir avanzando en un campo donde los conceptos deben nutrirse de experiencias y necesidades, y en el que el enfoque territorial e integrado, es realmente importante para alcanzar resultados óptimos y útiles para las comunidades rurales.

Bibliografía.

- Ballina, F.J. 2019. Smart tourism destination, experiencia phygital y turismo rural. *International Journal of Information Systems and Tourism*, 4 (1), 41-52.
- Ballina, F.J. et al. 2019. Tourism Destination: Urban versus Rural Technological Behaviours. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 3 (2), 16-37.
- Beltrán, G. 2018. *Turismo rural online. Páginas web y redes sociales*, UOC, Barcelona, 168 pp.
- Buhalis, D. y Amaranggana, A. 2013. Smart Tourism Destinations. En: Xiang, Z. y Tussyadiah, I. (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer International, Dublín, 553-564.
- Coma, J. et al. 2016. La incidencia de las TIC en destinos turísticos de la montaña española. Un análisis de casos. *Ara*, 6 (2), 75-86.
- Choi, S. et al. 2007. Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel-related websites, *Tourism Management*, 28,118-129.
- Desdemoustier, J. et al. 2019. Municipalities' understanding of the Smart City concept: An exploratory analysis in Belgium. *Technological Forecasting & Social Change*, 142, 129-141.
- Fennell, S. et al. 2018. Examining linkages between Smart Villages and Smart Cities: Learning from rural youth accessing the internet in India. *Telecommunications Policy*, 42, 810-823.

³ <http://www.lacamperola.org/>

- Gallardo, R. 2016. *Responsive Countryside: The Digital Age and Rural Communities*. University Extension Center for Technology Outreach, Mississippi State. 174 pp.
- Girardot, J. 2010. Inteligencia territorial y transición socio-ecológica. *Trabajo: Revista de Relaciones Laborales y Ciencias del Trabajo*, 23, 15-39.
- Holmes, J. 2017. *The smart villages Initiative: Findings 2014-2017*. CMEDT-Smart Villages Initiative, Cambridge. 134 pp.
- Hortelano, L.A. 2019. El turismo rural como estrategia de la lucha contra la despoblación del interior de España. En: García-Moreno, F. (dir.), *La despoblación del mundo rural*. Thomson Reuters Aranzadi, Navarra, 503-533.
- Ivars, J.A. et al. 2016. Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62 (2), 327-346.
- Kim, H.K. y Oh, S.J. 2009. A Q methodological approach to tourism motivation and preference typology. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 21, (2), 69-88.
- Luque, A.M. et al. 2015. Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*, 10, 1-25.
- Martínez-Puche, A. 2019. Territorios inteligentes y desarrollo local. Del concepto al precepto. En: Cantó, T. (Dir.), *Los territorios rurales inteligentes: administración e integración social*. Thomson Reuters Aranzadi, Navarra 21-56.
- Martini, U. et al. 2017. Community participation natural resource management and the creation of innovative tourism products: evidence from Italian networks of reserves in the Alps. *Sustainability*, 9 (12), 1-16.
- Merrill, M.D. 2013. *First principles of instruction: Identifying and designing effective, efficient and engaging instruction*, Wiley, San Francisco, 479 p.
- Meyn, M. 2017. *Digitalization: Status Quo and Future Trends – A New Impact on Life in Rural Areas?* Artículo ocasional. American Council on Germany, Nueva York, 17 pp.
- Naldi, L. et al. 2015. What is smart rural development? *Journal of Rural Studies*, 40, 90-101.
- Polo, A.I. y Frías, D.M. 2010. The relationship between business characteristics and ICT deployment in the rural tourism sector. The case of Spain. *The International Journal of Tourism Research*, 12 (1), 34-48.
- Romão, J. y Neuts, B. 2017. Territorial capital, smart tourism specialization and sustainable regional development: Experiences from Europe. *Habitat International*, 68, 64-74.
- San Martín, H. y Herrero, A. 2012. Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 33, pp. 341-350.
- Santamaría, B. y Del Marmol, C. 2017. Ciudades creativas y pueblos con encanto: los nuevos procesos patrimoniales del siglo XXI. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, LXXII (2), 359-377.
- Shaifee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A. y Jahanyan, S. 2019. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300.
- Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B. y García-Adán, I. 2020. Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination, reality or territorial marketing? *Journal of Innovation & Knowledge*, 5, 96-104.