

Miradores digitales para explorar pueblos sin moverse del sillón

La empresa Dielmo 3D combina fotografía y cartografía para crear panorámicas de los destinos, una ayuda para potenciar el turismo de los municipios y sus recursos



JUANMA VÁZQUEZ

Si el avance de la pandemia del covid dejó algo claro, es que la digitalización es uno de los pilares en los que se sostendrá la economía en el presente y el futuro. Es, sin duda, un camino a afrontar por todo tipo de sectores, incluido un turismo que cada vez más se enfrenta al reto de llegar y satisfacer las exigencias de un cliente cuyo viaje encuentra en la tecnología su mejor aliado. Ese escenario obliga a los destinos a ofrecer espacios específicos y únicos de atracción, horizontes en los que herramientas como los miradores digitales están adquiriendo cada vez mayor importancia como forma de «potenciación turística». Y sin moverte en un comienzo del sillón.

Lo resume así **Nuria Barrachina**, técnico comercial y responsable del departamento de proyectos inmersivos de Dielmo 3D. En los últimos cuatro años, esta compañía valenciana ha venido implementando el proyecto *Mirador Turístico Digital*, una

iniciativa que en la actualidad está ya en marcha en cerca de 80 municipios o mancomunidades de toda España, la gran mayoría en localidades o entidades comarcales de la Comunidad Valenciana, pero también de Andalucía, Álava, Palencia y Burgos.

Señalización inteligente

En concreto, estos miradores suponen una herramienta de señalización inteligente de los enclaves turísticos y de sus atractivos, y surge de la «combinación de equipos fotográficos con técnicas cartográficas», una mezcla tecnológica que permite a la empresa ofrecer a los destinos «gigapanorámicas de hasta 80 gigapíxeles». O lo que es lo mismo, imágenes de muy alta resolución de cada localización.

A ello, añade **Barrachina**, se suman «contenidos inmersivos» como vídeos turísticos, fotografías de 360°, traducciones, locuciones de audio-guías, etcétera, que permiten «facilitar ese viaje al turista», especialmente cuando se trata de enclaves del interior, para que conozca el destino que visitará con más detalle.

Panorámica del pueblo de Chulilla, en Valencia, desde su mirador turístico digital. | 'activos'

No en vano, como destaca el presidente del clúster de Empresas Innovadoras para el Turismo de la Comunidad Valenciana (Adestic), **Santiago Sanus**, «el turismo de naturaleza o ecoturismo ha tenido desde 2020 los mejores registros de su historia». Gracias a estos miradores, «se abre una ventana para aumentar la proyección del turismo» y, en paralelo, «diversificar su oferta turística». Esta herramienta,

En puntos como Santa Pola, hasta 3.000 usuarios que han visitado la zona digitalmente luego han acabado yendo

coincide **Barrachina**, «va vinculada al desarrollo económico y local», permitiendo impulsar las visitas al destino y, en paralelo, «las reservas directas que haya en bodegas, en museos, en cualquier tipo de recursos que se quiera ofrecer».

Porque, como destaca la ejecutiva de Dielmo 3D, «hay muchos que piensan que si se digitaliza el destino no irá la gente y, al final, es todo lo contrario». Según sus datos, solo en 2022, un total de 16.846 personas realizaron viajes virtuales a través de estos miradores. Y muchas veces ello se traslada posteriormente a la vida real. En municipios como Santa Pola, las cifras revelan que hasta 3.000 usuarios que han visitado el destino digitalmente luego han acabado yendo.

En otros casos, la herramienta ha contribuido —confirmaban desde otro enclave como Alcoy a la directiva— junto a otras acciones del municipio «a elevar en más del 15% las reservas hoteleras». Por su parte, en pueblos más pequeños como Chulilla y Benagéber, lo que se ha logrado es «la captación de un turista internacional más habituado a usar estos miradores». Al final,

Inversión de hasta 40.000 €

No todos los miradores turísticos digitales que se pueden ver hoy en día en la plataforma son iguales. Como explica **Nuria Barrachina**, tanto el tiempo que se tarda en su creación como el coste del mismo varía dependiendo del tamaño del municipio y, especialmente, «del volumen de miradores, de en cuántos idiomas se quiere ofrecer la información y de la cantidad de recursos (visitas virtuales, rutas, vídeos...) a los que el cliente desea que se pueda acceder» a través de esta herramienta. En este sentido, poner en marcha un mirador en un pueblo pequeño, destaca, equivale a un mes y medio de trabajo, una duración que para una localidad de mayor tamaño se extiende incluso hasta los dos o tres meses.

También es diferente el precio a abonar para sacarlo adelante. En concreto, **Barrachina** asegura que la horquilla del coste hasta ahora para un solo municipio ha variado «entre los 3.000 y los 15.000 euros como máximo». Sin embargo, en el caso de una mancomunidad donde este instrumento sirve «para la vertebración del territorio porque el viajero puede ir de un mirador de un pueblo a otro», el precio de esta tecnología se puede encarecer hasta los 33.000 o los 40.000 euros.

todo ello permite «intensificar la fidelización de los destinos, la segmentación de sus productos y atractivos y, como consecuencia, la prolongación de las estancias», remarca **Sanus**.

Impulso de los registros

De momento, el presente y el futuro de estos miradores digitales apunta hacia una clara mejora de registros. «Este año esperamos al menos el 62% más de visitantes virtuales», resalta al respecto **Barrachina**, que enfatiza que en lo que va de año «casi ha habido ya las mismas visitas que en 2022». Y esta circunstancia también viene acompañada de un auge de destinos cada vez más alto.

«En 2023 podemos tener un aumento del 15%-20% de estos miradores turísticos solo en la Comunidad Valenciana», un impulso que en buena parte viene, según **Barrachina**, gracias «al boca a boca, a que unos destinos se lo cuentan a otros», pero también al interés de los responsables turísticos y de la venta directa en los ayuntamientos. Todo ello para impulsar un turismo físico que cada vez más coge fuerza desde lo digital.